



APA0017 5 WI 0803 Mo, 22.Jul 2019

Versicherungen/Generali Versicherung Österreich/Österreich/Wien

Generali Österreich mit neuer Strategie auf Wachstumskurs

Utl.: Österreich-Chef Leu: Wollen lebenslange Partnerschaft mit Kunden – Versicherungsgeschäft wird weiterentwickelt – Auch Dienstleistungen und Prävention im Fokus

Wien (APA) – Die Generali ist mit ihrer neuen Drei-Jahres-Strategie auf Wachstumskurs. Diese beruht auf den drei Säulen profitables Wachstum, der Kunde im Mittelpunkt und neue Einfachheit etwa bei Produkten. Die Umsetzung in Österreich sei nun im Juni gestartet, sagte Generali-Österreich-Chef Alfred Leu zur APA. Zusätzlich zu maßgeschneiderten Produkten sind Dienstleistungen und Prävention verstärkt im Fokus.

Bei der Generali sei eine Wachstums- und Entwicklungsstrategie angesagt, nach Jahren von Konsolidierung und Kapitalmanagement stehe nun profitables Wachstum an oberster Stelle. Ein Herzstück der Strategie 2019 bis 2021 sei, dass der Kunde im Mittelpunkt stehe, wobei ein entscheidender Punkt sei, „dass wir eine lebenslange Partnerschaft mit unseren Kunden eingehen wollen“.

Um die Kunden lebenslang zu begleiten sollen über alle Vertriebswege maßgeschneiderte Lösungen angeboten werden, die auch Dienstleistungen und Prävention umfassen. Es gehe um eine Weiterentwicklung des Versicherungsgeschäfts, die über das Geben einer Versicherungsdeckung und Schadenszahlung hinausgehe. Die Generali Österreich beginne dabei „glücklicherweise nicht bei null“, es gebe bereits einige Initiativen.

Leu nannte als Beispiel die IT- und Cyber-Assistance für Private und Unternehmen. Gerade bei der Digitalisierung „lassen wir die Kunden nicht allein, die Probleme haben.“ Privatkunden können eine solche Dienstleistung im Rahmen der Haushaltsversicherung abschließen. Wenn es zu Hause Computerprobleme gibt, kann sich der Kunde an die zur Generali-Gruppe gehörende Europe-Assistance wenden – das auf solche Fälle spezialisierte Wiener Team betreut die Kunden in Österreich, Deutschland und in der Schweiz.

Für Klein- und Mittelbetriebe (KMU) wird etwa eine Dienstleistung angeboten, die auf Prävention abzielt: Ein Generali-Partner checkt die IT-Systeme regelmäßig durch und liefert einen Bericht ab, der auch auf dem Kundenportal online abrufbar ist. Der Kunde kann dann erkennen, welche Handlungen er setzen kann, um seinen Betrieb wieder sicher zu machen. „Wir sehen immer mehr, wie wichtig die IT-Sicherheit für Betriebe ist, denn es kann auch um das Überleben einer Firma gehen“, so Leu.

Ein wichtiger Punkt in der Strategie sei die neue Einfachheit, dort fänden sich auch die Themen Automatisierung, Digitalisierung und Prozessabläufe. In der Kundenbetreuung setzt die Generali aber weiter auf persönlichen Kontakt – „weil wir auch ganz tief überzeugt sind, dass der menschliche Faktor auch in dieser digitalen Welt eine große Bedeutung hat.“ Dahingehend läuft auch die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter, mit denen die Generali ebenfalls eine lebenslange Partnerschaft eingehen wolle.

Konzernweit wird gerade ein Aus- und Weiterbildungsprogramm gestartet, das zusätzlich zu bisherigen Weiterbildungsmaßnahmen auf die Veränderungen in der Arbeitswelt Bezug nimmt. Also beispielsweise welche zusätzlichen Fähigkeiten für Mitarbeiter sichergestellt werden

müssten, deren Aufgabengebiete teilweise oder ganz wegfallen und die für den Einsatz in anderen Unternehmensbereichen ausgebildet werden müssten. Digitalisierung spielt auch bei der Weiterbildung eine wichtige Rolle – vom Webinar über e-learning bis hin zum Skype-Kurs. Die Fluktuationsraten bei der Generali in Österreich sind gering – 3 Prozent pro Jahr im Innendienst und 10 Prozent im Außendienst. Die Generali-Gruppe in Österreich hat mehr als 5.000 Mitarbeiter.

Bezüglich neuer Mitarbeiter verweist Leu auf die demografische Entwicklung mit den auf dem Arbeitsmarkt ausscheidenden Babyboomern – „da tut sich eine gewaltige Lücke auf“. Man müsse mit jungen Menschen ins Gespräch kommen und ihnen auch zeigen können, Versicherung könnte eine interessante Aufgabe sein. Österreich habe den großen Vorteil des dualen Ausbildungssystems. Die Generali starte eine Lehrlingsoffensive. „Wir haben derzeit rund 80“ – mit 100 bis 120 wäre Leu „zufrieden“. Zudem gibt es drei Programme für Trainees. Es sei schwierig gute Leute zu finden, für den Moment sei die Generali diesbezüglich aber erfolgreich. Auf Führungs- und Spezialistenebene will man den Frauenanteil erhöhen.

Die Digitalisierung ist für Leu eine der Möglichkeiten um die Kundenzufriedenheit zu erhöhen. „Wir machen nicht Automatisierung und Digitalisierung einfach um der Digitalisierung willen, der Treiber ist, immer ein besseres Kundenerlebnis zu schaffen.“ Ein Beispiel für den Einsatz von Künstlicher Intelligenz: In der Krankenversicherung werden die Belege mit OCR eingelesen und eingereichte Medikamente nun automatisiert mit einem Katalog abgeglichen, ob sie von der Versicherung gedeckt sind. Früher wurde das händisch gemacht.

Das Kundenportal wird aktuell von rund 240.000 der insgesamt rund 1,7 Millionen Kunden genutzt. In den nächsten Monaten will die Versicherung auch eine mobile Anwendung zur Verfügung stellen: „Wir wollen aufs Smartphone.“

Das heurige Geschäftsjahr ist für die Generali Österreich gut angelaufen. Beim Absatz gebe es Zuwächse in allen Versicherungssparten. Auf der Schadenseite ließen sich bisher keine speziellen Auffälligkeiten feststellen, allerdings sei die Hagelsaison noch nicht vorbei, betonte Leu. In der Lebensversicherung würden vor allem Risikoversicherungen und fondsgebundene Versicherungen sowie ein Hybridprodukt – eine Kombination aus klassischer und fondsgebundener Lebensversicherung – abgesetzt. Wichtig sei für die Altersvorsorge ein langfristiges Ansparen, um dann Geld für ein „hoffentlich gesundes langes Leben“ oder auch Pflege zur Verfügung zu haben.

Autor: itz/ivn

APA-DeFacto
Datenbank & Contentmanagement GmbH
Laimgrubengasse 10
1060 Wien
+43 1 36060-5601
defacto@apa.at

© APA-DeFacto GmbH und der jeweilige Verlag. Alle Rechte vorbehalten.

Sämtliche Inhalte sind nach den Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes bzw. verwandter Schutzrechte geschützt und dienen ausschließlich der persönlichen Information und dem privaten Gebrauch. Insbesondere sind daher jede Form der Vervielfältigung, Veröffentlichung bzw. Zurverfügungstellung, sonstige Weitergabe oder Aufnahme in elektronische Datenbanken der Inhalte oder Teilen davon untersagt und bedürfen der ausdrücklichen Zustimmung von APA-DeFacto.