

# Fünfzig Jahre BAVARIA AG

**Führender Versicherungsmakler feiert goldenes Jubiläum. Im Interview erklärt Sandra Ahrabian, die Vorstandsvorsitzende und Firmeneigentümerin der BAVARIA AG, ihr Erfolgsrezept.**

*Fünfzig Jahre im Yachting sind eine lange Zeit. Wenn Sie die Historie Ihres Unternehmens betrachten – was sind Ihre Meilensteine oder stärksten Erinnerungen?*

Sandra Ahrabian: Ich erinnere mich noch gut an die Atmosphäre als mein Vater das Unternehmen aufbaute – mit Schreibmaschine, Wählscheiben-Telefon, auch volle Aschenbecher gehörten dazu. Er segelte mit meiner Mutter auf den Bayerischen Seen, traf andere Eigner und kam eigentlich immer

*Durch einen Schaden nahm das Business Fahrt auf?*

Ja, genau, das mit den größeren Yachten ab 30 bis 35 Meter Länge jedenfalls. Inzwischen versichern wir zahlreiche Schiffe dieser Größenordnung und noch weitaus längere, die im gesamten Mittelmeer und den angrenzenden Ländern verteilt liegen. Auch deshalb haben wir ein Office in Palma de Mallorca. Die BAVARIA AG ist einer der wichtigsten Player im Yachtversicherungssegment. Trotzdem sind die Wege bei uns kurz. Wer bei uns anruft, bekommt immer einen Menschen ans Telefon und keine Maschine.

*Sie versichern auch Flugzeuge. Wie kam es dazu?*

Letztlich über das zweite Hobby meines Vaters, neben der Segelei. Wir gingen diesen Markt, der

im Yachting im Schadensfall bereit. Dazu besitzt die BAVARIA AG neben dem Headquarter in München noch Niederlassungen in Hamburg, Palma de Mallorca und Antibes. Weitere Niederlassungen sind in Planung, und nicht nur rund um das Mittelmeer.

*Eine Expansion bedeutet, dass Sie den Boots- und Yachtmarkt weiterhin positiv beurteilen?*

Ja, das ist meine Überzeugung. Unsere Expansion über die vergangenen 50 Jahre bedeutet aber auch, dass wir den richtigen Service bieten und unsere Kunden uns vertrauen.

Zum anderen, dass eine junge Käuferschicht nachwächst, die sich für den Yachtsport begeistert. Insbesondere für das obere Segment wird es tendenziell immer mehr Käufer geben. Die Werften



*Erfolgreiche Geschäftsfrau: Sandra Ahrabian ist Vorstandsvorsitzende der Bavaria AG. Gegründet hat den Spezialmakler ihr Vater Dieter Krautgartner (l.).*

mit neuen Leads nach Hause. Das war so erfolgreich, dass mein Vater sich fortan auf Bootsversicherungen konzentrierte und quasi von Woche zu Woche den Kundenstamm vergrößerte.

Richtig einschneidend war dann der Unfall der „Golden Eye“, die ja unmittelbar vor der boot Düsseldorf aus dem Kran fiel. Wir hatten die 35-Meter-Yacht versichert und den Schaden sehr schnell reguliert. Dadurch bekamen wir auf der ganzen Welt Aufmerksamkeit in der Presse und als Folge davon sehr viele Anfragen für große Yachten.

Auch durch die Umwandlung der BAVARIA in eine kapitalstarke Aktiengesellschaft im Jahr 2012 wuchsen wir noch einmal sehr stark. Heute vertrauen zehntausende von Eignern auf unsere Fachkompetenz und schätzen vor allem auch das persönliche Engagement der BAVARIA AG.

damals fast von Monopolisten dominiert war, sehr disruptiv an und bekamen eine starke Resonanz. Durch unsere Initiative wurde die Branche diversifizierter, was mich bis heute freut. Das Privatjetboomt ebenso wie das Yacht-Segment.

*Wo steht die BAVARIA AG heute? Und was planen Sie für die kommenden Jahre?*

Wir verfügen über einen Bestand von weit über 50.000 Verträgen im Yacht- und Flugzeugversicherungssegment und erzielen einen sehr guten Jahresumsatz im zweistelligen Millionenbereich; unser Geschäft wächst zweistellig pro Jahr. Mehr als 200 Vermittler in ganz Europa empfehlen den Versicherungsschutz der BAVARIA AG, und wir sind stets auf der Suche nach weiteren. Sachverständige stehen an allen strategisch wichtigen Orten

müssen sich nur auf eine jüngere Kundschaft einstellen, die sicher andere Vorstellungen hat als die ihrer Eltern. Auch wir beschäftigen uns intensiv mit dieser neuen Eigner-Generation und engagieren uns dafür als Sponsor jugendlicher Segler auf Weltklasse-Niveau, im Rennsport und bei internationalen Golf-Turnieren.

*Eine lange Zeit am Markt zu bestehen bedeutet also auch, sich immer wieder anzupassen?*

Zunächst benötigen Sie natürlich hervorragende Produkte und exzellente Mitarbeiter. Aber es ist schon richtig; jedes erfolgreiche Unternehmen muss sich immer wieder adaptieren. Wir werden die BAVARIA AG noch nachhaltiger dort platzieren, wo wir aktuell schon sind – auch die nächsten 50 Jahre führend in Europa.