Generali in Deutschland erzielt Rekordergebnis dank strategischer Neuausrichtung

Generali Deutschland AG - München © Generali Deutschland AG

• Operating Result steigt auf Rekordergebnis von 847 Mio. € (+12,3% seit dem Start des Programms „Simpler, Smarter for You“ vor zwei Jahren; +7,0% im Jahr 2016 gegenüber 2015) • Erfolgreiche Smart-Insurance-Offensive mit zahlreichen innovativen Produkten • Lebensversicherung: Business-Mix im Sinne der „Neuen Normalität“ optimiert, mit Wachstum in Biometrie und bei fondsgebundenen Produkten

- **Schaden- und Unfallversicherung: Combined Ratio um 2,5%-Punkte auf 90,0% stark verbessert mit Spitzenposition unter den großen Versicherern, kontinuierliche Steigerung der Beiträge mit gutem Wachstum in der Kfz-Versicherung**
- **Vereinfachte und kundennahe Governance-Struktur sowie effiziente Prozesse führen zur Senkung der Gesamtkosten um 117 Mio. € in knapp zwei Jahren**

Die Generali in Deutschland – zweitgrößter deutscher Erstversicherer und Teil der internationalen Generali Group – erzielte im Geschäftsjahr 2016 trotz eines herausfordernden Marktumfelds ein Rekordergebnis. Dank der strategischen Neuausrichtung, die im Jahr 2015 gestartet wurde, konnte die Generali in Deutschland ihr Operating Result[1] auf 847 Mio. € (+7,0% GJ 2015; +12,3% in zwei Jahren) erneut steigern. Dieses ausgezeichnete Ergebnis wird vor allem durch positive und beschleunigte Effekte des Vier-Säulen-Programms „Simpler, Smarter for You“ getragen. Es basiert auf vereinfachten Governance- und Organisations-Strukturen, einer „Neuen Normalität“

in der Lebensversicherung, der Smart-Insurance-Offensive sowie einer größeren Kunden- und Vertriebsnähe. Darüber hinaus konnte die Generali in Deutschland ihre Kosten erheblich senken und ihre Combined Ratio deutlich verbessern.

Giovanni Liverani, Vorstandsvorsitzender der Generali Deutschland AG, sagt: „Vor knapp zwei Jahren haben wir unsere strategische Neuausrichtung in Deutschland eingeleitet und 2016 mit voller Kraft fortgesetzt. Wir liegen damit vor unserem selbst gesteckten, ambitionierten Zeitplan und haben auch noch Luft nach oben. Unsere gute Entwicklung im Geschäftsjahr 2016 verdeutlicht: Wir sind erfolgreich und unsere Arbeit trägt jetzt weitere Früchte. Mein herzlicher Dank gilt unseren motivierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, unseren Vertriebspartnern sowie unserem Management-Team, die alle maßgeblich zu dieser positiven Entwicklung beigetragen haben. Unser langfristiges Ziel ist es, die Generali Gruppe in Deutschland zum führenden Privatkundenversicherer zu machen.“

Steigerung von Effizienz und Effektivität
Die Gesamtkosten (netto ohne Provisionen) wurden durch die Vereinfachung der Governance- und Organisations-Strukturen sowie neue effizientere Prozesse um 117 Mio. € auf 1.387 Mio. € gesenkt. Dabei lag der Schwerpunkt eindeutig auf den Sachkosten. Der Personalabbau erfolgte sozialverträglich über ein umfassendes Freiwilligenprogramm. Seit dem Start der strategischen Neuausrichtung vor zwei Jahren wurde auch eine neue Generation des Managements etabliert, die in der Regel aus internen Talenten rekrutiert wurde.

Giovanni Liverani © Foto_Giovanni_Liverani.jpg

Erfolgreiche Veränderung des Business-Mix in Leben – Steigerung der Profitabilität in Schaden und Unfall
Im Bereich der **Lebensversicherung** sieht die Strategie der „Neuen Normalität“ eine Fokussierung auf weniger kapitalintensive Produkte und eine Optimierung des Business-Mix vor. Vor dem Hintergrund des anhaltenden Niedrigzinsumfelds hat die Generali das Neugeschäft in den Vertriebskanälen bereits auf moderne und innovative Produkte mit geringen Garantien, aber mit höheren Renditechancen für die Kunden umgestellt. Bei Hybrid- / fondsgebundenen Produkten und reinen Risikolebensversicherungen ist die Generali in Deutschland mit ihren Unternehmen AachenMünchener und CosmosDirekt bereits Marktführer. Die Generali Leben hat den Vertrieb traditioneller Sparprodukte drastisch reduziert und das Bestandsmanagement durch effizientere Prozesse optimiert.

Die Beiträge in der Lebensversicherung sind erwartungsgemäß auf 12.576 Mio. € (-11,1% GJ 2015) zurückgegangen. Auch die strategische Verlagerung führte zu einer Reduzierung bei den Garantieprodukten von 18,8%. Demgegenüber konnte die fondsgebundene Lebensversicherung (inkl. Hybridprodukte) bei den Beiträgen weiter zulegen (+0,9% GJ 2015) und nimmt mittlerweile einen Anteil von 32% am Gesamtportfolio ein.

In der **Schaden- und Unfallversicherung** steigerte die Generali in Deutschland ihre Beitragseinnahmen auf 3.651 Mio. € (+1,2% GJ 2015). Dieses Wachstum wurde vor allem von der

positiven Prämienentwicklung in der Kfz-Versicherung getrieben (+2,3% GJ 2015). Gegenüber dem Vorjahr konnte die Gruppe ihre Combined Ratio erneut deutlich verbessern: Sie lag im Geschäftsjahr 2016 bei 90,0% (-2,5%-Punkte GJ 2015) – das ist im Branchenvergleich ein hervorragender Wert. Durch die Einführung effizienter und innovativer Prozesse im Schadenmanagement konnte die Kostenquote um 0,9%-Punkte gesenkt werden. Bei insgesamt geringeren Aufwendungen für Elementarschäden konnte die Gesamtschadenquote – trotz höherer Belastungen im Großschadenbereich – über das Geschäftsjahr 2016 hinweg verringert werden.

Erfolgreiche Einführung der Smart-Insurance-Offensive: Angebot wird weiter ausgebaut

Mit der Einführung von smarten Versicherungsprodukten hat die Generali in Deutschland einen fundamentalen Wandel in der Branche eingeleitet und sich als Vorreiter der digitalen Transformation positioniert. Im Zeitalter der Digitalisierung steht der Kunde mit seiner persönlichen Lebensweise für die Generali mehr denn je im Mittelpunkt. Als erster Versicherer in Deutschland hat die Generali im Laufe des Jahres 2016 eine umfassende Smart-Insurance-Offensive gestartet, mit der der Konzern die Möglichkeiten der Digitalisierung konsequent nutzt.

Giovanni Liverani betont: „Mit unserer Smart-Insurance-Offensive erfinden wir Versicherungen neu. Uns gelingt damit die Transformation vom Versicherer im Schadenfall zum aktiven Begleiter unserer Kunden, um deren Risiken zu senken. Das Feedback unserer Kunden und des Marktes bestätigt, dass wir den richtigen Kurs eingeschlagen haben. 2017 werden wir unsere smarten Versicherungsprodukte und Services weiter ausbauen und auf alle Vertriebskanäle ausdehnen."

Generali Vitality, das einzigartige verhaltensbasierte Gesundheitsprogramm, ging am 1. Juli 2016 in Deutschland an den Start – zunächst in Verbindung mit Berufsunfähigkeits- und Risikolebensversicherungen der Generali Versicherungen. Seit Dezember 2016 bietet der Maklerversicherer Dialog Risikolebensversicherungen mit Vitality-Option an. Das Neugeschäftsvolumen ist durch Generali Vitality im Vergleich zum Zeitraum vor dem 1. Juli 2016 um über 60% bei Berufsunfähigkeits- und um rund 80% bei Risikolebensversicherungen gestiegen. Ab Mitte 2017 wird CosmosDirekt, Deutschlands Nr. 1 in der Direktversicherung, Generali Vitality als Option bei Risikolebensversicherungen anbieten. CosmosDirekt ist Marktführer in dieser Sparte. Zum gleichen Zeitpunkt wird die Dialog Generali Vitality auch auf ihre Berufsunfähigkeitstarife ausweiten.

Auch die Nachfrage nach Smart-Home-Lösungen unter Generali Domocity verläuft sehr positiv. Sowohl die CosmosDirekt als auch die Generali Versicherungen kooperieren bei Smart-Home-Lösungen mit Devolo, einem Spezialisten für intelligente Heimvernetzung. Ab April 2017 wird die Devolo-Kooperation auch auf die AachenMünchener und ihren exklusiven Vertriebspartner Deutsche Vermögensberatung ausgedehnt. Des Weiteren bietet CosmosDirekt über eine Kooperation mit der Google-Schwester „Nest Labs" ab sofort eine Hausratversicherung mit einem smarten Rauchgasmelder an.

Mit Generali Mobility hat die Generali in Deutschland im Herbst 2016 eine innovative Telematiklösung für die Kfz-Versicherung auf den Markt gebracht: Mithilfe einer App von „MyDrive", die das Fahrverhalten der Kunden analysiert, bietet die Gruppe unterschiedliche Telematikprodukte an.

Ein weiteres Produkt, das bereits zu Beginn der Smart-Insurance-Offensive Anfang 2016 eingeführt wurde, ist der erweiterte 360°-Rechtsschutz der Advocard mit IDPROTECT: Der 360°-Rechtsschutz bietet umfassenden Schutz zur Absicherung vor Identitätsmissbrauch im Internet sowie eine kostenfreie Online-Rechtsberatung.

Vertriebsmodell mit großer Kundennähe
Einen wichtigen Anteil am positiven Geschäftsergebnis hat die starke Aufstellung des Vertriebs der Generali in Deutschland: Eine große Kundennähe ermöglichen die einzigartige Vertriebsstärke der Deutschen Vermögensberatung, wie auch das umfassende und starke Vertriebsnetzwerk der Generali Versicherungen sowie die CosmosDirekt, Deutschlands führender Direktversicherer.

[1] Die Berichterstattung erfolgt analog zum IFRS Reporting der internationalen Generali Group. Leben-Beiträge inkl. Kranken und Einmalbeiträge aus der RfB.

Pressekontakt:

Giulio Benedetti
Telefon: +49 (0) 89 5121 - 8294
E-Mail: presse.de@generali.com

Unternehmen

Generali Deutschland AG
Adenauerring 7
81737 München

Internet: www.generali.de

Über Generali Deutschland AG

Die Generali in Deutschland ist mit rund 17,8 Mrd. € Beitragseinnahmen und mehr als 13,5 Millionen Kunden der zweitgrößte Erstversicherungskonzern auf dem deutschen Markt. Zum deutschen Teil der Generali gehören die Generali Versicherungen, AachenMünchener, CosmosDirekt, Central Krankenversicherung, Advocard Rechtsschutzversicherung, Deutsche Bausparkasse Badenia und Dialog.