

AssCompact

Das Fachmagazin für Risiko- und Kapitalmanagement

ÖSTERREICH

04 | 2019 3,80 €

Sonderthema

» Effizienz & Services im Vermittlergeschäft

Vorstandsinterview

Mag. Gerfried Karner,
Continental

Wiener Maklertag

Digitalisierung, die unter die Haut geht



Generali – Mit Einfachheit zum Erfolg

Arno Schuchter, Chief Sales Officer der Generali Versicherung AG

Generali – Mit Einfachheit zum Erfolg

Titelinterview mit Arno Schuchter, Chief Sales Officer der Generali Versicherung AG

Die Generali Versicherung steht – sowohl bei den Partnern als auch bei den Kunden – für qualitativ hochwertige Produkte und herausragenden Service am österreichischen Markt. Was steckt hinter diesem Erfolg?

Die Generali hat eine ganz klare Ausrichtung: Wir stellen unsere Kunden und Vertriebspartner in den Mittelpunkt. Ziel ist es, deren Wünschen und Bedürfnissen noch gezielter zu entsprechen. Wir setzen diesen eingeschlagenen Weg auch 2019 konsequent fort. Das ist eine enorme Herausforderung. Digitale Tools unterstützen uns dabei.

Die persönliche Betreuung der Makler und Kunden ist jetzt und in Zukunft unverzichtbar. Dank unseres einzigartigen Vertriebsnetzes, bei dem unsere Maklerpartner eine wesentliche Rolle spielen, wollen wir unseren Kunden

„Die Generali hat eine ganz klare Ausrichtung: Wir stellen unsere Kunden und Vertriebspartner in den Mittelpunkt. Ziel ist es, deren Wünschen und Bedürfnissen noch gezielter zu entsprechen.“

personalisierte, innovative Versicherungslösungen bieten. Um dies zu erreichen, forcieren wir eine neue Einfachheit bei Produkten, Leistungen und Services. Innovationen und digitale Transformation stehen bei der Umsetzung im Fokus.

Was bedeutet dies für Ihre Vertriebspartner?

Wir werden unsere Vertriebspartner noch stärker in unsere Strukturen einbinden. Ich bin überzeugt, dass der persönliche Kontakt von Kunden und Betreuer auch in Zukunft ein wesentlicher Erfolgsfaktor ist. Der Mensch macht in einer digitalen Welt den Unterschied. Emotionale Themen wie die Absicherung des eigenen Lebens oder

der Gesundheit sind auch weiterhin in einem Gespräch von Mensch zu Mensch besser aufgehoben als auf einer Internetplattform. Unsere Maklerpartner sind ein wichtiger Vertriebskanal, den wir weiter stärken werden.

Die Interaktion wird sich jedoch verändern. Dafür werden wir Produkte, Services und Prozesse vereinfachen und Komplexitäten nachhaltig reduzieren. Digitalisierung, künstliche Intelligenz und Automatisierung sind ein wesentlicher Faktor und werden von der Generali auch in Zukunft aktiv vorangetrieben. Wir befreien uns mit Automatisierung und künstlicher Intelligenz von Routinetätigkeiten. Der Verwaltungsaufwand für unsere Maklerpartner wird damit stark reduziert und sie gewinnen dadurch mehr Zeit für die Kunden.

Womit wir schon beim Thema OMDS 2 bzw. 3.0 sind. Was sind die neuesten Entwicklungen?

Die Generali arbeitet gemeinsam mit TOGETHER CCA laufend an der Qualitätsverbesserung des OMDS 2. Interpretationsspielräume bei der Darstellung der Daten werden unternehmensübergreifend auf einen gemeinsamen Nenner gebracht. Von einer standardisierten, automatisierten Datenverarbeitung profitieren alle Marktteilnehmer in der Branche. Höchste Qualitätsstandards sind das Ziel für OMDS 3. Dieses wurde gemeinsam mit dem Versicherungsverband als Standard für die Datenübertragung festgelegt. Mit TOGETHER CCA haben wir bereits die ersten Umsetzungsschritte geschafft. Einerseits wurden 2018 die Quickwins, z.B. die Dokumentenabholung, eingeführt, andererseits ist derzeit auch der Abschluss einer Kfz-Berechnung bei der Generali in Umsetzung und bald verfügbar.

Damit alle Marktteilnehmer die Vorteile dieser innovativen Technologie nutzen können, gilt es, diese Standards rasch flächendeckend zu implementieren. Die Vorteile für den Makler sind enorm: Der Makler steigt nicht mehr in das Portal des jeweiligen Versicherers ein, sondern hat mit einem einzigen automatischen LogIn Zugriff auf sämtliche Versicherungsportale. Alle Verträge seiner Kunden – unabhängig vom Versicherer – werden gesamthaft dargestellt. Abläufe wie die Polizzierung, Adressänderungen oder die Schadenbearbeitung werden deutlich beschleunigt. Die Generali unterstreicht mit dieser Lösung, dass die in der Vergangenheit geschaffenen flexiblen IT-Systeme heute die Basis für die digitalen Lösungen der Zukunft darstellen.

Was steht 2019 im Fokus der Generali Versicherung?

Die Generali fördert Innovationen auf vielfältige Weise. Die Entwicklung digitaler Services steht ebenso im Fokus wie ein



breites Dienstleistungsangebot rund um Risikoprävention und Assistance. Mit der Weiterentwicklung der Vernetzung von Digitalisierung und persönlicher, hoch qualitativer Beratung werden wir das Leben der Generali Kunden nachhaltig verbessern und vereinfachen. Geplant sind auch neue Features im Generali Kundenportal. Der Einstieg per Handy-Signatur wurde z.B. schon implementiert. Seit Kurzem ist auch der Abschluss einer Versicherung bequem mittels Face-ID und Fingerprint möglich.

Welche Produkthighlights stehen 2019 am Programm?

Wir haben Anfang dieses Jahres Generali LifeInvest auf den Markt gebracht. Mit dieser Fondspolizze mit Einmalerglag für vermögende Privatkunden setzt die Generali gezielt auf Vermögensveranlagung. Wir sprechen damit Kunden an, die einen größeren Betrag veranlagen und mittelfristig binden möchten. Die Generali hat mit Generali LifeIn-

vest ein spezielles Gesamtpaket geschnürt, das mit einer exklusiven Fondsauswahl und individuellen Services punktet. Generali LifeInvest ergänzt den Generali Lifeplan und die Generali Fondspolizze mit laufender Prämienzahlung hervorragend. Während beim Generali Lifeplan, einer fondsorientierten Lebensversicherung, sowohl der Anteil der klassischen Veranlagung als auch die Zusammensetzung des fondsgebundenen Anteils individuell gewählt werden kann, bietet die Generali Fondspolizze eine neue Form des flexiblen Ansparens in Investmentfonds.

Die Generali setzt 2019 zudem einen Biometrie-Schwerpunkt. Wir weisen dabei auf die Bedeutung und Notwendigkeit der Berufsunfähigkeitsversicherung hin. Viele Österreicher sehen eine umfangreiche Absicherung der eigenen vier Wände und einen Kasko-Schutz für das Auto als unumgänglich an. Auf die eigene Arbeitskraft und den Erhalt der Existenz nach einer geminderten Arbeitsfähigkeit wird jedoch oft vergessen. Dabei ist die Berufsunfähigkeitsversicherung ein Must-have und zählt zur Grundabsicherung.

Auch die Services in der Gesundheitsvorsorge werden ausgebaut. Mit dem flächendeckenden Einsatz von Medical-Tele-Underwriting durch Generali Ärzte haben Kunden die Möglichkeit, sensible Themen direkt mit dem Arzt zu besprechen und missverständliche Sachverhalte zu klären. Zudem erfolgt mit der elektronischen Beantwortung der

Gesundheitsfragen eine rasche Antragsbearbeitung. Die digitale Unterschrift sowie die durchgängige elektronische Verarbeitung beschleunigen die Abläufe zunehmend und machen diese transparenter. Mit zielgruppenspezifischen Angeboten geht die Generali neue Wege. So können z.B. junge Kunden mit attraktiven Einstiegsprodukten für eine langfristige Gesundheitsvorsorge gewonnen werden.

Sowohl im Bereich der Landwirtschafts- als auch der Unfallversicherung wird die Generali im Laufe des Jahres Produktneuheiten auf den Markt bringen.

Sie sprechen Prävention und Assistance an, welche Produkte mit diesen Features bietet die Generali an?

Im Sachbereich steht unsere einzigartige Cyber-Lösung für Klein- und Mittelbetriebe im Zentrum. Sie bietet neben einer umfassenden Deckung im Schadenfall eine laufende Risikoanalyse mit einem automatisierten Präventionstool. Dieses hilft, Schäden, und da-

„Die Generali misst nicht nur die Kunden-, sondern auch die Zufriedenheit ihrer Partner mit dem Net Promoter System. Dabei werden Kunden und Partner – nach entsprechenden Geschäftsfällen – kontaktiert und nach ihren Erfahrungen gefragt. In beiden Fällen erhält die Generali sehr gute Bewertungen.“

mit viele lästige Unannehmlichkeiten mit möglichen Reputationsverlusten, schon im Vorfeld zu vermeiden. Zusätzlich unterstützen wir über Europ Assistance mit unserer bewährten IT- und Cyber-Assistance-Hotline 24 Stunden, sieben Tage die Woche unsere Kunden proaktiv bei Cyber-Prävention und genereller IT-Assistance.

Mit Generali Vitality bietet die Generali gesundheitsbewussten Menschen ein innovatives und am Markt alleinstehendes, auf Freiwilligkeit basierendes Gesundheitsprogramm. Es richtet sich an Menschen, die sich bei der Erreichung eines gesünderen Lebensstils Unterstützung wünschen. Das Programm motiviert zum Erreichen persönlicher Ziele und begleitet Kunden in ein gesünderes Leben. Die Vorsorge steht im Mittelpunkt.

Wie zufrieden sind die Kunden und Ihre Maklerpartner mit den Services der Generali?

Die Generali misst nicht nur die Kunden-, sondern auch die Zufriedenheit ihrer Partner mit dem Net Promoter System. Dabei werden Kunden und Partner – nach entsprechenden Geschäftsfällen – kontaktiert und nach ihren Erfahrungen gefragt. In beiden Fällen erhält die Generali sehr gute Bewertungen.

Bestätigt werden unsere ausgezeichneten Services auch bei den von AssCompact durchgeführten Awardverleihungen für den Besten Service für Vermittler. Die Generali wurde von ihren Partnern bereits mehrmals für ihre hervorragenden Leistungen ausgezeichnet. Auch 2018 gingen wir dank der Votings unserer Maklerpartner als Sieger hervor. Für das uns entgegengebrachte Vertrauen bedanke ich mich im Namen des gesamten Generali Teams. Die Auszeichnungen sind Ansporn, uns als Qualitätsversicherer weiterzuentwickeln.

Was bedeutet die zunehmende Digitalisierung für die Makler?

Die permanente Verbesserung des Vermittlerservices ist der Generali ein großes Anliegen. Ich betrachte die Digitalisierung als Chance zur Optimierung der Servicequalität. Die Generali verfolgt den Grundsatz, Digitalisierung bestmöglich mit persönlicher Beratung zu vernetzen. Ich bin davon überzeugt, dass eine Person in der Betreuung nicht wirklich ersetzt werden kann und dass viele Kunden den persönlichen Ansprechpartner unverzichtbar finden. Gleichzeitig ist es aber notwendig, die Prozesse digital zu gestalten, einerseits um für die Beratung noch mehr Zeit zu gewinnen und andererseits um allen regulatorischen Anforderungen gerecht zu werden. Ziel ist es, Kunden und Partnern einen Mehrwert zu bieten. Ein effizienter Technik-Einsatz entlastet den Vertrieb erheblich. Die Generali unterstützt ihre Partner mit einem vollelektronischen Prozess bei der Beratung im Retailbereich. Über unser Verkaufssystem ist es möglich, den kompletten Prozess im Massengeschäft digital abzuwickeln. Nichtsdestotrotz legen wir größten Wert auf persönliche Beziehungen, regionale Standorte und gut ausgebildete Maklerbetreuungsteams. ■