

# Generali – Ein klares Ziel: Lebenslanger Partner

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

**Herr Schuchter, die Generali hat sich auf die Fahnen geschrieben, lebenslanger Partner sein zu wollen – für ihre Kunden und für ihre Vertriebspartner. Was bedeutet das in der Praxis?**

Als lebenslanger Partner unserer Kunden sowie Vertriebspartner stehen wir für Einfachheit und Innovation in Verbindung mit Empathie und Sorgfalt. Im Rahmen der Strategie Generali 2021 haben wir uns dazu Kriterien für unseren Arbeitsalltag überlegt, um die Bedürfnisse unserer Partner und Kunden noch besser zu erfüllen. So legen wir sehr großen Wert auf individuelle Versicherungslösungen kombiniert mit persönlichen und innovativen Services. Auch professionelle wie einfache Betreuungs- und Vertriebsprozesse sind wichtige Assets.

**Die Generali hat auch im Vorjahr wieder – neben Gold in den Sparten Unfall und Eigenheim/Haushalt – den Service-Award für sich entschieden. Ein Ansporn, den Maklerservice weiter zu verbessern?**

Ich bin sehr stolz, dass es uns zum dritten Mal in Folge gelungen ist, das Vertrauen unserer Maklerpartner zu gewinnen und zum besten „Service“-Anbieter in Österreich gewählt wurden. Dafür möchte ich mich bei allen Vermittlern, die uns ihre Stimme gegeben haben, sehr herzlich bedanken. Die Bewertung über die gesamte Servicekette – von der regionalen und zentralen Maklerbetreuung, über das Produktangebot, das Underwriting und die Polizzierung, die Schadenerledigung bis hin zum digitalen Service – stellt für uns eine sehr wertvolle Rückmeldung dar und liefert gute Anhaltspunkte für weitere Verbesserungsansätze.

**Welche Ziele verfolgt die Generali bei der Digitalisierung des Vertriebs? Wie unterstützt Ihre Gesellschaft die Vertriebspartner bei der Einhaltung der Regularien und bei der Vereinfachung der Prozesse?**

Mit der Digitalisierung unterstützen und erleichtern wir den Abschlussprozess für unsere Partner und Kunden wesentlich. Wir reduzieren Komplexitäten und vereinfachen Services und Abläufe. Die Mehrheit der Anträge erfolgt bei der Generali bereits elektronisch. Wir unterstützen die Vertriebspartner in der Kundenberatung über das Generali-Verkaufssystem, das auch über mobile Endgeräte in vollem Umfang genutzt werden kann. Unser Verkaufssystem ist Multi-Channel fähig, verfügt über offene Schnittstellen und ist mit allen Back-Office Systemen und Portalen kompatibel. Darüber hinaus berücksichtigt es regulatorische Themen wie IDD und DSGVO und hilft bei den umfassenden Dokumentationspflichten, Risiken zu reduzieren. Die fachliche Kompe-

tenz des Versicherungsvermittlers wird durch die Digitalisierung sowie durch die Automatisierung der Arbeitsabläufe unterstützt, aber nicht ersetzt.

**Welche Rolle spielt dabei der OMDS 3.0?**

Eine sehr wesentliche, denn es ermöglicht einen standardisierten unternehmensübergreifenden Datentransfer. Die wichtigsten Geschäftsprozesse zwischen Versicherungen und Vertriebspartner können über OMDS 3.0 abgewickelt werden. Nicht nur die Makler und die Generali profitieren aufgrund der durchgängigen Prozesse von den Vorteilen dieser innovativen Technologie, sondern auch unsere Kundinnen und Kunden. Höchster Qualitätsstandard ist das Ziel. Dieser wird federführend vom Versicherungsverband mit den Versicherungen festgelegt und definiert. Damit alle Marktteilnehmer die Vorteile 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 Log-In Zugriff auf sämtliche Versicherungsportale. Alle Verträge seiner Kunden – unabhängig vom Versicherer – werden gesamthaft dargestellt. Polizzierungen, Adressänderungen oder die Schadenbearbeitung werden deutlich beschleunigt.

**Cybercrime ist für Unternehmen weltweit zum Risiko Nummer 1 geworden. Welche Lösungen bietet die Generali zum Schutz von Österreichs Unternehmen? Worauf liegt der Fokus?**

Obwohl die Digitalisierung im Alltag viele Chancen bringt, muss man sich natürlich auch der Gefahren bewusst sein. Egal ob als Privatperson oder Unternehmen, dem Thema Cyberkriminalität sollte sich niemand verschließen, der mit dem Internet verbunden ist. Denn das Erkennen der Risiken wird immer schwieriger. Hier gilt, wie schon bei der Gesundheit: Vorsorge ist besser als Nachsorge. Gewerbetreibende können von der rasch fortschreitenden Automatisierung und Digitalisierung überfordert sein. Gleichzeitig werden Gefahren im Cyber-Bereich oft nicht richtig eingeschätzt.

Das Generali IT&Cyberprodukt für Gewerbekunden ist mehr als eine klassische Versicherung und wird auch zunehmend von Klein- und Mittelbetrieben bzw. Freiberuflern in Anspruch genommen. Der Fokus liegt beim Generali Cyberprodukt auf der Risikoprävention. Ein voll automatisiertes Präventionstool zeigt laufend etwaige Schwachstellen in der IT Sicherheit auf und ermöglicht so eine frühzeitige Behebung der Gefahrenpotenziale. Zusätzlich stehen rund um die Uhr Expertinnen und Experten der Europ Assistance mit technischem Support zur Verfügung.



Arno Schuchter, Chief Sales and Marketing Officer der Generali Versicherung AG (Foto: Generali/Lukas LORENZ)

„Die Generali möchte ihre Vertriebspartner und Kunden ein Leben lang begleiten. Wir legen sehr großen Wert auf individuelle Versicherungslösungen kombiniert mit persönlichen und innovativen Services.“

#### Wie ausgeprägt ist die Absicherung von biometrischen Risiken in Österreich?

Die Absicherung biometrischer Risiken wird in Zukunft deutlich zunehmen. Derzeit haben nur vier Prozent der Österreicherinnen und Österreicher eine Berufsunfähigkeitsvorsorge. Die Generali Versicherung sieht großes Potenzial in dieser Sparte. Eine Berufsunfähigkeit kann Menschen in jeder Altersgruppe treffen und ist vor allem für Berufseinsteiger unbedingt notwendig. Wir unternehmen hier seit dem Vorjahr besondere Anstrengungen zur Aufklärung über das Risiko und schaffen in Form von „Biometrie-Tagen“ Bewusstsein für die Notwendigkeit einer entsprechenden Versicherung. Auch hier können wir mit zusätzlichen digitalen Services punkten. Die Produkte der Generali wurden von Morgen & Morgen wiederholt mit fünf Sternen ausgezeichnet und erfüllen die Infimma Marktstandards.

#### In der Sparte Krankenversicherung setzt die Generali auf GesundheitsCoaching und die „Meine Generali App“. Welche Benefits bringen diese Innovationen, wie ist das Feedback vom Markt?

Mit der Meine Generali App und dem GesundheitsCoaching bietet die Generali digital affinen Menschen ein zeitgemäßes Mobile-Erlebnis und neue Möglichkeiten der selbstbestimmten Gesundheitsvorsorge. Etwa wenn es darum geht,

schlechte Gewohnheiten zu verändern oder neue Präventionsmöglichkeiten zu erkennen. Sehr groß ist auch der Wunsch, bei medizinischen Fragen rascher und unkomplizierter ärztliche Hilfe, zum Beispiel im Rahmen einer Online-Sprechstunde via Videochat, in Anspruch nehmen zu können. Diese Angebote haben wir erst seit kurzem am Markt und werden rege nachgefragt.

Obwohl das Gesundheitsbewusstsein und der Wunsch nach mehr Gesundheit im Alltag in Österreich stark ausgeprägt sind, liegt Österreich laut einer Eurostat-Erhebung mit nur 57 gesunden Lebensjahren deutlich unter dem EU-Durchschnitt von 64 Jahren. Die Generali möchte sich hier entsprechend ihrer strategischen Ausrichtung verstärkt als lebenslanger Partner beim Gesundwerden und Gesundbleiben präsentieren. Seit März dieses Jahres bieten wir auch eine weiterentwickelte Generation unseres Gesundheitsprogrammes Generali Vitality an, bei der die Bewegung stärker im Fokus steht. Spielerische Elemente, kurzfristige Belohnungen sowie eine einfache und intuitive Interaktion verstärken die Anreize zur Gesundheitsprävention.

#### Wie sehen Sie angesichts des hybriden Kunden die Zukunft des Vertriebs? Was bedeutet die digitale Entwicklung für die Versicherer und ihre Vertriebspartner?

Die Digitalisierung hat die Wünsche und Ansprüche der Kunden verändert. Vieles läuft heute über das Smartphone: die ▶

„Mit der Digitalisierung unterstützt und erleichtert die Generali den Abschlussprozess für ihre Partner und Kunden wesentlich. Wir reduzieren Komplexitäten und vereinfachen Services und Abläufe.“



Kommunikation und Informationssuche ebenso wie Transaktionen oder geschäftliche Korrespondenzen. Kunden unterscheiden heute nicht mehr zwischen On- und Offline, sondern nutzen jeweils den effizientesten Zugangsweg. Bei der Generali werden die Anträge nahezu papierlos abgewickelt. Der Versicherungsabschluss per Fingerprint oder Gesichtserkennung gehört zum Alltag. Unser Kundenportal wird mittlerweile von über 300.000 Kundinnen und Kunden genutzt und unsere im Herbst gelaunchte „Meine Generali“ App, das mobile Kundenportal, erfreut sich großer Beliebtheit.

Aber auch wenn sich die Art der Kommunikation verändert hat, so bin ich fest davon überzeugt, dass der persönliche Kontakt zur Kundin bzw. zum Kunden weiterhin ein wesentlicher Erfolgsfaktor sein wird. Online-Abschlüsse entwickeln sich am heimischen Markt nur langsam und vorrangig bei einfachen Produkten. Beratung und Verkauf werden auch in Zukunft primär persönlich erfolgen. Emotionale Themen wie die eigene Gesundheit oder die Absicherung des Lebens sind in einem Gespräch von Angesicht zu Angesicht besser aufgehoben als im Internet. Der Vertrieb der Zukunft wird jedenfalls getragen sein von persönlicher Beratung und digitaler Abwicklung.

**Die Generali hat vor wenigen Monaten in Klagenfurt eine neue Landesdirektion eröffnet. Ein Signal, dass auch in Zeiten der Digitalisierung der persönliche Kontakt zu den Vertriebspartnern ein wichtiger Faktor bleibt?**

Auf jeden Fall. Auch wenn die digitale Transformation des Vertriebs stark vorangetrieben wird, bleibt der menschliche Faktor in unserer digitalen Welt essenziell. Der persönliche Kontakt und die Nähe zu unseren Vertriebspartnern und Kunden wird auch in Zukunft ein wesentlicher Erfolgsfaktor sein. Aus diesem Grund wird die Generali weiterhin in allen neun Bundesländern mit gut ausgebildeten Maklerbetreuungsteams vertreten sein. Wir investieren in zahlreiche neue Ideen und Technologien und bieten in modernen Standorten eine optimale Infrastruktur. Dabei steht immer der Mehrwert für unsere Kunden und Geschäftspartner im Mittelpunkt. Die Vernetzung von digitalem Service mit persönlicher hoch qualifizierter Beratung zum Vorteil der Kunden und Vertriebspartner ist das Ziel der Generali und macht uns zu einem verlässlichen Partner.

**Auch in Zeiten des Coronavirus?**

Selbstverständlich. Die Gesundheit und Sicherheit der Menschen in Österreich hat höchste Priorität. Die Generali Versicherung ist auch in dieser außergewöhnlich schwierigen Situation ein umsichtiger Partner. Wir unterstützen die Maßnahmen der Bundesregierung bestmöglich. Wir vermeiden direkte Kontakte und haben deshalb auch unsere Standorte für den Kundenverkehr vorübergehend geschlossen. Die regionalen Generali Maklerbetreuungsteams stehen unseren Vertriebspartnern für aktuelle Anliegen zwar nicht persönlich, jedoch telefonisch und – dank unserer digitalen Tools – online weiterhin mit Rat und Tat zur Seite. ■