



02.05.2019

## PRESSEMITTEILUNG

# Generali auf Wachstumskurs mit ausgezeichnetem Jahresergebnis 2018 dank abgeschlossener Transformation

- **Operating Result steigt im Jahr 2018 auf 821 Mio. € (+9,4% ggü. VJ)<sup>1</sup>, Net Result und Dividende (608 Mio. € +52,8% ggü. VJ) auf Rekordhöhe<sup>2</sup>**
- **Wachstum in der Lebensversicherung: Durch Stärkung der exzellenten Vertriebskraft der DVAG und des digitalen Marktführers CosmosDirekt sowie neuer Produktstrategie steigen Beitragseinnahmen über Markt auf 9,8 Mrd. € (+4,5% ggü. VJ)<sup>3</sup>**
- **Prämienzuwachs in der Schaden- und Unfallversicherung auf 3,8 Mrd. € (+1,3% ggü. VJ). Combined Ratio mit 92,7% hervorragend und besser als Marktdurchschnitt**
- **Mit dem Verkauf der Generali Leben und der Partnerschaft mit Viridium wird die strategische Neuausrichtung in der Lebensversicherung abgeschlossen. Generali ist weiterhin der zweitgrößte Erstversicherungskonzern auf dem deutschen Markt**
- **Ziel der neuen globalen Strategie „Generali 2021“ in Deutschland ist es, Nummer 1 in profitablen Wachstum, Innovation, Kundenservice sowie Lifetime-Partner der Kunden zu werden**
- **Ausbau des Smart Insurance-Programms unterstreicht Spitzenposition im Bereich Innovation. Neue Initiativen in Vorbereitung**

München – Die Generali in Deutschland hat in den vergangenen drei Jahren einen erfolgreichen Umbau des Konzerns vollzogen und damit die Basis für starkes Wachstum in der Zukunft gelegt. Kernbestandteile dieser industriellen Transformation waren:

- eine weitere Stärkung der über 40-jährigen Zusammenarbeit mit der Deutschen Vermögensberatung (DVAG) durch die Aufnahme des früheren Exklusiv-Vertriebs Generali (EVG) in das erfolgreiche Vertriebsnetzwerk,
- der Ausbau der Marktführerschaft der CosmosDirekt im digitalen Vertrieb,

#### Pressekontakt

Giulio Benedetti  
Leiter Unternehmenskommunikation  
T +49 (0) 89 5121-8294

Stefan Göbel  
Unternehmenskommunikation  
Leiter Externe Kommunikation  
T +49 (0) 89 5121-6100

Dirk Brandt  
Unternehmenskommunikation  
Externe Kommunikation  
T +49 (0) 89 5121-2257

presse.de@generali.com

Generali Deutschland AG  
Adenauerring 7  
D-81737 München

www.generali.de

Twitter: @GeneraliDE

<sup>1</sup> Betrachtung ohne Generali Lebensversicherung AG

<sup>2</sup> Net Result nach Local GAAP, Dividende gezahlt von Generali Deutschland AG an die Generali Beteiligungsgesellschaft

<sup>3</sup> inkl. Krankenversicherung



- die Vereinfachung der Aufbauorganisation sowie der Geschäftsprozesse in der gesamten Gruppe,
- die Optimierung des Produktportfolios mit smarten Versicherungslösungen
- sowie die Verbesserung der Kapitalausstattung durch den Verkauf der Generali Leben und die industrielle Partnerschaft mit Viridium zur Verwaltung geschlossener Lebensversicherungsbestände im deutschen Markt.

Dank zahlreicher Initiativen und der konsequenten Umsetzung ihrer Strategie konnte die Generali in Deutschland ihre **Jahresergebnisse** deutlich steigern: Im Jahr 2018 erhöhte sich das Operating Result auf 821 Mio. € (+9,4% ggü. VJ), sowohl das Net Result als auch die Dividende (608 Mio. €, +52,8% ggü. VJ) stiegen auf Rekordniveau.

Mit der strategischen Neuausrichtung und dem „One Company“-Ansatz gelingt es der Generali, ihre operativen Abläufe weiter zu verschlanken. Damit können Effizienzgewinne, Komplexitätsreduktionen und somit wichtige Kostenvorteile für den Konzern geschaffen werden. So konnten die laufenden operativen Kosten seit dem Start im Jahr 2015 um rund 270 Mio. € auf 1.148 Mio. € im Geschäftsjahr 2018 gesenkt werden. Das entspricht einer Reduzierung um fast 20%.

Die Ergebnisse des Jahres 2018 bilden eine starke Basis für die nächste strategische Phase des Konzerns in Deutschland, die ein Kernelement der globalen „**Generali 2021**“-Strategie ist. Die Generali, die schon der größte Erstversicherer in Europa ist und im deutschen Markt an zweiter Stelle steht, will in Deutschland die Nummer 1 in den Dimensionen des profitablen Wachstums, der Kapitalrendite, in Innovationen und Kundenorientierung werden. Ziel ist die Erhöhung des Marktanteils sowohl in der Lebens- als auch der Sachversicherung. Dies wird durch die einzigartige Vertriebsstrategie, hohe Investitionen in die Marke Generali sowie ein ausgewogenes Produktportfolio ermöglicht. Dazu trägt auch der Verkauf der Generali Leben bei, durch den der Konzern die freiwerdenden Ressourcen in Wachstum investieren kann.

**Giovanni Liverani, Vorstandsvorsitzender der Generali Deutschland AG,** betont: *„Unser Ziel ist es, die Nummer 1 in profitablen Wachstum, Innovation, Kundenservice und so zum lebenslangen Partner unserer Kunden zu werden. Dafür haben wir die Generali in Deutschland mit unserer industriellen Transformation in den vergangenen drei Jahren hervorragend aufgestellt und treiben damit als Vorreiter die globale Gruppenstrategie ‚Generali 2021‘ voran. 2018 war für die Generali in Deutschland ein wichtiges Jahr, das wir nicht nur mit exzellenten Geschäftsergebnissen abschließen konnten. Es ist uns gelungen, die Basis für starkes Wachstum in der Zukunft zu legen. Mit dem mehrheitlichen Verkauf der Generali Leben an Viridium komplettieren wir unsere industrielle Transformation und verbessern unsere Kapitalausstattung nachhaltig. Mit den Ergebnissen dieses Turnarounds haben wir zusätzliche Ressourcen gewonnen, um in weiteres Wachstum zu investieren.“*



## **AUF DEM WEG ZUM INNOVATIVSTEN VERSICHERER: MIT SMARTEN LÖSUNGEN ZUM LIFETIME-PARTNER FÜR KUNDEN – BESCHLEUNIGUNG DER PROJEKTE UND NEUE INITIATIVEN**

Die Generali in Deutschland wird weiteres Wachstum auch aus ihrer Rolle als Innovationsführer generieren. In den vergangenen Jahren hat der Konzern in Deutschland seine Produktfamilie mit Generali Vitality, Generali Mobility, Generali Domocity sowie CyberIdentity (IDProtect) in der Rechtsschutzversicherung in nahezu jedem Versicherungsbereich umfassend erneuert. *„Genau da machen wir jetzt weiter und werden diese Entwicklung 2019 und 2020 deutlich beschleunigen. Das bezieht sich vor allem auf Produkte und Dienstleistungen, aber auch im Backoffice wollen wir mit unserem Kundenservice punkten: zum Beispiel im Bereich Schadenmanagement oder mit künstlicher Intelligenz. Wir nennen das ‚One Smart Company‘. Wir haben zahlreiche Initiativen angestoßen und werden über diese weiteres Wachstum generieren. Mit innovativen Lösungen und unserem einzigartigen Vertriebsnetzwerk wollen wir unsere Kunden ein Leben lang begleiten“*, sagt **Liverani**. Inzwischen hat die Generali in Deutschland über die gesamte Smart-Insurance-Produktpalette die Marke von ca. 240.000 Verträgen überschritten.

Im Rahmen der globalen Strategie „Generali 2021“ wird die Generali in Deutschland ihr Smart-Insurance-Programm ausbauen und neue Produkte und Dienstleistungen starten, insbesondere im Bereich der Prävention und der Assistance-Leistungen.

## **FORCIERTES WACHSTUM DURCH STÄRKUNG DER VERTRIEBSKANÄLE UND REBRANDING MIT FOKUS AUF KERNMARKE GENERALI**

Zur Mitte des abgelaufenen Geschäftsjahres fand der Übergang des Exklusiv-Vertriebs Generali (EVG) auf den langjährigen, strategischen Vertriebspartner, die DVAG statt, an dem die Generali mit 40% beteiligt ist. Aufgrund der Beratungsstärke und der exzellenten Vertriebskraft der DVAG wird der Versicherungskonzern seine Kernmarke „Generali“ im deutschen Markt stärken und weiter wachsen. Das Rebranding der AachenMünchener beginnt Mitte 2019.

Darüber hinaus wird die Generali in Deutschland in den Ausbau des Onlinevertriebs ihres Direktversicherers investieren: Die CosmosDirekt ist Marktführer in der Risikolebensversicherung und wird zudem ihr Angebot in den Segmenten Komposit, Kranken und Rechtsschutz weiter ausbauen.

Die Generali in Deutschland hat zudem ihr Maklergeschäft neu geordnet: Unter der Marke „Dialog“ wird das gesamte Maklergeschäft des Konzerns in Deutschland konzentriert. Risikoträger für dieses Geschäft sind die bestehende Dialog Lebensversicherungs-AG und ab Mitte des Jahres 2019 die neu gegründete Dialog Versicherung-AG.



## **TRANSFORMATION IN LEBEN MIT FOKUS AUF FONDSGEBUNDENE PRODUKTE UND BIOMETRIE FORTGESETZT**

In der **Lebens- und Krankenversicherung** setzte die Generali in Deutschland im Jahr 2018 die Veränderung ihres Business-Mixes von Garantieprodukten zu fondsgebundenen Produkten und Biometrie weiter fort und verstärkt damit ihre Neuausrichtung. Dank der hervorragenden Performance der DVAG und der CosmosDirekt steigerte der Konzern seine Prämieinnahmen in der Lebensversicherung (ohne Kranken) auf rund 7,4 Mrd. € (+3,0% ggü. VJ). In der Krankenversicherung hat die Generali in Deutschland in einem schwierigen Marktumfeld ihre Prämieinnahmen auf 2,5 Mrd. € gesteigert.

Als Vorreiter der strategischen Stoßrichtung der internationalen Generali Group konnte der Konzern in Deutschland vor allem bei der Absicherung biometrischer Risiken (+5,8% ggü. VJ) und in der fondsgebundenen Lebensversicherung (+5,6% ggü. VJ) zulegen. In diesen Bereichen sind die AachenMünchener, die zukünftig unter der Kernmarke „Generali“ auftreten wird, und die CosmosDirekt marktführend. Bei reinen Sparprodukten sind die laufenden Prämieinnahmen in der Lebensversicherung planmäßig zurückgegangen (-5,8% ggü. VJ). Im Bereich der fondsgebundenen Lebensversicherung und in der Risikolebensversicherung will der Konzern auch in Zukunft weiter wachsen.

Mit dem Abschluss des Verkaufs von 89,9% der Generali Leben an die Viridium Gruppe hat die Generali Deutschland den letzten Schritt ihrer Neupositionierung in der Lebensversicherung vollzogen. Durch diese Transaktion werden die Zinsrisiken signifikant reduziert und die Rendite des Risikokapitals sowie die Solvabilität deutlich verbessert. Freiwerdendes Risikokapital wird wieder nachhaltig in Wachstum investiert. Die Generali hat im Rahmen ihrer industriellen Partnerschaft zur Verwaltung geschlossener Lebensversicherungsbestände im deutschen Markt weiterhin einen Anteil von 10,1% und einen Sitz im Aufsichtsrat an der Gesellschaft erhalten.

## **PRÄMIENZUWACHS IN SCHADEN UND UNFALL – EXZELLENTER PROFITABILITÄT IM KOMPOSITSEGMENT**

In der **Schaden- und Unfallversicherung** konnte die Generali in Deutschland die Prämieinnahmen auf 3,8 Mrd. € (+1,3% ggü. VJ) steigern und erneut eine hervorragende Profitabilität erzielen. Mit 92,7% (trotz der Auswirkungen von Elementarschäden) verfügt die Generali über eine im Marktvergleich ausgezeichnete Combined Ratio.

## **„THE HUMAN SAFETY NET“ – FOKUS DER GENERALI AUF DIE FÖRDERUNG BENACHTEILIGTER MENSCHEN**

„The Human Safety Net“ (THSN) als weltweite gesellschaftspolitische Initiative der internationalen Generali Group ist in Deutschland sehr erfolgreich mit den Aktivitäten „THSN for Refugee Start-Ups“ und „THSN for Families“ gestartet: In zunächst vier deutschen Städten konnte rund 100 Eltern geholfen werden, ihren Kindern die bestmögliche Unterstützung für ihre persönliche Entwicklung zu bieten. Im Rahmen des Start-Up-Programms leisten die ersten 20 durch



Menschen mit Fluchthintergrund gegründeten Unternehmen einen Beitrag zur Integration Geflüchteter in die Arbeitswelt und in unsere Gesellschaft. Mehr als 100 Corporate Volunteers engagierten sich bei den sozialen Aktivitäten der Generali Deutschland AG.

#### **GENERALI IN DEUTSCHLAND**

Die Generali in Deutschland ist mit rund 14 Milliarden Euro Beitragseinnahmen sowie rund 10 Millionen Kunden der zweitgrößte Erstversicherungskonzern auf dem deutschen Markt. Zum deutschen Teil der Generali gehören die Generali Versicherungen, AachenMünchener, CosmosDirekt, Dialog, Central Krankenversicherung, Advocard Rechtsschutzversicherung und Deutsche Bausparkasse Badenia.

#### **GENERALI GROUP**

Die Generali ist eine der größten globalen Versicherungsgruppen und Vermögensverwalter. Sie wurde 1831 gegründet und ist in 50 Ländern mit Beitragseinnahmen von insgesamt mehr als 66 Mrd. € im Jahr 2018 vertreten. Mit rund 71.000 Mitarbeitern hat der Konzern eine führende Position in Europa und eine wachsende Präsenz in Asien und Lateinamerika. Das Ziel der Generali ist es, ein lebenslanger Partner ihrer Kunden zu sein, der innovative und personalisierte Lösungen dank eines unübertroffenen Vertriebsnetzes bietet.

Die Sicherheit Ihrer persönlichen Daten ist uns sehr wichtig. Bitte informieren Sie uns, wenn Sie keine weiteren Informationen mehr von uns wünschen. Wir werden Ihre Daten dann aus unserem Verteiler löschen.