APA - Austria Presse Agentur

*05.09.2023*

# Generali sieht sich für heuer trotz mehr Naturkatastrophen auf Kurs

## Versicherer legt Fokus im Geschäftsmodell auf Nachhaltigkeit

Versicherungen/Geldpolitik/Generali/Wien/Österreich/Österreichweit/Italien/Triest/Wirtschaft und Finanzen/Branchen/Finanzen und Dienstleistungen/Konjunktur/Volkswirtschaft

Utl.: Versicherer legt Fokus im Geschäftsmodell auf Nachhaltigkeit =

Wien/Triest (APA) - Die Generali sieht sich für das heurige Jahr auf Kurs. "Wir rechnen damit, dass wir alle unsere Pläne erreichen", sagte Generali-Österreich-Chef Gregor Pilgram am Mittwoch im Klub der Wirtschaftspublizisten. In konkrete Zahlen wollte er die Pläne nicht gießen, die Ergebnisse würden aber nicht schlechter ausfallen als im Vorjahr, so der CEO. 2022 erzielte die Generali Österreich einen Gewinn von 205 Mio. Euro und ein Prämienvolumen von 2,9 Mrd. Euro.

Das heurige Jahr sei bereits von heftigen Naturkatastrophen gekennzeichnet gewesen und auch für das restliche Jahr rechnet Pilgram mit weiteren Schäden durch solche Ereignisse. Ein Problem für den Versicherer selbst sollte das aber nicht werden. Man habe ausreichend Rückversicherungsschutz, so Pilgram. Eine Pflichtversicherung für Naturkatastrophen werde in der Branche weiterhin diskutiert, sei aber "in jeden Fall eine politische Entscheidung".

Strategisch will sich die Generali als Unternehmen mit starkem Fokus auf Nachhaltigkeit positionieren. Der Versicherer hat diverse Kundenangebote entwickelt, die nachhaltiges Verhalten der Kunden fördern sollen. So wurde vor rund einem Jahr eine Mobilitätsapp gestartet, mit der das Fahrverhalten überprüft werden kann. Bei umweltbewusstem Verhalten - beispielsweise mehr mit dem Fahrrad und mit Öffis - können Punkte gesammelt und Preise gewonnen werden. Die App ist für Kunden, aber auch für Nicht-Kunden der Generali zugänglich und habe bereits mehr als 10.000 Nutzer.

Weiters bietet die Generali Nachhaltigkeitsberatung für ihre Kunden an, beispielsweise wenn diese ein neues Haushaltsgerät kaufen wollen und Hilfe bei der Suche nach einem nachhaltigen Produkt wollen. Partnerschaften mit Unternehmen, die solche Produkte anbieten, gebe es dabei nicht. Es sei bei dieser Initiative nicht das Ziel, bestimmte Produkte zu "pushen", so Pilgram.

Beide Projekte seien noch recht neu und müssten erst bei den Kundinnen und Kunden ausreichend bekannt werden. Die Angebote würden aber mehr und mehr angenommen, zeigte sich der Versicherungschef zufrieden. Man setze auf eine gute User-Experience bei den digitalen Tools und gleichzeitig auf qualitative persönliche Beratung.

Auch in ihrer Rolle als Arbeitgeber feilt die Generali an ihrem Image. In Zeiten des Arbeitskräftemangels sei es wichtig, Junge für die Versicherungsbranche zu begeistern. Die Initiativen reichen vom Homeoffice-Angebot über Management-Programme für Frauen hin zu Mentoring-Programmen. Ziel sei es, möglichst viel des im Unternehmen


© APA-DeFacto GmbH

vorhandenen Wissens an Junge weiterzugeben, denn der Innendienst des Unternehmens sei "nicht der Jüngste", so Pilgram.

Den Fachkräftemangel nehme man prinzipiell wahr, kurzfristig sei es jedoch kein Problem neue Mitarbeiter zu finden und auch zu halten. Langfristig werde sich jedoch die Frage stellen, wie weit Technologie und künstliche Intelligenz Arbeitskraft ersetzen können. Pilgram sieht in künstlicher Intelligenz allerdings primär eine Hilfe, um die bestehende Arbeit zu bewältigen.

bel/ivn

~ ISIN IT0000062072 WEB http://www.generali.com ~

APA0201 2023-09-05/13:14

051314 Sep 23


© APA-DeFacto GmbH