

Presse-Information
30. September 2014

Allianz und BMW Group setzen Zusammenarbeit auf globaler Ebene fort

München. Die Allianz SE und die BMW AG verlängern ihre Zusammenarbeit auf globaler Ebene für weitere fünf Jahre. Die Vorstandsvorsitzenden der beiden Unternehmen, Michael Diekmann und Dr. Norbert Reithofer, unterzeichneten im September in München eine entsprechende Absichtserklärung zur Verlängerung der globalen Partnerschaft, welche ursprünglich in 2009 gestartet wurde. Seit Beginn der weltweiten Kooperation konnten die Allianz SE und die BMW AG das gemeinsame Kundenversicherungsgeschäft verdreifachen. Die Unternehmen arbeiten derzeit in 27 Märkten zusammen und vertreiben 50 gemeinsam entwickelte Produkte.

In dem neuen Abkommen geht es schwerpunktmäßig um die internationale Ausweitung des gemeinsamen Angebots von fahrzeug- und mobilitätsbezogenen Versicherungsprodukten für Endkunden, wie zum Beispiel Kfz-, Garantie-, Verlängerungs- oder Restschuldversicherungen. Darüber hinaus möchten beide Unternehmen in den Bereichen E-Mobilität, Gebrauchtwagen, Vertriebskanäle, Fahrassistenz- und Sicherheitssysteme noch enger zusammenarbeiten. Die Allianz-Produkte werden die umfassende Palette von Finanzdienstleistungen, die BMW Financial Services ihren Kunden bereits heute zur Verfügung stellt, ergänzen. Ziel ist es, global wettbewerbsfähige und kundenorientierte Produkte anzubieten, einen durchgängigen Premium-Service sicherzustellen und Synergien und Skaleneffekte zu generieren.

Zum ersten Mal sind auch Aftersales Inhalte Teil des Global Partnership Agreements. Mit der Einbeziehung von Aftersales rückt der Kunde verstärkt in den Mittelpunkt. Durch effiziente Prozesse wird die Schadensabwicklung optimiert und dem Kunden wird ein Premium Service geboten.

Karsten Crede, CEO Allianz Global Automotive, ergänzt: „Die vergangenen fünf Jahre haben die Stärke der Partnerschaft zwischen BMW und Allianz bewiesen. Aufgrund unserer tiefgreifenden Produkt- und Vertriebsexpertise bei Versicherungslösungen für die Automobilhersteller und deren Händlernetze, mit unserer weltweiten Präsenz und unserer Fähigkeit, innovative Produkte und Services entlang der automobilen Wertschöpfungskette zu entwickeln, sind wir

Presse-Information

Datum 30. September 2014

Thema Allianz und BMW Group setzen Zusammenarbeit auf globaler Ebene fort

Seite 2

davon überzeugt, diese erfolgreiche Zusammenarbeit auf eine neue Stufe zu heben.“

„Seit dem Start unserer globalen Partnerschaft haben wir das Kundenversicherungsgeschäft mit der Allianz deutlich ausbauen können. Mit der Allianz haben wir einen idealen Partner, der uns und unsere Kunden weltweit mit umfassenden, transparenten und hochwertigen Premium-Produkten und Services unterstützt“, erklärt Erich Ebner von Eschenbach, Leiter BMW Financial Services.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

BMW Group Unternehmenskommunikation

Micaela Sandstede, Wirtschafts- und Finanzkommunikation
Micaela.Sandstede@bmw.de, Telefon: +49-89-382-61611

Nikolai Glies, Leiter Wirtschafts-, Finanz- und Nachhaltigkeitskommunikation
Nikolai.Glies@bmwgroup.com, Telefon: +49-89-382-24544

Internet: www.press.bmw.de
E-Mail: presse@bmw.de

Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI und Rolls-Royce der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 29 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2013 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,963 Millionen Automobilen und 115.215 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2013 belief sich auf 7,91 Mrd. €, der Umsatz auf rund 76,06 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2013 beschäftigte das Unternehmen weltweit 110.351 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Das Unternehmen hat ökologische und soziale Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette, umfassende Produktverantwortung sowie ein klares Bekenntnis zur Schonung von Ressourcen fest in seiner Strategie verankert.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>

Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>