

Generali stellt Redion vor – die neue Marke der führenden globalen Care-Plattform der Gruppe, die Europ Assistance und Generali Employee Benefits vereint

- Mit einem jährlichen Geschäftsvolumen von 5,8 Milliarden Euro, mehr als 12.000 Mitarbeitenden und Aktivitäten in über 190 Ländern ist Redion weltweit die Nummer 1 im Bereich Employee Benefits und die Nummer 2 im Bereich Assistance und Reiseversicherung.

München, 26. Mai 2026 — Die Generali Gruppe stellt heute Redion vor: eine neue Marke für ihre globale Care-Plattform, die die Aktivitäten von Europ Assistance und Generali Employee Benefits (GEB) unter einer einheitlichen Identität und einem gemeinsamen Angebot zusammenführt. Nachdem Redion innerhalb von Generali Care bereits seit fast drei Jahren als integrierte Einheit agiert, erhält die Plattform nun die Marke, die ihrer Entwicklung gerecht wird — eine Marke, die die außergewöhnliche Arbeit würdigt, die bereits geleistet wurde, und für die Welt sichtbar macht, was Kundinnen, Kunden und Partner seit Jahren erleben. Antoine Parisi, CEO des Generali CARE Hub, wird Redion als Group CEO führen.

Mit mehr als 12.000 Mitarbeitenden, Aktivitäten in über 190 Ländern und einem jährlichen Geschäftsvolumen von 5,8 Milliarden Euro (GJ 2025) ist Redion – nach der Übernahme des Swiss Life Network Anfang 2026 – weltweit die Nummer 1 im Bereich Employee Benefits und die Nummer 2 im Bereich Assistance und Reiseversicherung. Die Plattform betreut multinationale Unternehmen, globale Reiseunternehmen, Finanzinstitute und deren Endkundinnen und Endkunden und bietet Leistungen in den Bereichen Reiseversicherung, Notfall- und medizinische Assistance, Mitarbeiterschutz (Leben, Invalidität, Unfall, Gesundheit), Gesundheits- und Mobilitätslösungen sowie globale B2B2C-Programme und Embedded-Insurance-Lösungen für Finanzinstitute, Reiseplattformen und multinationale Arbeitgeber.

Giulio Terzariol, stellvertretender CEO der Generali-Gruppe: *„Redion ist Ausdruck dessen, was Generali Care bereits geworden ist: eine globale, integrierte Plattform, die speziell dafür entwickelt wurde, umfassende Fürsorge in allen Bereichen des Lebens der Menschen zu bieten. Ganz im Einklang mit unserer Strategie „Lifetime Partner 27: Driving Excellence“ und unserem Anspruch, in den Bereichen Schutz, Gesundheit und Unfall führend zu sein, verkörpert Redion einen einfachen, unmittelbaren und ehrlichen Betreuungsstandard und vereint komplementäre Kompetenzen in den Bereichen Prävention, Versicherung und Assistance in einem nahtlosen globalen Angebot.“*

Jean-Laurent Granier, CEO von Generali France & Global Business Activities und Vorsitzender von Redion: *„Ich sitze an diesem Tisch in dreifacher Funktion – als Vorsitzender von Redion, als Netzwerkpartner über GEB und als Kunde auf der Assistance-Seite. Aus allen drei Perspektiven ziehe ich dieselbe Schlussfolgerung: Seit einiger Zeit ist die Realität dieser Organisation der Marke, die sie trägt, weit voraus. Die Qualität, die globale Reichweite, und die echte Tiefe der Expertise – das ist bereits gelebte Realität und wird von unseren Partnern und Kunden jeden Tag erlebt. Heute geben wir ihr einfach die Marke, die sie verdient.“*

Eine Marke, die eine bereits voll skalierte Plattform widerspiegelt

Redion basiert auf der komplementären Stärke zweier Branchenführer. Europ Assistance, Begründer der globalen Assistance-Branche vor inzwischen mehr als 60 Jahren, hat ihre Expertise im Lauf der Zeit auf



Reiseversicherung, Pannenhilfe und persönliche Dienstleistungen ausgeweitet. GEB, gegründet 1966, ist die globale Plattform für das Humankapital multinationaler Unternehmen und nach der Übernahme des Swiss Life Network Anfang 2026 der unangefochtene weltweite Marktführer im Bereich Employee Benefits. Unter Redion werden diese Kompetenzfelder vereint: eine gemeinsame Datenstrategie, gebündelte Investitionen in KI und ein einheitlich hoher Standard über Technologie und operative Exzellenz hinweg – verfügbar für alle Kundinnen, Kunden und Partner in jedem Markt.

Für bestehende Kundinnen, Kunden und Partner bleibt alles unverändert. Verträge, Serviceteams, Telefonnummern und SLAs bleiben bestehen. Neu ist die Marke; das Leistungsversprechen ist dasselbe, das seit Jahrzehnten gilt.

Antoine Parisi, Global CEO von Redion: *„Redion steht für den Anspruch unserer Teams, Kundinnen, Kunden und Partnern weltweit ein erweitertes, integriertes und technologiegestütztes Angebot bereitzustellen. Eine Marke bedeutet eine Datenstrategie, gebündelte Investitionen in KI und einen einheitlich hohen Standard auf unserer Technologieplattform. Der Name Redion setzt weder geografische noch sektorale Grenzen. Was mir wichtig ist: Hinter der Technologie steht ein Netzwerk aus Zehntausenden Ärztinnen und Ärzten, Pflegekräften, Pannenhelferinnen und Pannenhelfern sowie lokalen Expertinnen und Experten, die persönlich da sind, wenn es wirklich darauf ankommt. Wir sind digital first — und immer menschlich. Jede Kundin und jeder Kunde kann sich überall auf der Welt vollständig von Menschen betreuen lassen. Das ist es, was always ready, always on wirklich bedeutet.“*

Technologie und KI im Zentrum der Plattform

Redion stellt Technologie, Daten und künstliche Intelligenz in den Mittelpunkt seiner Entwicklung — mit einem doppelten Ziel: die Geschwindigkeit und Qualität der Leistungen deutlich zu verbessern und zugleich reibungslosere, stärker personalisierte Erlebnisse zu schaffen. Die Plattform entwickelt eigene technologische Lösungen, um das Care-Erlebnis grundlegend weiterzuentwickeln und damit die menschliche Expertise sowie die Partnernetzwerke zu ergänzen, die seit jeher ihr Kern sind. In jeder kritischen Situation – von der medizinischen Rückholung bis zur Verletzung am Arbeitsplatz – unterstützt KI menschliche Entscheidungen; sie ersetzt sie nicht.

Aufbauend auf zwei operativen Werten – Excellence und Easy to work with – verkörpert Redion den Anspruch der Generali Group, der weltweit führende Care-Partner zu sein. Das bedeutet, in jeder Interaktion, für jede Kundin und jeden Kunden und in jedem Land fürsorglich, kollaborativ, agil, verlässlich und kompetent zu handeln.

DIE GENERALI GROUP

Generali ist eine der weltweit größten integrierten Versicherungs- und Vermögensverwaltungsgruppen mit einem gesamten Prämienvolumen von 98,1 Milliarden Euro und 900 Milliarden Euro Assets under Management im Jahr 2025. Das 1831 gegründete Unternehmen beschäftigt mehr als 88.000 Mitarbeitende und 163.000 Beraterinnen und Berater, die 75 Millionen Kundinnen und Kunden betreuen. Die Gruppe nimmt eine führende Position in Europa ein und baut ihre Präsenz in Asien und Amerika weiter aus. Im Zentrum der Generali Strategie steht das Versprechen, Lifetime Partner für ihre Kundinnen und Kunden zu sein — verwirklicht durch innovative und personalisierte Lösungen, ein erstklassiges Kundenerlebnis und digitalisierte globale Vertriebskapazitäten. Nachhaltigkeit ist vollständig in allen strategischen Entscheidungen verankert, mit dem Ziel, Wert für alle Stakeholder zu schaffen und gleichzeitig zu einer gerechteren und widerstandsfähigeren Gesellschaft beizutragen.

REDION

Redion ist weltweit die Nummer 1 im Bereich Employee Benefits und die Nummer 2 im Bereich Assistance und Reiseversicherung. Der 2026 vorgestellte Name steht für die volle Reife der globalen Care-Plattform, die zuvor unter Generali Care operierte und Europ Assistance sowie Generali Employee Benefits (GEB) zusammenführt. Mit Aktivitäten in mehr als 190 Ländern, über 12.000 Mitarbeitenden und einem jährlichen Geschäftsvolumen von 5,8 Milliarden Euro bietet Redion Leistungen in den Bereichen Reiseversicherung, Notfall- und medizinische Assistance, Mitarbeitendenschutz (Leben, Invalidität, Unfall, Gesundheit), Gesundheits- und Mobilitätslösungen sowie globale B2B2C- und Embedded-Insurance-Programme.



Pressekontakt

Maria M. Bogensperger

PR Management

maria.bogensperger@europ-assistance.at

+49 (0) 157 850 464 08