



Generali: Unser digitaler Weg

GENERALI

Unser digitaler Weg

GSE-Guide – Hamburg 27. und 28.09.2023
Jürgen Gerdes
Andreas Zander



Generali: Unser digitaler Weg

Agenda

- **Werbeblock**
- **Projekthistorie**
- **Plan**
- **Umsetzung**
- **Fallstricke**
- **Weitere Schritte**

Generali: Unser digitaler Weg

GENERALI IN DEUTSCHLAND

Unternehmenspräsentation

München, August 2023



Generali: Unser digitaler Weg

2

INTERNATIONALE GENERALI GROUP AUF EINEN BLICK

Einer der führenden
Versicherer weltweit



* Bestätigt im Dow Jones Sustainability World Index (DJSI) sowie im Dow Jones Sustainability Europe Index (DJSI Europe)



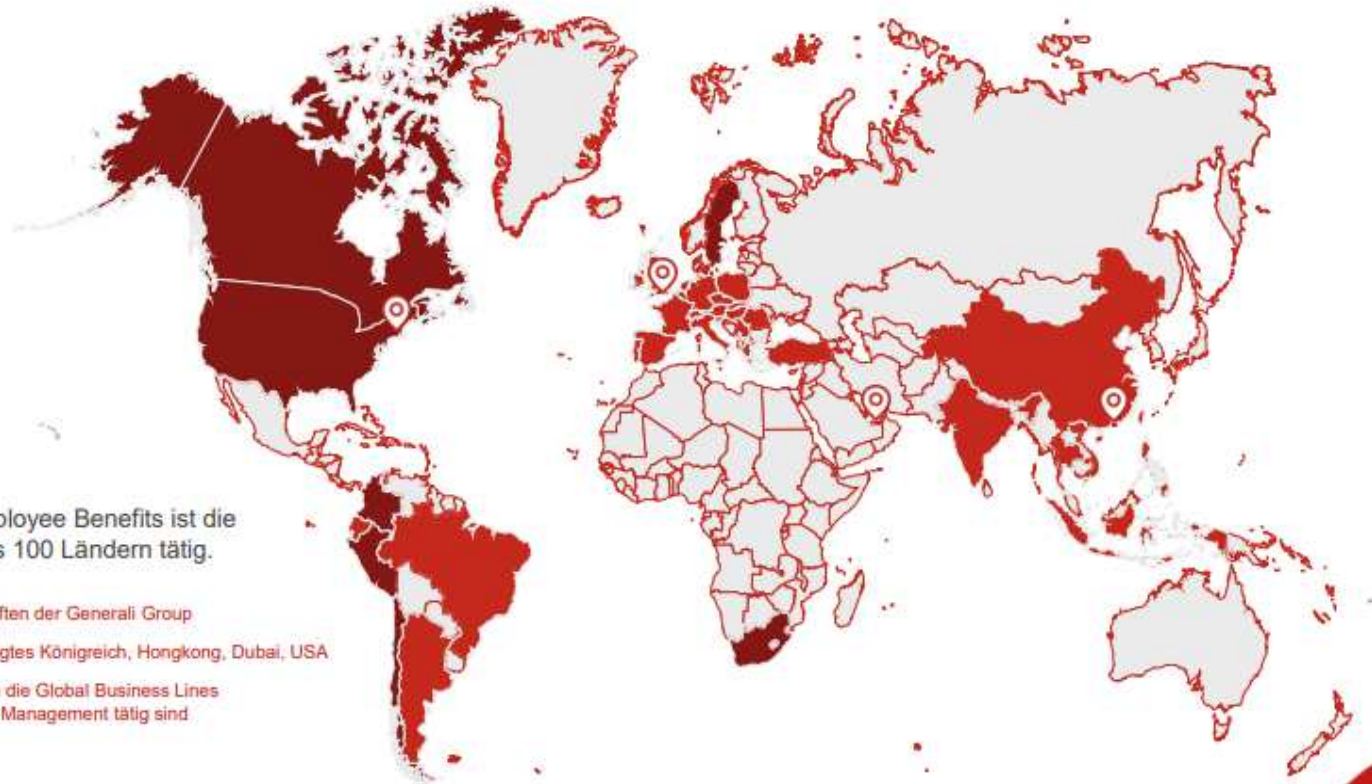
Generali: Unser digitaler Weg

3

PRÄSENZ DER INTERNATIONALEN GENERALI GROUP

Über Generali Employee Benefits ist die Gruppe in mehr als 100 Ländern tätig.

- Versicherungsgesellschaften der Generali Group
- Niederlassungen: Vereinigtes Königreich, Hongkong, Dubai, USA
- Weitere Länder, in denen die Global Business Lines oder das Asset & Wealth Management tätig sind



Generali: Unser digitaler Weg

4

INTERNATIONALE GENERALI GROUP

Kerngeschäft Versicherungen



Umfassendes Produktportfolio für alle Kundenbedürfnisse in der Lebens-, Kranken- und Kompositversicherung

LEBENS-, KRANKEN- UND KOMPOSITVERSICHERUNG

In der Lebensversicherung reicht das Angebot von privaten Vorsorgeprodukten einschließlich fondsgebundener Policen und Absicherung für Individuen und Familien bis hin zu komplexen Produkten für multinationale Kunden.

In der Krankenversicherung werden leistungsstarke Voll- und Zusatzversicherungen sowie Auslandsreiseversicherungen angeboten. Unternehmen können ihre Belegschaft in der betrieblichen Krankenversicherung zu besonderen Konditionen absichern.

In der Kompositversicherung wird die ganze Bandbreite im Privatkundengeschäft wie Kraftfahrt, Hausrat und Unfall, bis hin zu ausgefallenen Deckungen für gewerbliche und industrielle Risiken angeboten.

Die Gruppe setzt auf eine optimale Kundensegmentierung und fördert Innovationen, um zielgenau auf verschiedene Kundenbedürfnisse eingehen zu können. Generali verfolgt das Ziel, bei Kundenbindung und -zufriedenheit neue Maßstäbe zu setzen.

PRODUKTINNOVATION

Die Generali sieht Innovation als Schlüssel für zukünftiges Wachstum. Durch Innovation können wir maßgeschneiderte Lösungen anbieten und die Produktentwicklung durch zentrale Plattformen für die Bereiche Leben, Komposit und Kranken beschleunigen.

In der Lebens- und Krankenversicherung durchläuft jedes Produkt vor dem Launch eine Qualitätssicherung durch das Group Head Office. Bestehende Produkte werden regelmäßig überprüft, damit die Einhaltung der Konzernstandards gewährleistet werden kann. Auch im Segment Komposit arbeitet Generali kontinuierlich an der Weiterentwicklung der Produktpalette, um Lösungen, Services und das Schadenmanagement noch besser an die Bedürfnisse der Menschen anzupassen.

Generali ist führend im Privatkundengeschäft und baut den Geschäftsanteil im Gewerbe- und Industriegeschäft aus. Hier profitieren kleine, mittlere und weltweit agierende Unternehmen von der globalen Aufstellung der Gruppe und ihren guten Verbindungen zu internationalen Maklern.



Generali: Unser digitaler Weg

5

BUSINESS UNIT „GERMANY, AUSTRIA AND SWITZERLAND“ ALS TEIL DER WELTWEITEN GENERALI GROUP

BUSINESS UNIT „GERMANY, AUSTRIA AND SWITZERLAND“ (GESCHÄFTSJAHR 2022)

- DACH ist die **zweitgrößte Business-Unit** in der Generali Group und eine der **führenden Erstversicherungsgruppen** in D, A und CH
- **ca. 24%** der Beiträge der Generali Group
- **rund 19,6 Mrd. €** Beiträge im Versicherungsgeschäft
- **ca. 12,2 Mio.** Kundinnen und Kunden
- **15.650** Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter



Generali: Unser digitaler Weg

6

GENERALI BUSINESS UNIT DACH „GERMANY, AUSTRIA AND SWITZERLAND“ AUF EINEN BLICK



- 14,9 Mrd. € Beiträge im Versicherungsgeschäft 2022
- über 9 Mio. Kundinnen u. Kunden
- 9.200 Mitarbeiterinnen u. Mitarbeiter



- Marktführer in der fondsgebundenen Lebensversicherung
- Vorreiter in Smart-Insurance der Generali Group



- Generali Deutschland: Führend im Vertrieb mit über 18.000 Vermögensberaterinnen und Vermögensberater der DVAG
- CosmosDirekt: Nr. 1 im Direkt- und Digitalvertrieb
- Dialog: rund 19.000 unabhängige Vertriebspartner (Makler)



- 2,9 Mrd. € Beiträge im Versicherungsgeschäft 2022
- rund 2 Mio. Kundinnen u. Kunden
- 4.600 Mitarbeiterinnen u. Mitarbeiter

- Marktführer in wesentlichen Bereichen des Retailgeschäfts
- Vorreiter bei innovativen Services (persönlich & digital)

- Generali Versicherung: knapp 1.900 Kundenbetreuerinnen u. -betreuer, 126 Geschäftsstellen, rund 2.100 Makler-Partner
- BAWAG Versicherung: Bancassurance-Partner mit Fokus Leben
- Europäische Reiseversicherung: Marktführer Reiseversicherungen



- 1,8 Mrd. € Beiträge im Versicherungsgeschäft 2022
- rund 1 Mio. Kundinnen u. Kunden
- 1.800 Mitarbeiterinnen u. Mitarbeiter

- Erster Schweizer Versicherer mit vollständig digitaler Säule 3a

- Generali Versicherungen: Spezialist für alle Vorsorgefragen mit einem umfassenden Agenturnetzwerk
- Fortuna: Rechtsschutz- und Lebensversicherer
- House of Insurtech Switzerland: bringt Unternehmen, Start-ups und Investoren zusammen



Generali: Unser digitaler Weg

7

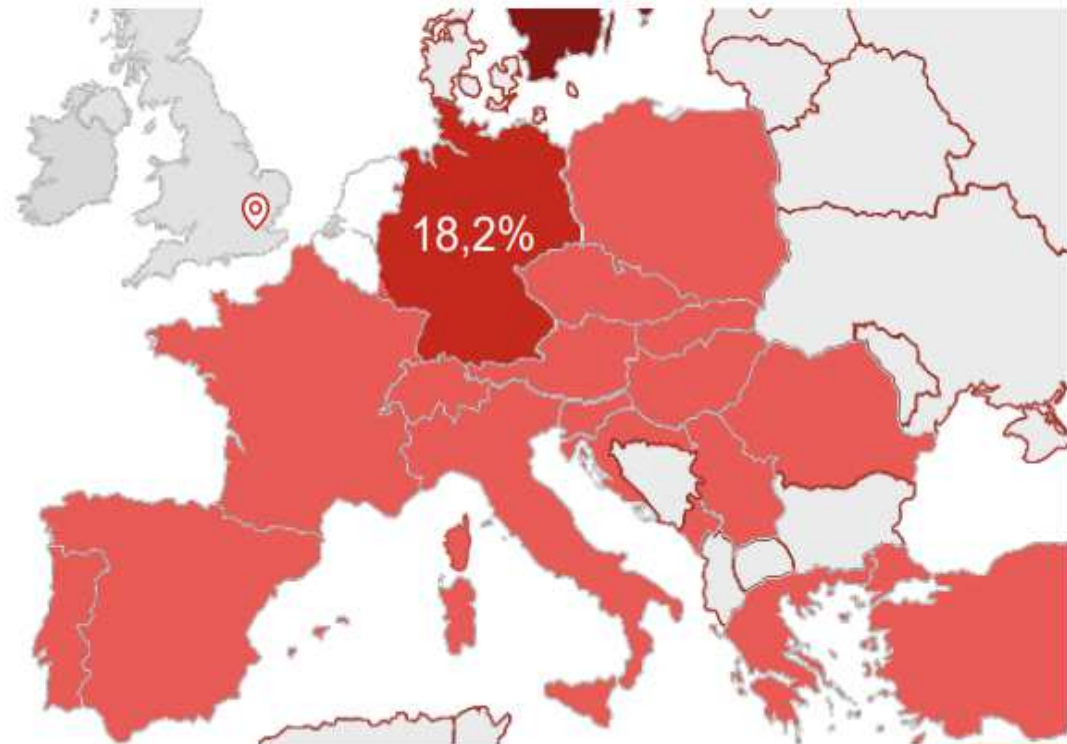
GENERALI IN DEUTSCHLAND ALS TEIL DER WELTWEITEN GENERALI GROUP

**GENERALI IN DEUTSCHLAND IST
DRITTGRÖSSTE LÄNDERGESELLSCHAFT
(GESCHÄFTSJAHR 2022)**

- 18,2% der Beiträge der Generali Group
- 14,9 Mrd. € Beiträge im Versicherungsgeschäft
- 996 Mio. € Operating Result
- 9.200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter



Niederlassung:
Vereinigtes Königreich



Generali: Unser digitaler Weg

8

GENERALI IN DEUTSCHLAND IST EINER DER GRÖSSTEN ERSTVERSICHERER AUF DEM DEUTSCHEN MARKT



über 9 Millionen Kunden



Vorreiter in Smart-Insurance
Generali Group



9.200 Mitarbeiterinnen
und Mitarbeiter



14,9 Mrd. € Beiträge im
Versicherungsgeschäft 2022



Nr. 1 in der fondsgebundenen
Lebensversicherung



Erstklassig in der
betrieblichen Altersversorgung



Führend im Vertrieb:

- ▶ Nr. 1 in der Vermögensberatung mit über 18.000 Vermögensberaterinnen und Vermögensberater in mehr als 5.200 Direktionen und Geschäftsstellen der Deutschen Vermögensberatung (DVAG)
- ▶ Nr. 1 im Direkt- und Digitalvertrieb (CosmosDirekt)
- ▶ Rund 19.000 unabhängige Vertriebspartner (Makler)



Generali: Unser digitaler Weg

9

STARKE UND EINZIGARTIGE VERTRIEBSLANDSCHAFT



Generali: Unser digitaler Weg

10

LIFETIME PARTNER 24: DRIVING GROWTH

Die Generali Group hat Ende 2021 ihren Dreijahresplan bis 2024 vorgestellt.

Der Titel: Lifetime Partner 24: Driving Growth.

Der neue Plan gibt eine klare Vision für Generali im Jahr 2024 und stützt sich auf drei strategische Säulen.



Generali: Unser digitaler Weg

11

VORREITER IN SMART INSURANCE

Mit unseren Smart-Insurance-Lösungen denken wir Versicherung neu: Zusätzlich zur Hilfe im Schadenfall begleiten wir unsere Kunden mittels innovativer Technologien. Wir helfen ihnen, besser zu fahren, gesünder zu leben oder ihr Heim sicherer zu machen – und beugen so dem Fall des Falles vor.

Mit dem strategischen Fokus auf Smart Insurance ergreift Generali in Deutschland die Chancen gesellschaftlicher und technologischer Veränderungen und ist marktweit Vorreiter bei der Digitalisierung der Assekuranz.



VITALITY

Das Vitality-Programm hilft Menschen, gesundheitsbewusster zu leben. Wer am Programm teilnimmt, sich außerdem bewegt, nicht raucht, gesunde Lebensmittel einkauft oder Vorsorgetermine wahrnimmt, erhält Vorteile bei Partnerunternehmen und bei Generali. Das Programm ist freiwillig und steht jedem offen.



MOBILITY

Telematik ermöglicht, individuelles Feedback über den eigenen Fahrstil zu erhalten und langfristig sicherer zu fahren. Telematik-Nutzer können so ihre Unfallrisiken senken und einen an ihren Fahrstil angepassten Versicherungsbeitrag beziehungsweise Rabatt erhalten. Ein weiterer Vorteil der Telematik: Durch die digitale Vernetzung ist Hilfe im Schadenfall schnell vor Ort.



DOMOCITY

Das eigene Zuhause sicherer machen: Zusätzlich zu einer Absicherung im Schadenfall werden bei Smart-Home-Lösungen die eigenen vier Wände intelligent vernetzt. So ist der Kunde überall über den Status der Sicherheitssysteme im Bilde. Das minimiert Risiken, verringert Schäden und ermöglicht schnelle Hilfe im Schadenfall.



Generali: Unser digitaler Weg

12

MANAGEMENT DER GENERALI IN DEUTSCHLAND





Projekthistorie

PORTOS: 2015-2017

2015 – 2017 PORTOS

- Realisierung In-App-Versand von Ausgangspost als PDF/A

2017 – 2020 Optik

- Rechtliche, organisatorische und technische Voraussetzungen für den Versand von E-Mails schaffen

2020 – 2022 Soccer

- Umsetzen eines einheitlichen Prozesses für einen umfassenden Versand von Schriftstücken in digitale Output-Kanäle (Versandkanalsteuerung – VKS)



Der Plan

SOCER: Umsetzung in

- Zwei DOPIX/Inspire-Systemen
 - Schnittstellensysteme Openshift / Java
 - Regelmaschine ODM
- Drei Altsysteme (ASF/DOPIX-Grey)
 - Schnittstellensysteme COBOL / PL/1
 - Keine Regelmaschine für das VKS einsetzbar
- Eine Nachverarbeitung (Versandsteuerung) POSY 4



Der Plan

Soccer – Was war zu tun?

1. Klären rechtliche Fragen ✓
2. Partnersystem (BRM) – Einwilligungsverfahren ✓
3. Klassifizieren aller Schriftstücktypen
4. Aufbau VKS
5. Implementierung VKS
6. Test



Der Plan

SOC CER – Voraussetzungen

Eine zentrale Versandkanalsteuerung (VKS)

Versandkanal abhängig von

- Schriftstücktyp
- Schriftstück
 - Aktueller Versandweg
- Empfänger
 - Vertragsrolle
 - E-Mailadresse / App-ID vorhanden
 - Entsprechende Einwilligung liegt vor



Der Plan

- Getrennte Lösungen für Alt- und Neu-Systeme
- Schnittstelle zur Versandsteuerung für alle Systeme identisch
- Für die DOPiX-Systeme erfolgte die Umsetzung plangemäß

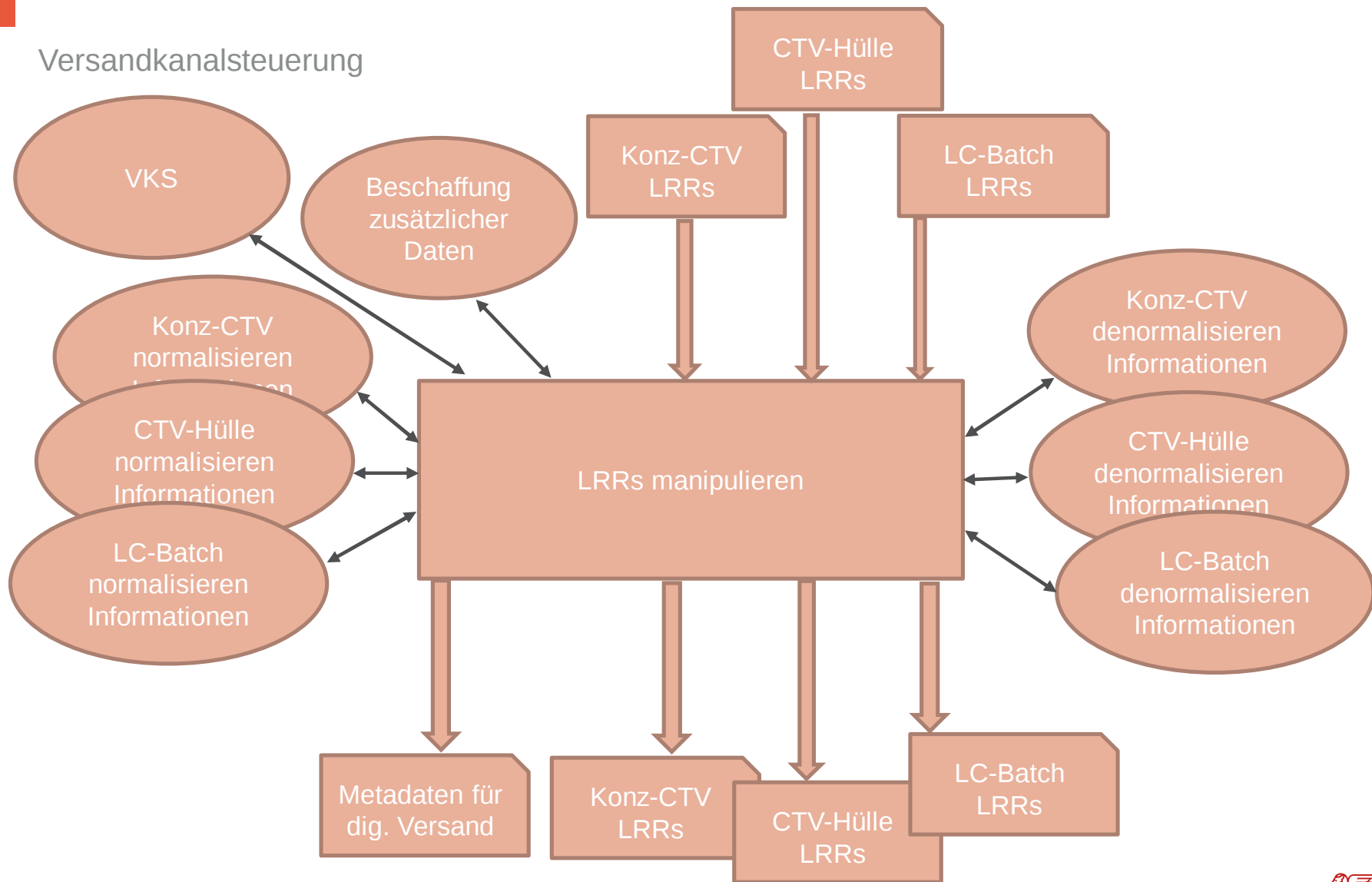


Die Umsetzung

- Herausforderungen der Alt-Systeme
 - Alte, gewachsene und komplexe Systeme
 - Demographischer Faktor
 - Aufbau neuer NOP-Zeilen entsprechend der DOPIX/Inspire-Systeme
 - COBOL-Programm statt Erweiterung Batch-Profil
 - 32K-Grenze für LRRs und SIBs
 - Metadaten statt zusätzliche Variablen
 - Gefordert: Ein zentrales VKS für alle Host-Systeme

Die Umsetzung

Versandkanalsteuerung





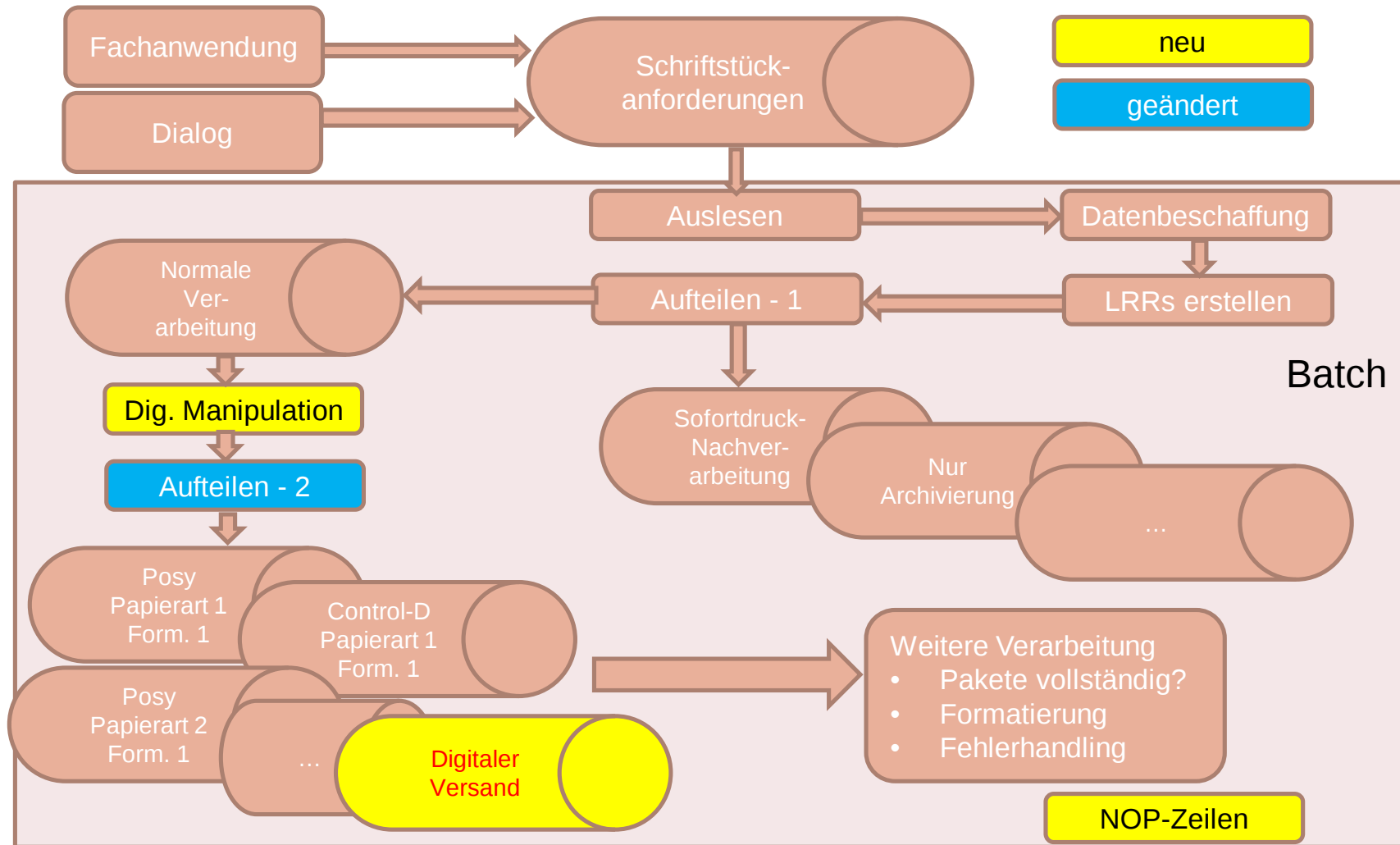
Die Umsetzung

Implementierung VKS

Der optimistische (naive) Ansatz

- Geringe Änderungen der vor- und nachgelagerten Bestandteile
- Änderungen in PL/1-Programmen möglichst vermeiden
- Ein Formatierungsablauf für alle digitalen Schriftstücke

Konzern-CTV



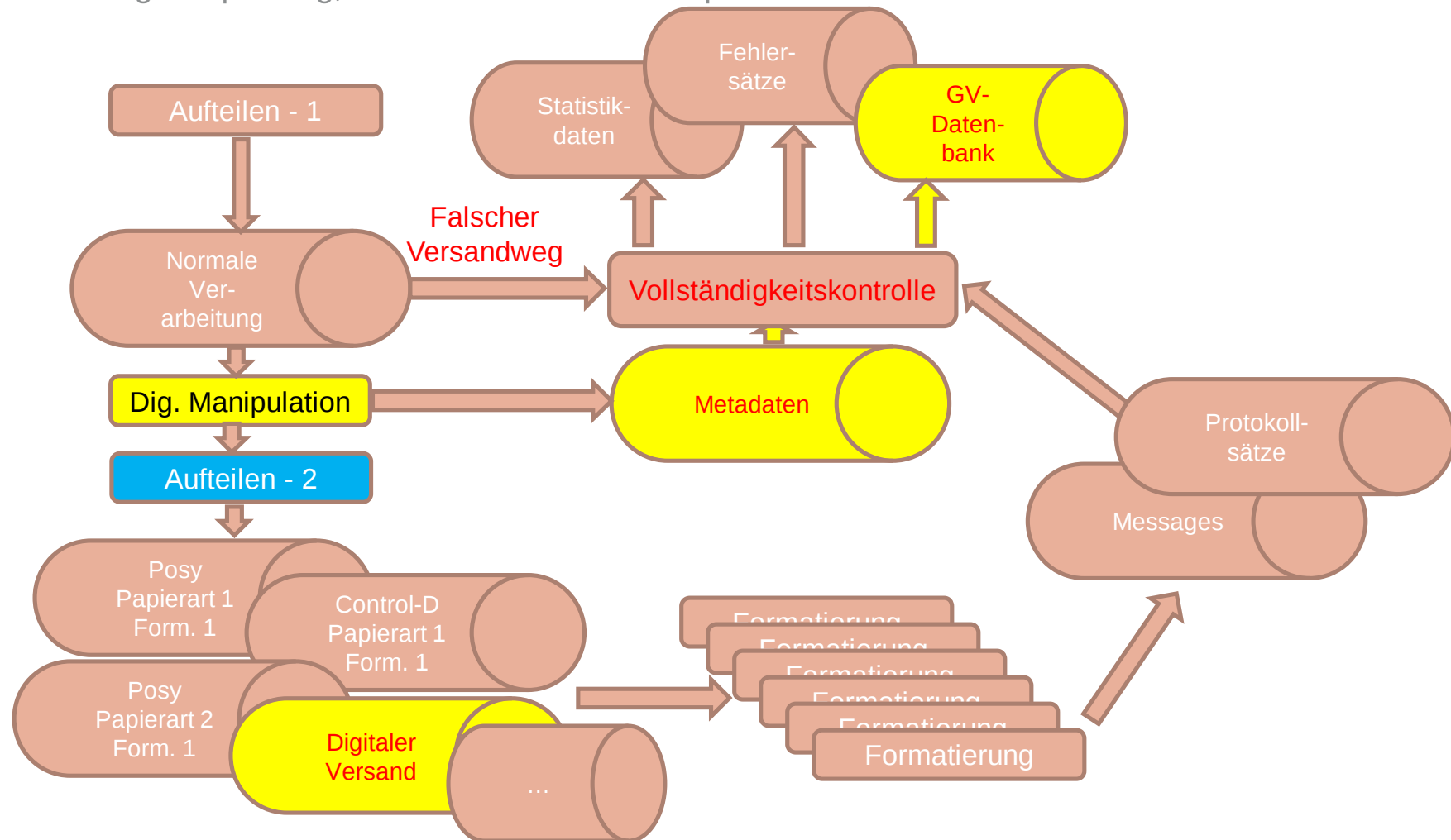


Fallstricke

- Kein fester Aufbau der alten NOP-Zeilen in den Alt-Systemen
- Zu große Toleranz beim Einfügen NOP-Zeilen
- Erwartungen des Fachbereichs vs. Fachliche Bedarfsbeschreibung
- Nachträgliche Anforderungen / späte Anforderungsschärfung
- „Sortenreines“ Testen im Formatierungsstep
- Mögliche Fehlersituationen werden nicht oder zu wenig getestet
- Der Produktive Ablauf wird bis zum Systemintegrationstest nicht komplett durchgetestet

Fallstricke

Vollständigkeitsprüfung, Statistikdaten und GV-Update



Weitere Schritte

Bis jetzt erreicht?

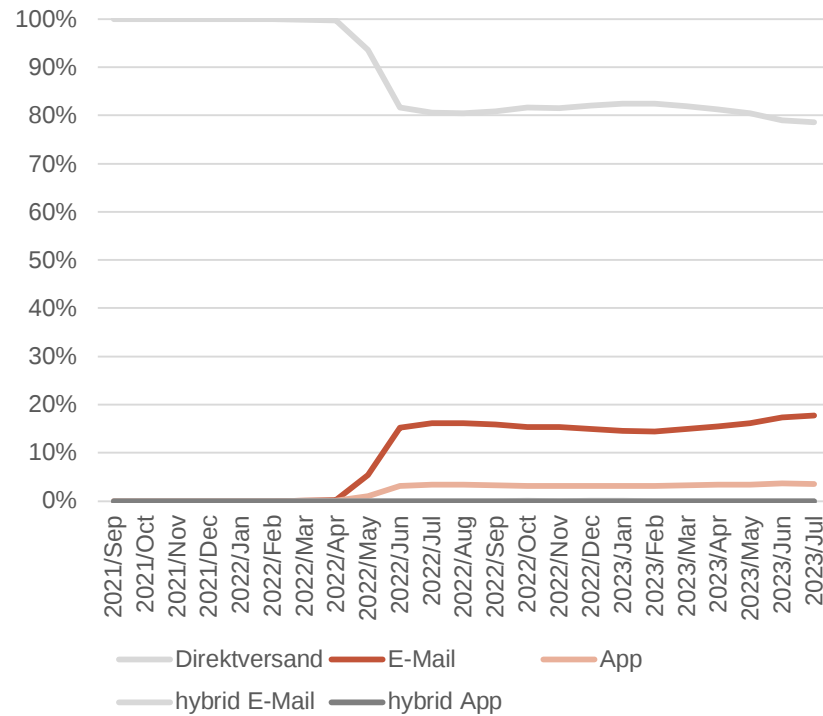
2023 bis Juli

- Bereich Leben:
 - Papierversand 98%
 - E-Mail -
 - In-App-Versand 2%
- Bereich Schaden
 - Papierversand 81%
 - E-Mail 16%
 - In-App-Versand 3%
- Bereich Kfz
 - Papierversand 68%
 - E-Mail 28%
 - In-App-Versand 4%
- Bereich Kranken:
 - Papierversand <50%
 - E-Mail
 - In-App-Versand
- Bereich SUH (neuer Bestand)
 - Papierversand ca. 80%
 - E-Mail
 - In-App-Versand
- Bereich SUH (alter Mandant)
 - Papierversand >90%
 - E-Mail
 - In-App-Versand

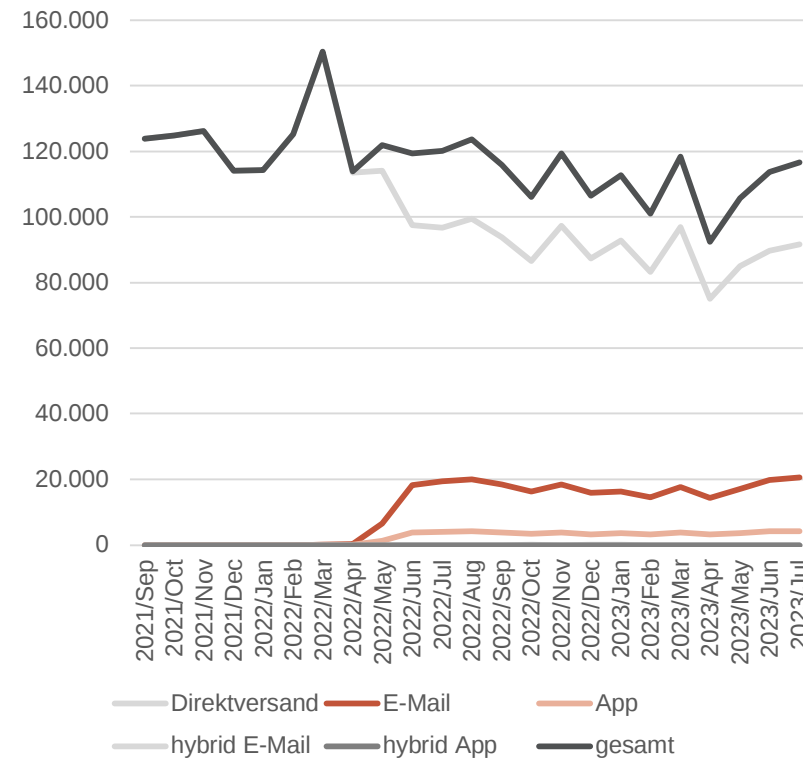
Weitere Schritte

Bis jetzt erreicht?

Versandweg Originaldokumente aus CTV-Anwendung (Schaden), in Prozent am direkten Versand



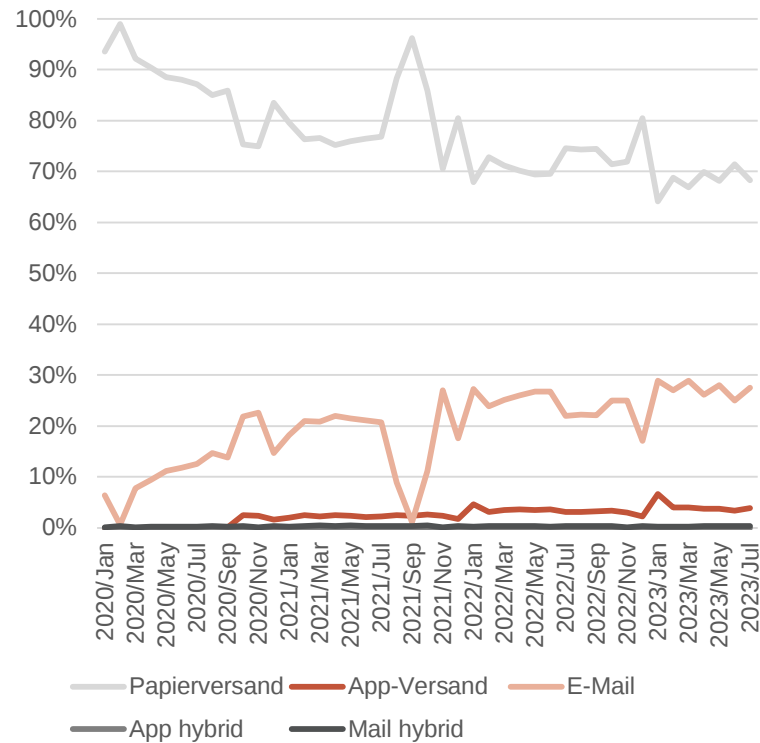
Versandweg Originaldokumente aus CTV-Anwendung (Schaden), total



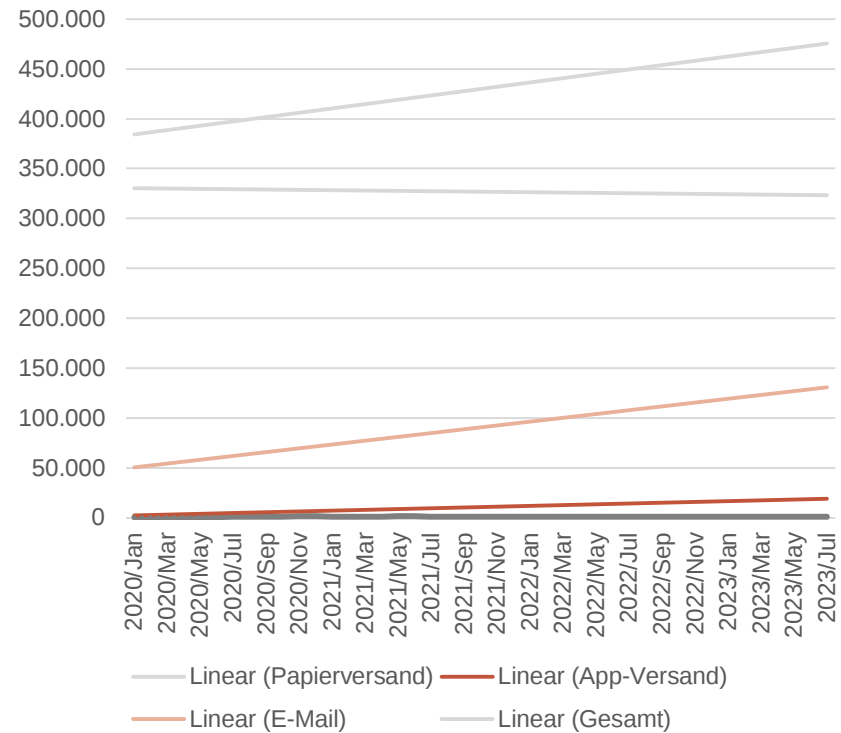
Weitere Schritte

Bis jetzt erreicht?

Versandweg Originaldokumente aus DOPIX-Anwendung (Kfz), in Prozent am direkten Versand



Versandweg Originaldokumente aus DOPIX-Anwendung (Kfz), monatlich, total, linearisiert





Weitere Schritte

Zusätzliche Anforderungen

- Faxabschaltung und Ersetzung durch neue Versandwege für den Sofort- und Batchversand
 - eBo „elektronisches Bürgerpostfach“
 - KIM „Kommunikation im Medizinwesen“
 - Totemo
 - DE-Mail
- 1. Einbindung in das VKS für Batchversand
- 2. Vorbelegung des Versandweges im Online-Dialog gemäß VKS
- Anbindung weiterer Mandanten

Weitere Schritte

Fragen?



Danke für die Aufmerksamkeit!



Kontaktdaten

Jürgen Gerdes
Juergen.Gerdes@Generali.com

Andreas Zander
Andreas.Zander@generali.com