

Oberösterreichische Versicherung mit Nischenprodukten auf der Überholspur

Paul Ristock

© Paul Ristock

Mit einer neuen Strategie an einem neuen Standort startete die Oberösterreichische Versicherung AG am Deutschen Markt in das Jahr 2023. Der Erfolg im laufenden Geschäftsjahr untermauert die umfassende Neuaufstellung. Dieser Erfolg ist in erster Linie auf die überzeugende Produkt- und Vertriebsstrategie zurückzuführen, was sich eindrucksvoll in den Neugeschäftszahlen widerspiegelt.

„Unsere durchschnittlichen Zugewinne in den Jahren 2019, 2020 und 2021 haben wir bereits im Jahr 2022 verzehnfacht“, sagt Paul Ristock, Niederlassungsleiter der Oberösterreichischen Versicherung in Deutschland, und führt weiter aus: „Unsere Neuaufstellung zum 1. Jänner 2022 mit einer veränderten Vertriebs- und Produktstrategie ging somit voll auf. Wir haben mit September bereits die Verkaufszahlenzahlen aus dem Vorjahr erreicht und rechnen daher am Jahresende im Vergleich zu 2022 mit einer weiteren Steigerung um 150 Prozent. Dies entspricht einem Prämienzuwachs von rund 750.000 Euro.“

Die Bestandsnettoprämie in Deutschland beträgt somit im September 2023 erstmalig mehr als 10 Millionen Euro. Risikoträger mit mehr als 500 Millionen Euro Prämieneinnahmen ist die Oberösterreichische Versicherung AG in Linz. Haupteigentümer sind unsere Kundinnen und Kunden mit 90,04 Prozent Unternehmensanteilen über die Oberösterreichische als Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit.“

Nischen-Fundament für strategischen Erfolg

Die Oberösterreichische Versicherung hat mit einer neuen Produktstrategie als Nischenanbieter das Fundament für den deutschen Markt gelegt. Dafür wurden innovative Versicherungsprodukte entwickelt, die entsprechend den Bedürfnissen der Kundinnen und Kunden in besonderen Nischenmärkten gerecht werden. Vor allem die Nischenprodukte Wochenendhäuser, Dauercamper oder Tiny Häuser sind das Steckenpferd der Oberösterreichischen. Zudem hat man sich das Thema Nachhaltigkeit zur Aufgabe gemacht und daher die Photovoltaikversicherung KlimaPro überarbeitet und neu ausgerollt. Insbesondere im Bereich Nachhaltigkeit erwartet man weiteres Wachstum. „Klimawandel und hohe Stromkosten lassen die Menschen umdenken. Daher schaffen Sie sich Unabhängigkeit durch Ihre eigene nachhaltige Energiequelle. Die Gefahr eines Schadens durch immer heftigere Unwetter, Überspannung, Bedienungsfehler oder Tierbisse ist groß. Genau für diesen Fall sind wir der verlässliche Partner und sichern die heimischen Kleinkraftwerke ab“, erklärt Ristock.

Auch die Vertriebsstrategie wurde von Grund auf neu ausgerichtet. In Bayern setzt die Oberösterreichische auf eine intensive regionale Betreuung, während bundesweit das Versicherungsgeschäft gezielt und effektiv durch ausgewählte Pools organisiert und vertrieben wird. Die digitale Verarbeitung durch die Vertriebspartner wird zusätzlich intensiv vorangetrieben.

Servicequalität auf hohem Niveau

Um weiterhin die gewohnt hohe Servicequalität der Oberösterreichischen anbieten zu können, wird eine neue Mitarbeiterin oder ein neuer Mitarbeiter für die Niederlassung in Regensburg gesucht. „Wir sind stolz darauf, dass wir kürzlich erneut als eines der familienfreundlichsten Unternehmen ausgezeichnet wurden. Diese Anerkennung unterstreicht unser Engagement für die Work-Life-Balance unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Umso mehr freut es mich, dass wir aufgrund des wachsenden Marktes auch unser Team erweitern“, sagt Ristock.

Pressekontakt:

Paul Ristock
Telefon: +49 941 280 788 20
E-Mail: p.ristock@ooev.at

Unternehmen

Oberösterreichische Versicherung AG
Maxhüttenstr. 11
93055 Regensburg

Internet: makler.keinesorgen.de/

Über Oberösterreichische Versicherung AG

Seit mehr als 20 Jahren ist die Oberösterreichische Versicherung auf dem deutschen Versicherungsmarkt erfolgreich tätig. 2000 erfolgte der Markteintritt als Risikoträger der deutschen Hanauer Versicherungsservice AG. 2007 wurde die Hanauer als Tochterunternehmen in die Oberösterreichische eingegliedert. Seit 2014 tritt die Oberösterreichische Versicherung AG auch auf dem deutschen Markt unter eigenem Namen auf.