



**NÜRNBERGER**  
VERSICHERUNG

# Nachhaltigkeitsbericht 2017

Verantwortung für Umwelt,  
Kunden, Mitarbeiter und Gesellschaft seit 1884



## Impressum

### Herausgeber

NÜRNBERGER Beteiligungs-Aktiengesellschaft  
Ostendstraße 100, 90334 Nürnberg  
www.nuernberger.de, info@nuernberger.de

Redaktion: Dr. Bastian Güttler (verantwortlich), Theresa Demuth, Matthias Schenk, Ulrich Zeidner

Layout und Satz: Jürgen Scheller (Marketing/Inhouse-Serviceagentur)

Grafiken: Marketing/Inhouse-Serviceagentur

### Fotos:

Titel, Seite 10/11, 19, 20, 29: Getty Images

Seite 3, 4, 7, 16, 31, 36: NÜRNBERGER Versicherung

Seite 14/15, 23: Fotolia

Seite 24: BlackRock Asset Management Schweiz AG

Seite 28: Jurga Graf, Nürnberg

Seite 38: Rof Moll, Nürnberg

Seite 40: Sportfoto Zink, Fürth

### Vorbehalt bei Zukunftsaussagen

Zukunftsbezogene Aussagen in diesem Nachhaltigkeitsbericht beruhen in erster Linie auf Erwartungen, Prognosen und Planungen. Aufgrund der darin enthaltenen Annahmen und Ungewissheiten sind abweichende tatsächliche Entwicklungen nicht grundsätzlich auszuschließen. Die Gesellschaft übernimmt keine Verpflichtung, die Zukunftsaussagen zu aktualisieren.

# Inhaltsverzeichnis

	Seite
1 Vorwort des Vorstands	3
2 Über diesen Bericht	5
3 Die NÜRNBERGER Versicherung	7
4 Ziele und Strategie	12
5 Produkte und Vertrieb	16
6 Kundenservice	20
7 Kapitalanlagen	24
8 Umweltschutz	26
9 Soziale Verantwortung	30
10 Compliance	41
11 Perspektiven	43
12 Kennzahlen laut Deutschem Nachhaltigkeitskodex	44



# Vorwort



Liebe Leserinnen und Leser,  
als die NÜRNBERGER Versicherung 1884 gegründet wurde, war der Begriff der Nachhaltigkeit noch weitgehend unbekannt. Das Wesen der Nachhaltigkeit aber – die Verantwortung für Menschen, Gesellschaft und Natur – war uns damals schon in die Wiege gelegt.

Kurzfristiges Profitdenken auf Kosten von Gesellschaft und Natur ist nicht in der DNA der NÜRNBERGER angelegt. Von Anfang an haben wir Schutz und Sicherheit für Generationen garantiert. Unser Planungshorizont geht über Quartale, Halbjahre und Geschäftsjahre weit hinaus. Denn unsere Kunden schließen Verträge mit uns ab, von denen viele noch ihren Kindern und Enkeln zugutekommen sollen.

Wer über solche Zeiträume plant, der muss zwangsläufig nachhaltig denken. Deshalb ist unsere Unternehmensstrategie so ausgerichtet, dass sie langfristig Bestand hat. Angesichts der sich immer schneller verändernden Welt ist dies eine besondere Herausforderung. Auch unsere Produkte – gerade im Bereich des Einkommenschutzes und der Altersvorsorge – sind flexibel und können an die Bedürfnisse der Kunden angepasst werden.

Wir ermuntern unsere Kunden, nachhaltig zu denken, und fördern den Einsatz nachhaltiger Baustoffe. Beim umweltschonenden Betrieb unserer Unternehmenszentrale, des Business Tower Nürnberg, gehen wir mit gutem Beispiel voran.

Die NÜRNBERGER Versicherung hat rund 29,5 Mrd. EUR in verschiedenen Assetklassen investiert. Wir verfolgen das Ziel, künftig nachhaltige Investments stärker in den Mittelpunkt zu stellen. Gerade hier haben wir als Unternehmen eine nicht unbedeutende Marktmacht, die wir zum Wohle aller einsetzen können.

Nachhaltigkeit heißt für uns aber auch Verantwortung für Mitarbeiter, die Region und die Gesellschaft tragen. Mit vielfältigen Engagements steuern wir unseren Teil zu einer lebenswerten Umwelt bei.

Auch in Zukunft garantieren wir Kunden, Aktionären und Mitarbeitern Schutz und Sicherheit. Durch nachhaltiges Denken, Wirtschaften und Handeln.

Ihr

*Armin Zitzmann*

Dr. Armin Zitzmann

Vorstandsvorsitzender

NÜRNBERGER Beteiligungs-Aktiengesellschaft

# Unserer Verantwortung bewusst

Als unabhängiges Unternehmen bietet die NÜRNBERGER seit 1884 Schutz und Sicherheit für Generationen. Jeder von uns übernimmt dafür Verantwortung, handelt wirtschaftlich und geht bewusst mit Ressourcen um. Grundlegende Werte, Ziele und Erfolgskriterien, unser Umgang miteinander sowie unser Verhältnis zu Kunden, Vertriebspartnern und Aktionären sind im NÜRNBERGER Leitbild beschrieben.



Vorstand der NÜRNBERGER Versicherung

v. l. n. r. Jürgen Wahner, Christian Barton, Harald Rosenberger, Dr. Jürgen Voß, Andreas Politycki, Dr. Armin Zitzmann, Stefan Krefß, Peter Meier, Walter Bockshecker, Dr. Wolf-Rüdiger Knocke und Dr. Martin Seibold

# Über diesen Bericht

## Berichtsumfang

Der Nachhaltigkeitsbericht entspricht dem gesonderten nichtfinanziellen Konzernbericht der NÜRNBERGER Beteiligungs-Aktiengesellschaft nach § 315b und § 341j HGB.

Er bezieht sich auf die wesentlichen Unternehmen der NÜRNBERGER Versicherung (Konzern).

Im Einzelnen sind dies:

- NÜRNBERGER Beteiligungs-Aktiengesellschaft
- NÜRNBERGER Lebensversicherung AG
- NÜRNBERGER Beamten Lebensversicherung AG
- NÜRNBERGER Versicherung AG Österreich
- NÜRNBERGER Pensionsfonds AG
- NÜRNBERGER Pensionskasse AG
- NÜRNBERGER Krankenversicherung AG
- NÜRNBERGER Allgemeine Versicherungs-AG
- NÜRNBERGER Beamten Allgemeine Vers. AG
- GARANTA Versicherungs-AG
- NÜRNBERGER SofortService AG
- Neue Rechtsschutz-Versicherungsgesellschaft AG
- Fürst Fugger Privatbank Aktiengesellschaft
- NÜRNBERGER Verwaltungsgesellschaft mbH
- NÜRNBERGER CommunicationCenter GmbH

Der Berichtszeitraum geht vom 1. Januar 2017 bis zum 31. Dezember 2017. Einflüsse von Projekten aus Vorjahren, die für die Nachhaltigkeit im Berichtsjahr besonders relevant waren, werden ebenfalls dargestellt.

## Berichtsrahmen

Der Nachhaltigkeitsbericht der NÜRNBERGER orientiert sich nach § 289d, § 315b und § 341j HGB am Berichtsrahmen des Deutschen Nachhaltigkeitskodex.

## Aufbau des Nachhaltigkeitsberichts

Der Nachhaltigkeitsbericht enthält die wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen der NÜRNBERGER Versicherung (Konzern). Dabei wurden die wichtigsten Herausforderungen der Versicherungsbranche, Vorgaben aus der aktuellen gesetzlichen Regulierung sowie Erfahrungen aus der laufenden Stakeholder-Einbindung berücksichtigt. Um Dopplungen zu vermeiden, werden Querverweise auf den Geschäftsbericht der NÜRNBERGER Beteiligungs-Aktiengesellschaft 2017 gegeben.

## Stakeholder-Dialog und Wesentlichkeit

Zu den wesentlichen Stakeholdern der NÜRNBERGER gehören Kunden, Anteilseigner, Mitarbeiter und deren Angehörige, gebundene und freie Vermittler, Partner, Politik, Aufsichtsbehörden, Verbände, Verbraucher und ihre Schutzorganisationen sowie Medien. Eine wesentliche Überwachungs- und Beratungsfunktion haben die Aufsichtsratsgremien der NÜRNBERGER.

Der Betriebsrat vertritt die Interessen der Mitarbeiter. Darüber hinaus ist die NÜRNBERGER in Verbänden wie dem GDV (Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft e. V.) und dem PKV (Verband der Privaten Krankenversicherung e. V.) sowie dem AGV (Arbeitgeberverband der Versicherungsunternehmen in Deutschland e. V.) organisiert. Die für das Verständnis des Geschäftsverlaufs, des Geschäftsergebnisses und der Lage sowie die Auswirkungen der Tätigkeit auf die nichtfinanziellen Aspekte wesentlichen Themen der NÜRNBERGER werden laufend in den jeweiligen Sitzungen von Vorstand und Aufsichtsrat diskutiert. Sie dienen daher auch als Grundlage für die Wesentlichkeitsermittlung in diesem Nachhaltigkeitsbericht.

## Unsere Stakeholder



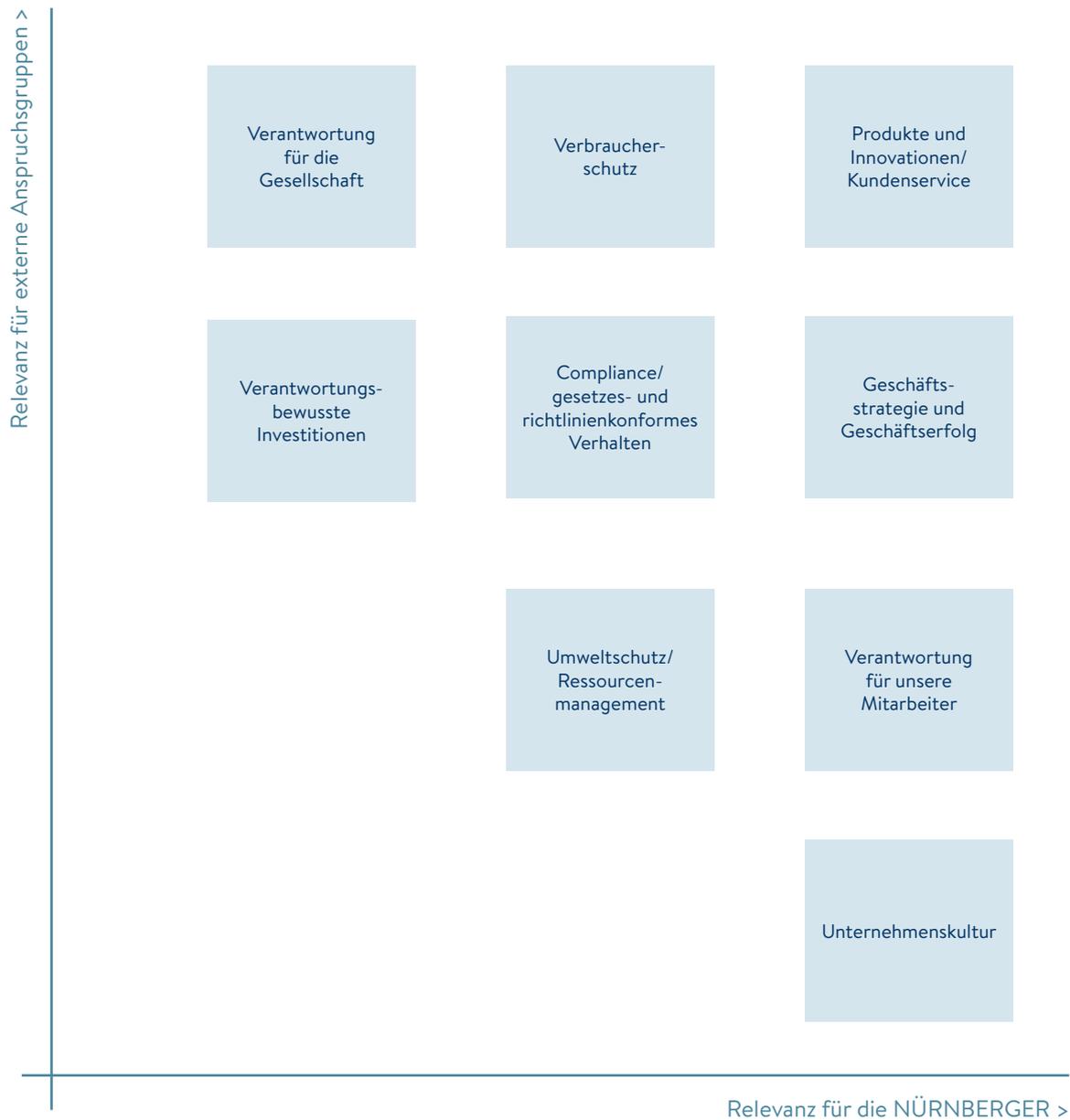
### Ziele

Soweit die NÜRNBERGER im Berichtsjahr Nachhaltigkeitsziele für 2018 festgelegt hat, werden diese unter den Einzelaspekten und im Kapitel „Perspektiven“ vorgestellt.

### Verständlichkeit

Aus Gründen der einfacheren Verständlichkeit werden die unter Berichtsumfang genannten Unternehmen der NÜRNBERGER Versicherung in der Kurzform NÜRNBERGER genannt. Personen- und Funktionsbezeichnungen stehen für alle Geschlechter gleichermaßen.

## Wesentlichkeitsmatrix



# Die NÜRNBERGER Versicherung

Klar. Unkompliziert. Solide.

Die unabhängige NÜRNBERGER Versicherung mit Sitz in der Frankenmetropole ist eines der großen deutschen Erstversicherungsunternehmen. Seit 1884 bietet sie ihren Vertriebspartnern und Millionen von Kunden Schutz und Sicherheit. Im vergangenen Jahr hat das Unternehmen mit rund 4.300 Mitarbeitern einen Umsatz von 4,4 Milliarden EUR erwirtschaftet – hauptsächlich in Deutschland und Österreich.

Die NÜRNBERGER ist großer Personen- und Sachversicherer, Partner mittelständischer Betriebe und berufsständischer Versorgungseinrichtungen, mit gebuchten Beitragseinnahmen von rund 3,4 Milliarden EUR im Geschäftsjahr 2017, rund 29,5 Milliarden EUR Kapitalanlagen und 6,1 Millionen Verträgen im Bestand. Die NÜRNBERGER ist als Qualitätsversicherer in den Segmenten Lebens-, Kranken-, Schaden- und Unfallversicherung sowie Bankdienstleistungen erfolgreich tätig.

Muttergesellschaft des Konzerns ist die NÜRNBERGER Beteiligungs-Aktiengesellschaft. Ihre Namensaktien sind im Scale-Segment der Frankfurter Wertpapierbörse gelistet.

„Ausschließlichkeits-Vermittler“, „Makler, Mehrfachagenturen und Finanzvertriebe“, „Autohausagenturen“ sowie „Familienschutzagenturen“ sind unsere vier traditionellen Vertriebswege. Über unseren neuen Vertriebskanal „Online“ sprechen wir internetaffine Kunden an. Insgesamt arbeiten rund 4.300 angestellte Mitarbeiter im Innen- und Außendienst sowie über 16.400 haupt- und nebenberufliche Vermittler für den Erfolg der NÜRNBERGER.

Finanzdienstleistungen bieten wir über die Fürst Fugger Privatbank AG an. Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung beeinflussen ihr Tun in einer einzigartigen Tradition. 1486 wurde das Handelshaus der Gebrüder Fugger erstmals als „Bank“ bezeichnet. Jakob Fugger war das Wirtschaftsgenie der Renaissance, sein Nachfolger Anton galt als reichster Mann der Welt. Durch vorsichtige und diversifizierte Investitionsentscheidungen gelang es den Fuggern, einen großen Teil des im 16. Jahrhundert erwirtschafteten Vermögens bis in

die heutige Zeit zu bewahren. Die Namensgeber der Fürst Fugger Privatbank AG, die Fugger in Augsburg, gründeten 1521 die älteste Sozialsiedlung der Welt – die Fuggerei, die bis heute aus dem Stiftungsvermögen Jakob Fuggers unterhalten wird. Diesem historischen Vorbild fühlen wir uns verpflichtet. Beständigkeit und langfristiger Vermögenserhalt sind die Maxime unserer Beratungsphilosophie.



### Vorstand der NÜRNBERGER Beteiligungs-Aktiengesellschaft

- Dr. Armin Zitzmann, Vorsitzender, Governance (bis 31. Dezember 2017), Vertrieb und Marketing, Recht und Revision, Ausland (seit 1. Januar 2018), Krankenversicherung (seit 1. Januar 2018), Rechnungswesen (bis 31. Dezember 2017), Schadenversicherung NÜRNBERGER Versicherung
- Dr. Wolf-Rüdiger Knocke, bis 31. Dezember 2017, Stellv. Vorsitzender, Informatik und Betriebsorganisation, Operations, Personenversicherung NÜRNBERGER Versicherung
- Walter Bockschecker, Personal und Interne Dienste, Datenschutz, Steuern NÜRNBERGER Versicherung

- Dr. Martin Seibold, seit 1. Januar 2018, Informatik und Betriebsorganisation, Operations, Digitalisierung NÜRNBERGER Versicherung
- Dr. Jürgen Voß, Kapitalanlagen, Investor Relations, Bankgeschäfte, Lebensversicherung (seit 1. Januar 2018), Konzernsteuerung und Risikomanagement (seit 1. Januar 2018), Rechnungswesen (seit 1. Januar 2018) NÜRNBERGER Versicherung

### Aufsichtsrat der NÜRNBERGER Beteiligungs-Aktiengesellschaft

- Dr. Detlef Schneidawind, Vorsitzender, ehem. Mitglied des Vorstands Münchener Rückversicherungs-Gesellschaft AG

Die personelle Zusammensetzung des Vorstands und Aufsichtsrats der NÜRNBERGER Gesellschaften kann den Geschäftsberichten unter: [www.nuernberger.de/ueber-uns/investor-relations/berichte/](http://www.nuernberger.de/ueber-uns/investor-relations/berichte/) entnommen werden.

### Die NÜRNBERGER in Zahlen 2017

**Wir sind seit**

**134**

Jahren

einer der großen unabhängigen Versicherer Deutschlands.

**Finanzstark**

**A+**

Unsere finanzielle Stärke wird von Fitch Ratings mit stark eingestuft.

**Mitarbeiter**

**4.306**

im Innen- und Außendienst inkl. Auszubildende.

**Beiträge**

**3.403**

Mio. EUR

gebuchte Bruttobeiträge.

**Leistungen**

**2.264**

Mio. EUR

Aufwendungen für Versicherungsfälle.

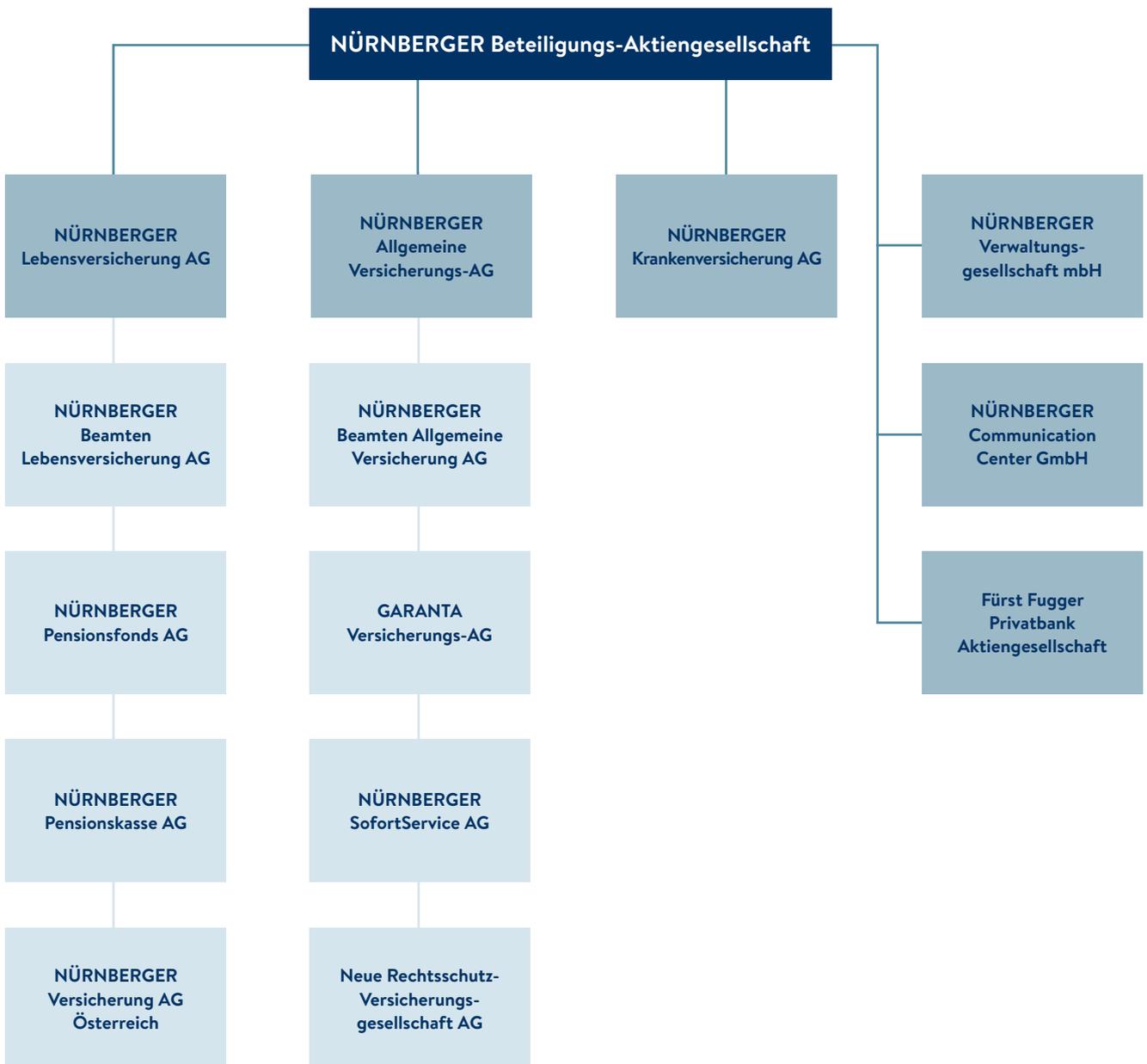
**Wir betreuen**

**6,051**

Mio. EUR

Versicherungsverträge.

Die Einbindung der wesentlichen Unternehmen der NÜRNBERGER Versicherung in unsere Gruppenstruktur stellt sich wie folgt dar:



# Mit Flexibilität und Weitsicht die Zukunft gestalten.

Wir sehen Veränderungen als Chance.  
Wir nutzen unsere Erfahrung und gehen mutig neue Wege.  
Dabei denken und handeln wir konsequent und lösungsorientiert.





# Ziele und Strategie

Unsere Vision lautet: „Wir wollen, dass Menschen einfach den passenden Schutz finden.“

Ein Ziel, das klar und deutlich zu verstehen sowie zu kommunizieren ist. Es hat einen eindeutigen Fokus und orientiert sich an den zukünftigen Marktbedingungen und Kundenanforderungen. Dabei sind – neben unserer Unabhängigkeit – nachhaltiges und ertragsorientiertes Wachstum, Sicherheit, Kosteneffizienz sowie Kunden- und Vermittlerzufriedenheit die strategischen Eckpfeiler. Dabei konzentrieren wir uns auf unser Kerngeschäft und nutzen unsere gut ausgebauten Vertriebswege.

## Unabhängigkeit

Als ein von Großkonzernen unabhängiges Unternehmen können wir eine eigenständige, transparente und auf langfristige Wertsteigerung ausgerichtete Geschäftspolitik verfolgen. Das versetzt uns in die Lage, flexibel und schnell auf Marktentwicklungen zu reagieren und uns so zu positionieren, dass wir im Sinne unserer Kunden die jeweils beste Lösung bieten können.

## Nachhaltiges und ertragsorientiertes Wachstum

Die Ausrichtung auf nachhaltiges und ertragsorientiertes Wachstum ist ein Fixpunkt in der NÜRNBERGER Geschäftsstrategie. Wir investieren in wachstumsstarke und ertragsstabile Segmente im Erstversicherungs- und Finanzdienstleistungsbereich.

Umsatzwachstum ohne Profitabilität ist für die NÜRNBERGER keine Option. Wir lehnen Wachstum ab, das nur am Volumen ausgerichtet ist und mit dem Positionen in Ranglisten erobert oder verteidigt werden sollen.

Wachstumsziele wollen wir in erster Linie auf organischem Weg und durch Kooperationen erreichen. Die gute Positionierung in chancenreichen Geschäftsfeldern ist die Basis dafür. Unser Ziel ist es auch, das Wachstum durch gezielte Kundenbindungsmaßnahmen zu stützen.

Wir streben wirtschaftlichen Erfolg an. Und zwar mit stabilen Erträgen für unsere Aktionäre und Kunden sowie mit einer ausreichenden Kapitalausstattung, die sich in guten aufsichtsrechtlichen Solvenzquoten widerspiegelt.

## Sicherheit

Die Sicherheit eines Versicherungsunternehmens hängt im Wesentlichen von seiner Kapitalausstattung und Ertragskraft ab. Sicherung und Ausbau unserer Kapitalbasis sowie der Gesamtreservesituation sind daher zentrale Elemente unserer Geschäftsstrategie.

Um potenzielle Risiken frühzeitig zu erkennen, haben wir ein internes Überwachungssystem eingerichtet. Wir betreiben ein umsichtiges Risikomanagement und führen regelmäßig entsprechende Prüfungen durch.

In der Versicherungstechnik verfolgen wir die Strategie einer sogenannten selektiven Zeichnungspolitik. Wir fokussieren uns dabei auf Geschäftszweige, in denen ertragreiches Wachstum möglich ist. Zum Wohl unserer Kunden betreiben wir eine sicherheitsorientierte Kapitalanlagepolitik. Dafür erhalten wir von namhaften Ratingagenturen sehr gute Bewertungen.

## Kosteneffizienz

Damit wir in der Kundenbeziehung noch stärker als Partner für erlebte Sicherheit wahrgenommen werden, sind zusätzliche Investitionen in neue Leistungsfelder und Mehrwertdienste unerlässlich. Dennoch möchten wir einem Anstieg unserer Kostenbasis entgegenwirken, um auch künftig wettbewerbsfähige Produkte anbieten zu können. Realisieren können wir dies vor allem dadurch, indem wir bei stark automatisierbaren internen Betriebs-, Schaden- und Servicefunktionen hohe Effizienzgewinne erzielen. Modulare Konzepte und Standardisierung sind darüber hinaus ein wesentlicher Bestandteil der digitalen Transformation aller Elemente unseres Geschäftsmodells.

### Kunden- und Vermittlerzufriedenheit

Die Architektur dieser digitalen Transformation interpretieren wir gleichzeitig als eines von verschiedenen Instrumenten, um den Kundennutzen im Sinne von „einfach“, „schnell“ und „transparent“ zu erhöhen. Indem wir zusätzlich einen Schwerpunkt auf die technische Unterstützung unserer Vertriebspartner legen, möchten wir neben der Kunden- auch die Vermittlerzufriedenheit signifikant steigern. Wir orientieren uns noch konsequenter am Bedarf der Menschen und stellen den Kunden- und Vermittlernutzen in den Mittelpunkt unserer unternehmerischen Tätigkeit.

Kunden- und Serviceorientierung haben oberste Priorität. Einen zentralen Aspekt stellt dabei der Umbau unserer betriebs- und vertriebsunterstützenden Bereiche dar. Ziel: ein ausschließlich an Kunden- und Vermittlerbedürfnissen ausgerichteter Dienstleister mit transparenten sowie marktüberdurchschnittlichen Serviceleistungen.

Sowohl bei der Produkt-, Beratungs- und Servicequalität als auch bei den Versicherungsleistungen wollen wir zu den Besten am Markt gehören. Dabei bauen wir auf die Kompetenz unserer Mitarbeiter, ihre Erfahrung und ihr fachliches Wissen. Wichtig sind uns enge und langfristige Beziehungen zu unseren Kunden, die von gegenseitigem Vertrauen geprägt sind. Unser Anspruch ist es, Kunden umfassend zu beraten und ihnen für jeden Lebensabschnitt passende Lösungen anzubieten.

### Konzentration auf das Kerngeschäft

Unsere Kernkompetenzen liegen sowohl im privaten als auch im betrieblichen bzw. (nichtindustriellen) gewerblichen Versicherungsgeschäft. Unsere Hauptmärkte sind weiterhin Deutschland und Österreich. Profitable Wachstumschancen bzw. -nischen außerhalb dieses Gebiets wollen wir untersuchen und gegebenenfalls wahrnehmen.

### Gut ausgebaute Vertriebswege

Die Vertriebsstrategie der NÜRNBERGER besteht darin, unsere Kunden über die gut ausgebauten Vertriebswege „Ausschließlichkeits-Vermittler“,

„Makler, Mehrfachagenturen und Finanzvertriebe“, „Autohausagenturen“ sowie „Familienschutzagenturen“ anzusprechen. Die hohe Vertriebskraft der NÜRNBERGER wird durch einen bestens ausgebildeten und motivierten Außendienst sichergestellt. Darüber hinaus möchten wir über unseren noch jungen Vertriebskanal „Online“ gezielt Angebote für internetaffine Kunden – die wir über unsere bewährten Vertriebswege nicht oder nur schwer erreichen – bereitstellen und einen Direktbestand aufbauen.

### Steuerungssystem

Erfolg haben wir auf Dauer, wenn sich unsere Arbeit für unsere Kunden und Aktionäre lohnt. Die Aufstellung der Gruppe und ihrer Segmente hat das Ziel, das Kapital der Aktionäre gewinnbringend einzusetzen.

Um unsere Profitabilität zu messen, haben wir drei wichtige Indikatoren: das Konzernergebnis, die Segmentergebnisse und das Gesamtergebnis (in den Segmenten Lebensversicherungs- und Krankenversicherungs-Geschäft).

Darüber hinaus liegt unser Augenmerk auf guten Solvenzquoten. Diese sind seit dem 1. Januar 2016 anhand neuer Verfahren unter dem Aufsichtssystem Solvency II zu berechnen. Weiterhin spielen auch das Kapitalanlageergebnis sowie die Schaden-Kosten-Quote (im Segment Schaden- und Unfallversicherungs-Geschäft) eine wichtige Rolle. Planwerte werden regelmäßig mit den Aufsichtsräten abgestimmt.

Neben den genannten rein finanziellen Größen ist für die strategische Steuerung der NÜRNBERGER auch eine Vielzahl nichtfinanzieller Belange von Bedeutung. Dazu gehören Kunden- und Vermittlerzufriedenheit, Prozesseffizienz, Marktdurchdringung, Bekanntheitsgrad sowie Image.

Wir werden unserer Verantwortung für die Stakeholder gerecht, indem wir alle Bestandteile der NÜRNBERGER Geschäftsstrategie am Ziel einer nachhaltigen und langfristigen Wertsteigerung ausgerichtet haben.

# Mit Engagement zum Erfolg.

Jeder setzt sich engagiert und zielorientiert mit seinen persönlichen Fähigkeiten für den Erfolg des Unternehmens ein. Gemeinsam geben wir unser Bestes für Kunden, Vertriebspartner und Aktionäre.





# Produkte und Vertrieb

Mit ihrer breiten Angebotspalette hält die NÜRNBERGER innovative und nachhaltige Lösungen für vielfältige Lebensrisiken sowie für die private Vermögensverwaltung bereit.

Versicherungsprodukte sind grundsätzlich auf ökonomische Nachhaltigkeit ausgerichtet, da sie den Kunden zum langfristigen Vermögensaufbau für die Altersvorsorge oder zur finanziellen Absicherung von Risiken dienen. Hilfen für Verkaufsvor- und -nachbereitung und Kundenpflege sowie die Möglichkeit von Vertragsaukünften sind wichtige Bestandteile des Onlineangebots im NÜRNBERGER Portal für Vertriebspartner. Es wird durch die Beratungstechnologie und das elektronische Antragsystem (digitale Unterschrift des Kunden) optimal ergänzt. Das papierlose Erzeugen von Angeboten und Anträgen sowie telefonische Services verstärken nicht nur die ökonomische, sondern auch eine ökologisch-nachhaltige Ausrichtung der Arbeitsabläufe.

## Produktentwicklung

Bei der Entwicklung unserer Lebensversicherungsprodukte berücksichtigen wir das Thema „Nachhaltigkeit“ insbesondere im Rahmen des NÜRNBERGER Fondssortiments. Für das Neugeschäft in der Fondsgewährten Lebensversicherung bieten wir derzeit 40 Einzelfonds an, von denen fünf Fonds ein Anlagekonzept als nachhaltiges und sozial verantwortliches Investment (Socially Responsible Investment/SRI) verfolgen.

Jeder dieser Fonds definiert sein nachhaltiges Anlagekonzept etwas anders, wobei in der Regel die Kriterien Menschenrechte, Arbeitnehmerrechte, Diskriminierung, Umwelt, Korruption sowie Ethik und Soziales zur Anwendung kommen. Zusätzlich zu den Einzelfonds bieten wir unseren Kunden die Möglichkeit, in das „NÜRNBERGER Depot Nachhaltigkeit“ zu investieren. Dieses setzt sich aus vier SRI-Einzelfonds zusammen.

In der Schadenversicherung hilft die NÜRNBERGER im Rahmen des NÜRNBERGER Klimaschutzes ihren Kunden, dem Klimawandel aktiv entgegenzuwirken. So ersetzt die Wohngebäudeversicherung in Summe Mehrkosten bis 20.000 EUR für den Wiederaufbau mit umweltfreundlichen Werkstoffen und für bauliche Präventivmaßnahmen gegen weitere Schäden durch Sturm, Hagel oder Überschwemmung. Nach einem Hausratschaden übernimmt die NÜRNBERGER bis zu 2.000 EUR zusätzlich für ökologisches Material. Müssen Großgeräte wie Waschmaschine oder Kühlschrank neu gekauft werden, zahlt die NÜRNBERGER einen Aufpreis bis 2.000 EUR für Modelle mit höchster Energieeffizienz. Auch Gewerbekunden partizipieren mit der Übernahme von in Summe Mehrkosten bis 30.000 EUR in der Geschäfts-Inhaltsversicherung und der Gewerblichen Gebäudeversicherung.

Unsere Innovationswerkstatt im Business Tower Nürnberg



### Innovationsmanagement

Mit dem Innovationsmanagement verfolgt die NÜRNBERGER das Ziel, Ideen nachhaltig in die Praxis umzusetzen und so die Innovationskultur auf- und auszubauen. Einerseits werden unsere Mitarbeiter direkt eingebunden: Über ein Online-Tool kann jeder seine Ideen einfach und unkompliziert an die zuständigen Kolleginnen senden und wird sowohl in der Prüfungs- als auch in einer möglichen Umsetzungsphase direkt beteiligt. In der hauseigenen Innovationswerkstatt haben die Mitarbeiter die Möglichkeit, in einer kreativen Umgebung neue Ideen zu entwickeln und zu diskutieren.

Andererseits nutzen wir Veranstaltungen und Plattformen, um einen Blick über den Tellerrand zu werfen. Wir beteiligen uns an externen Ökosystemen und fördern Kooperationen mit Gründerzentren, Universitäten und Verbänden. Hier geht es um Themen wie zum Beispiel Digitalisierung, FinTechs und InsurTechs. Mittlerweile bestehen enge Partnerschaften mit dem InsurTech Hub/Werk1 in München, der Factory Berlin, dem digitalen Gründerzentrum ZOLLHOF in Nürnberg sowie dem Fraunhofer Innovationslabor JOSEPHS.

### Gütesiegel wirken nachhaltig

Namhafte Ratingagenturen, Analysehäuser und Medien haben die NÜRNBERGER Konzerngesellschaften, ihre Produkte und Kundendienstleistungen im Wettbewerbsvergleich bewertet und vielfach ausgezeichnet. Diese Gütesiegel sind für den NÜRNBERGER Außendienst, freie Vertriebspartner und potenzielle Neukunden wichtige Orientierungshilfen. Denn Verbraucher und Vermittler wollen die Anbieter vergleichen. Top-Platzierungen und bekannte Auszeichnungen helfen bei der Entscheidung. Und auch für unsere Bestandskunden sind sie eine Vertrauensbestätigung.

Bei der Informationssuche und Vorauswahl ihres Versicherungsschutzes sorgen bei Privatkunden die Auszeichnungen von Stiftung Warentest, FOCUS-MONEY und TÜV für höchste Aufmerksamkeit und Vertrauen. Das ermittelte das Marktforschungsinstitut YouGov bei einer Verbraucherumfrage bereits 2016.

Auch im Vertrieb geht ohne Gütesiegel nichts, stellte AssCompact Trends – das Branchenmedium des freien Vertriebs – in seiner Ausgabe 04.2017 fest. Für Makler sind sie ein Entscheidungskriterium für das Produktportfolio. Die Mehrheit nutzt Gütesiegel aber auch bei der Kundenberatung. Die Auszeichnungen der Analysehäuser Franke und Bornberg, Morgen & Morgen, Institut für Vorsorge und Finanzplanung, Assekurata und softfair sind demnach besonders gute Empfehlungen.

Umso wichtiger ist, dass die NÜRNBERGER bei den genannten Institutionen in allen Kategorien Jahr für Jahr punktet. Hier ist eine Auswahl der wichtigsten Auszeichnungen:



2017 wurden zum Beispiel die Selbstständige Berufsunfähigkeitsversicherung (BU) Komfort für Selbstständige und die Selbstständige BU für den Öffentlichen Dienst von FOCUS-MONEY mit „Hervorragend (FFFplus)“ bewertet. Auch Franke und Bornberg stufte – zum 14. Mal in Folge – die Produktqualität der BU Komfort und Komfort Plus als „Hervorragend/FFF“ ein. Morgen & Morgen beurteilt die Berufsunfähigkeitsversicherung (Komfort-Variante) erneut mit der Bestnote 5 Sterne (ausgezeichnet). „Hervorragend“ ist auch die softfair-analyse-Einstufung im BU-Leistungsrating für verschiedene Zielgruppen.



Eine zusätzliche Entscheidungshilfe für Vertrieb und Verbraucher gibt das A+-Unternehmensrating „Finanzstärke stark“ von Fitch für Lebens-, Kranken-

und Allgemeine Versicherung. Eine Auszeichnung, welche die NÜRNBERGER Versicherung seit 2005 fortlaufend erhalten hat.

Auch das Analysehaus Morgen & Morgen beurteilt die Lebensversicherung im Belastungstest – geprüft wurden die finanziellen Sicherheitsmittel – erneut mit „ausgezeichnet“. Ein wichtiges Signal für von „Run-offs“ verunsicherte Verbraucher. Der NÜRNBERGER Ernstfallschutz, ein vergleichsweise junges Biometrieprodukt, erzielte die Höchstbewertung „Exzellent“ des Instituts für Vorsorge und Finanzplanung. Gleiches gilt auch für die DAX®-Rente (eingetragene Marke der Deutsche Börse AG) - ein modernes Vorsorgeangebot.

Die NÜRNBERGER Privathaftpflichtversicherung wurde 2017 erstmals mit dem begehrten Finanztest-Siegel „Sehr gut (0,9)“ bewertet. Außerdem zeichnete Franke und Bornberg die Autoversicherung Komfort mit Kasko Plus, die Privathaftpflichtversicherung Komfort mit Komfort Plus, die Wohngebäudeversicherung Komfort mit Komplettschutz sowie die Hausratversicherung Komfort mit „Hervorragend/FFF“ aus.

Bestnoten gab es auch für die NÜRNBERGER Krankenversicherung (NKV). FOCUS-MONEY zeichnete verschiedene Tarife in der Kategorie „Top-Schutz“ mit „sehr gut“ aus und ermittelte die NÜRNBERGER als besten Anbieter von Beihilfetarifen. Das „Handelsblatt“ vergab in der Kategorie „Beste PKV-Tarife“ den 1. Platz und „sehr gut“. Bereits 2016 bestand die NKV zum 15. Mal in Folge die alle zwei Jahre durchgeführte Prüfung durch die Assekurata – „die“ Ratingagentur im Sektor Krankenversicherungen – mit A+, was einer sehr guten Unternehmensqualität entspricht. Auch die Vollversicherungstarife der NKV in den Kategorien Top- und Komfortschutz wurden von diesem Analysehaus als „sehr gut“ bewertet.

Diese hervorragenden Ergebnisse in Hinblick auf Leistungsstärke, Sicherheit und Stabilität sind ein wesentlicher Beitrag, um die Zukunft der NÜRNBERGER zu sichern.



17PN96



# Der Mensch im Mittelpunkt.

Wir beraten und unterstützen unsere Kunden und Partner offen,  
fair und unkompliziert.



# Kundenservice

Kunden und Partner stehen im Mittelpunkt.

Unser Ziel sind langfristige, verlässliche Kundenbeziehungen – nicht der kurzfristige Geschäftserfolg. Nachhaltige und dauerhafte Partnerschaften mit unseren Vertriebspartnern, die teilweise bereits über mehrere Generationen bestehen, bilden hierfür die Grundlage.

An die kompetente Beratung unserer Kunden – ganz gleich, zu welchem Produkt – stellen wir hohe Ansprüche. Deshalb müssen alle unsere Vermittler zunächst ein einheitliches Ausbildungsprogramm erfolgreich absolvieren. Wir arbeiten ausschließlich mit Vermittlern zusammen, die sich kontinuierlich weiterbilden.

## Digitalisierung von Geschäftsprozessen

Wir unterstützen und forcieren die Digitalisierung von Geschäftsprozessen. Soweit möglich, wollen wir unsere Geschäftsprozesse durchgängig papierlos verarbeiten. Beispiel hierfür ist der elektronische Versicherungsantrag „ElektrA“. Der Versicherungsantrag des Kunden wird hier elektronisch am Endgerät ausgefüllt und die Unterschrift digital übertragen. Ein ausgedruckter Antrag ist nicht mehr notwendig. Smartphone-Apps spielen eine zunehmend wichtigere Rolle beim Gestalten von Geschäftsprozessen. Mit der App „Easy Scan“

(Krankenversicherung) kann uns unser Kunde seine Rechnungen digital zur Verfügung stellen. Der Kunde spart sich hierdurch die Versandkosten. Zudem fördern wir das papierlose und damit umweltfreundliche Arbeiten sowie eine schnelle Leistungsbearbeitung.

Weitere Apps – wie die „Fahrer Plus“ und die „Unfall-Hilfe“ – ermöglichen es unseren Kunden, schnell und einfach den Versicherungsschutz auf einen weiteren Fahrer auszudehnen bzw. schnelle Hilfe (z. B. Abschleppwagen) anzufordern, ohne dass für den Kunden Wartezeiten bei der Anrufannahme entstehen. Über das Kundenportal „Meine NÜRNBERGER“ kann der Kunde seine Verträge online einsehen und Änderungen eigenständig vornehmen.

Die erfolgreiche Partnerschaft mit unseren Vertriebspartnern basiert künftig auf zwei Faktoren: persönlich beraten und digital kommunizieren. Vertrieb ohne Technik wird es nicht mehr geben. Den höchsten Mehrwert erwarten Vertriebspartner aus schnelleren Prozessabläufen, der Rationalisierung der Abläufe im Vermittlerbetrieb und der besseren Betreuung der Bestandskunden durch Digitalisierung. Digitale Ver-



triebsunterstützung erhalten unsere Vertriebspartner bei Produktvergleichen, Risiko-Voranfragen sowie elektronischer Signatur und bei der Kunden- und Vertragsverwaltung.

Die elektronische Dokumentenübermittlung liefert unseren Vermittlern nicht nur Policen, sondern auch Vertragsänderungen, Schäden, Inkassodaten sowie Leistungsdokumente. Ziel ist eine hohe Automatisierung in der Verarbeitung von digitalen Daten.

### Weiterbildung

Unsere Versicherungsvermittler verkörpern die NÜRNBERGER gegenüber dem Kunden – umso wichtiger ist es, dass sie sich kontinuierlich weiterbilden. Dafür sorgt die Brancheninitiative „gut beraten“. Egal, ob ein Kunde seine Familie für den Fall seines plötzlichen Todes finanziell versorgt wissen will, sein neues Auto gegen potenzielle Schäden versichern oder privat fürs Alter vorsorgen möchte – die Person, mit der er über seine Versicherungsverträge spricht und sie abschließt, ist unser Vermittler. Oftmals ist dieser sogar das einzige Gesicht, das der Kunde von der NÜRNBERGER zu sehen bekommt. Entsprechend wichtig sind die Vermittler für die NÜRNBERGER. Ein guter Versicherungsvermittler muss Vertrauen zum Kunden aufbauen und auch nach der Akquisition immer für ihn da sein, etwa, wenn ein Schaden reguliert werden soll. Deshalb ist es entscheidend, dass unsere Versicherungsvermittler nicht nur gut ausgebildet sind, sondern sich auch kontinuierlich weiterbilden. Mit der Initiative „gut beraten“ wird auch eine Forderung der Europäischen Union nach einer ständigen Weiterbildung unserer Vermittler umgesetzt.

Dafür nutzen wir fortschrittliche Techniken wie zum Beispiel Webinare und Online-Chats. Aufwand und Reisezeiten für die Beteiligten werden reduziert. Webinare sparen Zeit, Geld und schonen die Umwelt. Deshalb wandeln wir zunehmend Präsenz-Veranstaltungen in Webinare um.

### Qualitätssicherung

Der „Verhaltenskodex für den Vertrieb von Versicherungsprodukten“ des Gesamtverbands der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) ist eine freiwillige Selbstverpflichtung der Branche, die die Qualität der Beratung sicherstellen, dokumentieren und damit das Vertrauen der Kunden in die Versicherungswirtschaft insgesamt stärken soll. Der Verhaltenskodex enthält grundsätzliche Standards für eine gute und faire Beratung der Kunden. Er enthält Verhaltensregeln, zu deren Einhaltung sich die beigetretenen Unternehmen verpflichten. Ziel ist es, in der Branche das Bewusstsein für Verbraucherinteressen zu schärfen und die Belange der Kunden noch stärker in den Fokus des Beratungsprozesses zu rücken. Daher ist die proaktive Umsetzung des Verhaltenskodex ein wichtiger Schritt der Branche im Interesse eines angemessenen Verbraucherschutzes.

Die NÜRNBERGER ist mit allen ihren deutschen Versicherungsunternehmen dem Verhaltenskodex für den Vertrieb von Versicherungsprodukten des GDV am 17. September 2013 beigetreten. Die Angemessenheitsprüfung zur Umsetzung des Verhaltenskodex erfolgt durch unabhängige Wirtschaftsprüfer – erstmals zum Stichtag 27. Februar 2015. Die NÜRNBERGER hat die Ansprüche des Kodex an den Vertrieb vollumfänglich erfüllt. Die Angemessenheit wurde erneut fristgerecht zum Stichtag 27. Februar 2017 bestätigt. Das Testat ist auf [www.gdv.de](http://www.gdv.de) sowie im Jahresbericht des GDV enthalten. Die letzte Prüfung umfasste auch die Einhaltung der Anforderungen nach Ziffer 3 der „Leitlinien der Privaten Krankenversicherung für einen transparenten und kundenorientierten Tarifwechsel“ vom 3. Juni 2014 des PKV-Verbands zum Tarifwechselrecht nach § 204 Versicherungsvertragsgesetz, deren Prüfung der Angemessenheit die NÜRNBERGER Krankenversicherung AG erstmalig zum Stichtag 15. Januar 2016 erfolgreich bestanden hat.

### Schadenregulierung

Für ihre ausgezeichnete Kfz-Schadenregulierung wurde den NÜRNBERGER Schadenversicherern 2010 als den ersten im deutschen Markt das TÜV-NORD-Zertifikat „Geprüfte Service-Qualität“ verliehen. Geprüft wurden die Servicezuverlässigkeit, die Servicepolitik und -kultur, das Servicemanagement, der Umgang mit Beschwerden, die Qualifikation der Mitarbeiter sowie die Kundenzufriedenheit. Der „Schadenservice Auto“ wurde 2017 erneut mit diesem Zertifikat ausgezeichnet.

Für die Leistung und das Einhalten von Zusagen gaben die NÜRNBERGER Kunden die Note 1,5. Mehr als 90 % waren mit dem Schadenservice sehr zufrieden. Die NÜRNBERGER lässt seit 2010 die Zuverlässigkeit und das konstante Einhalten der Servicezusagen jährlich prüfen.

Seit April 2016 bieten auch der „Schadenservice Hausrat, Unfall, Wohngebäude und Privathaftpflicht“ (Note 1,5) sowie die kundenorientierte Betreuung von Privatkunden in der Kranken- und Pflegeversicherung (Note 2,0) TÜV-zertifizierte Service-Qualität. 2017 wurde auch der NÜRNBERGER CommunicationCenter GmbH (NCC), dem Telekommunikations-Dienstleister im NÜRNBERGER Konzern, zum wiederholten Mal das Zertifikat „Geprüftes Callcenter“ verliehen. Die TÜV-Sachverständigen hatten u. a. die internen Managementabläufe, aber auch die Ausstattung der Arbeitsplätze untersucht.



### Beschwerdemanagement

Das Beschwerdemanagement dient dazu, Verbesserungsmöglichkeiten festzustellen und die Beziehung zu unseren Kunden zu intensivieren. Dadurch besteht für uns eine große Chance auf hohe Kundenloyalität und auf einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess der Qualität unserer Produkte und Dienstleistungen. Die NÜRNBERGER Versicherung beschäftigt sich deshalb bereits seit dem Jahr 2001 mit dem Thema Beschwerdemanagement und hat seit dieser Zeit ihr Engagement stetig erweitert.

Auf dieser Basis konnten die im September 2013 veröffentlichten Mindestanforderungen der BaFin an das Beschwerdemanagement der Versicherungsunternehmen problemlos umgesetzt werden.

Mittels Umsetzung einer hausübergreifenden internen Leitlinie wurden u. a. das einheitliche Verständnis zu diesem Thema geschärft und die Kommunikation zwischen der Geschäftsleitung, dem zentralen Beschwerdemanager Konzern und den Beschwerdemanagement-Beauftragten der Fachbereiche institutionalisiert. Zusätzlich steht den Mitarbeitern ein E-Learning Programm zum Beschwerdemanagement der NÜRNBERGER zur Verfügung. Alle Mitarbeiter mit Kundenkontakt durchlaufen dieses E-Learning im Zwei-Jahres-Rhythmus.

Beschwerden werden seit vielen Jahren in einer speziellen Datenbank erfasst und sind somit vielschichtig auswertbar. Neben der jährlichen Berichterstattung an die BaFin werden Quartalsberichte an die Geschäftsleitung erstellt. Die regelmäßige Berichtserstellung zeigt z. B. Verbesserungsbedarf in der Reaktionszeit auf Kundenwünsche, was u. a. durch Optimierungen in den Arbeitsabläufen erreicht wird.

Vom Beschwerdemanagement Konzern moderierte monatliche Arbeitssitzungen mit den Beschwerdemanagement-Beauftragten der Fachbereiche gewährleisten z. B. eine übergreifende Weiterentwicklung der Beschwerdemanagement-Software und die Aktualität der Arbeitsanweisungen.

Im Rahmen dieser Arbeitssitzungen werden auch Auffälligkeiten aus Regelprüfungen zur Erfassungsqualität von Beschwerden thematisiert und ggf. Maßnahmen veranlasst. Schließlich sind auch für das Beschwerde-



Zuhören, verstehen, nachfragen - wir setzen auf Kundendialog und stellen uns auf die Bedürfnisse jedes Einzelnen ein.

management Risiken und Maßnahmen im Rahmen des Compliance-Management-Systems definiert, dokumentiert und mit den Compliance-Risikoverantwortlichen abgestimmt.

### **Business Continuity Management**

Mit unserem Business Continuity Management (BCM) stellen wir sicher, dass unsere Versicherungskunden zuverlässig – auch bei Zwischenfällen mit Auswirkungen auf den Geschäftsbetrieb – von der NÜRNBERGER betreut werden. Bei BCM geht es darum, in einem Notfall die Aufrechterhaltung und den Wiederanlauf unserer wichtigsten Unternehmensfunktionen sicherzustellen. Dies betrifft die Fähigkeit der NÜRNBERGER, mit Zwischenfällen umzugehen und so erhebliche Schäden zu vermeiden. Hierfür haben wir zunächst alle kritischen Geschäftsprozesse identifiziert. Insbesondere wurden die wesentlichen Risiken betrachtet, durch welche die Fortführung unseres Geschäftsbetriebs gefährdet wird.

Hier galt es, die wesentlichen Risiken frühzeitig zu erkennen und durch eine sogenannte Business-/Impact-Analyse ein Verfahren zu entwickeln, um Geschäftsprozesse in Bezug auf ihre Kritikalität zu priorisieren. Die strategische Ausrichtung haben wir in einer BCM-Leitlinie zusammengefasst.

# Verantwortungsbewusste Investitionen

Die Prinzipien Sicherheit, Rentabilität und Liquidität bilden den Rahmen für die Kapitalanlage der NÜRNBERGER Versicherung. Das Kapital der Versicherungsnehmer zu sichern, steht dabei im Vordergrund. Die NÜRNBERGER ist sich als Investor zusätzlich auch der gesellschaftlichen Verantwortung bewusst, die mit ihrem wirtschaftlichen Handeln einhergeht, und unterstützt die Ziele einer nachhaltigen Entwicklung. Wir sehen uns in der Verantwortung, die schonende Nutzung von Ressourcen zugunsten nachfolgender Generationen zu fördern.

Nachhaltiges Wirtschaften begreifen wir als ein integriertes Unternehmenskonzept, innerhalb dessen die Kapitalanlagepolitik einen Eckpfeiler darstellt. Nachhaltigkeit bedeutet für uns, dass sich wirtschaftliches Handeln weder ökologisch („environmental“) noch sozial nachteilig auswirkt und das Unternehmen nach Corporate-Governance-Kriterien geführt wird. Diese drei Merkmale bezeichnet man als ESG-Faktoren. Wir streben an, diesen Richtlinien im Kapitalanlageprozess

zu folgen. Gleichzeitig soll unser Handeln den wirtschaftlichen und aufsichtsrechtlichen Erfordernissen entsprechen.

Um ESG-Faktoren systematisch, dauerhaft und gewinnbringend in den Anlageprozess zu integrieren, werden diese Kriterien mit unseren Wertevorstellungen verbunden, um daraus eine mögliche Quantifizierung von Nachhaltigkeitskriterien abzuleiten. Zukünftig werden wir ein systematisches Screening der Bestände in der Kapitalanlage nach diesen Kriterien durchführen. Hierbei werden wir uns an Analysen und Einstufungen externer Research-Anbieter – beispielsweise im Rahmen von aktuellen und generell anerkannten Nachhaltigkeitsindizes – orientieren. Im Jahr 2018 werden wir verschiedene Ratingbeurteilungen im Hinblick auf mögliche Implikationen auf unser Portfolio analysieren.

Aus den Erkenntnissen des Screening-Prozesses sowie der Unternehmensdefinition von Nachhaltigkeitskriterien werden wir dann in einem weiteren Schritt ent-

Anlage in Fonds für erneuerbare Energien (Windkraftanlage Tellenes/Norwegen)



scheiden, welche Investments weniger geeignet sind, um sie nachfolgend niedriger zu gewichten bzw. abzubauen. Reine Ausschlusskriterien gibt es dabei lediglich bei schweren ethischen Verstößen wie zum Beispiel Handel oder Herstellung von geächteten Waffen oder bestehenden Sanktionen.

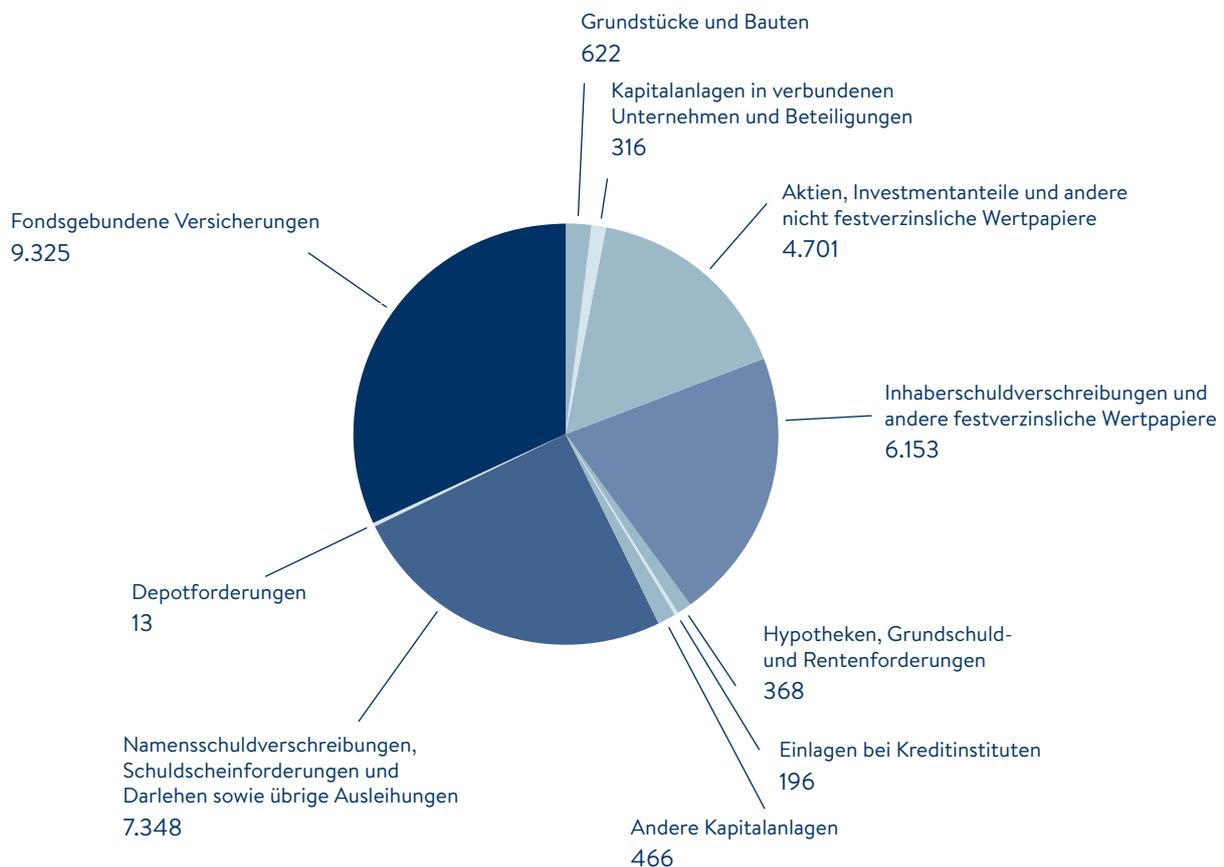
Bereits heute gibt es in unseren Wertpapierspezialfonds strenge Anlagerestriktionen. Das heißt, sämtliche Anlagen sind verboten, die beispielsweise mit der Herstellung und Vermarktung von Streumunition und Anti-Personen-Minen in Zusammenhang stehen. Im Rahmen der festverzinslichen Anlagen wird in sogenannte Green Bonds investiert. Daneben bestehen Anlagen in Fonds für erneuerbare Energien.

Für die NÜRNBERGER Versicherung als großes Versicherungsunternehmen bedeutet der Einbezug von

ESG-Faktoren in die Kapitalanlage, der gesellschaftlichen Verantwortung nachzukommen. Wenn wir die ESG-Faktoren berücksichtigen, können wir potenzielle Risiken auch besser steuern, verringern und sogar vermeiden. Hierdurch ist es möglich, dass Wettbewerbsvorteile durch eine Teilhabe an innovativen nachhaltigen Geschäftsideen sowie eine verbesserte Kundenzufriedenheit entstehen. Aufgrund des Einbezugs der Nachhaltigkeitskriterien erwarten wir langfristig eine optimierte Rendite-Risiko-Relation.

Wir als NÜRNBERGER Versicherung sind uns bewusst, dass das Beachten von ESG-Faktoren ein andauernder, sich ständig verändernder Prozess ist, der mit zusätzlichem Aufwand einhergeht. Wir sind uns jedoch auch sicher, dass wir so einen positiven Einfluss auf Unternehmen und Gesellschaft ausüben können.

### Kapitalanlagen 29.507 (in Mio. EUR)



# Unsere Verantwortung für die Umwelt

## Verantwortlicher und bewusster Umgang mit Ressourcen

Aktiver Umweltschutz im Unternehmen ist Ausdruck wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Verantwortung. Deshalb legt die NÜRNBERGER großen Wert darauf, mit Rohstoffen und Energie sparsam sowie umweltbewusst umzugehen. Der Umweltaspekt wurde daher 2017 strategisch im NÜRNBERGER Leitbild, das die Basis unserer Unternehmenskultur bildet, verankert.

## Energieverbrauch

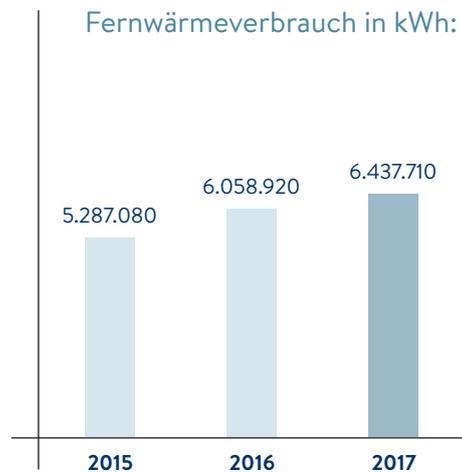
2015 ist das Energiedienstleistungsgesetz (EDL-G) in Kraft getreten, das auch die NÜRNBERGER dazu verpflichtet, ein sogenanntes Energieaudit durchzuführen. Damit wurde eine EU-Richtlinie umgesetzt, die europaweit für eine verbesserte Energieeffizienz sorgen soll. Die NÜRNBERGER hat schon frühzeitig die dazu nötigen Maßnahmen ergriffen und die Gesetzesvorgabe bis Ende 2015 erfüllt.

Durch den Abschluss der Auditierung an der Generaldirektion und den Außenstellen ergaben sich für die NÜRNBERGER auch Energieeinsparungs-Potenziale in den Bereichen Heizung, Lüftung, Kälte und Beleuchtung, die wir in den Folgejahren 2016 und 2017 genutzt haben. Unsere Generaldirektion in Nürnberg wird emissionsfrei über Fernwärme beheizt. Dabei wird die von unserem Energieversorger bezogene Fernwärme mit einem ausgezeichneten Primärenergiefaktor von 0,00 bewertet. Diese Kennzahl berücksichtigt den Energieverlust bei der Gewinnung, Umwandlung und Verteilung. Je umweltschonender die Energieform, desto niedriger ist der Faktor. Unser Fernwärmeverbrauch lag 2017 bei 6,4 GWh und damit witterungsbedingt leicht über dem Vorjahreswert. Die zugrundeliegenden Daten sind nicht witterungsbereinigt, d. h. es werden die tatsächlichen Werte der verbrauchten Energie angegeben.

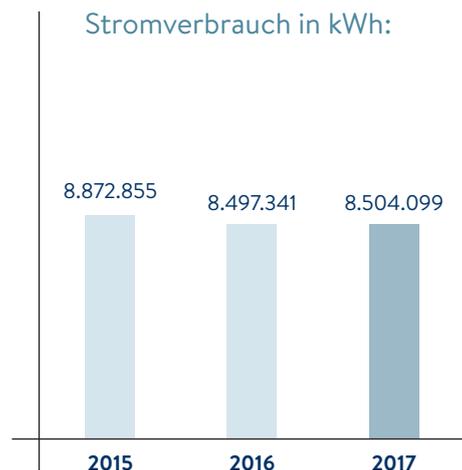
Der Stromverbrauch in unserer Generaldirektion lag 2017 mit 8,5 GWh – wie bereits im Vorjahr – auf einem verhältnismäßig niedrigen Niveau. Um diese Kennzahl zu erreichen, wurden die Laufzeiten der stromintensiven Verbraucher auf ein Mindestmaß reduziert und die Lüftungsanlagen auf energieeffiziente Antriebstechnik umgerüstet.

Auch im Bereich Beleuchtung haben wir Optimierungen vorgenommen und in Teilbereichen LED-Leuchten eingeführt. Auswertungen haben ergeben, dass ca. 8 % unseres Strombedarfs an der Generaldirektion durch die Kälteerzeugung entstehen. Diese Erkenntnis und die Betrachtung des Anlagenalters führten zu einer Neukonzeption der Kälteversorgung. Mittlerweile wurden die Rückkühlwerke ausgetauscht. Bei der Auswahl der Anlagen haben wir – außer auf Wirtschaftlichkeit – gezielt auf Umweltaspekte geachtet.

Fernwärmeverbrauch in kWh:



Stromverbrauch in kWh:



### Mobilität

Im Bereich unserer Firmenfahrzeuge fördert die NÜRNBERGER gezielt die Elektromobilität. So wurde im Jahr 2017 damit begonnen, für unsere Vermittler im Außendienst e-Smarts einzuführen. Daneben besteht seit 2017 sowohl für Mitarbeiter der NÜRNBERGER als auch für die Öffentlichkeit die Möglichkeit, Elektrofahrzeuge vor dem Gebäude des NÜRNBERGER Business Towers an einer Stromladestation aufzuladen. Zusätzlich haben wir zwei Stromladestationen in der Tiefgarage unserer Generaldirektion eingerichtet, die für Mitarbeiter, Mieter und Gäste des NÜRNBERGER Business Towers zur Verfügung stehen.

Viele Mitarbeiter der NÜRNBERGER nutzen öffentliche Verkehrsmittel und leisten so einen Beitrag zum Umweltschutz. Die NÜRNBERGER fördert dies gezielt, indem sie ihren Innendienstangestellten einen Zuschuss zu den Kosten des Firmentickets des Verkehrsverbunds Großraum Nürnberg (VGN) zahlt. An der Generaldirektion verwenden rund 49 % der Mitarbeiter das Firmenticket des VGN. Damit ist die NÜRNBERGER einer der wichtigsten Partner des öffentlichen Personennahverkehrs in der Europäischen Metropolregion Nürnberg.

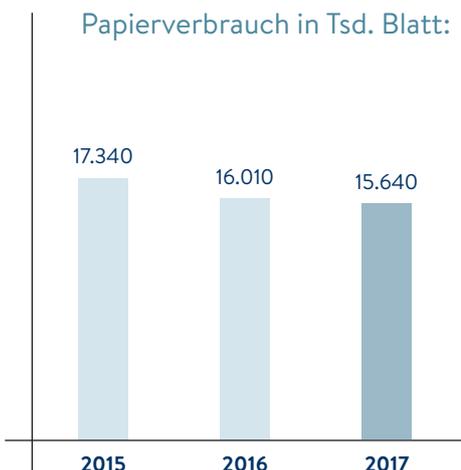
### Einkauf

Im Bereich Einkauf achtet die NÜRNBERGER auf die Einhaltung des PBS (Papier-, Büroartikel- und Schreibwaren)-Ehrenkodex, der sich an der ISO 9001 orientiert. Dieser Kodex strebt ein faires Geschäftsverhalten an und stellt ethische Handlungsregeln für Unternehmer auf. Wir beziehen unser Büromaterial ausschließlich von regional ansässigen Firmen. Unsere Papier-Lieferanten müssen Zertifizierungen der Forstwirtschaft wie FSC (Forest Stewardship Council) und PEFC (Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes) nachweisen. Diese Standards stellen sicher, dass die Produkte aus verantwortungsvoll bewirtschafteten Wäldern stammen und dabei die ökologischen Funktionen des Waldes erhalten bleiben. Durch die zunehmende Digitalisierung unserer Geschäftsprozesse konnten wir unseren Papierverbrauch seit 2015 in deutlichem Umfang senken. Im Vergleich zum Vorjahr reduzierte sich dieser 2017 um 2,3 %. Neben dem üblichen Büromaterial erfüllen wir auch beim Einkauf von Werbe- und Dekomaterial nachhaltige Kriterien. Dabei gehen wir fair mit unseren Lieferanten um und bemühen uns um einen regionalen Bezug.

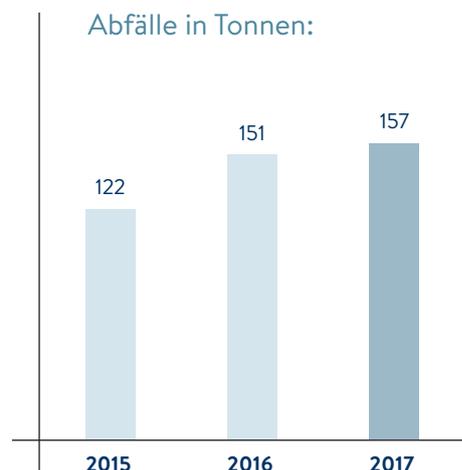
### Entsorgung

Im Rahmen eines umfassenden Entsorgungskonzepts führt die NÜRNBERGER wiederverwertbare Materialien wie Papier, Metalle, Glas, Leuchtstoffröhren, Holz und Verpackungsmaterial in den Rohstoffkreislauf zurück. So konnten die Gesamtabfallmengen an der Generaldirektion in den letzten Jahren auf einem vergleichsweise niedrigen Niveau gehalten werden.

Papierverbrauch in Tsd. Blatt:



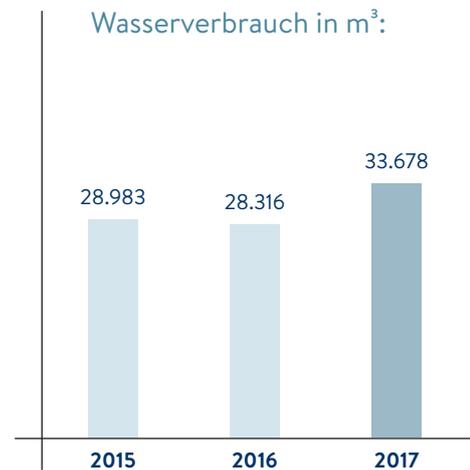
Abfälle in Tonnen:



### Unsere Generaldirektion

Beim Bau der Generaldirektion wurde darauf geachtet, für die versiegelten Flächen einen Ausgleich zu schaffen. Im 13.000 m<sup>2</sup> großen Innenhof befindet sich daher ein Teich mit einer Fläche von rund 8.000 m<sup>2</sup>. Durch die Verdunstung des Wassers entsteht ein angenehmes Bio-Klima. Zudem bietet das Teichareal Fischen und Vögeln einen natürlichen Rückzugsort mitten in der Großstadt.

Das gesamte Oberflächenwasser auf dem Gelände der NÜNBERGER wird bei Regen in drei Zisternen gespeichert und speist im Umlaufverfahren den Teich. Auf diese Weise ist es möglich, die Verdunstungsrate in den Sommermonaten auszugleichen. Beim Einspeisen des Wassers übernehmen Schilfbeete die Funktion einer Bio-Kläranlage.



Der Innenhof unserer Generaldirektion mit 8.000 m<sup>2</sup> großem Teich und biologischer Filteranlage



# Vertrauen als Fundament.

Wir begegnen einander mit Wertschätzung.  
Wir kommunizieren klar und sind ein verlässlicher Partner.



# Unsere Mitarbeiter und unsere soziale Verantwortung

## Personal

Unsere Mitarbeiter sind die wichtigste Ressource der NÜRNBERGER. Aus diesem Grund ist der Aspekt „Mitarbeiter“ ein ganz wesentlicher Baustein in der NÜRNBERGER Nachhaltigkeitsperspektive. Die hohe Kompetenz, das Engagement, die Motivation und die Kundenorientierung unserer Mitarbeiter sichern die Wettbewerbsfähigkeit der NÜRNBERGER. Durch zukunftsorientierte und nachhaltige Personalpolitik, attraktive Arbeitsbedingungen, ein umfangreiches Angebot an Weiterbildungs- und Entwicklungsmöglichkeiten sowie breit gefächerte Aufgaben nutzen und fördern wir die Potenziale unserer Beschäftigten.

## Mitarbeiterführung und Führungsgrundsätze

Der NÜRNBERGER ist es wichtig, ihre Mitarbeiter auf ihrem beruflichen Werdegang von der Erstausbildung bis zur Qualifizierung von Experten und Führungskräften zu fördern und zu begleiten. Freie Stellen werden in erster Linie aus den eigenen Reihen besetzt. Somit bieten sich jedem engagierten, motivierten und qualifizierten Mitarbeiter vielfältige Karrierechancen. In den NÜRNBERGER Führungsgrundsätzen ist mit dem Prinzip „Qualifikationen ermöglichen, Entwicklungen unterstützen“ klar formuliert, dass Potenzialerkennung und das systematische Fördern von Mitarbeitern eine der wichtigsten Aufgaben der Führungskräfte in der NÜRNBERGER sind.

Im Jahr 2017 waren im gesamten NÜRNBERGER Konzern durchschnittlich 4.306 Mitarbeiter eingesetzt, davon 119 Auszubildende. Im Innendienst der Hauptverwaltung und in den Geschäftsstellen waren 2.828 Personen tätig, davon 2.305 Mitarbeiter an der Generaldirektion in Nürnberg. Im angestellten Versicherungsaußendienst der Konzerngesellschaften waren 2017 durchschnittlich 726 Mitarbeiter beschäftigt.

## Personalstruktur

Der Frauenanteil an der Belegschaft lag 2017 im Schnitt bei 47,6 %. Das Durchschnittsalter im Innen- und angestellten Außendienst betrug zum 31. Dezember 2017 44,3 Jahre (Frauen 43,0 Jahre, Männer 45,6 Jahre) und die mittlere Betriebszugehörigkeit 17,8 Jahre. Die Fluktuationsquote im Innendienst belief sich auf 5,5 %. Insgesamt 30,5 % der Mitarbeiter im Innendienst (Frauen 48,5 %, Männer 8,3 %) waren im Jahr 2017 durchschnittlich in Teilzeit beschäftigt. Die genannten Zahlen beziehen sich auf die Gesellschaften NÜRNBERGER Lebensversicherung AG, NÜRNBERGER Allgemeine Versicherungs-AG und NÜRNBERGER Beteiligungs-Aktiengesellschaft.



Spannender als vielleicht gedacht: Die NÜRNBERGER bietet für Auszubildende immer neue Herausforderungen und zahlreiche Einsatzgebiete für einen vielversprechenden Start ins Berufsleben.

### Ausbildung

Die berufliche Erstausbildung ist ein zentraler Faktor bei der qualifizierten Besetzung von Arbeitsplätzen in der NÜRNBERGER. Um uns als attraktiven Arbeitgeber vorzustellen, engagieren wir uns auf verschiedenen Ausbildungsmessen und Berufsinformationstagen in Schulen. Außerdem bieten wir Schülern im Rahmen von Praktika und einer eigenen Praktikantenwoche die Möglichkeit, sich ein Bild von einer Tätigkeit in der NÜRNBERGER zu machen und sich von den Vorteilen einer Ausbildung in unserem Haus zu überzeugen. Einen Teil des Ausbildungskonzepts stellt die „Juniorfirma“ der NÜRNBERGER dar, in der Auszubildende der Generaldirektion als Dienstleister für die Fachbereiche praxisnah unternehmerisches Handeln lernen.

Zum Jahresende 2017 befanden sich 59 Frauen und Männer in der Ausbildung zum/zur Kaufmann/-frau für Versicherungen und Finanzen und 20 im dualen Studium. Darüber hinaus wurden 39 junge Menschen in den Berufen Kaufmann/-frau für Büromanagement, Fach-

informatiker/in, Mediengestalter/in und Informatik-kaufmann/-frau ausgebildet. 34 Auszubildende an der Generaldirektion haben im Berichtsjahr erfolgreich die Abschlussprüfung vor der Industrie- und Handelskammer (IHK) abgelegt und drei Duale Studenten haben erfolgreich ihr Studium beendet. Die Übernahmequote an der Generaldirektion betrug 89 %. Die genannten Zahlen beziehen sich auf die Gesellschaften NÜRNBERGER Lebensversicherung AG, NÜRNBERGER Allgemeine Versicherungs-AG, NÜRNBERGER Sofort-Service AG und NÜRNBERGER Beteiligungs-Aktiengesellschaft. Wie in den Jahren zuvor zeichneten auch externe Gremien einzelne Abschlussleistungen unserer Auszubildenden mit Staatsurkunden, Förder- und Anerkennungspreisen aus.

Die Basisausbildung für neue Verkäufer haben 2017 53 Mitarbeiter absolviert und neun die Prüfung zum/zur Versicherungsfachmann/-frau (IHK) bestanden. Die Erfolgsquote betrug 82 % und lag damit wieder deutlich über dem IHK-Durchschnitt.

### Qualifizierung und Entwicklung

Für die NÜRNBERGER ist es von zentraler Bedeutung, die Mitarbeiter und Führungskräfte mit den notwendigen Kompetenzen für aktuelle und zukünftige Herausforderungen auszustatten und gezielt weiterzuentwickeln. Dabei setzen wir auf zeitgemäße Lern- und Personalentwicklungsformate.

Mit einem digitalen Kompetenzmanagement- und Personalsteuersystem wollen wir in der Zukunft sicherstellen, dass die passenden Menschen auf den richtigen Stellen sind. Bei Führungskräften im Vertrieb wird weiter in die Führungsqualifizierung investiert. Bei der Neuordnung der Strukturen in Operations wurde ein mehrstufiges, ebenenbezogenes Auswahlverfahren durchgeführt. Das Changemanagement im Unternehmen sorgt dafür, dass die Bereiche bei komplexen Veränderungen noch intensiver begleitet werden.

Wie auch im Vorjahr bildete die individuelle Beratung und Begleitung von Führungskräften, insbesondere bei der persönlichen Entwicklung und bei organisatorischen Veränderungen, einen weiteren Schwerpunkt unserer Personalentwicklungsarbeit.

Unsere Unternehmenskultur wird weiterentwickelt. Zum Beispiel gab es Info-Veranstaltungen mit 700 Teilnehmern. Und auch der Vorstand hat sich in Workshops mit dem Thema Unternehmenskultur beschäftigt.

Bei der Entwicklung von E-Learning-Angeboten standen 2017 das Blended Learning (Verknüpfung von E-Learning und Präsenzs Schulungen), Webinare sowie die Vergabe von Weiterbildungspunkten für webbasierte Lerninhalte im Vordergrund.

2017 haben an unserer internen Vortragsreihe „Bildung um 5“ insgesamt 959 Zuhörer teilgenommen. Es fanden acht Veranstaltungen zu Themen aus Digitalisierung, Kundenorientierung, Kultur, Sport und Gesundheit statt.

### Kennzahlen Mitarbeiter 2017



### Langfristig gesicherter Nachwuchs

Die NÜRNBERGER betreibt seit mehreren Jahren ein eigenes Programm zur Förderung von akademischem Nachwuchs. Studierende absolvieren Praktika, verfassen ihre praxisorientierte Abschlussarbeit oder arbeiten studienbegleitend im Rahmen einer Werkstudententätigkeit in der NÜRNBERGER. Zudem bieten wir in Kooperation mit der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg die Möglichkeit eines Dualen Studiums. So wird bereits frühzeitig eine Bindung zur NÜRNBERGER geschaffen und langfristig akademischer Nachwuchs rekrutiert.

Durch zahlreiche Personalmarketing-Aktivitäten wie Hochschulkooperationen, Recruiting-Events sowie die Präsenz auf Hochschul- und Karrieremessen werden Studierende und Absolventen auf die NÜRNBERGER aufmerksam gemacht. Im Bereich Social Media haben wir eine eigene Facebook-Karriereseite sowie Employer-Branding-Profile auf XING.com und kununu.com etabliert. Als top-nationaler und hervorragender Arbeitgeber wurden wir von FOCUS und der Online-Plattform kununu ausgezeichnet. Außerdem holten NÜRNBERGER Auszubildende für ein 360°-Personalmarketing-Video den zweiten Platz beim Innward.

Auch außerhalb des Unternehmens fördert die NÜRNBERGER aktiv die Qualifizierung von Nachwuchskräften. Ein enger Kontakt zu den versicherungswirtschaftlichen Lehrstühlen an der Universität Erlangen-Nürnberg sowie zum Forum V, einem Zusammenschluss von nordbayerischen Assekuranzunternehmen, Hochschulen und Verbänden, der sich mit der interdisziplinären Förderung der Versicherungswissenschaft befasst, ist elementarer Bestandteil. Unser Ziel ist es, die Region zur ersten Adresse für Fachkräfte der Versicherungswirtschaft zu machen. In diesem Kontext findet jedes Jahr der Nordbayerische Versicherungstag statt. Dieses Jahr lautete das Motto: „Prävention und Nachhaltigkeit – Versicherer leisten mehr.“

Neben einer fundierten Ausbildung sowie umfassenden Weiterbildungsmöglichkeiten für die Mitarbeiter spielt auch die Entwicklung der Sozialkompetenz eine wichtige Rolle. Deshalb unterstützen unsere Auszubildenden seit

Jahren die Lebenshilfe Nürnberger Land e. V. und zeigen soziales Engagement unter anderem im Rahmen einer jährlichen Schulmittelsammlung für bedürftige Kinder.

### Entgelt und Sozialleistungen

Grundsätzlich finden in der NÜRNBERGER Lebensversicherung AG, NÜRNBERGER Allgemeine Versicherungs-AG, NÜRNBERGER Beteiligungs-Aktiengesellschaft neben den gesetzlichen Grundlagen sowohl der Tarifvertrag für die private Versicherungswirtschaft als auch diverse Betriebsvereinbarungen Anwendung. Wir ergänzen das Entgelt unserer Mitarbeiter durch vielfältige Sozialleistungen, um attraktive Vergütungsstrukturen anbieten zu können.

Die betriebliche Altersversorgung ist die wichtigste Sozialleistung unseres Konzerns. Seit 2004 wird sie in erster Linie beitragsorientiert über die NÜRNBERGER Pensionskasse AG durchgeführt. Zusätzlich können die Mitarbeiter selbst in dieses System einzahlen, was die NÜRNBERGER durch weitere Beiträge belohnt. Zum 1. Oktober 2016 wurde der Durchführungsweg auf die Direktversicherung umgestellt und das Regelwerk modernisiert.

### Flexible Arbeitszeitmodelle

Die flexiblen Arbeitszeitmodelle in der NÜRNBERGER ermöglichen es den Angestellten, ihre Arbeit zielorientiert und effizient zu gestalten. Durch Jahres- und Lebensarbeitszeitkonten werden die Interessen der Kunden, der Konzernunternehmen sowie des Personals in Einklang gebracht. Mitarbeiter, die ein Guthaben in Form von Stunden aus ihrem Jahresarbeitszeitkonto, Urlaub oder Gehaltsbestandteilen auf das Lebensarbeitszeitkonto übertragen, können später vorzeitig in den Ruhestand wechseln oder sich für Pflegefälle freistellen lassen.

### Vereinbarkeit von Beruf und Familie

Als Unternehmen mit hoher sozialer Verantwortung unterstützt die NÜRNBERGER ihre Mitarbeiter beim Balanceakt zwischen Familie und Beruf in den unterschiedlichen Lebensphasen und -bereichen. Das unterstreicht unsere Teilnahme am audit berufundfamilie. Wir helfen unseren Mitarbeitern unter anderem durch das Angebot eines Ferienbetreuungsprogramms, Kooperationen mit nahe gelegenen Kindertagesstätten, die NÜRNBERGER betriebliche Gesundheitsvorsorge sowie Unterstützungsangebote für Mitarbeiter mit pflegebedürftigen Angehörigen. Für dieses Engagement wurde die NÜRNBERGER 2016 bereits zum vierten Mal mit dem Zertifikat „audit berufundfamilie“ ausgezeichnet. Den damit verbundenen hohen Standard wollen wir nicht nur halten, sondern ausbauen. So konzentrieren wir uns darauf, den Anteil von Frauen in Führungspositionen zu erhöhen. Dazu erweitern wir die Rahmenbedingungen für eine bessere Vereinbarkeit von Beruf und Familie und fördern die Unternehmenskultur entsprechend. Das Familienbewusstsein wird nachhaltig auch bei den Führungskräften gestärkt und ausgebaut. Damit festigen wir unsere Stellung als attraktiver Arbeitgeber.

Im Rahmen der Förderung von Frauen in Fach- und Führungspositionen wollen wir ein Frauennetzwerk initiieren und ein Mentoring-Programm für Frauen einführen. In den nächsten drei Jahren haben wir uns weitere Maßnahmen vorgenommen:

- ✓ Weitere Flexibilisierung von Arbeitsort und Arbeitszeit mit Home-Office-Angeboten
- ✓ Angebote für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter vor der Lebensphase „Rente“
- ✓ Weitere Stärkung des Familien- und Lebensphasenbewusstseins bei Mitarbeitern und Führungskräften
- ✓ Installierung von betrieblichen Pflegelotsen

### Erste Mitarbeiterbefragung

„Zeit für eine Momentaufnahme“ – so lautete das Motto der ersten NÜRNBERGER Mitarbeiterbefragung. Die Ergebnisse geben uns entscheidende Impulse für die Entwicklung der NÜRNBERGER. Die Umfrage bzw. den konstruktiven Dialog mit unseren Mitarbeitern verstehen wir daher als ein wichtiges Instrument für die Organisationsentwicklung.

### Gesundheitsmanagement

Bereits seit sieben Jahren bietet die NÜRNBERGER ihren Mitarbeitern und Führungskräften unter dem Motto „aktiver – gesünder – sicherer“ ein ganzheitliches betriebliches Gesundheitsmanagement, das auf den fünf Handlungsfeldern Ernährung, Bewegung, mentale Gesundheit, Führung sowie Ergonomie/ Arbeitssicherheit/Medizin aufgebaut ist. Im Jahr 2017 gab es wieder entsprechende Angebote wie zum Beispiel Lungenfunktionstest, Gripeschutzimpfungen sowie Gesundheitstage und Vorträge. Auch das kontinuierlich durchgeführte Seminar „Gesund und leistungsfähig bleiben“ unterstützt unsere Mitarbeiter und Führungskräfte dabei, herausfordernde Situationen besser zu bewältigen. Dieses Angebot wurde um ein Achtsamkeitsseminar zur Förderung der mentalen Gesundheit ergänzt. In diesem Jahr haben wir auch den interaktiven bundesweiten Gesundheitswettbewerb „EatFit“ ins Leben gerufen, der die Mitarbeiter für gesunde Ernährung im Alltag nachhaltig begeistert und motiviert hat. Zum ersten Mal wurde dem NÜRNBERGER Gesundheitsmanagement das Siegel des Corporate Health Awards verliehen.

Zudem konnten wir 2017 einen Bewegungs- und Entspannungsraum mit einem Sportprogramm feierlich eröffnen. Die wechselnden Kurse werden von den Mitarbeitern gut besucht. Hierbei geht es um Entspannung und herausfordernde Ganzkörper-Workouts.

Mit unserem NÜRNBERGER Gesundheitsmanagement tragen wir dazu bei, das Gesundheitsbewusstsein unserer Mitarbeiter und Führungskräfte zu stärken und ihre Leistungsfähigkeit zu fördern.

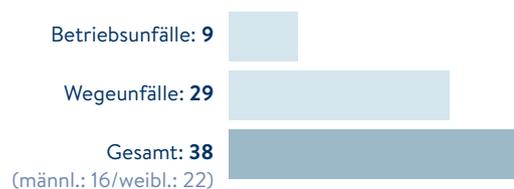


### Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit

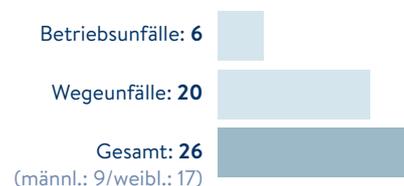
Die Arbeitssicherheit wird gemäß den gesetzlichen Vorschriften und darüber hinausgehenden internen Sicherheitsstandards gewährleistet. Sie dient in erster Linie der Risikominimierung bezüglich Unfallschutz und Brandschutz sowie der Vermeidung von körperlichen und psychischen Beeinträchtigungen der Mitarbeiter bei der Arbeit. Die NÜRNBERGER gewährleistet Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz durch betriebsärztliche und sicherheitstechnische Betreuung, Unfallschutz, Notfallmanagement, Erstversorgung bei Unfällen und akuten Erkrankungen sowie Beratung der Mitarbeiter und Führungskräfte für eine sichere und gesunde Umgebung. Die Arbeitssicherheit bei der NÜRNBERGER befasst sich deshalb mit der Vermeidung von Arbeitsunfällen, Berufskrankheiten und arbeitsbedingten Gesundheitsgefahren durch präventive Maßnahmen.

#### Kennzahlen Arbeitsschutz:

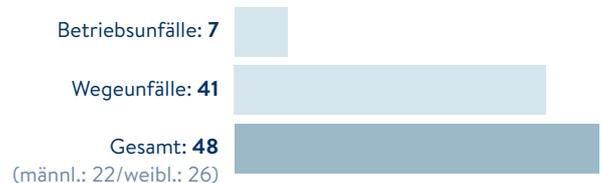
2017:



2016:



2015:



Es gab im Zeitraum 2015 – 2017 keine arbeitsbedingten Todesfälle.

### Arbeitnehmer- und Menschenrechte

Das Recht zu Kollektivverhandlungen wird bei der NÜRNBERGER in vollem Umfang gewährleistet. In der NÜRNBERGER werden die Grundsätze der vertrauensvollen Zusammenarbeit aus § 2 Absatz 1 Betriebsverfassungsgesetz (BetrVG) im Verhältnis zu Betriebsräten, Gewerkschaften und Arbeitgebervereinigungen aus Überzeugung heraus gelebt. In der NÜRNBERGER gelten für alle Mitarbeiter – teilweise unternehmensspezifische – (Gesamt-)Betriebsvereinbarungen. Die Tarifverträge für das private Versicherungsgewerbe finden für alle Mitarbeiter in den Versicherungsgesellschaften Anwendung. Der Tarifvertrag sieht für vergleichbare Tätigkeiten für Männer und Frauen die gleiche Vergütung vor, indem hinter jeder Tarifgruppe eine Tätigkeitsbewertung steht. Bei unseren Dienstleistungs- und Servicegesellschaften werden die Tarifverträge auszugsweise angewendet.

Die NÜRNBERGER respektiert und schützt die Rechte ihrer Arbeitnehmer. Dabei geht es um die Einhaltung hoher Standards für eine sichere und gesunde Arbeitsumgebung sowie um faire Arbeitsbedingungen. Das Recht zur Vereinigungsfreiheit sowie die aktive Förderung der Chancengleichheit und die Gleichbehandlung ihrer Mitarbeiter sind Kernelemente der unternehmerischen Verantwortung der NÜRNBERGER. Alle Formen der Zwangs- und Kinderarbeit lehnt die NÜRNBERGER entschieden ab – und fordert dies auch von ihren Lieferanten. Den Hinweis auf die Einhaltung der Menschenrechte haben wir in unsere Einkaufsrichtlinie aufgenommen.

2016 wurde uns bereits zum vierten Mal das Zertifikat „audit berufundfamilie“ erteilt.



# Verantwortung für die Region

Eine zentrale Säule unserer Unternehmenskultur ist es, gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen.

Unsere zahlreichen, teils bundesweit ausgelegten Aktivitäten in den Bereichen Kultur, Wissenschaft, Sport und Soziales tragen dazu bei, die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit nicht nur auf uns, sondern auch auf unseren Standort – die Europäische Metropolregion Nürnberg – zu lenken. Bereits deren Anerkennung als Metropolregion im Jahr 2005 und damit als Motor wirtschaftlicher, gesellschaftlicher, sozialer und kultureller Entwicklung wurde maßgeblich durch unsere vielfältigen Engagements und unsere vorausschauende Unternehmensführung geprägt.

Bei der Unterstützung der von uns ausgewählten gesellschaftlichen und sozialen Projekte legen wir großen Wert auf den Aspekt Nachhaltigkeit. So sind wir zum einen darauf bedacht, unseren Partnern über langfristige Vereinbarungen Planungssicherheit zu geben. Zum anderen binden wir im Zuge der Nachwuchsförderung unsere Auszubildenden in ausgewählte Initiativen ein.

Zielsetzung unserer Bemühungen ist es, gemeinsam und erkennbar Nutzen zu stiften. Für die Region, für die Gesellschaft.

## Starker Partner für eine starke Region

Die Europäische Metropolregion Nürnberg zählt zu den bedeutendsten und dynamischsten Wirtschaftsregionen Europas. Mit beruflichen Perspektiven und einer hohen Lebensqualität bietet sie rund 3,5 Millionen Menschen Raum zur Entfaltung.

Entscheidenden Anteil an der Attraktivität der Region hat das ebenso traditions- wie facettenreiche künstlerische und kulturelle Angebot. Bereits vor Jahrhunderten stärkten Größen wie Albrecht Dürer, Christoph Willibald Gluck und Jean Paul den Ruf als künstlerische, musikalische und literarische Hochburg. Bis heute gehen bedeutende und innovative Impulse, die zum Einnehmen neuer Betrachtungsweisen und Hinterfragen bisheriger Denkansätze einladen, von der hier ansässigen Kunst- und Kulturszene aus.

Damit das reiche kulturelle Erbe der Metropolregion Nürnberg sicht- und erlebbar bleibt, sind wir Initiator und Förderer der Internationalen Gluck-Opern-Festspiele, Hauptsponsor der „Blauen Nacht“ (Deutschlands größter Kunst- und Kulturnacht), Förderer der Weihnachtsstadt Nürnberg, Partner der Philharmonie Nürnberg und des Musicalnetzwerks Nürnberg. Darüber hinaus unterstützen wir das Deutsche Burgenmuseum auf der Veste Heldburg in Südthüringen und in Nürnberg das Germanische Nationalmuseum sowie dessen Dependence auf der Kaiserburg.

Für Lebensfreude und Gemeinschaft steht der Sport. Er begeistert Menschen aller Altersstufen und sozialer Gruppierungen und ist bei vielen – entweder aktiv betrieben oder passiv konsumiert – fester Bestandteil des Alltags. Über die Kooperation mit dem Fußball-Zweitligisten 1. FC Nürnberg, die Pferdesportveranstaltung Faszination Pferd und das internationale Damen-Tennisturnier NÜRNBERGER Versicherungscup bereichern wir den Sportkalender der Metropolregion Nürnberg und machen damit auf nationaler Ebene Werbung für unseren Standort.

Als Haupt- und Trikotsponsor des 1. FC Nürnberg, weit über die Stadtgrenzen hinaus als „Der Club“ bekannt, legen wir großen Wert auf die Interaktion mit den Fans dieses Traditionsvereins. Unsere Kampagne #Einfach-FanSein ermöglicht es Fußballbegeisterten, einzigartige Erlebnisse zu gewinnen und ihrem Verein noch näherzukommen.

Faszination Pferd, das besucherstärkste Hallenreitturnier Deutschlands, bildet die Bandbreite unseres fast 30-jährigen Engagements im Pferdesport ab. Dieses steht unter dem Motto „Reiten heißt Partner sein“ und legt mit dem NÜRNBERGER BURG-POKAL, einer bundesweit ausgetragenen, von der reiterlichen Weltspitze geschätzten Turnierserie für 7- bis 9-jährige Dressurpferde, sowie dem NÜRNBERGER Führzügelwettbewerb und dem NÜRNBERGER BURG-POKAL der Junioren den Schwerpunkt auf eine fundierte Ausbildung junger Pferde und Reiter.

Das WTA-Turnier NÜRNBERGER Versicherungscup stellt den zentralen Pfeiler unseres Engagements im Tennis dar und führt jährlich einige der besten Spielerinnen der Welt nach Nürnberg. Als offizieller Versi-

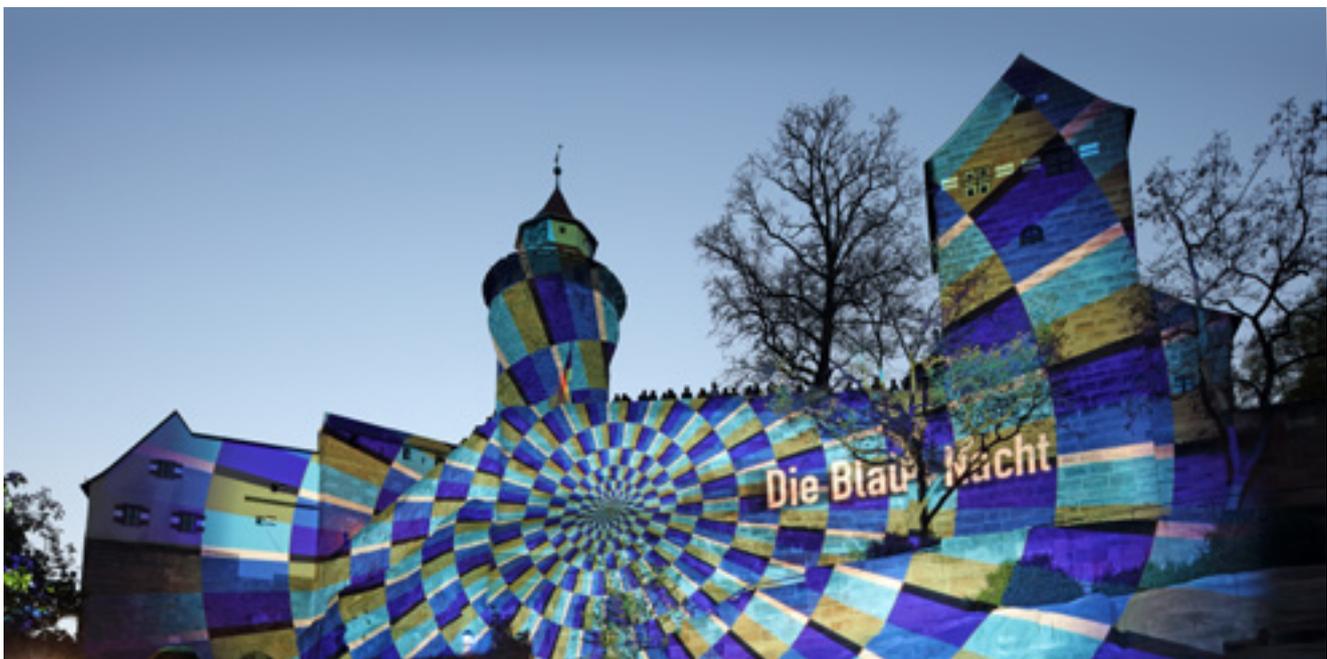
cherungspartner des Deutschen Tennis Bundes ist uns darüber hinaus die Förderung des Breitensports ein Anliegen. Zahlreiche in der Metropolregion Nürnberg veranstaltete Turniere der NÜRNBERGER LK-Turnierserie ermöglichen es Spielern aller Alters- und Leistungsklassen, getreu dem Slogan #LebeDeinTennis wohnortnah ihrer Liebessportart nachzugehen.

#### Heute schon an morgen denken

Die Unterstützung junger Talente in den Bereichen Kultur, Wissenschaft und Sport verstehen wir als eine unserer elementaren Aufgaben. Wir wollen Jugendlichen und jungen Erwachsenen über eine kontinuierliche und ganzheitliche Förderung dabei helfen, ihre Potenziale voll auszuschöpfen und vielfältige Erfahrungen für ihren weiteren Karriere- und Lebensweg zu sammeln.

Für musikalische Höchstleistungen, die weltweit Anerkennung finden und mit vollen Konzertsälen belohnt werden, steht der Windsbacher Knabenchor. Als langjähriger Förderer tragen wir zur Weiterentwicklung dieses herausragenden Kulturträgers und musikalischen Botschafters unserer Heimatregion bei.

Die Blaue Nacht in der Nürnberger Altstadt ist ein Höhepunkt im Kulturkalender. Seit Anbeginn ist die NÜRNBERGER Hauptförderer der größten Kunst- und Kulturnacht Deutschlands



Um die Unterstützung des naturwissenschaftlichen Nachwuchses geht es uns seit knapp 20 Jahren beim Landeswettbewerb Mathematik in Bayern. Gemeinsam mit dem Bayerischen Staatsministerium für Bildung und Kultus, Wissenschaft und Kunst zeichnen wir jährlich die erfolgreichsten Schulen – gemessen an Anzahl und Erfolg der Schüler – aus. Der nachhaltige, von Schulungsmaßnahmen begleitete Bildungsansatz trägt Früchte: Immer wieder überzeugen bayerische Schüler bei Folgewettbewerben, beispielsweise der Bundesrunde Mathematik oder der Internationalen Mathematik-Olympiade.

Im Bereich der Förderung von Nachwuchs-Leistungssportlern sehen wir eine große Notwendigkeit darin, den Athleten die Vereinbarkeit von Sport und schulischer oder beruflicher Ausbildung zu erleichtern. Denn selbst bei einem erfolgreichen Karriereverlauf sind Athleten vieler Disziplinen nicht in der Lage, ihr nachsportliches Leben über Prämien und Preisgelder finanziell abzusichern. Um zielstrebigen Talenten aus der Metropolregion Nürnberg mannigfaltige Perspektiven im Sport und darüber hinaus zu eröffnen, sind wir Goldpartner der Bayerischen Sportstiftung.

Die Förderung junger Sportler, zunächst auf spielerischer und später auf wettkampforientierter Ebene, kommt auch bei unseren Engagements im Pferdesport und im Tennis zum Tragen. So richtet sich der NÜRNBERGER Führzügelwettbewerb an die Jüngsten. Hier stehen die Freude am Sport und der Umgang mit dem vierbeinigen Partner Pferd im Fokus. Entsprechend ihrem Leistungsniveau werden junge Talente im Rahmen der deutschlandweiten Turnierserie NÜRNBERGER BURG-POKAL der Junioren gefördert. Den Fokus des Rahmenprogramms des WTA-Turniers NÜRNBERGER Versicherungscup legen wir ganz bewusst auf die Förderung und Motivation junger Tennistalente. Acht- bis Sechzehnjährige zeigen in verschiedenen Wettkämpfen ihr Können und erleben parallel das Flair eines internationalen Turniers. Über das bundesweite Kindertennis-Projekt „Talentinos“ tragen wir ergänzend dazu bei, Kinder für Tennis zu begeistern und nachhaltig auszubilden.

### Den Blick schärfen

Unverzichtbar für ein fruchtbares, generationenübergreifendes Miteinander in der Gesellschaft sind stabile soziale Beziehungen. Dies betrifft nicht nur Familie und Nachbarschaft, sondern auch die Arbeitswelt. Noch ehe der Ansatz des „Corporate Volunteering“ – also der Einsatz von Mitarbeitern in Projekten gemeinnütziger Art – in Mode kam, nutzten wir unsere sozialen Engagements, um einerseits Menschen und Institutionen zu unterstützen und andererseits unsere Mitarbeiter anzuregen, Verantwortung für die Gesellschaft zu übernehmen. Um dort helfen zu können, wo es notwendig ist, und in einer Form zu unterstützen, die sinnstiftend ist, suchen wir bei unseren sozialen Engagements die Zusammenarbeit mit lokalen Organisationen und Experten.

Mit dem Ziel, nachweislich bedürftige Familien mit Schulkindern zu unterstützen, beteiligen wir uns an der Schulmittelsammlung des Nürnberger „Netz gegen Armut“. Unsere Mitarbeiter spenden im elften Jahr in Folge hochwertige Schulmaterialien, die von unseren Auszubildenden an das Rote Kreuz übergeben werden. Unser Malwettbewerb zur Weihnachtsstadt Nürnberg richtet sich explizit an kinderreiche Familien, um diesen in der Adventszeit die Möglichkeit zu geben, miteinander Zeit zu verbringen. Die Gewinner werden zu einem Besuch der Kinderweihnacht eingeladen und erhalten dort wertvolle, altersstufengerechte Geschenkpakete.

Soziale Verantwortung kann nicht verordnet werden. Sie setzt die Bereitschaft zum Verlassen der eigenen Komfortzone, zum Mitwirken an Projekten und zur Anteilnahme an Einzelschicksalen voraus. Über das Projekt Therapeutisches Reiten – eine Kooperation mit der Lebenshilfe im Nürnberger Land e. V. – führen wir unsere Auszubildenden behutsam an das Thema Inklusion heran. Indem sie zum Teil projektleitend tätig werden, lernen sie, vernetzt zu denken und zielgerichtet zu agieren. Im direkten Kontakt mit den betreuten Reiterinnen und Reitern, etwa beim inklusiven Führgelwettbewerb im Rahmen der Faszination Pferd 2017, haben sie die Möglichkeit, soziale Kompetenzen zu erwerben und zu festigen.

Die Erfahrungen mehrerer Generationen von Auszubildenden zeigen: Über die Interaktion mit den Betreuten werden mentale Hürden abgebaut, Miteinander und Teamdenken gefördert, Bindungen geschaffen und somit Inklusion aktiv gelebt. Wir sind der festen Überzeugung, dass der durch die intensive Projektarbeit geschärfte Blick auf das Wesentliche bei unseren jungen

Mitarbeitern die Bereitschaft erhöht, sich ehrenamtlich zu engagieren. Solidarisch sein bedeutet, anderen zu helfen. Der 1. FC Nürnberg fasst seine Aktivitäten im sozialen Bereich im Projekt „Nürnberg gewinnt“ zusammen. Dabei wurden verschiedene Initiativen gestartet, die sich an Kinder und Jugendliche aus schwachem sozialen Umfeld richten, gegen Fremdenfeindlichkeit, Diskriminierung und Rechtsextremismus kämpfen oder gemeinsam mit der Deutschen Krebshilfe das Thema Prävention angehen. Zum Start der Initiative verzichtete die NÜRNBERGER für ein Heimspiel auf ihre Trikotwerbung, um diese prominente Werbefläche „Nürnberg gewinnt“ zu überlassen.



# Compliance

## Compliance-Management

Compliance bedeutet „Übereinstimmung mit Regeln“ – oder anders ausgedrückt: „anständiges Verhalten“.

Für die NÜRNBERGER heißt das: im Einklang mit den geltenden Gesetzen sowie den Regeln und Grundsätzen des Unternehmens handeln. Ein Compliance-Managementsystem nach dem Prüfungsstandard IDW PS 980 dient zum Überwachen.

Im Unternehmen wurde eine Compliance-Kultur geschaffen, nach der Geschäftsleitung, Führungskräfte und Mitarbeiter verpflichtet sind, bei jeder ihrer Tätigkeiten auf das Einhalten aller Regeln zu achten. Denn ein compliance-widriges Verhalten kann den Geschäftserfolg maßgeblich beeinträchtigen und zu einem erheblichen Vertrauensverlust bei Kunden und auf dem Kapitalmarkt führen. Das Ziel der NÜRNBERGER ist daher, die aufsichts-, kartell- und sanktionsrechtlichen Bestimmungen zu beachten sowie zur Geldwäsche- und Betrugsbekämpfung beizutragen.

Um überhaupt solch ein Managementsystem einrichten zu können, musste zuvor eine Compliance-Organisation ins Leben gerufen werden. Diese setzt sich aus einem Komitee, aus Beauftragten und Risikoverantwortlichen zusammen, die unterschiedliche Aufgaben wahrnehmen.

Zentraler Bestandteil des Managementsystems ist eine umfassende Analyse der rechtlichen Risiken. Hierbei werden etwaige Handlungsfelder frühzeitig erkannt und Risiken durch eingeleitete Maßnahmen deutlich reduziert oder gar ausgeschlossen. Bei Verdacht auf einen Compliance-Verstoß klärt die Compliance-Funktion in Zusammenarbeit mit der internen Revision den Sachverhalt auf und leitet Maßnahmen ein.

Im Compliance-Programm werden die anstehenden relevanten Tätigkeiten zum Verbessern der Risikosituation für das nächste Geschäftsjahr abgebildet. Ein wichtiger Bestandteil ist darüber hinaus die Compliance-Kommunikation. Sie stellt in der NÜRNBERGER sicher, dass Geschäftsleitung, Führungskräfte und Mitarbeiter über rechtliche Bestimmungen, Risiken und gegebenenfalls risikomindernde Maßnahmen informiert sind.

Ein stetes Prüfen und Überwachen der Compliance-Kultur, -Aufgaben, -Ziele und -Risiken sowie der daraus abgeleiteten Maßnahmen führt zu einer kontinuierlichen Verbesserung und Optimierung.

Die Compliance-Funktion arbeitet mit allen Einheiten des Konzerns, vor allem den anderen aufsichtsrechtlichen Schlüsselfunktionen, den Compliance-Beauftragten sowie allen anderen, insbesondere operativen Fachbereichen zusammen. Um Interessenskonflikte zu vermeiden, agiert der Compliance-Beauftragte des Konzerns unabhängig und getrennt von den operativen Bereichen.

## Indikatoren

Wir führen regelmäßig eine Compliance-Risikoanalyse zu Betrugs- und Korruptions-Risiken mit allen Organisationseinheiten der NÜRNBERGER durch. Im Jahr 2017 konnten hierbei keine erheblichen Compliance-Risiken ermittelt werden. Bestätigte Korruptionsfälle sind nicht aufgetreten. Ebenso wenig wurden signifikante Bußgelder oder Freiheitsstrafen wegen Nichteinhalten von Gesetzen und Vorschriften verhängt. Gegen die NÜRNBERGER wurden keine Strafen nach Klagen und Prozessen wegen wettbewerbswidrigen Verhaltens, Kartell- und Monopolverstößen verhängt.

### Verhinderung von Geldwäsche

Um die Anforderungen aus dem Geldwäschegesetz (GwG) umzusetzen, wurden zwischen dem GDV und der BaFin Auslegungs- und Anwendungshinweise vereinbart, die einheitliche Standards darstellen. Sie enthalten auch interne Sicherungsmaßnahmen. In den „Internen Grundsätzen“ ist die hieraus abgeleitete Umsetzung in der NÜRNBERGER dokumentiert.

Zu den Sicherungsmaßnahmen gehört insbesondere die Funktion des Geldwäschebeauftragten, der mittels Analyse und Monitoring die kunden- und transaktionsbezogenen Risiken bewertet. Außerdem überprüft er, ob die geldwäscherechtlichen Vorschriften (insbesondere Sorgfaltspflichten nach GwG) eingehalten werden.

Die Grundsätze werden durch die interne Revision (wie gesetzlich vorgeschrieben) einmal jährlich überprüft. Der Bericht wird der BaFin zur Verfügung gestellt.

### Datenschutz und Datensicherheit

Beim Datenschutz folgt die NÜRNBERGER den „Verhaltensregeln für den Umgang mit personenbezogenen Daten durch die deutsche Versicherungswirtschaft“, auch bekannt unter der Bezeichnung „Code of Conduct“. Er geht über die gesetzlichen Anforderungen aus dem Bundesdatenschutzgesetz und der EU-Datenschutzgrundverordnung hinaus. Der „Code of Conduct“ wurde vom GDV zusammen mit den Datenschutz-Aufsichtsbehörden entwickelt. Die Unternehmen, die diesen Verhaltensregeln beigetreten sind, verpflichten sich über die gesetzlichen Regelungen hinaus dazu, den Grundsätzen der Transparenz, der Erforderlichkeit der verarbeiteten Daten sowie der Datenvermeidung und -sparsamkeit in besonderer Weise nachzukommen. Ziel ist es, den Kunden die Gewähr zu bieten, dass Datenschutz- und Datensicherheitsbelange beim Gestalten und Bearbeiten von Produkten und Dienstleistungen berücksichtigt werden.

Die Verhaltensregeln sind im Internet unter [www.nuernberger.de/verhaltenskodex](http://www.nuernberger.de/verhaltenskodex) abrufbar.

# Perspektiven

Für die NÜRNBERGER Versicherung bedeutet Nachhaltigkeit eine übergreifende Verantwortung für alle Generationen. Sie dient uns als ökonomische, soziale und ökologische Richtschnur für eine umfassende, zukunftsfähige Unternehmenspolitik. Deshalb haben wir ein entsprechendes Unternehmensziel definiert und dies 2017 in unserem neuen Leitbild fest verankert.

Für uns als Versicherungskonzern gilt seit jeher die Maxime, nicht von der Substanz, sondern vom Ertrag zu leben. Unsere Kunden und Partner erwarten von uns nachhaltige Geschäftsmodelle, die Marktschwankungen überdauern und über lange Laufzeiten hinweg Leistungen zuverlässig garantieren.

Nachhaltigkeit ist in der NÜRNBERGER kein abstrakter Prozess, sondern wird vor allem von Menschen getragen: unseren Mitarbeitern. Deshalb sensibilisieren wir sie kontinuierlich und systematisch dafür, wie wichtig nachhaltiges Handeln ist. Konzernweit sind jedes Unternehmen, jede Abteilung und jeder einzelne Mitarbeiter in den jeweiligen Wirkungsbereichen dazu aufgefordert, nachhaltig und verantwortungsvoll zu wirtschaften.

## Für 2018 und 2019 haben wir uns insbesondere folgende Nachhaltigkeitsziele gesetzt:

- ✓ Nachhaltigkeitsthemen in unseren Strategien und Planungsprozessen durchgängig etablieren
- ✓ Ein Nachhaltigkeits-Controlling aufbauen, um alle für die NÜRNBERGER wesentlichen nicht-finanziellen Kennzahlen zu erheben und deren Performance zu messen
- ✓ Das Thema Nachhaltigkeit vollständig in unsere Kerngeschäftsfelder Versicherungsprodukte und Kapitalanlagen integrieren
- ✓ Unsere Innovationskultur auf- und ausbauen, um neue Ideen zügig in die Praxis umzusetzen
- ✓ Unsere Vermittler kontinuierlich auf hohem Niveau weiterbilden
- ✓ Systematisches Controlling der Lieferketten in der Materialwirtschaft im Rahmen von Dienstleistungs- und Produktausschreibungen
- ✓ Unseren Energieverbrauch an der Generaldirektion reduzieren durch Optimierungen im Technikbereich
- ✓ Die Abfälle in der Generaldirektion reduzieren im Rahmen unseres umfassenden Entsorgungskonzepts
- ✓ Den Papierverbrauch reduzieren durch den Ausbau papierloser Geschäftsprozesse im Rahmen der Digitalisierung
- ✓ Arbeitsort und Arbeitszeit für unsere Mitarbeiter weiter flexibilisieren mit Home-Office-Angeboten
- ✓ Den Anteil von Frauen in Fach- und Führungspositionen erhöhen

# Unsere Nachhaltigkeitskennzahlen

Der Deutsche Nachhaltigkeitskodex (DNK) bildet den Rahmen für unsere Berichterstattung zu nichtfinanziellen und die Diversität betreffenden Aspekten.

Wir berichten über die 20 Kriterien (Aspekte) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) zu den Bereichen Strategie, Prozessmanagement, Umweltbelange und Gesellschaft. Ergänzend berichten oder erklären wir ausgewählte Leistungsindikatoren der Global Reporting Initiative (GRI). Die GRI-Leistungsindikatoren werden entweder berichtet (comply) oder die Abweichung wird erläutert (explain). Dies ist beispielsweise dann der Fall, wenn Daten noch nicht erhoben werden oder die geforderten Informationen für unser Geschäftsmodell nicht wesentlich sind.

DNK-Kriterien (Aspekte)	Beschreibung	comply  explain 
<b>Strategie</b>		
1. Strategische Analyse und Maßnahmen	Unser Nachhaltigkeitsansatz ist im Unternehmensleitbild sowie in den Zielen und in der Strategie festgelegt. Details finden sich auch in Kapitel 4.	
2. Wesentlichkeit	Wir berichten die für das Verständnis des Geschäftsverlaufs, des Geschäftsergebnisses und der Lage sowie die Auswirkungen der Tätigkeit auf die nichtfinanziellen Aspekte wesentlichen Themen. Details finden sich in Kapitel 2.	
3. Ziele	Soweit die NÜRNBERGER im Berichtsjahr Nachhaltigkeitsziele für 2018 festgelegt hat, werden diese unter den Einzelaspekten beschrieben. Weiterhin werden in Kapitel 11 Perspektiven aufgezeigt. Details finden sich in Kapitel 2, 4, 7, 9 und 11.	
4. Tiefe der Wertschöpfungskette	Nachhaltige Kriterien fließen in unsere gesamte Wertschöpfungskette von der Produktentwicklung und dem Vertrieb über den Kundenservice bis zur Kapitalanlage ein. Aber auch unsere soziale Verantwortung und unser gesellschaftliches Engagement sowie Umweltschutz fließen in die Prozesse ein. Details finden sich in Kapitel 5, 6, 7, 8 und 9.	
<b>Prozessmanagement</b>		
5. Verantwortung G4-56*	Nachhaltigkeit ist ein wichtiges Unternehmensthema. Die zentrale Verantwortung für Nachhaltigkeitsthemen (Strategie, Überwachung, Analyse) liegt beim Vorstand der NÜRNBERGER Beteiligungs-Aktiengesellschaft. Details finden sich in Kapitel 3.	
6. Regeln und Prozesse G4-56*	Übergreifende Werte, Grundsätze, Regeln und Verhaltensstandards beinhalten die Unternehmensziele, das NÜRNBERGER Leitbild sowie die Führungsgrundsätze. Die NÜRNBERGER legt stets größten Wert auf die Einhaltung der vorgegebenen Regeln. Die Einhaltung von Regeln und Prozessen (u. a. auch Verhaltens- und Ethikkodizes) wird vom Vorstand und von den auf gesetzlicher Grundlage bestellten Beauftragten überprüft (z. B. Compliance-Beauftragter, Datenschutzbeauftragter, Geldwäschebeauftragter, Gleichstellungsbeauftragter).	
7. Kontrolle G4-56*	Unsere bedeutsamsten zentralen Steuerungsgrößen bzw. finanziellen Leistungsindikatoren sowie unsere zur strategischen Steuerung bedeutsamen nichtfinanziellen Belange werden in einem Controlling-System erfasst und durch ein an § 29 Abs. 1 VAG ausgerichtetes internes Kontrollsystem (IKS) sowie vom Vorstand kontrolliert (Einzelheiten können dem Konzernlagebericht im Geschäftsbericht 2017 der NÜRNBERGER Beteiligungs-Aktiengesellschaft unter „Steuerungssystem“ entnommen werden). Dieser wird vom Aufsichtsrat überwacht. Darüber hinaus werden Personalkennzahlen sowie ökologische Kennzahlen von den zuständigen Fachabteilungen erfasst und geprüft. Details finden sich in Kapitel 8 und 9.	

DNK-Kriterien (Aspekte)	Beschreibung	comply  explain 
<b>8. Anreizsysteme</b> G4-51a*	<p>Die Vorstandsbezüge und die Vergütung der Leitenden Angestellten setzen sich aus fixen und variablen Bestandteilen zusammen. Die variable Vergütung ist abhängig von der Erreichung von Zielen, die vorrangig ökonomische Aspekte berücksichtigen. Die Erreichung der Ziele des Vorstands wird durch den Aufsichtsrat kontrolliert. Die Vergütungen des Vorstands können dem Geschäftsbericht 2017 der NÜRNBERGER Beteiligungs-Aktiengesellschaft unter „Aufsichtsrat und Vorstand“ entnommen werden. Hinsichtlich der Vergütung unserer Mitarbeiter achten wir stets auf eine angemessene und leistungsgerechte Bezahlung. Als Mitglied des Arbeitgeberverbands der Versicherungsunternehmen in Deutschland e. V. (AGV) sind die NÜRNBERGER Lebensversicherung AG, NÜRNBERGER Allgemeine Versicherungs-AG und die NÜRNBERGER Beteiligungs-Aktiengesellschaft tarifgebundene Arbeitgeber. Die Entgeltstrukturen der NÜRNBERGER setzen sich aus dem Tarifvertrag, Betriebsvereinbarungen, gesetzlichen Bestimmungen sowie individualvertraglichen Vereinbarungen zusammen.</p>	
<b>9. Beteiligung von Anspruchsgruppen</b> G4-27*	<p>Zu den wesentlichen Anspruchsgruppen (Stakeholdern) der NÜRNBERGER gehören Kunden, Anteilseigner, Mitarbeiter und deren Angehörige, gebundene und freie Vermittler, Partner, Politik, Aufsichtsbehörden, Verbände, Verbraucher und ihre Schutzorganisationen sowie Medien.</p> <p>Die NÜRNBERGER steht in intensivem Austausch mit Stakeholdern, die einen wesentlichen Einfluss auf den Erfolg des Unternehmens haben und die durch die Geschäftsaktivitäten der NÜRNBERGER maßgeblich beeinflusst werden. Dazu gehören insbesondere Kunden, Mitarbeiter und Aktionäre. Mit den Vertretern der Medien findet zu aktuellen Themen ein regelmäßiger Austausch statt. Details finden sich in Kapitel 2.</p>	
<b>10. Innovations- und Produktmanagement</b> G3-EN6, G4-FS11*	<p>Grundsätzlich sind Versicherungsprodukte primär auf ökonomische Nachhaltigkeit ausgerichtet, da sie den Kunden zum langfristigen Vermögensaufbau für die Altersvorsorge oder zur finanziellen Absicherung von Risiken dienen. Wir berücksichtigen bei der Entwicklung unserer Produkte jedoch zunehmend auch das Thema ökologische Nachhaltigkeit, indem wir z. B. in der Fondsgebundenen Lebensversicherung spezielle Fonds anbieten, die ein Anlagekonzept als nachhaltiges und sozial verantwortliches Investment (Socially Responsible Investment) verfolgen. In der Schadenversicherung haben wir Produkte entwickelt, mit denen die NÜRNBERGER ihren Kunden hilft, dem Klimawandel aktiv entgegenzuwirken.</p> <p>Wir unterstützen und forcieren die Digitalisierung von Geschäftsprozessen. Soweit möglich, wollen wir unsere Geschäftsprozesse durchgängig papierlos verarbeiten. Smartphone-Apps spielen hierbei eine zunehmend wichtiger werdende Rolle. Hierdurch fördern wir das papierlose und damit umweltfreundliche Arbeiten sowie eine schnelle Leistungsbearbeitung.</p> <p>Die sichere und solide Kapitalanlage zählt zum Kerngeschäft und zur Kernkompetenz der NÜRNBERGER. Der deutsche Gesetzgeber verpflichtet alle Versicherungsunternehmen, im Interesse der Kunden ihre gesamten Vermögenswerte nach dem Grundsatz der unternehmerischen Vorsicht anzulegen und die Ziele der Qualität, Sicherheit, Rentabilität und Liquidität bei der Kapitalanlage zu beachten (§ 124 VAG). Um dieser Vorgabe gerecht zu werden, sind Versicherer bereits implizit zur Nachhaltigkeit in ihrer Kapitalanlage verpflichtet. Generell müssen unsere Kapitalanlagen langfristig Kapitalerträge erwirtschaften, welche die Verbindlichkeiten gegenüber unseren Versicherungsnehmern langfristig decken. Neben diesen notwendigen finanziellen Zielen ist es auch unser erklärtes Ziel, die Kapitalanlage der NÜRNBERGER insgesamt nachhaltig auszurichten. Hierzu gehören neben wirtschaftlichen und ökologischen auch soziale Kriterien.</p> <p>Details finden sich in Kapitel 5, 6 und 7.</p>	

\* Kennzahl der Global Reporting Initiative (GRI)

DNK-Kriterien (Aspekte)	Beschreibung	comply  explain 
<b>Umwelt</b>		
<b>11. Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen</b> G4-EN1, G4-EN3, G4-EN6, G4-EN8, G4-EN23*	<p>Versicherungs- und Finanzprodukte sind grundsätzlich ein immaterielles Produkt, für das im Produktionsprozess kein signifikanter Rohstoffeinsatz notwendig ist. Zur ökologisch nachhaltigen Ausrichtung der NÜRNBERGER steuern wir die ressourcenschonende Inanspruchnahme unserer Verbrauchswerte für Gebäudeenergie, Wasser, Abfälle, Kühl- und Löschmittel, Papier sowie von Geschäftsreisen. Ziel ist die Reduktion der Verbrauchswerte und der daraus resultierenden klimaschädlichen Emissionen.</p> <p>Details finden sich in Kapitel 8.</p>	
<b>12. Ressourcenmanagement</b> G4-EN1, G4-EN3, G4-EN6, G4-EN8, G4-EN23*	<p>In unserer Generaldirektion in Nürnberg haben wir 2017 folgende Verbrauchswerte gemessen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Strom: 8.504.099 kWh</li> <li>• Fernwärme: 6.437.710 kWh</li> <li>• Treibstoffe: 58.677 Liter,              davon 28.135 Liter Benzin und 30.542 Liter Diesel</li> <li>• Wasser: 33.678 m<sup>3</sup></li> <li>• Abfall: 157 t</li> <li>• Papier: 15.640 Tsd. Blatt,              davon 15.400 Tsd. Blatt Weiß und 240 Tsd. Blatt Recycling</li> </ul> <p>Bei einem Versicherungsunternehmen wie der NÜRNBERGER bieten sich vor allem Sparpotenziale in den Bereichen Energie (Strom, Fernwärme, Treibstoffe), Wasser, Abfall und Papier.</p> <p>Gegenüber dem Vorjahr ergaben sich 2017 folgende Veränderungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Strom: +6.758 kWh (+0,1 %)</li> <li>• Fernwärme: +378.790 kWh (+6,3 %)</li> <li>• Treibstoffe: -7.423 Liter (-11,2 %),              davon -8.465 Liter Benzin (-23,2 %) und +1.042 Liter Diesel (+3,5 %)</li> <li>• Wasser: +5.362 m<sup>3</sup> (+18,9 %)</li> <li>• Abfall: +6 t (+3,9 %)</li> <li>• Papier: -370 Tsd. Blatt (-2,3 %),              davon -250 Tsd. Blatt Weiß und -120 Tsd. Blatt Recycling</li> </ul> <p>Details finden sich auch in Kapitel 8.</p>	
<b>13. Klimarelevante Emissionen</b> G4-EN15, G4-EN16 G4-EN17, G4-EN19*	<p>Die NÜRNBERGER legt großen Wert darauf, mit Rohstoffen und Energie sparsam sowie umweltbewusst umzugehen. Unsere Generaldirektion in Nürnberg wird emissionsfrei über Fernwärme beheizt und der Stromverbrauch liegt auf einem tendenziell rückläufigen und verhältnismäßig niedrigen Niveau (siehe Punkt 12.). Um unseren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck (Carbon-Footprint) weiter zu reduzieren, wurden die Laufzeiten der stromintensiven Verbraucher auf ein Mindestmaß reduziert und die Gebäudetechnik auf energieeffiziente Anlagen umgerüstet. Auch im Bereich Beleuchtung wurden Optimierungen durch die Umstellung auf LED-Leuchten vorgenommen. Bei der Auswahl der Firmenfahrzeuge fördert die NÜRNBERGER gezielt die Elektromobilität. So wurde im Jahr 2017 damit begonnen, für unsere Vermittler im Außendienst e-Smarts einzuführen.</p>	

DNK-Kriterien (Aspekte)	Beschreibung	comply  explain 
	<p>In unserer Generaldirektion in Nürnberg sind 2017 folgende CO<sub>2</sub>-Emissionen (in Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalente gemäß WRI/WBCSD Greenhouse Gas Protocol) angefallen:</p> <p>Scope 1: Direkte CO<sub>2</sub>-Emissionen aus der Verbrennung durch stationäre oder mobile Quellen (Firmenfahrzeuge), chemische Prozesse und flüchtige Treibhausgas-(THG)-Emissionen aus Leckagen von Klimaanlageanlagen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Treibstoffe: 198 t CO<sub>2</sub>e, davon 105 t CO<sub>2</sub>e Benzin und 93 t CO<sub>2</sub>e Diesel</li> </ul> <p>Scope 2: Indirekte CO<sub>2</sub>-Emissionen, die durch die Bereitstellung von Energie außerhalb der NÜRNBERGER durch das Energieversorgungsunternehmen entstehen (Strom und Fernwärme):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Strom: 3.589 t CO<sub>2</sub>e</li> <li>• Fernwärme: 773 t CO<sub>2</sub>e</li> </ul> <p>Details zu unserer Verantwortung für die Umwelt finden sich in Kapitel 8.</p>	

## Gesellschaft

### 14. Arbeitnehmerrechte

G4-LA6, G4-LA8,  
G4-LA12\*

Unsere Mitarbeiter sind die wichtigste Ressource der NÜRNBERGER. Durch zukunftsorientierte und nachhaltige Personalpolitik, attraktive Arbeitsbedingungen sowie ein umfangreiches Angebot an Weiterbildungs- und Entwicklungsmöglichkeiten nutzen und fördern wir die Potenziale unserer Beschäftigten.

Die folgenden Mitarbeiterzahlen beziehen sich auf das Jahr 2017 für die Gesellschaften NÜRNBERGER Lebensversicherung AG, NÜRNBERGER Allgemeine Versicherungs-AG und NÜRNBERGER Beteiligungs-Aktiengesellschaft:

- Durchschnittsalter im Innen- und angestellten Außendienst zum 31.12.2017:  
44,3 Jahre (Frauen 43,0 Jahre, Männer 45,6 Jahre)
- Mittlere Betriebszugehörigkeit:  
17,8 Jahre (Frauen 18,8 Jahre, Männer 16,9 Jahre)
- Fluktuationsquote im Innendienst: 5,5 %
- Teilzeitbeschäftigte im Innendienst im Jahresdurchschnitt:  
30,5 % (Frauen 48,5 %, Männer 8,3 %)
- Frauenanteil an der Belegschaft im Jahresdurchschnitt:  
47,6 %



Die Zusammensetzung des Aufsichtsrats der NÜRNBERGER Beteiligungs-Aktiengesellschaft (NBG) ist im Geschäftsbericht 2017 der NBG unter Aufsichtsrat und Vorstand beschrieben.

Im Jahr 2017 wurden – wie bereits im Vorjahr – keine Berufskrankheiten und keine arbeitsbedingten Todesfälle registriert. Die Anzahl der Betriebs- und Wegeunfälle bei der NÜRNBERGER verharrt seit Jahren auf niedrigem Niveau. Im Kalenderjahr 2017 waren insgesamt 38 Betriebs- und Wegeunfälle (29 Wegeunfälle und 9 Betriebsunfälle) zu verzeichnen.

Details zu unserer sozialen Verantwortung gegenüber unseren Mitarbeitern finden sich in Kapitel 9.

DNK-Kriterien (Aspekte)	Beschreibung	comply  explain 
<b>15. Chancengerechtigkeit</b> G4-LA6, G4-LA8, G4-LA9, G4-A12, G4-HR3*	<p>Diskriminierung hat in der NÜRNBERGER keinen Platz. Die Ausbildungs-, Jugend- und Schwerbehindertenvertretung sowie der Betriebsrat tragen wesentlich dazu bei, Diskriminierungen jeder Art zu vermeiden. Ein Informationsblatt zum Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetz (AGG) erhält jeder Mitarbeiter zu Beginn seiner Tätigkeit in der NÜRNBERGER. Unsere Personalabteilung wird unverzüglich aktiv, sobald ein Verdacht auf Diskriminierung besteht.</p> <p>Die NÜRNBERGER unterstützt ihre Mitarbeiter beim Balanceakt zwischen Beruf und Familie in unterschiedlichen Lebensphasen und -bereichen u. a. durch:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Angebot eines Ferienbetreuungsprogramms für Kinder</li> <li>• Kooperationen mit nahe gelegenen Kindertagesstätten</li> <li>• Betriebliche Gesundheitsvorsorge</li> <li>• Unterstützungsangebote für Mitarbeiter mit pflegebedürftigen Angehörigen</li> </ul> <p>Für dieses Engagement wurde die NÜRNBERGER 2016 bereits zum vierten Mal mit dem Zertifikat „audit berufundfamilie“ ausgezeichnet.</p> <p>Für die nächsten drei Jahre haben wir uns weitere Maßnahmen vorgenommen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Weitere Flexibilisierung von Arbeitsort und Arbeitszeit mit Home-Office-Angeboten</li> <li>• Angebote für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter vor der Lebensphase „Rente“</li> <li>• Weitere Stärkung des Familien- und Lebensphasenbewusstseins bei Mitarbeitern und Führungskräften</li> <li>• Förderung von Frauen in Fach- und Führungspositionen durch Einführung eines Mentoring-Programms für Frauen</li> <li>• Installierung von betrieblichen Pfielgelotsen</li> </ul> <p>Bereits seit sieben Jahren bietet die NÜRNBERGER ihren Mitarbeitern und Führungskräften unter dem Motto „aktiver – gesünder – sicherer“ ein ganzheitliches betriebliches Gesundheitsmanagement, das auf den fünf Handlungsfeldern Ernährung, Bewegung, mentale Gesundheit, Führung sowie Ergonomie/Arbeits-sicherheit/Medizin aufgebaut ist.</p> <p>In der NÜRNBERGER wurde gemäß § 13 AGG eine interne Beschwerdestelle eingerichtet. Im Jahr 2017 sowie im Vorjahr gab es keine das AGG betreffenden Beschwerden.</p> <p>Details zu unserem Engagement zur Chancengerechtigkeit für unsere Mitarbeiter finden sich in Kapitel 9.</p>	

DNK-Kriterien (Aspekte)	Beschreibung	comply  explain 
<p><b>16. Qualifizierung</b> G4-LA9*</p>	<p>Für die NÜRNBERGER ist es von zentraler Bedeutung, ihre Mitarbeiter und Führungskräfte mit den notwendigen Kompetenzen für aktuelle und zukünftige Herausforderungen auszustatten und gezielt weiterzuentwickeln. Dabei setzen wir auf zeitgemäße Lern- und Personalentwicklungsformate. 2017 fanden u. a. folgende Qualifizierungsmaßnahmen statt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• E-Learning-Angebote</li> <li>• Vortragsreihe „Bildung um 5“ zu Themen aus Kultur, Sport und Gesundheit</li> <li>• Schulung von Mitarbeitern und Führungskräften im Vertrieb zum Umgang mit Veränderungen (Chancemanagement)</li> <li>• Individuelle Beratung und Begleitung von Führungskräften</li> <li>• „Führungswerkstätten“: moderierter Austausch über aktuelle, übergreifende Unternehmensthemen</li> <li>• Weiterentwicklung unserer Unternehmenskultur</li> <li>• Einführung eines digitalen Kompetenzmanagement- und Personalsteuerungssystems</li> <li>• Durchschnittliche jährliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Mitarbeiter: 11,6 (Innendienst) 88,4 (Außendienst) 13,3 Führungskräfte (Innendienst) 93,1 Führungskräfte (Außendienst)</li> </ul> <p>Details zu unseren Qualifizierungsmaßnahmen finden sich auch in Kapitel 9.</p>	
<p><b>17. Menschenrechte</b> G4-HR1, G4-HR9, G4-R10, G4-R11*</p>	<p>Der Einflussbereich der NÜRNBERGER im Bereich der Menschenrechte bezieht sich auf ihre Mitarbeiter, Dienstleister und Lieferanten. Unsere Generaldirektion befindet sich in Nürnberg, von der aus wir unsere Hauptmärkte in Deutschland und Österreich steuern. Unser Fokus liegt auf regionalen Lieferanten. Den Hinweis auf die Einhaltung der Menschenrechte haben wir in unsere Einkaufsrichtlinie aufgenommen. Alle Formen der Zwangs- und Kinderarbeit lehnt die NÜRNBERGER entschieden ab und fordert dies auch von ihren Lieferanten. Details finden sich auch in Kapitel 9.</p>	
<p><b>18. Gemeinwesen</b> G4-EC1*</p>	<p>Eine zentrale Säule unserer Unternehmenskultur ist es, gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen. Hierzu tragen unsere zahlreichen, teils bundesweit ausgelegten Aktivitäten in den Bereichen Kultur, Wissenschaft, Sport und Soziales bei. Bei der Unterstützung der von uns ausgewählten gesellschaftlichen und sozialen Projekte legen wir großen Wert auf den Aspekt Nachhaltigkeit. Wir sind darauf bedacht, unseren Partnern über langfristige Vereinbarungen Planungssicherheit zu geben. Zielsetzung unserer Bemühungen ist es, gemeinsam und erkennbar Nutzen zu stiften.</p> <p>Insgesamt hat die NÜRNBERGER im Jahr 2017 449.146 EUR für soziale und gemeinnützige Zwecke gespendet.</p> <p>Details zu unserem gesellschaftlichen Engagement finden sich in Kapitel 9. Detaillierte Angaben zu den wirtschaftlichen Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit können dem Geschäftsbericht 2017 der NÜRNBERGER Beteiligungs-Aktiengesellschaft entnommen werden.</p>	
<p><b>19. Politische Einflussnahme</b> G4-SO6*</p>	<p>Wir suchen auch den Dialog mit Regierungsinstitutionen. So möchten wir unser Geschäftsumfeld verbessern und außerdem stabile politische und wirtschaftliche Rahmenbedingungen schaffen, die unseren Kunden und anderen Interessengruppen auf lange Sicht zugutekommen.</p> <p>Wir haben uns dem deutschen Demokratieverständnis verschrieben. Aus diesem Grund unterstützen wir seit vielen Jahren auch politische Parteien, die sich zur sozialen Marktwirtschaft bekennen. Die NÜRNBERGER Beteiligungs-Aktiengesellschaft und ihre Tochtergesellschaften haben 2017 insgesamt einen Betrag von 110.000 EUR an die CSU, SPD und FDP gespendet.</p>	

DNK-Kriterien (Aspekte)	Beschreibung	comply  explain 
<p><b>20. Gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten</b> G4-SO3, G4-SO5. G4-SO8*</p>	<p>Um stets im Einklang mit den geltenden Gesetzen sowie den Regeln und Grundsätzen des Unternehmens zu handeln, hat die NÜRNBERGER ein Compliance-Managementsystem nach Prüfungsstandard IDW PS 980 eingerichtet. In diesem sind sieben Grundelemente definiert:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Compliance-Kultur,</li> <li>Compliance-Ziele,</li> <li>Compliance-Organisation,</li> <li>Compliance-Risiken,</li> <li>Compliance-Programm,</li> <li>Compliance-Kommunikation und</li> <li>Compliance-Überwachung/-Verbesserung.</li> </ul> <p>Antikorruptionsrichtlinien sind in der NÜRNBERGER in betrieblichen Vereinbarungen hinterlegt. Unsere Abteilung Compliance und Recht überwacht, ob es von Mitarbeitern gesetzliche Verstöße oder Verstöße gegen die Compliance-Richtlinien gibt. Alle unsere Mitarbeiter haben über das IntraNet Zugriff auf Compliance-Informationen und müssen verpflichtend an einer webbasierten Compliance-Schulung teilnehmen.</p> <p>Die Korruptionsanfälligkeit der NÜRNBERGER wurde 2017 insgesamt mit einem geringen Risiko bewertet. Potenzielle Korruptionsrisiken bestehen insbesondere beim Wareneinkauf, im Vertrieb und in der Kapitalanlage. Die regelmäßige Prüfung erfolgt durch die interne Revision.</p> <p>Im Berichtsjahr 2017 sowie im Vorjahr wurden keine Korruptionsfälle bekannt. Auch von Strafen und Ordnungsgeldern war die NÜRNBERGER im Berichtsjahr sowie Vorjahr nicht betroffen.</p> <p>Details finden sich auch in Kapitel 10.</p>	







**PEFC zertifiziert**

Das Papier für diesen Bericht stammt aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern und kontrollierten Quellen.

[www.pefc.de](http://www.pefc.de)

[www.nuernberger.de](http://www.nuernberger.de)

NÜRNBERGER Beteiligungs-Aktiengesellschaft, 90334 Nürnberg

X548\_201801 M