



## Generali Deutschland sieht sich mit neuer Strategie gut unterwegs

**Die Generali Gruppe in Deutschland, der zweitgrößte deutsche Erstversicherer und Teil des internationalen Konzerns Generali, erzielte im Geschäftsjahr 2015 sehr gute Ergebnisse trotz eines schwierigen Marktumfelds. Die Umsetzung der neuen Strategie, die im Mai 2015 verkündet wurde zeigt bereits erste Erfolge.**

### Sparte Lebensversicherung und die „neue Normalität“

Vor dem Hintergrund des anhaltenden Niedrigzinsumfelds wurde der Vertrieb reiner traditioneller Sparprodukte drastisch reduziert. Stattdessen wurden neue Produkte mit geringer Kapitalintensität und hoher Leistungsstärke eingeführt. Auch das Angebot an fondsgebundenen Versicherungen, hybriden Sparprodukten und Risikoversicherungen wird sukzessive ausgebaut und hat zu einer positiven Entwicklung der Beiträge vor Abzug von Sparanteilen sowie der Beiträge aus Investmentverträgen auf 14.146 Mio. Euro (+3,4 Prozent GJ 2014) beigetragen.

Die fondsgebundene Lebensversicherung (inkl. Hybridprodukte) konnte bei den Beiträgen um 9,2 Prozent zulegen und nimmt damit einen Anteil von 28 Prozent am Gesamtportfolio in der Lebensversicherung ein. Die gebuchten Bruttobeiträge in der Lebensversicherung sind einerseits dank der positiven Entwicklung der laufenden Beiträge (+0,7 Prozent ohne Kranken) und andererseits

aufgrund des Wachstums des Einmalbeitragsgeschäfts (zum Beispiel Hybridprodukte der AachenMünchener) gestiegen. Darüber hinaus hat die Generali in Deutschland – aufgrund ihrer strategischen Neuausrichtung – das Prämienvolumen traditioneller Sparprodukte um 7,7 Prozent reduziert.

### Zufriedenstellendes Ergebnis in Komposit

In der Schaden- und Unfallversicherung erhöhte die Gruppe ihre Beitragseinnahmen auf 3.608 Mio. Euro (+1,7 Prozent GJ 2014). Die Combined Ratio wurde erneut verbessert und lag im Geschäftsjahr 2015 bei 92,4 Prozent (-0,2 Prozent -Punkte GJ 2014). Weitere Einsparungen, ein verbessertes Schadenmanagement sowie der erneute Beitragszuwachs trugen wesentlich zu dem verbesserten Ergebnis bei. So konnte der leichte Anstieg der Leistungen – insbesondere durch eine höhere Elementarschadenbelastung sowie vermehrte Großschäden – auf insgesamt 2.248 Mio. Euro (2.188 Mio. Euro GJ 2014) mehr als ausgeglichen werden.

## Wichtige Meilensteine der strategischen Neuausrichtung vorzeitig erreicht

Die Beiträge der Generali in Deutschland konnten insgesamt auf 17,8 Mrd. Euro (+3,1 Prozent GJ 2014) gesteigert werden. Im vergangenen Geschäftsjahr wurde ein Operating Result von 792 Mio. Euro (+5,0 Prozent GJ 2014) erreicht. Der Multi-Kanal-Vertrieb der Generali in Deutschland hat einen großen Anteil am Erfolg des letzten Geschäftsjahres: Vor allem die langjährige und immer erfolgreichere Vertriebspartnerschaft mit der Deutschen Vermögensberatung (DVAG), das umfassende und starke Vertriebsnetzwerk der Generali Versicherungen und CosmosDirekt, die Nr. 1 in der Direkt- und Digitalversicherung, trugen maßgeblich zur guten Marktposition bei.

Im Mai 2015 hat die Generali mit der strategischen Neuausrichtung ihres Geschäfts in Deutschland begonnen und liegt mittlerweile vor dem selbst gesteckten Zeitplan. Ziel ist die Stärkung der Wettbewerbsposition im deutschen Markt, um führender Privatkundenversicherer zu werden. Dies wird durch den starken Multikanalansatz im Vertrieb, eine vereinfachte und am Markt orientierte Steuerung, die konsequente Umsetzung des neuen Geschäftsmodells in der Lebensversicherung, die Einführung smarter Produkte, Services und Prozesse sowie einen stärkeren Fokus auf Kunden erreicht. Gleichzeitig werden einfachere Governance- und Organisations-Strukturen etabliert, die bereits signifikant zur Reduktion der Sach- und Personalkosten beigetragen haben. Die neue Matrix-Organisation des Konzerns hat die Effektivität und Effizienz der Generali in Deutschland enorm gesteigert.

So wurde die starke Performance der Gruppe unter anderem durch ein striktes Kostenmanagement – vor allem im Bereich der Sachkosten – ermöglicht: Im letzten Jahr wurden die Gesamtkosten (netto ohne Provisionen) um rund 90 Mio. Euro auf 1.418 Mio. Euro gesenkt. Einen weiteren wichtigen Meilenstein hat die Unternehmensleitung im Januar 2016 erreicht. Sie vereinbarte mit dem Konzernbetriebsrat ein innovatives Eckpunktepapier zur sozialverträglichen Umsetzung der strategischen Neuausrichtung. Nach den Verhandlungen können sämtliche Maßnahmen bereits im Laufe des Jahres plangemäß gestartet werden.

## Smart-Insurance-Offensive gestartet

Mit der Einführung von smarten Versicherungsprodukten leitet die Generali in Deutschland einen fundamentalen Wandel in der Branche ein und positioniert sich als Vorreiter der

digitalen Transformation. „Im Kern geht es bei der neuen Produktgeneration darum, mehr als nur Versicherungsschutz zu bieten – das heißt, klare Präventionsanreize zu setzen, um das Leben der Kunden zu verbessern. Unser Anliegen ist es, mit neuesten Innovationen die Qualität unserer Leistungen zu erhöhen und den Schutz unserer Kunden zu erweitern“, betont Giovanni Liverani.

Erste Produkte im Zuge der Smart-Insurance-Offensive hat die Generali in Deutschland bereits eingeführt: Der erweiterte 360°-Rechtsschutz der Advocard bietet umfassenden Schutz zur Absicherung vor Identitätsmissbrauch im Internet sowie eine kostenfreie Online-Rechtsberatung. Die CosmosDirekt bietet in Kooperation mit Devolo, einem Spezialisten für intelligente Heimvernetzung, einen doppelten Schutz für das Eigentum. Der Komfortschutz der Hausratversicherung sichert Schäden ab, ein innovatives Sicherheitspaket vernetzt die eigenen vier Wände und schützt das Eigentum Tag und Nacht. Anfang April werden die Generali Versicherungen ihren neuen Unfallmeldedienst (UMD) einführen, der auf einer GDV-Initiative basiert. Somit nutzen die Generali Versicherungen die Chancen der Digitalisierung für mehr Schutz im Straßenverkehr.

Im Laufe des Jahres hat die Generali in Deutschland zudem geplant, weitere smarte Produkte rund um Haus (Domotics) und Auto (Telematics) auf den Markt zu bringen und damit ihre Vorreiterposition weiter auszubauen. Mit der Einführung des Vitality-Programms zum 1. Juli 2016, eines innovativen und anreizbasierten Programms zur Gesundheitsförderung, setzt die deutsche Gruppe diesen Weg konsequent fort.

Bild: © Generali Deutschland

Versicherungs- und Finanznachrichten

# expertenReport



<https://www.experten.de/id/4942398/generali-deutschland-sieht-sich-mit-neuer-strategie-gut-unterwegs/>