



28.09.2017
PRESSEMITTEILUNG

Generali beschleunigt die Umsetzung der Unternehmensstrategie für mehr Exzellenz und langfristige Wertschöpfung in Deutschland

- „One Company“-Ansatz: Verschlinkung operativer Abläufe zur Maximierung von Effektivität und Effizienz.
- Stärkung der Marke Generali im traditionellen Vertriebskanal. Weitere Investitionen in das Digitalgeschäft der marktführenden CosmosDirekt.
- Ausbau der Vertriebs-Partnerschaft mit Deutschlands führendem Finanzvertrieb DVAG durch Integration des Exklusivvertrieb Generali (EVG) im Rahmen einer neuen, exklusiven Vertriebsvereinbarung für Produkte der Marke Generali.
- Generali Lebensversicherung geht im ersten Quartal 2018 in den Run-Off. Dadurch Steigerung der Solvabilitätsquote der Generali Group um 1,7 Prozentpunkte und Erhöhung der Kapitalausstattung zur Unterstützung des Wachstums im deutschen Markt.

Pressekontakt

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

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

presse.de@generali.com

Generali Deutschland AG
Adenauerring 7
D-81737 München

www.generali.de

Twitter: @GeneraliDE

Triest/München – Die Generali Deutschland AG, Deutschlands zweitgrößte Erstversicherungsgruppe, startet heute die nächste Phase ihrer industriellen Transformation. Der Fokus liegt auf der Stärkung ihrer operativen Performance und der Erhöhung der langfristigen Wertschöpfung. Die heute verkündeten Maßnahmen spiegeln die sechs Kerninitiativen wieder, die das Commitment der internationalen Generali Gruppe zur Erreichung von Exzellenz untermauern, dazu gehören:

- Rationalisierung der Betriebsorganisation durch eine umfassende Vereinfachung der Infrastruktur der deutschen Produkt- und Dienstleistungsentwicklung
- Stärkung der Marke Generali durch Rationalisierung des deutschen Portfolios
- Fokus auf Innovationen für Kunden und Vertriebe dank einer vereinfachten und verbesserten Vertriebsstrategie
- Neuausrichtung des Produktportfolios mit einer langfristigen Lösung für den Bestand der Generali Leben

Philippe Donnet, CEO der Generali Group, dazu: „Die heutige Ankündigung steht im Einklang mit den wichtigsten strategischen Zielen der internationalen Generali Gruppe: die operative Performance zu verbessern und eine langfristige Wertschöpfung zu schaffen. Sie beschleunigt die Transformation der Generali in Deutschland, einem der Hauptmärkte der internationalen Generali Gruppe. Diese Maßnahmen werden Prozesse vereinfachen, unser Vertriebsnetz konsolidieren, unsere Produktpalette ausbauen und die Marke Generali stärken. Darüber hinaus wird der Run-Off der Generali Leben Ressourcen freisetzen, die es uns ermöglichen, neues Wachstum auf dem deutschen Markt zu schaffen.“

Giovanni Liverani, CEO der Generali Deutschland: „Dies ist der nächste Schritt zu mehr Exzellenz in der Generali Deutschland. Diese nächste Phase wird unsere Wachstumsstory beschleunigen, Profitabilität steigern, Kapitalbindung reduzieren und unsere Wettbewerbsposition stärken. Mit dem „One Company“-Ansatz werden wir Komplexität reduzieren, die Go-to-Market-Fähigkeit verbessern und unsere führende



Rolle bei Produktinnovationen und Smart Insurance-Produkten verstärken. Dank unserer langjährigen Partnerschaft mit dem herausragenden DVAG-Vertriebsnetz und dank der Verbesserung der im digitalen Vertrieb marktführenden CosmosDirekt werden wir unseren Wettbewerbsvorteil weiter ausbauen."

„ONE COMPANY“-MODELL UND EINE VEREINFACHTE PRODUKTENTWICKLUNG FÜR ALLE VERTRIEBSKANÄLE

Mit dem „One Company“-Ansatz wird die Generali Deutschland die bestehenden zehn Einheiten für Produktentwicklungen im Konzern in einer einzigen leistungsstarken und innovativen Produktentwicklungseinheit für alle Unternehmen und Marken zusammen führen. Diese vereint alle technischen und produktspezifischen Kompetenzen für die Produktsegmente Komposit, Kranken und Leben. Im Ergebnis entsteht ein einfaches und innovatives Produktangebot, das auf Vertriebskanäle und Marken angepasst werden kann.

STÄRKUNG DER MARKE GENERALI UND DES VERTRIEBS IN DEUTSCHLAND

Die Generali Deutschland hat eine Vereinbarung mit der DVAG, dem mit 6 Mio. Kunden erfolgreichsten Netzwerk von rund 30.000 Vermögensberatern in Deutschland und einem der größten in Europa, geschlossen. Als Ergebnis der Vereinbarung wird die Generali Deutschland ihre Kernmarke dank des exklusiven Vertriebs durch die DVAG stärken. Die Marken AachenMünchener und Central werden in die Kernmarke Generali überführt.

Mit einem Anteil von 40 Prozent ist die internationale Generali Gruppe Großaktionär der DVAG. Mitte 2018 wird die DVAG – vorbehaltlich der behördlichen Genehmigungen – das Vertriebsnetz des Exklusivvertrieb Generali (EVG) aufnehmen. Das EVG-Vertriebsnetzwerk besteht aktuell aus rund 2.800 Vermittlern. Derzeit erwirtschaftet die DVAG rund 50 Prozent des Neugeschäfts der Generali in Deutschland. Sie trägt maßgeblich zur führenden Marktposition der Generali bei profitablen Produkten, wie fondsgebundenen Lebensversicherungen, sowie zu einer Entwicklung in der Sachversicherung mit hervorragender Combined Ratio bei.

AUSWEITUNG DER MARKTFÜHRERSCHAFT IM DIGITALEN VERTRIEBSKANAL MIT COSMOSDIREKT

Die Generali Deutschland wird in den Ausbau des Onlinevertriebs des mit 1,8 Mio. Kunden marktführenden Direktversicherers CosmosDirekt investieren. CosmosDirekt ist ebenfalls bereits Marktführer bei Produkten zur Absicherung biometrischer Risiken und wird sein Angebot in den Segmenten Komposit, Kranken und Rechtsschutz weiter ausbauen. Damit wird das Unternehmen der erste Direktversicherer sein, der ein solch breites Produktportfolio anbietet, das speziell auf die Generation der „Millennials“ ausgerichtet ist. Gleichzeitig wird der neue, mobile Zugang für Kunden ausgebaut.

Im Maklergeschäft verfolgt Generali die Strategie profitablen Wachstums und einer weiter fortschreitenden Digitalisierung. Innerhalb dieses strategischen Rahmens wird das Kompositgeschäft mit geringer Ertragskraft abgebaut.



NACHHALTIGE RUN-OFF LÖSUNG FÜR GENERALI LEBEN

Generali wird die Generali Lebensversicherung¹ in den Run-off überführen. Dieser Schritt sichert die Ansprüche der Kunden für alle bestehenden Lebenverträge und reduziert zugleich substantiell das Risiko fallender Zinsen für die Generali. Darüber hinaus wird die Risikokapitalrendite verbessert und eine Steigerung der Solvabilitätsquote der Generali Group um 1,7 Prozentpunkte sowie der Generali Deutschland um 26 Prozentpunkte ermöglicht. Der Run-Off der Generali Lebensversicherung soll im ersten Quartal 2018 erfolgen. Diese Reorganisation schließt eine zukünftige Veräußerung des Generali Leben-Portfolios nicht aus.

GENERALI IN DEUTSCHLAND

Die Generali in Deutschland ist mit rund 16,2 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.

¹ Die versicherungstechnischen Rückstellungen der Generali Leben betragen 2016 ca. 40 Mrd. €. Die Generali in Deutschland hat per Jahresende 2016 21 Mrd. € versicherungstechnische Rückstellungen im fondsgebunden Bereich sowie in Biometrie (ohne Kranken). Gemessen in APE betrug 2016 der Anteil von fondsgebundene und biometrischen Neugeschäft 69 Prozent, mit ansteigender Entwicklung in den vergangenen drei Jahren dank der strategischen Ausrichtung „Neue Normalität in Leben“.