



# Starker Auftritt des Surface Book: Design, Display, Leistung und Stabilität begeistern Management und Außendienst der Generali

Bei der Hardwareauswahl entscheiden oft die Technik und das PreisLeistungs-Verhältnis. Doch auch Design und Marke können den Ausschlag geben.

„Das Surface Book vermittelt einem das Gefühl, auf das Zusammenspiel von Hard- und Software vertrauen zu können.“

Karl-Heinz Herold, Handlungsbevollmächtigter im Vertriebsservice, Generali Deutschland AG



Customer  
Generali Deutschland AG

Partner  
-

Products and Services  
Surface Book

Industry  
Insurance

Organization Size  
Corporate (10,000+ employees)

Country  
Germany

**Die angestellten Außendienstmitarbeiter der Generali benötigten ein Notebook mit Touch-Display. Mit dem Surface Book erhalten sie ein smartes Gerät – das Notebook und Tablet ohne Kompromisse vereint. Zudem ist es so leistungsstark, dass es auch als Desktop dienen kann.**

Emotionen spielen im Außendienst eine nicht unerhebliche Rolle. Wenn ein Außendienstmitarbeiter im Beratungsgespräch sein technisches Equipment verwendet, hinterlässt das einen besonderen Eindruck beim Kunden. „Die Generali ist eine Premium-Marke“, erklärt Jens Rotermund, Abteilungsdirektor bei der Generali Deutschland AG. „Unser Vertrieb trägt das als wichtiger Akteur nach außen, und das muss auch die Ausstattung widerspiegeln.“

Diese Erwägung spielte eine wichtige Rolle, als die Generali Anfang 2017 nach einem Nachfolger für die bisherigen Notebooks suchte. Diese waren in die Jahre gekommen und sollten daher getauscht werden. Gesucht wurde ein Hybrid-Modell mit Touch-Display. Die Kunden sollten künftig direkt auf dem Device unterschreiben können, mit dem der Antrag erstellt wurde. Zudem musste das Notebook stabil genug für den täglichen Einsatz im Außendienst sein.

Für die Evaluierung wurden mehrere in Frage kommende Notebooks ausgewählt, unter anderem das Microsoft Surface Book. Das Hybrid-Gerät besitzt als einziges unter den ausgewählten Modellen ein Display, das sich vollständig von der Tastatur trennen und dann als Tablet nutzen lässt. „Das ist ideal für Präsentationen. Zudem kann man wie mit einem Notebook mit einer hochwertigen Tastatur arbeiten“, erläutert Karl-Heinz Herold, Handlungsbe-

vollmächtiger im Vertriebsservice. Herold bildet im verantwortlichen Projekt die Schnittstelle zwischen Vertrieb und IT. Er übersetzt die Anforderungen des Vertriebes in eine „technische Sprache“.

### **Im Business sind innere Werte gefordert**

„Bei allen haben die Augen geleuchtet, als wir das Surface Book das erste Mal präsentiert haben“, erinnert sich Jens Rotermund. „Das sieht schon elegant aus und überzeugt auf Anhieb mit brillantem Display. Das allein reicht natürlich nicht. Kosten und Nutzen für unser Business müssen stimmen“

Seine erste Sorge war, ob das filigrane Gerät überhaupt stabil genug für den Außendienst sein würde.

„Wir haben das Microsoft-Gerät intensiv auch unter mechanischen Gesichtspunkten getestet“, berichtet Karl-Heinz Herold. „Das Surface Book zeigte sich stets stabil. Das gilt auch für die Verbindung zwischen Tastatur und Display. Die spezielle Mechanik hält den Bildschirm extrem fest. Er lässt sich dennoch schnell und leicht abnehmen.“

### **„Gelobt wurden das Handling der Geräte, die Schnelligkeit und die vielfältigen Nutzungsmöglichkeiten.“**

*Karl-Heinz Herold, Handlungsbevollmächtigter im Vertriebsservice, Generali Deutschland AG*

### **Ohne Kompromisse bei Leistung und Haptik**

Beeindruckt hat die Stiftbedienung. „Die Stifte funktionieren hervorragend und eignen sich gut für die

elektronische Unterschrift. Sie sind wesentlich besser als bei den Mitbewerbern“, erzählt Herold.

### **Das Display mit 13,5 Zoll erwies sich als eine gute Größe für die Praxis.**

„Es bietet eine hohe Auflösung und ist sehr lichtstark – ideal, wenn man mal im Sommer einen Kunden auf der Terrasse berät“, so Herold. Viele Testnutzer fanden die Rechenleistung des Surface Book in Bezug auf das niedrige Gewicht beachtlich. Auch die Akkuleistung von bis zu zwölf Stunden gefiel gut.

### **„Die Kombination aus Notebook und Tablet ist wirklich gelungen. Das ist genau das, was wir haben wollten.“**

*Jens Rotermund, Abteilungsdirektor, Generali Deutschland AG*

Nach und nach wurden alle Stakeholder eingebunden und konnten die Geräte prüfen. Alle Seiten stimmten schließlich für das Modell von Microsoft. „Die Kombination aus Notebook und Tablet ist wirklich gelungen. Das ist genau das, was wir haben wollten“, resümiert Rotermund. „Gleichzeitig ist es das Gerät mit dem besten Preis-Leistungsverhältnis. Deshalb haben wir uns auch entschieden, ein bisschen mehr als ursprünglich geplant, zu investieren.“ Somit beschloss die Generali Deutschland AG, das Surface Book einzuführen und 1.700 Geräte anzuschaffen.

Im September startete der Rollout. Die Mitarbeiter des Außendienstes erhielten ihre Geräte und wurden gezielt eingewiesen. „Klar, es ist erst einmal ein neues, ungewohntes



Customer  
Generali Deutschland AG

Partner  
-

Products and Services  
Surface Book

Industry  
Insurance

Organization Size  
Corporate (10,000+ employees)

Country  
Germany

Modell. Aber alle bewunderten das Design“, berichtet Karl-Heinz Herold. „Schon bald gab es erste Rückmeldungen. Gelobt wurden das Handling der Geräte, die Schnelligkeit und die vielfältigen Nutzungsmöglichkeiten.“

### **Schnell arbeitsfähig dank „Gesichtserkennung“**

Dabei hatte das Rollout-Team zunächst Bedenken, ob die Anmeldung über Gesichtserkennung auf Widerstand stoßen würde. Sie rechneten damit, dass es manchen Nutzer zu heikel sein würde, einen biometrischen

Abdruck zu hinterlegen. „Die meisten waren jedoch erfreut, zur Anmeldung an Windows kein Passwort mehr eintippen zu müssen. Es genügt, sich vor das Gerät zu setzen, die Kamera erledigt die Authentifizierung“, erzählt Herold. „Das spricht eindeutig für die Technik von Microsoft. Das Surface Book vermittelt einem das Gefühl, auf das Zusammenspiel von Hard- und Software vertrauen zu können.“

Die Mitarbeiter in den Agenturen und die Führungskräfte im Außendienst setzen das Surface Book auch als Desktop im Büro ein. Manche

haben einen separaten Monitor angebunden. „Das ist das Schöne an dem Surface Book“, sagt Herold. „Man kann es als Desktop genauso verwenden wie als Notebook oder als Tablet.“

Jens Rotermund hat es sich nicht nehmen lassen und das Surface Book persönlich dem Vertriebsvorstand und weiteren Vertretern der Geschäftsleitung vorgestellt. „Das Gerät motiviert den Vertrieb, man arbeitet gern damit“, resümiert er und schmunzelt: „Geichzeitig habe ich das Surface Book auch für den Einsatz im Management vorgeschlagen.“



Customer  
Generali Deutschland AG

Partner  
-

Products and Services  
Surface Book

Industry  
Insurance

Organization Size  
Corporate (10,000+ employees)

Country  
Germany