

Versicherung neu denken: Generali Vitality geht an den Start



Generali Deutschland Gebäude in Köln

© Generali Deutschland

- **Kunden werden durch dieses einzigartige Programm zu einem gesundheitsbewussteren Leben motiviert • Generali Vitality startet in Deutschland am 1. Juli in Verbindung mit Berufsunfähigkeits- und Risikolebensversicherungen**
- **Das Programm bildet neben Generali Mobility und Generali Domocity eine wichtige Säule der Smart-Insurance-Strategie der Gruppe • Namhafte Partner für den deutschen Markt: Adidas, Allen Carr's Easyway, Expedia, Fitness First, Galeria Kaufhof, Garmin, Linda, Polar und Weight Watchers • Exklusive Kooperation in Europa mit Vitality-Entwickler Discovery**



Am 1. Juli 2016 startet die Generali Deutschland mit dem einzigartigen Programm Generali Vitality. Ziel ist es, Kunden zu einem gesundheitsbewussten Leben zu motivieren sowie deren Fortschritte dabei zu belohnen. So wird Versicherung in Deutschland neu definiert.

Die Generali Deutschland wird Generali Vitality in Verbindung mit Berufsunfähigkeits- (Generali) und Risikolebensversicherungen (Dialog) anbieten. Das Programm ist für alle Kunden freiwillig und jeder, der diese Versicherungen abschließt, kann unabhängig von Alter und Gesundheitszustand teilnehmen.

Generali Vitality bietet neuartige Services, die es den Kunden ermöglichen, einfach und smart jederzeit Informationen über ihren Gesundheitszustand bzw. -fortschritt zu erhalten. Das Programm bietet zahlreiche Möglichkeiten, die Lebensgewohnheiten schrittweise und individuell zu verändern, und viele Anreize, um persönliche Gesundheitsziele zu erreichen. Zu

dem Programm gehört auch die Kooperation mit namhaften Partnerunternehmen aus den unterschiedlichsten Lebensbereichen, die den Generali Vitality Kunden attraktive Angebote und Belohnungen anbieten.

Giovanni Liverani, Vorstandsvorsitzender der Generali Deutschland AG, erklärt: „Im Zeitalter der Digitalisierung steht der Kunde mit seiner persönlichen Lebensweise und seinen ganz individuellen Bedürfnissen für uns mehr denn je im Mittelpunkt. Darum haben wir als erster Versicherer in Deutschland unsere umfassende Smart-Insurance-Offensive gestartet, mit der wir alle Möglichkeiten der Digitalisierung konsequent nutzen. Mehr noch: Wir erfinden Versicherungen neu und werden zum aktiven Partner für unsere Kunden. Mit Generali Vitality motivieren wir unsere Kunden zur Prävention und zu einem gesundheitsbewussten Lebensstil. Das macht das Programm in Deutschland und ganz Europa einzigartig. Wir verstärken und erweitern das Solidaritätsprinzip der Versicherung durch effektive Anreize zu gesundheitsbewusstem und damit risikovermeidendem Verhalten. Somit können wir weiter als Helfer in der Not agieren, aber auch das Leben unserer Kunden schützen, bevor ein Schaden entsteht.“

Neue Rolle für einen aktiven Kundenschutz

Die Einführung von Generali Vitality stellt einen zentralen Meilenstein in der Smart-Insurance-Offensive der Generali Deutschland dar. Mittels smarterer Technologien bietet die Generali Deutschland ihren Kunden neuartige Lösungen, mit denen sie ihr Schadensrisiko aktiv senken können. So können Kunden etwa mithilfe von Generali Mobility sicherer fahren, mit Generali Domocity ihr Heim besser schützen oder mit Generali Vitality gesundheitsbewusster leben.



Dieser innovative Ansatz bietet nicht nur Vorteile für den einzelnen Kunden, sondern für das ganze Kollektiv: Dank niedrigerer Gesundheitskosten wird die gesamte Versichertengemeinschaft von Generali Vitality profitieren. „Wir schützen unsere Kunden auch präventiv und werden damit vom Versicherer im Schadenfall zum aktiven Begleiter, um Risiken zu senken“, erläutert **Liverani**.

Gesundheitsbewusster Leben in drei Schritten

Konkret gliedert sich das Programm in drei Phasen:

1. Bewusst machen: Kunden ermitteln ihr persönliches Gesundheits- und Fitnessniveau und legen selber ihre Ziele fest, die sie mithilfe des Programms erreichen wollen. Egal wie fit sie beim Einstieg sind: Alle Kunden beginnen mit dem gleichen Vitality Status.
2. Aktiv leben: Basierend auf wissenschaftlichen Analysen unterstützt Generali Vitality die Kunden dabei, ihre selbstgesteckten Ziele zu erreichen und Punkte zu sammeln. Kunden können zum Beispiel durch die Wahrnehmung von Vorsorgeterminen, Verzicht auf Rauchen, den Einkauf gesunder Lebensmittel oder sportliche Aktivitäten Punkte sammeln, die ihnen bei der Verbesserung ihres Vitality Status helfen. Zusätzlich werden Kunden durch Rabatte bei unseren Kooperationspartnern motiviert. Je mehr Punkte, desto besser der persönliche Status – von Bronze, über Silber und Gold, zu Platin.
3. Belohnt werden: Von einem besseren persönlichen Vitality Status können unsere Kunden doppelt profitieren: Zum einen in Form von niedrigeren Versicherungsbeiträgen, zum anderen in Form von Rabatten unserer Rewardpartner. Je besser der Status, umso höher sind die Vorteile.

Das Programm bietet ausschließlich Vorteile für die Kunden. Selbst wenn ein Generali Vitality Teilnehmer keine Aktivität innerhalb des Programms ausüben würde, zahlt er über die Gesamtlaufzeit der Versicherung hinweg nie mehr als ein Kunde, der nicht am Vitality-Programm teilnimmt.

Kunden mit Anreizen unserer Top Kooperationspartner motivieren

Zur breiten Palette von Kooperationspartnern gehören namhafte Unternehmen wie Adidas, Fitness First, die „Linda-Apotheken“, Garmin und Polar, Weight Watchers, Allen Carr's Easyway, Galeria Kaufhof sowie Expedia. Mit dieser großen Auswahl stellt Generali Vitality sicher, dass die Kunden ein maßgeschneidertes Programm ganz nach ihren persönlichen Bedürfnissen und Vorlieben nutzen können.



Europäische Einführung geplant

Generali Vitality wird zunächst in Deutschland eingeführt. Weitere europäische Länder werden folgen. Das Programm wurde in Kooperation mit dem Finanzdienstleister Discovery speziell für Kontinentaleuropa entwickelt. Discovery bietet Vitality bereits in vielen Ländern der Welt an, unter anderem in Großbritannien und den USA. Mehr als 3,5 Millionen Teilnehmer haben das Programm in rund 20 Jahren getestet. Diese langjährige Erfahrung, die breite regionale Expertise und die Unterstützung durch führende

akademische Einrichtungen machen Vitality zum weltweit größten anreizbasierten und wissenschaftlich fundierten Gesundheitsprogramm.

Sicherheit persönlicher Daten hat höchste Priorität

Für eine Nutzung schließen Kunden neben dem Versicherungsvertrag mit dem jeweiligen Versicherungsunternehmen zusätzlich einen weiteren Vertrag mit der rechtlich und organisatorisch eigenständigen Generali Vitality GmbH ab, einer Tochtergesellschaft der Assicurazioni Generali. Somit findet eine strikte Trennung zwischen Versicherer und datenverarbeitendem Unternehmen statt. Der Versicherer hat zu keinem Zeitpunkt Zugriff auf die vom Kunden im Rahmen des Generali Vitality-Programms zur Verfügung gestellten Daten. Das Versicherungsunternehmen erhält lediglich eine Information zum Status des Generali Vitality-Vertrags sowie zum Generali Vitality-Status des Kunden, der sich aus den gesammelten Punkten errechnet.

Grundsätzlich gilt: Die Teilnahme am Generali Vitality-Programm ist freiwillig und der Kunde ist jederzeit Herr seiner Daten. Er entscheidet selbst, welche Daten er der Generali Vitality GmbH zur Verfügung stellt. Die Erhebung, Verarbeitung und Nutzung der Daten entspricht den hohen Anforderungen des Bundesdatenschutzgesetzes. Zudem werden die Daten auf Servern gespeichert, die hohen Sicherheitsstandards entsprechen.

Pressekontakt:

Giulio Benedetti

Telefon: +49 (0) 89 5121 - 8294

E-Mail: presse.de@generali.com

Unternehmen

Generali Deutschland AG

Adenauerring 7

81737 München

Internet: www.generali.de