



**NÜRNBERGER**  
VERSICHERUNG

# „Wer weiß schon, was die Zukunft bringt?“

Nachhaltigkeitsbericht 2018  
NÜRNBERGER Beteiligungs-AG

## Inhaltsverzeichnis

Seite	
01	
04	Vorwort des Vorstands
07	Über diesen Bericht
11	Die NÜRNBERGER Versicherung
16	Ziele und Strategie
18	Produkte und Vertrieb
23	Kundenservice
29	Investitionen
35	Umweltschutz
40	Soziale Verantwortung
50	Verantwortung für die Region
58	Compliance
61	Perspektiven
64	Kennzahlen laut Deutschem Nachhaltigkeitskodex
72	



## Nachhaltigkeit ist in unserer DNA.

„Unser Geschäftsmodell muss über Jahrzehnte hinweg tragfähig sein“, sagt der NÜRNBERGER Vorstandsvorsitzende Dr. Armin Zitzmann.

## Vorwort

Liebe Leserinnen und Leser,

Ehrlichkeit und Transparenz: Diese Attribute stehen an erster Stelle, wenn man junge Menschen danach fragt, was sich in der Versicherungsbranche ändern sollte. Ehrlichkeit in der Beratung und Transparenz in der Ausgestaltung der Produkte. Ein nachhaltiges, verantwortungsbewusstes Unternehmen berücksichtigt diese Einstellung.

Die NÜRNBERGER hat in einer breiten Umfrage unter Millennials festgestellt, dass diese Generation Y andere Erwartungen und Ansprüche hat als ihre Eltern und Großeltern. Wir haben hingehört und stellen uns den Fragen der jungen Menschen.

Ich bin davon überzeugt, dass sich mittel- und langfristig nur jene Unternehmen ökonomisch behaupten, die sich heute ihrer sozialen und ökologischen Verantwortung stellen und sich nicht nur an kurzfristiger Gewinnmaximierung orientieren. Das verlangt die Fähigkeit sich anzupassen, Flexibilität zu zeigen.

Die Versicherungsbranche hat eine natürliche Nähe zur Nachhaltigkeit, sie ist sozusagen in ihrer DNA angelegt. Denn unser Geschäftsmodell ist auf die Zukunft gerichtet. Es muss über Jahrzehnte hinweg tragfähig sein – und nicht nur bis zur nächsten Quartalsbilanz. Weil wir die Risiken von morgen und übermorgen jetzt schon im Blick haben, handeln wir nachhaltig.

In der Lebensversicherung gehen wir vertragliche Verpflichtungen ein, die in der Regel erst in 30, 40, 50 Jahren eingelöst werden. Auch die private Krankenversicherung muss ihre Finanzierung so ausgestalten, dass sie auch dann noch zuverlässig ihre Leistungsversprechen erfüllt, wenn der einst 30-jährige Kunde seinen 90. Geburtstag feiert.

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

Deshalb garantieren wir Kunden, Aktionären und Mitarbeitern Schutz und Sicherheit auch in Zukunft – durch nachhaltiges Denken, Wirtschaften und Handeln.

Ihr

Dr. Armin Zitzmann  
Vorstandsvorsitzender NÜRNBERGER Beteiligungs-AG

## Die NÜRNBERGER Versicherung

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.



Aufsichtsratsvorsitzender Dr. Wolf-Rüdiger Knocke (2. v. r.) und der Vorstand der NÜRNBERGER Versicherung v. l. n. r. Jürgen Wahner, Christian Barton, Harald Rosenberger, Dr. Jürgen Voß, Andreas Politycki, Dr. Armin Zitzmann, Stefan Kreß, Peter Meier, Walter Bockshecker und Dr. Martin Seibold

## Über diesen Bericht

### Berichtsumfang

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

Er bezieht sich auf die wesentlichen Unternehmen der NÜRNBERGER Versicherung (Konzern). Im Einzelnen sind dies:

- NÜRNBERGER Beteiligungs-AG
- 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 Versicherung AG
- GARANTA Versicherungs-AG
- NÜRNBERGER SofortService AG
- Neue Rechtsschutz-Versicherungsgesellschaft AG
- Fürst Fugger Privatbank AG
- NÜRNBERGER Verwaltungsgesellschaft mbH
- NÜRNBERGER Communication Center GmbH

Der Berichtszeitraum geht vom 1. Januar 2018 bis zum 31. Dezember 2018. 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 Bericht 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-AG 2018 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 2019 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 in Zahlen 2018

### Wir sind seit

**135**  
Jahren

einer der großen unabhängigen  
Versicherer Deutschlands.

### Finanzstärke

**A+**  
ausgezeichnet

Unsere finanzielle Stärke wird von Fitch  
Ratings mit stark eingestuft.

### Wir sind zusammen

**4.472**  
Mitarbeiter

im Innen- und Außendienst  
inkl. Auszubildende.

### Beiträge

**3.478**  
Mio. EUR

gebuchte Bruttobeiträge

### Leistungen

**2.291**  
Mio. EUR

haben wir für Versicherungsfälle an  
unsere Kunden ausbezahlt.

### Wir betreuen

**6,0**  
Mio.

Versicherungsverträge.

## Die NÜRNBERGER Versicherung

Klar. Unkompliziert. Solide.

Tradition  
seit 1884

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 4.500 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 3,5 Milliarden EUR im Geschäftsjahr 2018, rund 29,5 Milliarden EUR Kapitalanlagen und 6,0 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-AG. 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 Vertriebskanal „Online“ sprechen wir internetaffine Kunden an. Insgesamt arbeiten rund 4.500 angestellte Mitarbeiter im Innen- und Außendienst sowie über 16.200 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.



Die Einbindung der wesentlichen Unternehmen der NÜRNBERGER Beteiligungs-AG in die Gruppenstruktur der NÜRNBERGER Versicherung stellt sich wie folgt dar:

### Vorstand der NÜRNBERGER Beteiligungs-AG

- **Dr. Armin Zitzmann,**  
Vorsitzender, Vertrieb und Marketing,  
Recht und Revision,  
Internationale Beziehungen,  
Krankenversicherung (bis 31. Dezember 2018),  
Schadenversicherung,  
Kapitalanlagen NBG\* (seit 1. Januar 2019)
  - **Walter Bockshecker,**  
Human Resources und Interne Dienste,  
Datenschutz,  
Steuern (bis 31. Dezember 2018)
  - **Harald Rosenberger,**  
seit 1. Januar 2019, Lebensversicherung,  
Krankenversicherung
- **Dr. Martin Seibold,**  
Informatik und Betriebsorganisation,  
Operations, Digitalisierung
  - **Dr. Jürgen Voß,**  
Kapitalanlagen Konzern (ohne NBG\* seit  
1. Januar 2019), Investor Relations,  
Bankgeschäfte, Lebensversicherung  
(bis 31. Dezember 2018), Konzern-  
steuerung und Risikomanagement,  
Rechnungswesen, Steuern  
(seit 1. Januar 2019)

### Aufsichtsrat der NÜRNBERGER Beteiligungs-AG

- Dr. Wolf-Rüdiger Knocke, Vorsitzender,  
ehem. Mitglied des Vorstands

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

\*NÜRNBERGER Beteiligungs-AG





„Ich zahle so viel Steuern und Abgaben.

**Da kann ich doch erwarten,  
dass der Staat für mich sorgt,  
wenn ich es brauche.“**

Sabine, NÜRNBERGER Mitarbeiterin und Millennial

Nur jeder zehnte junge Mensch ist zuversichtlich,  
dass die staatliche Rente ausreichen wird.  
Aber 20 % wollen, dass der Staat im Alter für  
sie sorgt. Das geht aus der Millennials-Studie  
der NÜRNBERGER hervor.

# Ziele und Strategien

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

Diese Aussage gibt ein Ziel vor, das klar und deutlich zu verstehen sowie zu kommunizieren ist. Es hat einen eindeutigen Fokus und orientiert sich an den zukünftigen Marktbedingungen und Kundenanforderungen. Die sich daraus ableitenden strategischen Eckpfeiler der NÜRNBERGER sind Unabhängigkeit, nachhaltiges und ertragsorientiertes Wachstum sowie Sicherheit.

## Unabhängigkeit

Als unabhängiges Unternehmen bietet die NÜRNBERGER seit 1884 Schutz und Sicherheit für Generationen. Unabhängigkeit ist der entscheidende Faktor, um unseren Weg mit einer eigenständigen Positionierung im Versicherungsmarkt erfolgreich weiterzugehen. Nur als unabhängiges Unternehmen können wir uns schnell auf die sich wandelnden Bedürfnisse von Kunden und Vermittlern einstellen sowie eine auf langfristige Wertsteigerung ausgerichtete Geschäftspolitik verfolgen.

## Nachhaltiges und ertragsorientiertes Wachstum

Die Ausrichtung auf nachhaltiges, ertragsorientiertes Wachstum ist ein Fixpunkt in der NÜRNBERGER Geschäftsstrategie. Wir investieren in wachstumsstarke und ertragsstabile Segmente im Erstversicherungs- und Finanzdienstleistungsbereich. Umsatzsteigerung 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. Die gute Positionierung in chancenreichen Geschäftsfeldern ermöglicht es uns, unsere Wachstumsziele in erster Linie auf organischem Weg und durch Kooperationen zu erreichen. Unser Ziel ist es auch, das Wachstum durch gezielte Kundenbindungsmaßnahmen zu stützen.

Wir wollen mit stabilen Erträgen für unsere Aktionäre und Kunden sowie mit der Herstellung einer ausreichenden Kapitalausstattung, die sich in guten aufsichtsrrechtlichen Solvenzquoten widerspiegelt, wirtschaftlich Erfolg haben.

## Sicherheit

Die Sicherheit eines Versicherungs- und Finanzdienstleistungsunternehmens hängt im Wesentlichen von seiner Kapitalausstattung und Ertragskraft ab. Zentrales Element unserer Geschäftsstrategie ist daher, unsere Kapitalbasis zu sichern und auszubauen. Um nachteilige bzw. sogar gefährdende Entwicklungen frühzeitig zu erkennen, haben wir ein internes Überwachungssystem eingerichtet. Insbesondere betreiben wir ein umsichtiges Risikomanagement und führen eine regelmäßige unternehmenseigene Risiko- und Solvabilitätsbeurteilung durch.

In unserem Versicherungsgeschäft verfolgen wir die Strategie einer selektiven Zeichnungspolitik. Dabei bauen wir vornehmlich die Geschäftszweige aus, in denen sich risikoadäquate Prämien erzielen lassen. Um unseren Kunden Sicherheit auf höchstem Niveau zu bieten, betreiben wir eine sicherheitsorientierte Kapitalanlagepolitik. Hinsichtlich der Risiken aus Kapitalanlage und Versicherungstechnik streben wir einzeln und in ihrer Verknüpfung ein optimiertes Portefeuille an, um unser Risikokapital bestmöglich zu nutzen.

## Steuerungssystem

Auf der Grundlage unserer strategischen Eckpfeiler stehen als bedeutsamste Steuerungsgrößen das Jahresergebnis, die Segmentergebnisse und das Gesamtergebnis (in den Segmenten Lebensversicherungs- und Krankenversicherungsgeschäft), die Entwicklung von Neugeschäft und Beitragseinnahmen sowie die aufsichtsrechtliche Solvenzquote im Vordergrund. Der angestrebten Sicherheit dient ein internes Überwachungssystem zum frühzeitigen Erkennen nachteiliger oder gar gefährdender Entwicklungen. Insbesondere betreiben wir ein umsichtiges Risikomanagement und führen regelmäßige unternehmenseigene Risiko- und Solvabilitätsbeurteilungen durch.

Weiterhin sind für die strategische Steuerung des Konzerns der Nettoertrag aus Kapitalanlagen (soweit nicht für Rechnung und Risiko von Versicherungsnehmern) und die Schaden-Kosten-Quote (im Segment Schaden- und Unfallversicherungsgeschäft) von Bedeutung. Über die genannten rein finanziellen Größen hinaus ist das unternehmerische Handeln der NÜRNBERGER auch an nichtfinanziellen Aspekten ausgerichtet: Basierend auf der Kompetenz und der Motivation unserer Mitarbeiter, exzellenten Prozessen sowie einer leistungsfähigen IT möchten wir passende Produkte und Services anbieten, die sowohl unsere Kunden als auch die Vermittler vollumfänglich zufriedenstellen. Darüber hinaus liegt unser Fokus darauf, unseren Bekanntheitsgrad weiter zu erhöhen und die Marke „NÜRNBERGER“ zu stärken.



## 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 zum langfristigen Vermögensaufbau für die Altersvorsorge oder zur finanziellen Absicherung von Risiken dienen. Im NÜRNBERGER Portal für Vertriebspartner erhalten unsere Vermittler Hilfen für ihre Verkaufsvor- und -nachbereitung. Weiterer wichtiger Bestandteil dieses Onlineangebots ist die Möglichkeit der Kundenpflege und der Vertragsauflösung. Im Bereich der technischen Kommunikation zwischen Versicherer und Vermittler nehmen wir einen führenden Platz in der Branche ein. Sie wird durch die Beratungstechnologie und das elektronische Antragssystem (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.

### Invest in Nachhaltigkeit

Wenn wir unsere Lebensversicherungsprodukte entwickeln, berücksichtigen wir das Thema „Nachhaltigkeit“, insbesondere im NÜRNBERGER Fondssortiment. Für das Neugeschäft in der Fondsgebundenen Lebensversicherung bieten wir derzeit 40 Einzelfonds an. Davon investieren fünf in ein nachhaltiges und sozial verantwortliches Anlagekonzept (Socially Responsible Investment/SRI). Allerdings definiert jeder Fonds sein nachhaltiges Engagement etwas anders: Die Kriterien Menschenrechte, Arbeitnehmerrechte, Diskriminierung, Umwelt, Korruption sowie Ethik und Soziales werden unterschiedlich

eingesetzt. Unseren Kunden ist es auch möglich, in das „NÜRNBERGER Depot Nachhaltigkeit“ zu investieren. Dieses Depot setzt sich derzeit aus vier der fünf Einzelfonds zusammen.

In der Schadenversicherung kann unser Kunde im Rahmen des NÜRNBERGER Klimaschutzes dem Klimawandel aktiv entgegenwirken. So ersetzt die Wohngebäudeversicherung Mehrkosten bis 20.000 EUR, wenn für den Wiederaufbau umweltfreundliche Werkstoffe verwendet werden. Oder für baulichen Präventivschutz 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. Bei Gewerbekunden übernehmen wir Mehrkosten bis 30.000 EUR in der Geschäfts-Inhaltsversicherung und der Gewerblichen Gebäudeversicherung.

Unweigerlich wird sich die Mobilität der Zukunft ändern. Deshalb hat die NÜRNBERGER in der Kfz-Versicherung den Elektro-Baustein für Pkw in der Vollkaskoversicherung aufgenommen. Die NÜRNBERGER zahlt unter anderem Schäden am Akku durch Falschbedienung.

### Innovationsmanagement

Mit dem Innovationsmanagement verfolgt die NÜRNBERGER das Ziel, Innovationsaktivitäten im Haus zu fördern und voranzutreiben. Dazu muss eine Innovationskultur im Unternehmen geschaffen und ausgebaut werden. Das Innovationsmanagement bietet Veranstaltungen und Plattformen, die den Mitarbeitern die Möglichkeit geben, über den Tellerrand hinauszublicken. Innovation ist allerdings kein Selbstzweck. Deswegen beschäftigt sich das Innovationsmanagement nicht nur mit bloßen Ideen, sondern es sollten (damit) Probleme der NÜRNBERGER gelöst werden. Probleme sind dabei nicht nur intern (z. B. in Prozessen), sondern auch bei Kunden erlebte Schwachstellen. Deswegen ist es das Ziel, den Mitarbeitern einen Marktplatz zu geben und sie mit digitalen Trends zu versorgen, sodass sie damit die Probleme lösen können.

Innovationen sollten für die gesamte NÜRNBERGER neuartig sein und einen Mehrwert schaffen. Mehrwert darf hier jedoch nicht nur im wirtschaftlichen Sinne verstanden werden, sondern umfasst auch das Lernen, das Sammeln von Erfahrungen und das Ausprobieren. Einerseits werden unsere Mitarbeiter direkt eingebunden: Über ein Online-Tool kann jeder seine Ideen einfach und unkompliziert an die zuständigen Kolleginnen senden und wird auf Wunsch sowohl in der Prüfungs- als auch in einer möglichen Umsetzungsphase direkt beteiligt. In unserer NÜRNBERGER Innovationswerkstatt haben die Mitarbeiter die Möglichkeit, in einer kreativen Umgebung neue Ideen zu entwickeln und zu diskutieren.

Andererseits beteiligen wir uns an externen Ökosystemen (z. B. am InsurTech Hub Munich oder am Digital Tech Inkubator Zollhof in Nürnberg), vernetzen uns mit innovativen Partnern und fördern Kooperationen mit Universitäten sowie Start-ups. Dadurch wird neues Markt- und Trendwissen aufgespürt, die Mitarbeiter durch geeignete Formate mit neuem Wissen versorgt, und sie gelangen so zu neuen Zukunftslösungen.



Am Rande der Maklermesse DKM nahm Vertriebsvorstand Jürgen Wahner das ASSEKURATA-Siegel „Fair in der BU-Leistungsregulierung“ entgegen.

### Gütesiegel wirken nachhaltig

Auch 2018 sind die Bewertungen und Auszeichnungen renommierter Ratingagenturen, Analysehäuser und Medien der NÜRNBERGER, ihrer Produkte und Kundendienstleistungen wichtige Orientierungshilfen – und zwar für potenzielle Neukunden, den NÜRNBERGER Außendienst sowie freie Vertriebspartner. Auch für unsere Bestandskunden sind Auszeichnungen und gute Testergebnisse eine wertvolle Vertrauensbestätigung.

Zu den bekanntesten und reputationsstärksten Bewertungen aus Privatkundensicht zählen laut Umfrage nach wie vor die Auszeichnungen von Stiftung Warentest, FOCUS-MONEY und TÜV. Sie sorgen bei der Informationssuche und Vorauswahl des Versicherungsschutzes für höchste Aufmerksamkeit und Vertrauen. So zogen 2018 knapp zwei Drittel aller freien Vermittler Produktratings und Auszeichnungen von Analysehäusern bei der Produktauswahl und Kundenberatung heran. Unter ihnen zum Beispiel AssCompact, Franke und Bornberg, Morgen & Morgen, Ascore, das Institut für Vorsorge und Finanzplanung, Assekurata und Softfair. Die NÜRNBERGER erzielte bei diesen Instituten, die für ihre tiefgreifenden Prüf- und Analyseverfahren bekannt sind, hervorragende Ergebnisse.

Das Jahr stand bei vielen Analysehäusern im Zeichen der Berufsunfähigkeitsversicherung (BU). In diesem Geschäftsfeld erhielt die NÜRNBERGER BU nahezu alle namhaften Auszeichnungen, allen voran das „Fair-Siegel“ von Assekurata für ausgezeichnete Leistungsabwicklung.

Letzteres konnten nur neun BU-Versicherer in Deutschland entgegennehmen. Daneben wurde der NÜRNBERGER der „Innovationspreis der Assekuranz“ vom Versicherungsmagazin in Zusammenarbeit mit Morgen & Morgen verliehen. Hierbei ging es um Produkt design und den Kundennutzen der „BU mit optionalem GKV-Check“.

### Unsere Auszeichnungen

Gleich fünfmal „Herausragend“ und „Ausgezeichnet“ gab es von Ascore für die neuen Tarife der Selbstständigen Berufsunfähigkeitsversicherung (SBU). Damit konnte die NÜRNBERGER auch bei der Direktversicherung im Rahmen der betrieblichen Altersvorsorge überzeugen. Darüber hinaus kürte das Hamburger Analysehaus die SBU und die neue Grundfähigkeitsversicherung als Produkte des Monats im November und Dezember. Franke und Bornberg stufte die Qualität des SBU-Premium-Schutzes als „Hervorragend/FFF+“ ein.

Die Spitzenbewertung „FFF+“ gab es auch für die Produkte für Angestellte, Beamte und Angehörige im Öffentlichen Dienst, Human- und Zahnmediziner sowie Selbstständige, Freiberufler, Schüler und Auszubildende. Die Softfair-Analyse vergab ein „Hervorragend“ im BU-Leistungsrating. Das Handelsblatt zeichnete in Kooperation mit Assekurata die „Fondsgebundene Rentenversicherung InvestGarant“ im aktuellen Fondsrating mit dem 1. Platz in der Gesamtwertung aus. Erstmals wurden 2018 vom Deutschen Finanz-Service Institut (DFSI) Dread-Disease-Versicherungen bewertet, die vor den finanziellen Folgen schwerer Krankheiten schützen. Der NÜRNBERGER Ernstfallschutz zählt zu den Top-3-Angeboten im deutschen Markt.

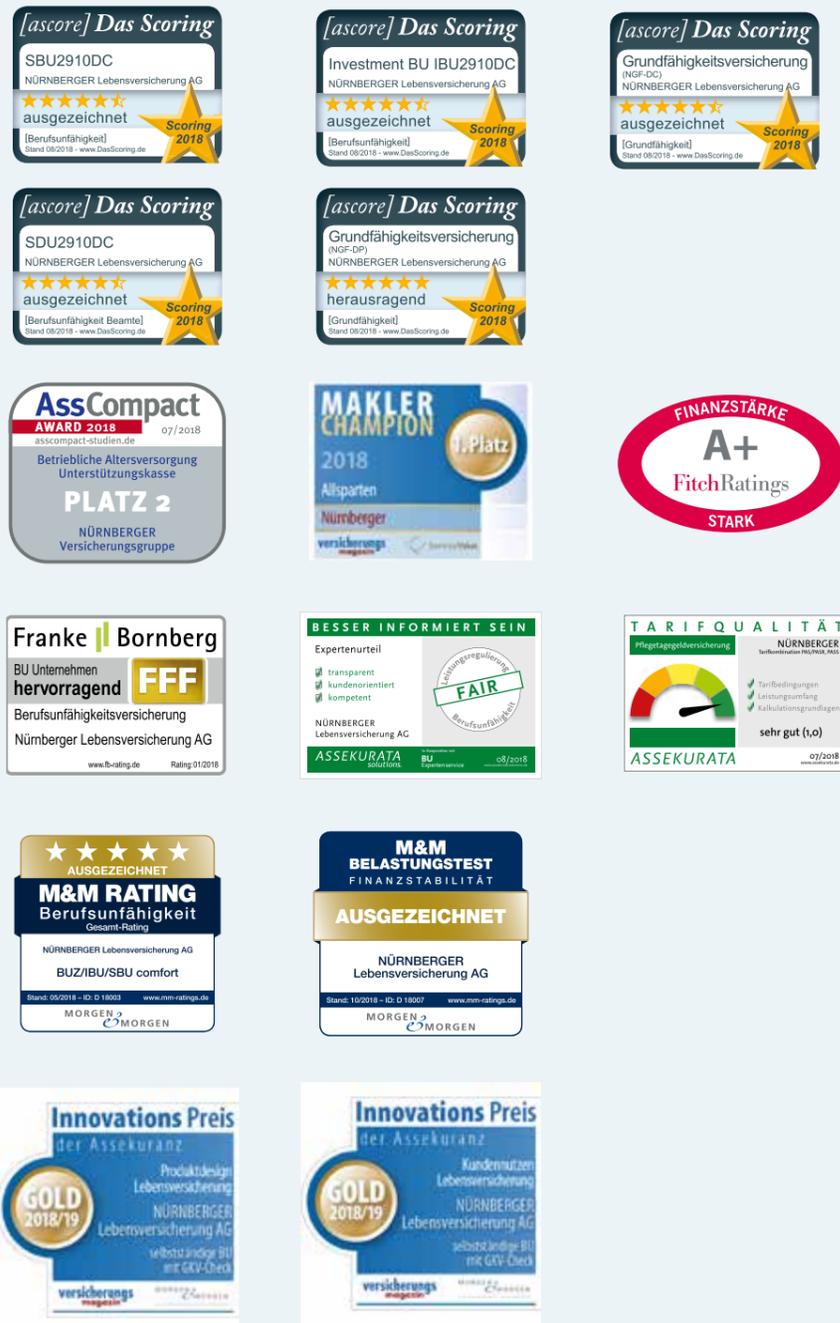
Auch in den Kompositsparten erhielt die NÜRNBERGER mehrere Auszeichnungen für ihre Produkte. Dazu zählen alle Topschutz-Angebote der Privathaftpflicht-, Hausrat-, und Wohngebäudeversicherung. Sie alle wurden von Franke und Bornberg mit dem begehrten „FFF/Hervorragend“ ausgezeichnet, die Private Unfallversicherung ohne Gesundheitsprüfung erhielt „FF+/Sehr gut“ – sowohl für Privatkunden als auch für Angehörige im öffentlichen Dienst.

„Ausgezeichnet“ ist laut Morgen-&-Morgen-Rating der Stationäre Zusatztarif der NÜRNBERGER Krankenversicherung. Er bekam 5 Sterne – die Höchstbewertung, während die Pflagegeldversicherung die Note „1,0/Sehr gut“ von Assekurata erhielt. Beim Rating von Franke und Bornberg und dem Handelsblatt errang die NÜRNBERGER Krankenversicherung den 1. Platz und die Auszeichnung „Sehr gut“ in der Kategorie „Beste PKV-Tarife“. 2018 übrigens bereits zum zweiten Mal.

Geht es um die Gunst des freien Vertriebs, konnte die NÜRNBERGER ihre starke Position verteidigen: Das Versicherungsmagazin und ServiceValue verliehen der NÜRNBERGER erneut den 1. Platz und damit die Auszeichnung „Makler-Champion 2018“ für ihr Allspartenangebot. Diese Ergebnisse sind ein Beleg dafür, dass die Qualität unserer Arbeit honoriert wird. Darüber hinaus leisten sie einen wichtigen Beitrag, um die Zufriedenheit von Kunden und Vermittlern sicherzustellen.

# Die Gütesiegel im Überblick

Produkte, Services und Finanzstärke der NÜRNBERGER werden von unabhängigen Ratingagenturen und Analysehäusern immer wieder mit Bestnoten bewertet.



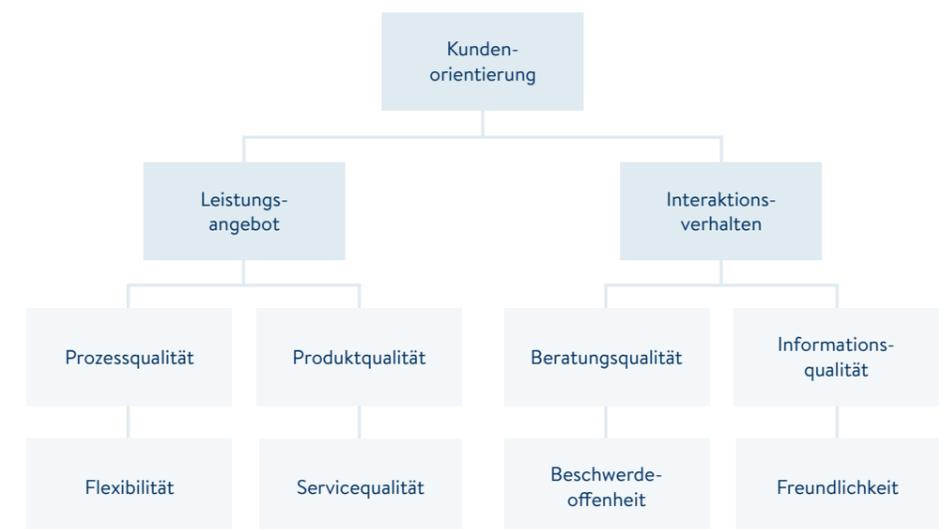
# Kundenservice

Kunden und Partner stehen im Mittelpunkt.

Unser Ziel sind langfristige, verlässliche Kundenbeziehungen – nicht der temporäre Geschäftserfolg. Nachhaltige und dauerhafte Beziehungen mit unseren Vertriebspartnern, die teilweise 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.

## Bausteine unserer Kundenorientierung



## Digitalisierung von Geschäftsprozessen

Wir unterstützen und forcieren die Digitalisierung von Geschäftsprozessen. Soweit möglich, wollen wir sie durchgängig papierlos gestalten. Beispiel hierfür ist „ElektrA“, der elektronische Versicherungsantrag, den der Kunde am Endgerät ausfüllt und die Unterschrift digital überträgt. Ein Ausdruck ist nicht mehr notwendig. Apps spielen eine zunehmend wichtige Rolle beim Gestalten von Geschäftsprozessen: Mit der App „Easy Scan“ (Krankenversicherung) stellt uns unser Kunde seine Rechnungen digital zur Verfügung. Er spart sich dadurch die Versandkosten. Zudem fördern wir die papierlose und damit umweltfreundliche sowie zügige Leistungsbearbeitung.



Unsere Apps „Fahrer Plus“ und „Unfallhilfe“ ermöglichen unserem Kunden, schnell und einfach den Versicherungsschutz auf einen zusätzlichen Fahrer auszudehnen bzw. rasche Hilfe (z. B. Abschleppwagen) anzufordern, ohne dass für ihn Wartezeiten bei der Anrufannahme entstehen. Über die Onlineplattform „Meine NÜRNBERGER“ kann der Kunde seine Verträge einsehen und beispielsweise Adressänderungen eigenständig vornehmen.

Vertrieb ohne Technik wird es nicht mehr geben. Die Beziehung zu unseren Vertriebspartnern basiert künftig auf zwei Faktoren: persönlich beraten und digital kommunizieren. Den höchsten Mehrwert erwarten Vertriebspartner aus schnelleren Prozessen, der Rationalisierung der Abläufe im Vermittlerbetrieb und der besseren Betreuung der Bestandskunden. Digitale Unterstützung 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 den Menschen – umso wichtiger ist es, dass sie sich kontinuierlich weiterbilden. Dafür sorgt die Brancheninitiative „gut beraten“. Egal, ob jemand 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 Berater muss Vertrauen zum Kunden aufbauen und auch nach der Vertragsunterzeichnung 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 kontinuierlich weiterbilden. Mit der Initiative „gut beraten“ wird eine Forderung der Europäischen Union nach einer ständigen Weiterbildung unserer Vermittler umgesetzt. Im Rahmen der Insurance Distribution Directive (IDD) stellen wir zudem sicher, dass alle Arbeitnehmer, die maßgeblich oder unmittelbar am Vertrieb beteiligt sind, über eine angemessene Qualifikation verfügen und sich regelmäßig fortbilden.

### Qualitätssicherung

Der „Verhaltenskodex für den Vertrieb von Versicherungsprodukten“ des GDV ist eine freiwillige Selbstverpflichtung der Branche. Sie soll die Qualität der Beratung sicherstellen, dokumentieren und damit das Vertrauen der Kunden in die Versicherungswirtschaft insgesamt stärken. Der Verhaltenskodex enthält grundsätzliche Standards für eine gute und faire Beratung der Kunden. Er stellt Verhaltensregeln auf, die einzuhalten sich die beteiligten Unternehmen verpflichtet haben. 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 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 Angemessenheit wurde zum Stichtag 27. Februar 2017 erneut bestätigt. Das Testat ist auf [www.gdv.de](http://www.gdv.de) sowie im Jahresbericht des GDV nachzulesen. Hier wurde für die NÜRNBERGER Krankenversicherung AG auch betrachtet, ob die 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 eingehalten werden. Deren Prüfung der Angemessenheit hat die NÜRNBERGER Krankenversicherung AG erstmalig zum Stichtag 15. Januar 2016 erfolgreich bestanden.

Durch Beschluss der GDV-Mitgliederversammlung 2018 wurde der Kodex letztmalig aktualisiert. Die Umsetzung der Kodex-Regelungen lassen die Versicherungsgesellschaften regelmäßig, mindestens jedoch alle drei Jahre, durch eine unabhängige Stelle mit einem Testat bestätigen. Die nächste Prüfung findet 2020 statt.

## Schadenregulierung

Für ihre ausgezeichnete Kfz-Schadenregulierung wurde den NÜRNBERGER Schadenversicherern schon 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 2018 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 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. 2018 wurde der NÜRNBERGER Communication Center GmbH (NCC), dem Telekommunikations-Dienstleister im NÜRNBERGER Konzern, ebenfalls zum wiederholten Mal das Zertifikat „Geprüftes Callcenter“ verliehen. Die TÜV-Sachverständigen hatten u. a. die internen Managementabläufe, aber auch die Ausstattung der Arbeitsplätze untersucht.

90 %  
Zufrieden-  
heit



## 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 Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (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 Berichterstellung 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 Beschwerdemanagement Risiken und Maßnahmen im Rahmen des Compliance-Management-Systems definiert, dokumentiert und mit den Compliance-Risikoverantwortlichen abgestimmt.

## Business-Continuity-Management

Damit wir auf eventuelle Notfälle und Krisensituationen, welche erhebliche finanzielle oder rechtliche Auswirkungen haben können und zu Reputationsschäden führen, angemessen vorbereitet sind, wurde ein Business-Continuity-Management (BCM) implementiert. Mit dem BCM werden potenzielle Auswirkungen auf die Unterbrechung der Geschäftsprozesse erkannt, welche langfristige Folgen für die NÜRNBERGER Versicherung haben können. Durch das BCM wird ein Rahmenwerk für die Widerstandsfähigkeit gegen Geschäftsunterbrechungen bereitgestellt, um damit den Schutz der Geschäftsinteressen, der Wertschöpfung, der Reputation und der Interessen unserer Stakeholder zu gewährleisten.

So werden im Rahmen des BCM für alle kritischen Geschäftsprozesse Notfallpläne erstellt, um die Fortführung dieser Geschäftsprozesse sicherzustellen. Dieses Rahmenwerk wurde verbindlich in einer BCM-Richtlinie der NÜRNBERGER Versicherung verankert.

## Die NÜRNBERGER in Zahlen 2018

### Innendienst

**3.647**  
Mitarbeiter

Frauen: 2.069  
Männer: 1.578

### Außendienst

**698**  
Mitarbeiter

Frauen: 120  
Männer: 578

### Auszubildende

**127**

Frauen: 61  
Männer: 66

### Altersdurchschnitt

**44,3**  
Jahre

Frauen: 43,2 Jahre  
Männer: 45,4 Jahre

### Fluktuationsquote

**4,6**  
Prozent

im Innendienst

### Ø Betriebszugehörigkeit

**16,6**  
Jahre

Frauen: 17,4 Jahre  
Männer: 15,7 Jahre

## Verantwortungsbewusste Investitionen

Sicherheit, Rentabilität und Liquidität – mit Verstand.

Die NÜRNBERGER Versicherung verwaltet ihren Kapitalanlagebestand von derzeit rund 29,5 Milliarden EUR (31.12.2018) nach den drei Grundprinzipien Sicherheit, Rentabilität und Liquidität. Aufgrund unseres Geschäftsmodells verfolgen wir eine langfristige Ausrichtung bei der Kapitalanlage, was auch die Berücksichtigung von nachhaltigen Aspekten beinhaltet. Innerhalb der letzten Jahre hat das Thema Nachhaltigkeit sowohl in den Medien als auch in der Regulatorik zunehmend an Bedeutung gewonnen. Dabei adressiert der Begriff Nachhaltigkeit üblicherweise die drei Bereiche Umwelt (E – „environment“), Soziales (S – „social“) und gute Unternehmensführung (G – „governance“).

Die NÜRNBERGER Versicherung unterstützt die aktuellen Entwicklungen im Bereich Nachhaltigkeit und ist sich dabei ihrer gesellschaftlichen Verantwortung bewusst. In unserem Wertpapierspezialfonds investieren wir nicht in Unternehmen, die mit der Herstellung und Vermarktung von Streumunition und Anti-Personen-Minen in Zusammenhang stehen. Zusätzlich wird im Rahmen der festverzinslichen Anlagen in Green Bonds investiert. Daneben bestehen Anlagen in Fonds für erneuerbare Energien.

Um konsequent Nahrungsmittelspekulationen auszuschließen und konstante Lebensmittelpreise zu fördern, investieren wir nicht in Agrarrohstoffe oder deren Derivate. Zusätzlich engagieren wir uns beim Thema Nachhaltigkeit auch in der Verbandsarbeit. Grundsätzlich erwarten wir, dass durch das Berücksichtigen von ESG-Faktoren Risiken besser gesteuert, verringert oder sogar vollständig vermieden werden können. Darüber hinaus kann sich die richtige ESG-Strategie vorteilhaft auf das Rendite-Risiko-Verhältnis des Portfolios auswirken.

In der Kapitalanlage der NÜRNBERGER Versicherung soll Nachhaltigkeit zukünftig eine weiterhin zunehmende Bedeutung erhalten. Sie soll dabei die Grundprinzipien Sicherheit, Rentabilität und Liquidität ergänzen, jedoch nicht zu Lasten dieser Prinzipien gehen. In Bezug auf eine nachhaltige Kapitalanlage werden wir unser derzeitiges Vorgehen weiter systematisieren und einen objektiven und transparenten Prozessschritt in unseren aktuellen Anlageprozess integrieren.

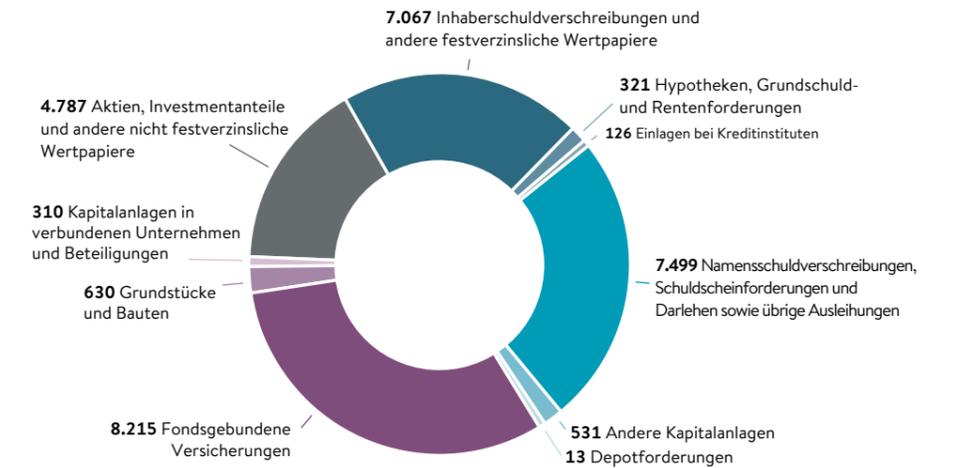
Im vergangenen Jahr hatten wir das Ziel, ein Screening unserer Bestände durchzuführen, bei dem wir uns an Einstufungen externer Research-Anbieter orientiert. Dabei wollten wir auch die Implikationen verschiedener Ratingbeurteilungen auf das Portfolio analysieren. Unsere Analyse hat ergeben, dass zwischen den untersuchten Nachhaltigkeitsratings nur eine geringe Konvergenz besteht und sich – abhängig von den unterschiedlichen Anbietern – sehr unterschiedliche Zielpportfolios ergeben können.

Dies kann auf die fehlende einheitliche qualitative und quantitative Definition von Nachhaltigkeit zurückgeführt werden. Daraus ergibt sich, dass die unreflektiert durchgeführte Auswahl eines Datenanbieters sowie einer Umsetzungsmethodik erhebliche, negative Auswirkungen auf die Zusammensetzung und insbesondere auf die Rendite und die Rendite-Risiko-Relation der Portfolios haben kann.

Die NÜRNBERGER Versicherung versucht dieser Problematik zu begegnen, indem sie sich intensiv mit der qualitativen und quantitativen Definition von Nachhaltigkeit beschäftigt. Damit wollen wir vermeiden, dass wir in Unternehmen investieren, deren schlechte Bonität durch ein gutes ESG-Rating kaschiert wird. Nach unserer Einschätzung darf die Beachtung ökonomischer Risiken eines Investments nicht durch die Fokussierung auf Nachhaltigkeitsaspekte vernachlässigt werden.

Wir haben für die kommenden Jahre einen Meilensteinplan festgelegt, um die Integration von Nachhaltigkeit in unsere Kapitalanlage systematisch weiterzuerfolgen. Für 2019 lautet das Ziel, eine qualitative Definition von Nachhaltigkeit in der Kapitalanlage zu entwickeln, die das Werteverständnis der NÜRNBERGER Versicherung widerspiegelt. Dabei wollen wir uns auch an internationalen Normen, wie beispielsweise den „Sustainable Development Goals“ der Vereinten Nationen, orientieren. In den darauf folgenden Jahren soll dann anhand dieser Definition ein passender Datenlieferant ausgewählt werden.

**Kapitalanlagen 29.499 (in Mio. EUR)**



Stand 31.12.2018

Dazu ist eine intensive Diskussion mit unterschiedlichen externen Anbietern vorgesehen. Damit wollen wir verhindern, ESG-Faktoren mithilfe eines vermeintlich leicht verständlichen Scores in den Investitionsprozess zu integrieren, dessen Konstruktion jedoch für uns intransparent ist.

In den kommenden Jahren werden wir dann den Faktor Nachhaltigkeit regelmäßig in unseren Portfolios messen. In diesem Zusammenhang sollen auch die Auswirkungen auf die Sicherheit, die Rentabilität und die Liquidität unserer Portfolios laufend analysiert werden. In einem iterativen Prozess ergibt sich so eine effektive Steuerung der Nachhaltigkeit unter Beachtung unserer Grundprinzipien. Mit allen Maßnahmen wollen wir einen relevanten Beitrag zu einer nachhaltigeren Gesellschaft leisten. Wir möchten eine Kapitalanlage zum Nutzen unserer Stakeholder betreiben, die jedoch nicht zu Lasten zukünftiger Generationen geht.



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

„Die Prognosen für die Zukunft sind nicht rosig.

**Kann die drohende Altersarmut meiner Generation überhaupt noch abgewendet werden?“**

Maximilian, NÜRNBERGER Mitarbeiter und Millennial

Jeder zweite junge Mensch hat Angst, im Alter zu verarmen. Das hat die Millennials-Studie der NÜRNBERGER gezeigt.



## Die NÜRNBERGER in Zahlen 2018

### Wasserfläche

**8.000**  
Quadratmeter

beträgt die Wasserfläche im  
Innenhof der Generaldirektion.

### Einsparung Papier

**1.690**  
Tsd. Blatt

in der Generaldirektion

### Einsparung Strom

**200.790**  
kWh

in der Generaldirektion

### Einsparung Fernwärme

**675.510**  
kWh

in der Generaldirektion

### Einsparung Wasser

**630**  
m<sup>3</sup>

in der Generaldirektion

### Einsparung CO<sub>2</sub>

**787**  
Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalente

in der Generaldirektion

## Unsere Verantwortung für die Umwelt

Schonender Ressourcen-Einsatz an der Unternehmenszentrale.

### 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 bis einschließlich zum heutigen Tag 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 2018 bei 5,8 GWh und damit deutlich unter dem Vorjahreswert. Die zugrunde liegenden Daten sind nicht witterungsbereinigt, d. h. es werden die tatsächlichen Werte der verbrauchten Energie angegeben.

Der Stromverbrauch in unserer Generaldirektion lag 2018 mit 8,3 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 unsere Beleuchtung haben wir optimiert und in Teilbereichen LED-Leuchten eingeführt. Aktuell wird derzeit eine Projektierung durchgeführt, die Beleuchtung der Tiefgarage vollflächig auf energieeffiziente LED-Leuchten umzurüsten. Damit zeigt die NÜRNBERGER erneut, dass wir unsere Verantwortung wahrnehmen und unsere Anstrengungen in Effizienzprojekten permanent weiterverfolgen.

Primär-  
energiefaktor  
**0,0**



Bei der Modernisierung unserer Kälteversorgung haben wir auf Wirtschaftlichkeit und auf Umweltaspekte geachtet.

Einen ähnlichen Ansatz verfolgen wir hier bei unserer Kälteerzeugung. Dort wurde schon in der Vergangenheit – unter der Betrachtung des Anlagenalters – die Erkenntnis gewonnen, eine Neukonzeption der Kälteversorgung zu realisieren.

Ein weiterer wichtiger Meilenstein wurde erreicht, indem die Kältemaschinen in unseren beiden Kältezentralen gegen magnetgelagerte hocheffiziente Kältemaschinen ausgetauscht wurden. Mittlerweile wurde die Kälteerzeugung komplett erneuert, nachdem in der Vergangenheit bereits die Rückkühlwerke ausgetauscht wurden. Bei der Auswahl der Anlagen haben wir – außer auf Wirtschaftlichkeit – gezielt auf Umweltaspekte geachtet.

### Mobilität

Die NÜRNBERGER hat sich das Ziel gesetzt, bis Ende 2018 den Firmensitz, genauer gesagt die eigene Tiefgarage, für die Zukunft zu rüsten und den Weg in die Elektromobilität zu gehen. Dabei setzt das Unternehmen auf eine zukunftsfähige, aber auch komfortable Ladeinfrastruktur. Sie ermöglicht es, die Fahrzeuge des eigenen Fuhrparks sowie die der Mitarbeiter und Besucher einfach und bequem zu laden. Um einen Einblick in die Welt der Elektromobilität und die bestmögliche Ausgestaltung der Ladeinfrastruktur zu erhalten, beauftragten wir ein Beratungsunternehmen. Ergebnis: Wir wollen beim Ausbau der Ladeinfrastruktur auf Nutzerfreundlichkeit und Diskriminierungsfreiheit setzen, indem wir Ladesäulen mit allen gängigen Ladesystemen anbieten.

Die maximale Ladeleistung wurde auf 44 kW ausgelegt, verteilt über vier Starkstrom-Ladepunkte mit jeweils 11 kW (16 Ampere). Lädt nur ein Elektrofahrzeug mit einer Ladeleistung von 22 kW, erhält dieses auch die Leistung von 22 kW in der Stunde, solange der zweite Ladepunkt frei ist.

Viele Mitarbeiter der NÜRNBERGER nutzen öffentliche Verkehrsmittel und leisten so einen Beitrag zum Umweltschutz. Wir fördern dies gezielt, indem wir unseren Innendienstangestellten einen Zuschuss zu den Kosten des Firmentickets des Verkehrsverbunds Großraum Nürnberg (VGN) zahlen. An der Generaldirektion verwenden rund 55 % 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 Unternehmen 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.



**175 % Wachstum**  
von 2015 – 2018 bei den Zulassungen von E-Autos in Mittelfranken



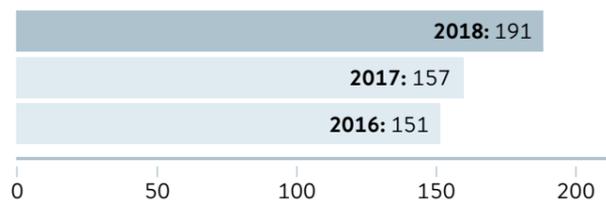
Diese Standards stellen sicher, dass die Produkte aus verantwortungsvoll bewirtschafteten Wäldern stammen und dabei die ökologischen Funktionen des Waldes erhalten bleiben. Durch die zunehmende Digitalisierung unserer Geschäftsprozesse konnten wir unseren Papierverbrauch seit 2016 in deutlichem Umfang senken.

Im Vergleich zum Vorjahr reduzierte sich dieser 2018 um 10,8 %. 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.

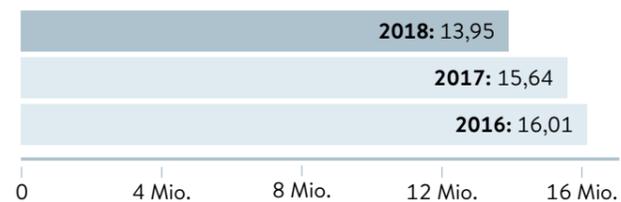
### Entsorgung

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 Gesamt- abfallmengen an der Generaldirektion in den letzten Jahren auf einem vergleichs- weise niedrigen Niveau gehalten werden. Wir arbeiten ausschließlich mit zertifizierten Entsorgungsbetrieben, die sich besonders für das Recycling der Rohstoffe und damit für den Umweltschutz einsetzen.

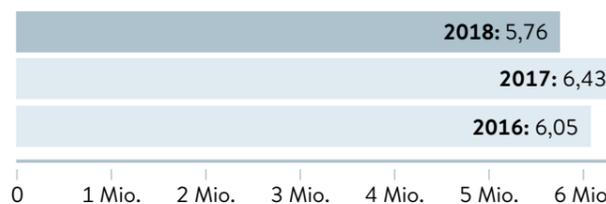
Abfälle in Tonnen



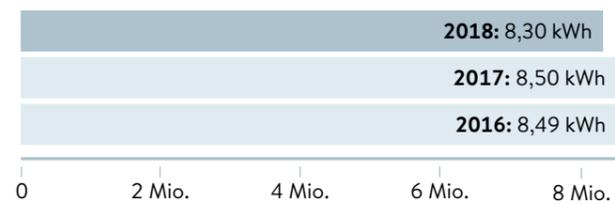
Papierverbrauch in Blatt



Fernwärmeverbrauch in kWh



Stromverbrauch in kWh

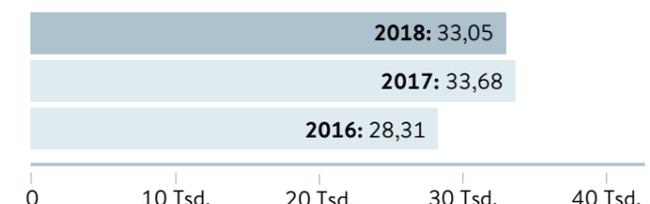


### Unsere Generaldirektion

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 NÜRNBERGER 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.

Wasserverbrauch in m<sup>3</sup>



- Wasserfläche
- Schilfflächen
- Gebäude
- verdichtete Außenflächen



## Unsere Mitarbeiter und unsere soziale Verantwortung

Vereinbarkeit von Beruf, Familie – und Umwelt.

### Personal

Unsere Mitarbeiter sind die wichtigste Ressource der NÜRNBERGER. Aus diesem Grund ist der Aspekt „Mitarbeiter“ ein ganz wesentlicher Baustein in unserer 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. Eine der wichtigsten Führungsaufgaben in der NÜRNBERGER ist die Potenzialerkennung und dadurch das systematische Fördern von Mitarbeitern.

2018 waren im gesamten NÜRNBERGER Konzern durchschnittlich 4.472 Mitarbeiter eingesetzt, davon 127 Auszubildende. Im Innendienst der Hauptverwaltung und in den Geschäftsstellen arbeiteten 2.948 Personen, davon 2.362 an der Generaldirektion in Nürnberg. Im angestellten Versicherungsaußendienst der Konzerngesellschaften beschäftigten wir durchschnittlich 698 Mitarbeiter.

### Personalstruktur

Der Frauenanteil an der Belegschaft lag 2018 im Schnitt bei 48,0 %. Das Durchschnittsalter im Innen- und angestellten Außendienst betrug 44,3 Jahre (Frauen 43,2 Jahre, Männer 45,4 Jahre) und die mittlere Betriebszugehörigkeit 16,6 Jahre. Die Fluktuationsquote im Innendienst belief sich auf 4,6 %. Insgesamt 30,2 % der Mitarbeiter im Innendienst (Frauen 48,1 %, Männer 8,2 %) waren durchschnittlich in Teilzeit beschäftigt. Die Zahlen beziehen sich auf die Gesellschaften NÜRNBERGER Lebensversicherung AG, NÜRNBERGER Allgemeine Versicherungs-AG und NÜRNBERGER Beteiligungs-AG.

### 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 „Juniorenfirma“ der NÜRNBERGER dar, in der Auszubildende der Generaldirektion als Dienstleister für die Fachbereiche praxisnah unternehmerisches Handeln lernen.

Zum Jahresende 2018 befanden sich 102 Frauen und Männer in der Ausbildung bzw. im Dualen Studium an der Generaldirektion sowie 14 Auszubildende im angestellten Außendienst. 38 Auszubildende an der Generaldirektion legten im Berichtsjahr erfolgreich die Abschlussprüfung vor der Industrie- und Handelskammer (IHK) ab und 6 Duale Studenten beendeten erfolgreich ihr Studium. Die Übernahmequote hier betrug 92 %. Die Zahlen beziehen sich auf die Gesellschaften NÜRNBERGER Lebensversicherung AG, NÜRNBERGER Allgemeine Versicherungs-AG, NÜRNBERGER SofortService AG und NÜRNBERGER Beteiligungs-AG.

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 2018 79 Mitarbeiter absolviert und 10 die Prüfung zum/zur Versicherungsfachmann/-frau (IHK) bestanden. Die Erfolgsquote betrug 77 % 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. Um unsere Mitarbeiter in Operations für die Zukunft zu rüsten, wurde eine Qualifizierungsoffensive gestartet. Führungskräfte und Mitarbeiter erhielten 40 verschiedene Bildungsangebote. Rund 1.500 Anmeldungen zu Präsenzveranstaltungen und rund 2.200 Anmeldungen zu Web-based-Trainings zeigen die positive Resonanz der Belegschaft.

Mit einem digitalen Kompetenzmanagement- und Personalsteuerungssystem wollen wir in der Zukunft sicherstellen, dass die passenden Menschen auf den für sie richtigen Stellen eingesetzt werden. Bei Führungskräften im Vertrieb wird weiter in die Führungsqualifizierung investiert. Bei der Neuordnung der Strukturen in SHU-Gewerbe 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 Bildung und bei organisatorischen Veränderungen, einen weiteren Schwerpunkt unserer Personalentwicklungsarbeit. Unsere Unternehmenskultur wird weitergeführt. Hierfür erlangten Führungskräfte in intensiven Workshops ein einheitliches NÜRNBERGER Führungsverständnis. Zudem arbeiteten alle Führungskräfte und Mitarbeiter in Operations in einzelnen Teamworkshops an einer gemeinsamen Zielerorientierung mit konkreten Zielvereinbarungen, um mehr Transparenz, operative Stabilität und höhere Kunden- und Vermittlerzufriedenheit zu erreichen.

Unser  
Karriere-  
team



Um die bereichsübergreifende Zusammenarbeit zu fördern, wurden neue Austauschformate wie Barcamps, Speeddatings, Design-Thinking-Workshops oder themenbezogene Kurzformate (QuickWins) eingeführt. Ziel: Wissen teilen, Ideen entwickeln und diskutieren.

2018 nahmen an unserer internen Vortragsreihe „Bildung um 5“ insgesamt 822 Zuhörer teil. Es fanden 13 Veranstaltungen zu Themen aus Digitalisierung, Kundenorientierung, Kultur, Sport und Gesundheit statt.

## 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 geben wir in Kooperation mit der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg die Möglichkeit eines Dualen Studiums. So wird bereits früh eine Bindung zur NÜRNBERGER geschaffen und langfristig akademischer Nachwuchs rekrutiert. Zudem bieten wir seit mehreren Jahren ein IT-Traineeprogramm an, um hier beizeiten junge Akademiker für unsere Anwendungsentwicklung zu akquirieren.

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-Profilen auf XING.com und kununu.com etabliert. Als top-nationaler und hervorragender Arbeitgeber wurden wir von FOCUS und der Online-Plattform kununu ausgezeichnet. Im Rahmen des Deutschlandstipendiums engagiert sich die NÜRNBERGER seit vielen Jahren und wird hier ebenfalls ihrer sozialen Verantwortung gerecht.

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. 2018 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.

## Entgelt und Sozialleistungen

Grundsätzlich finden in der NÜRNBERGER Lebensversicherung AG, NÜRNBERGER Allgemeinen Versicherungs-AG, NÜRNBERGER Beteiligungs-AG 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 ein Jahresarbeitszeitkonto und das NÜRNBERGER Zeitwertkonto 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 NÜRNBERGER Zeitwertkonto übertragen, können vorzeitig in den Ruhestand wechseln oder sich bereits im aktiven Erwerbsleben für Pflegefälle, Weiterbildungs- bzw. Qualifizierungsmaßnahmen, zur Kinderziehung oder in Form eines bis zu 2-monatigen Zeitwerturlaubs freistellen lassen. Zusätzlich steht es den Mitarbeitern im Innendienst frei, für einen gewissen Zeitraum Teilzeit zu arbeiten und das reduzierte Gehalt bis maximal zum Gehalt bei Vollzeit aufzustocken.

## 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 beruf- und familie. 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 steigern. 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.



## Ausgezeichnet

Das Zertifikat „audit berufundfamilie“ bestätigt unsere familienfreundliche Personalpolitik. Die nächste Zertifizierung steht 2019 an.

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 haben wir ein Frauennetzwerk initiiert und wollen ein Mentoring-Programm für Frauen einführen.

Bis Mitte 2019 setzen wir die Maßnahmen aus der Zielvereinbarung 2016 um. Bereits aktiv sind:

- Ausbau der Möglichkeiten von NÜRNBERGER@home
- Einführung eines betrieblichen Ideenmanagements
- Weiterer Ausbau des betrieblichen Gesundheitsmanagements
- Weitere Stärkung des Familien- und Lebensphasenbewusstseins bei Mitarbeitern und Führungskräften
- Kommunikation von Best-Practice-Beispielen und Vorbildern in den internen Medien
- Übernahme des Seminars „Achtsamkeit“ in den Regelbetrieb
- Abschluss einer neuen Betriebsvereinbarung über das NÜRNBERGER Zeitwertkonto mit verschiedenen Freistellungsmöglichkeiten für z. B. Pflege naher Angehöriger, Kindererziehung, Weiterbildungsmaßnahmen oder Zeitwerturlaub

An diesen Maßnahmen arbeiten wir derzeit noch:

- Angebote für die Mitarbeiter vor der Lebensphase „Rente“
- Installierung von betrieblichen Pflegelotsen

## Gesundheitsmanagement

Bereits seit acht Jahren bietet die NÜRNBERGER ihren Mitarbeitern und Führungskräften ein ganzheitliches betriebliches Gesundheitsmanagement, das auf den fünf Handlungsfeldern Ernährung, Bewegung, mentale Gesundheit, Führung sowie Ergonomie/Arbeitssicherheit/Medizin aufgebaut ist. Im Jahr 2018 gab es wieder entsprechende Angebote, wie zum Beispiel Sehtests, Gripeschutzimpfungen und Erste-Hilfe-Kurse.

Zusätzlich fanden Gesundheitswochen zum Thema „MentalFit“ statt. Dort wurde den Mitarbeitern eine bunte Mischung aus theoretischen und praktischen Einheiten geboten, um die persönlichen Ressourcen zu stärken. Auch das kontinuierlich durchgeführte Seminar „Gesund und leistungsfähig bleiben“ unterstützte unsere Mitarbeiter und Führungskräfte dabei, herausfordernde Situationen besser zu bewältigen. Eine Ergänzung dieses Angebots stellte erneut das beliebte Seminar „Stressbewältigung durch Achtsamkeit“ dar.

Das Kursangebot im Bewegungs- und Entspannungsraum wurde auch 2018 stetig erweitert.

Zusätzlich sollte die Nutzung des Verkehrsmittels „Fahrrad“ weiter gesteigert werden. Zu diesem Zweck wurde den Mitarbeitern ermöglicht, ein Firmenfahrrad über einen Kooperationspartner zu leasen. Außerdem haben die „NÜRNBERGERVersicherungs Radler“ in diesem Jahr erstmalig am „STADTRADELN“-Wettbewerb des „Klima-Bündnis der europäischen Städte“ teilgenommen und belegten hier auf kommunaler Ebene den ersten Platz.

Mit unserem NÜRNBERGER Gesundheitsmanagement tragen wir dazu bei, das Gesundheitsbewusstsein unserer Mitarbeiter und Führungskräfte zu stärken und ihre Leistungsfähigkeit zu fördern. Wir bauen auch im kommenden Jahr unser Angebot weiter aus und setzen bei den Maßnahmen und Aktionen immer auf eine hohe Qualität.

## Moderne Arbeitswelten

Mit einem Pilotprojekt für 80 Mitarbeiter entwickelte und testet die NÜRNBERGER moderne Arbeitswelten mit dem Ziel, die Zufriedenheit der Mitarbeiter, die Kommunikation in Teams und die Arbeitseffizienz zu steigern.

Durch das erarbeitete Activity-based-Working-Konzept mit modern ausgestatteten ergonomischen Arbeitsplätzen, wie z. B. individuell einstellbares Licht, höhenverstellbare Tische und Einsatz von Follow-Me-Print, unterstützen wir aktiv die Bewegung unserer Mitarbeiter am Arbeitsplatz. Damit wird ein weiterer Beitrag zum Handlungsfeld Bewegung unseres betrieblichen Gesundheitsmanagements geleistet. Bei der Auswahl der Möbel wurde darauf geachtet, dass eine Nachhaltigkeit in der Lieferkette vorherrscht. Einige Möbelstämme zum Teil von regionalen Handwerksunternehmen. Besonderes Augenmerk haben wir darauf gelegt, keine umweltschädlichen Stoffe und Farben zu verwenden und Holz aus nachhaltiger Forstwirtschaft zu verbauen.

## Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit

Die Arbeitssicherheit wird laut den gesetzlichen Vorschriften und darüber hinausgehenden internen Sicherheitsstandards gewährleistet. Sie dient in erster Linie dazu, Risiken beim Unfallschutz und Brandschutz zu minimieren sowie körperliche und psychische Beeinträchtigungen der Mitarbeiter bei der Arbeit zu vermeiden. Die NÜRNBERGER stellt 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 sicher. Die Arbeitssicherheit bei der NÜRNBERGER befasst sich deshalb mit dem Vermeiden von Arbeitsunfällen, Berufskrankheiten und arbeitsbedingten Gesundheitsgefahren durch präventive Maßnahmen.

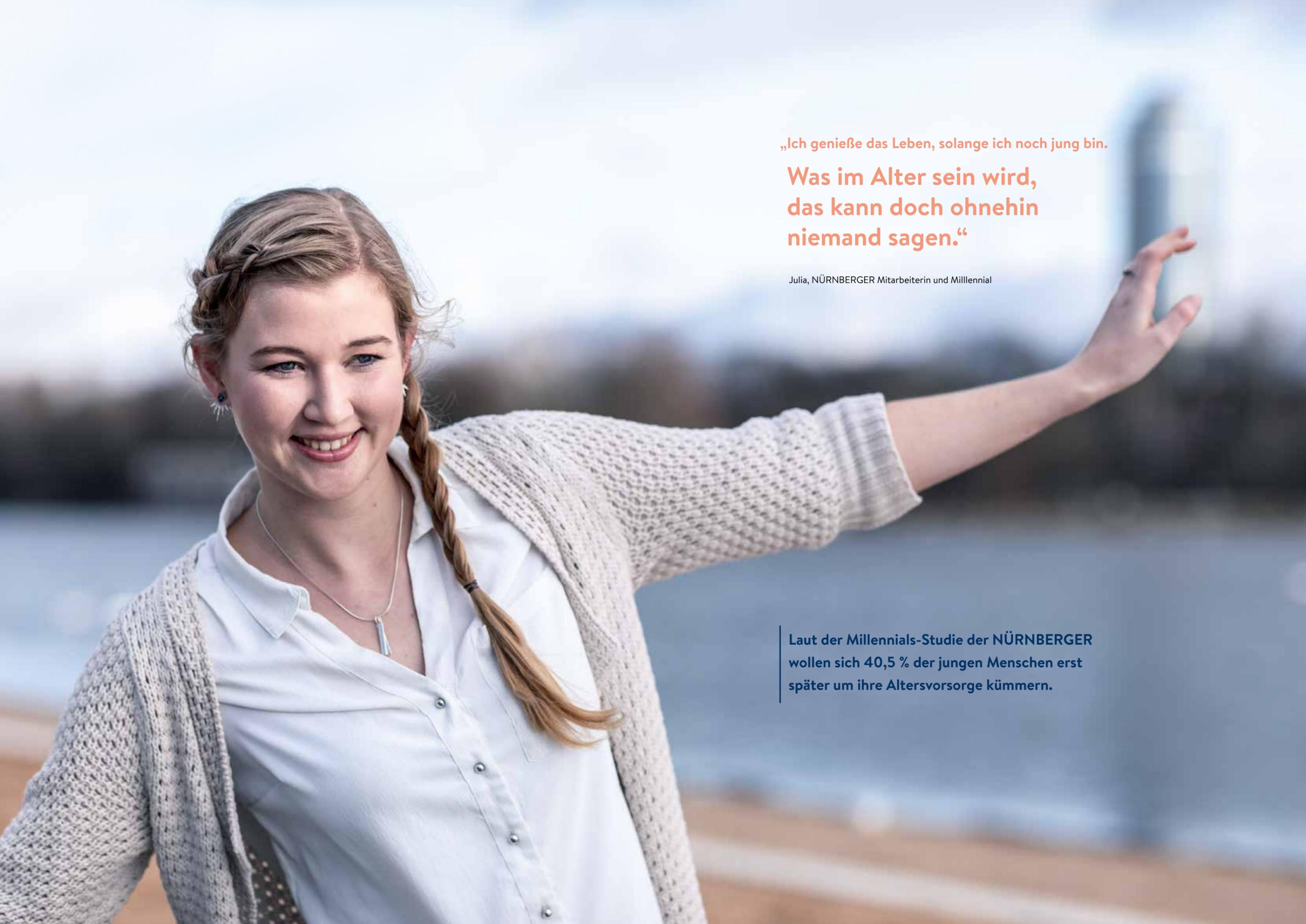
## Erste Mitarbeiterbefragung der NÜRNBERGER

Nach dem Motto „Machen wir was draus – jetzt!“ sind wir die Folgeprozesse der Mitarbeiterbefragung angegangen. Jede Führungskraft führte mit ihrem Team sogenannte Team-Dialoge, diskutierte dabei die sich aus der Befragung ergebenden Handlungsfelder und leitete Optimierungen ab. Insgesamt wurden 500 Team-Dialoge geführt. Die nächste Mitarbeiterbefragung findet 2019 statt.

## 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 darum, hohe Standards für eine sichere und gesunde Arbeitsumgebung sowie faire Arbeitsbedingungen einzuhalten. 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.



„Ich genieße das Leben, solange ich noch jung bin.

**Was im Alter sein wird,  
das kann doch ohnehin  
niemand sagen.“**

Julia, NÜRNBERGER Mitarbeiterin und Millennial

Laut der Millennials-Studie der NÜRNBERGER wollen sich 40,5 % der jungen Menschen erst später um ihre Altersvorsorge kümmern.

# Verantwortung für die Region

Engagement für eine lebenswerte Gesellschaft.



## Verantwortung leben

Ganz gezielt übernehmen wir gesellschaftliche Verantwortung. Als Unternehmen mit über 130-jähriger Erfahrung sind wir es gewohnt, auf lange Sicht zu denken und den sich stetig wandelnden Umweltfaktoren mit intelligenten Lösungen zu begegnen. Unsere Strategie ist es, auf unseren Stärken aufzubauen, gleichzeitig mit der Zeit zu gehen und unseren Kunden beim Umgang mit Veränderungen zu helfen – und das in jeder Lebensphase. Damit diese mit dem guten Gefühl leben, auch in schwierigen Zeiten einen starken und zuverlässigen Partner an ihrer Seite zu haben, geben wir Tag für Tag unser Bestes.

Verantwortung zu leben bedeutet für uns auch, bei der Zusammenarbeit mit verschiedenen Interessengruppen Impulse zu setzen und gemeinsam Positives für die Gesellschaft zu erreichen. Über die Förderung von Projekten und Aktionen tragen wir beispielsweise dazu bei, unseren Standort, die Europäische Metropolregion Nürnberg, als einen Lebensraum mit hohem Kultur- und Freizeitwert zu erhalten und weiter auszubauen.

## Partner sein

Gemeinsam erreicht man mehr. Deshalb legen wir bei der Auswahl unserer gesellschaftlichen und sozialen Engagements großen Wert auf einen konstruktiven Austausch mit den Projektpartnern. Der Dialog baut auf einer ebenso wertschätzenden wie klaren Kommunikation auf. Durch aktives Zuhören lernen wir beständig hinzu. In Kombination mit langfristigen Kooperationsvereinbarungen ist es uns auf diese Weise möglich, sinnstiftend und nachhaltig zu unterstützen.

Innerhalb der Europäischen Metropolregion Nürnberg tragen wir zu einer Bereicherung des kulturellen und sportlichen Lebens bei. In unserem Interesse liegt es, Angebote für Menschen unterschiedlicher Altersstufen und Gesellschaftsschichten zu erhalten oder neu zu schaffen. Kurz: unsere Heimat noch lebenswerter zu machen.

Seit Jahrhunderten sind die Stadt Nürnberg und ihr Umland als künstlerische, musikalische und literarische Hochburg bekannt. Mit der Förderung der Internationalen Gluck-Festspiele leisten wir einen Beitrag zum Fortbestand dieses reichen kulturellen Erbes. Durch innovative Ansätze und auf den ersten Blick teilweise ungewöhnlich anmutende künstlerische Kombinationen öffnen wir einem breiten Publikum den Zugang zur Oper und zum facettenreichen Werk des hier geborenen Komponisten Christoph Willibald Gluck.

„Die Blaue Nacht“, Deutschlands größte Kunst- und Kulturnacht, sehen wir nicht nur als ein über die Stadtgrenzen hinaus strahlendes Event, sondern auch als eine Chance, die Öffentlichkeit für Nürnbergs umfangreiche Museenlandschaft, zu der unter anderem das von uns geförderte Germanische Nationalmuseum und dessen Dependence auf der Kaiserburg zählen, zu begeistern. Wer eine Reise durch die Burgengeschichte vom Mittelalter bis heute unternehmen möchte, ist im Deutschen Burgenmuseum auf der südthüringischen Veste Heldburg richtig, dessen Verwirklichung über unsere Förderung möglich wurde.

Eine gelungene Kombination aus Tradition und historischem Wissen bieten am Jahresende die Weihnachtsstadt Nürnberg und die Aufführungen des Musicalnetzwerks Nürnberg. Die für Nürnberg geschriebenen und komponierten Musicals werden im Heilig-Geist-Saal dargeboten und runden einen Besuch des weltweit bekannten Christkindlesmarkts ab.

Als Haupt- und Trikotsponsor des Fußball-Bundesligisten 1. FC Nürnberg legen wir großen Wert auf die Interaktion mit den Fans dieses Traditionsvereins. Unsere regelmäßigen Aktionen und Gewinnspiele stehen unter dem Motto #EinfachFanSein und bringen die regionalen Fußballfans ihrem „Club“ und ihrer Mannschaft noch näher.

Unter dem Motto #EinfachFanSein gibt es bei jedem Heimspiel des 1. FC Nürnberg für kleine und große Club-Anhänger etwas zu gewinnen. Zu den einzigartigen Fußball-Fan-Erlebnissen, die es nicht zu kaufen gibt, zählen die Einlaufkinder, die Fanreporter und die Fanbank direkt am Spielfeldrand. Den Sportkalender der Europäischen Metropolregion Nürnberg bereichern wir über die Kooperation mit dem 1. FC Nürnberg, die Pferdesportveranstaltung Faszination Pferd und das internationale Damen-Tennisturnier NÜRNBERGER Versicherungscup.





Partnerschaft

NÜRNBERGER-BURG-POKAL-Siegerin 2018: Dorothee Schneider und First Romance

Die Breite unseres fast 30-jährigen Engagements im Pferdesport bildet die Veranstaltung Faszination Pferd in der Messe Nürnberg ab. Bei Deutschlands besucherstärkstem Hallenreitturnier zeigen wir 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, dass uns die fundierte Ausbildung junger Pferde und Reiter am Herzen liegt.

Der NÜRNBERGER BURG-POKAL steht wie keine andere Dressur-Turnierserie weltweit für die Förderung junger Pferde. Mit 136 Medaillen, die hierüber geförderte Pferde bei Olympischen Spielen, Welt-, Europa- und Deutschen Meisterschaften gewonnen haben, gilt der Wettbewerb als weltweit bedeutendste Serie zur Nachwuchsförderung. Pferde aus der Talentschmiede NÜRNBERGER BURG-POKAL bilden seit 27 Jahren das Rückgrat des A-Kaders der Deutschen Reiterlichen Vereinigung (FN).

Seit 2013 hat die NÜRNBERGER das WTA-Turnier NÜRNBERGER Versicherungscup am Unternehmensstandort gefördert. Bundesweit boten über 5.000 Turniere der NÜRNBERGER LK-Serie Tennisspielern aller Alters- und Leistungsklassen die Möglichkeit, wohnortnah sportliche Herausforderungen zu finden.

### Einsatz zeigen

Der Mensch steht bei uns im Mittelpunkt. Deshalb legen wir Wert auf einen offenen, fairen und unkomplizierten Dialog – mit unseren Kunden, Geschäftspartnern und Aktionären, aber auch innerhalb des Unternehmens. Im Sinne des „Corporate Volunteering“ ermutigen wir unsere Mitarbeiter seit Jahrzehnten ganz bewusst, sich in Beruf und Alltag für die Gesellschaft einzubringen, Verbundenheit zu zeigen und Verantwortung zu übernehmen.

Solidarität beweisen unsere Mitarbeiter seit zwölf Jahren bei der Schulmittelsammlung des Nürnberger „Netz gegen Armut“. Sie spenden hochwertige Schulmaterialien, die von unseren Auszubildenden an das Rote Kreuz übergeben werden und von dort zu bedürftigen Familien gelangen.

Das Projekt „Reittherapie“ wird bei uns traditionell von einer Auszubildenden-Generation an die nächste weitergegeben. In Kooperation mit der Lebenshilfe Nürnberger Land führen wir unsere Auszubildenden behutsam an das Thema Inklusion heran. Für die verschiedenen Aktionen, die im Jahresverlauf durchgeführt werden, stellen wir unsere Auszubildenden frei. Gleichzeitig achten wir darauf, dass sie – auch wenn sie zum Teil projektleitend tätig sind und Verantwortung tragen – immer einen Kollegen haben, der ihnen bei Bedarf mit Rat und Tat zur Seite steht.

Sie sollen sich ermutigt fühlen, sich zu öffnen und neue Wege zu gehen, um das beglückende Gefühl des sozialen Miteinanders erfahren zu können. Die hohe Motivation, mit der sich die jungen Erwachsenen meist über die gesamte Dauer ihrer Ausbildung engagieren, lässt uns hoffen, dass sie den Gedanken, anderen etwas zu geben und damit das Leben schöner zu machen, auch in ihren Alltag übernehmen und sich ehrenamtlich engagieren.

Beim inklusiven Führzügelwettbewerb im Rahmen der Faszination Pferd 2017 traten unsere Auszubildenden und Betreute der Lebenshilfe Nürnberger Land e. V. in gemischten Teams an. Im direkten Kontakt bei verschiedenen Trainingseinheiten und dem Auftritt vor großem Publikum wurden auf beiden Seiten mentale Hürden abgebaut sowie Miteinander und kameradschaftliches Verhalten gefördert.

Inklusion & Solidarität



Das Zusammensein steht auch bei unserer jährlichen Aktion für kinderreiche Familien aus der Europäischen Metropolregion Nürnberg im Mittelpunkt. Jedes Jahr ermöglichen wir den zehn Gewinnerfamilien unseres Malwettbewerbs den gemeinsamen Besuch der Nürnberger Kinderweihnacht. Die Übergabe von hochwertigen und altersstufengerechten Geschenkpaketen macht den Ausflug für alle Beteiligten zu einem ganz besonderen Erlebnis.

Bei unseren Sportengagements spielen soziale Aspekte ebenfalls eine wichtige Rolle.



Solidarität & Nachwuchs

Der 1. FC Nürnberg fasst seine Aktivitäten im Projekt „Nürnberg gewinnt“ zusammen. Die Initiativen richten sich an Kinder und Jugendliche aus sozial schwachem Umfeld, kämpfen gegen Fremdenfeindlichkeit, Diskriminierung und Rechtsextremismus oder gehen in Kooperation mit der Deutschen Krebshilfe auf das Thema Prävention ein. Beim Finale des NÜRNBERGER BURG-POKALS unterstützen wir die UNICEF-Charity-Aktion des Internationalen Festhallen Reitturniers Frankfurt, zu der die Weihnachtsbaum-Geschenkaktion für sozial benachteiligte Kinder und Jugendliche sowie ein Gestaltungswettbewerb für Heimkinder zählen.

Den Bogen zu den „German Open Wheelchair Tennis“, Deutschlands größtem Rollstuhltennis-Turnier, spannen wir beim WTA-Turnier NÜRNBERGER Versicherungscup über die Aktion „Aces for Berlin“. Jedes von den WTA-Spielerinnen geschlagene Ass honorieren wir mit 10 EUR, die zusätzlich zu unserer regulären Förderung an den Veranstalter fließen.

Die Fördersumme, die über die Aktion „Aces for Berlin“ generiert wird, kommt vor allem den ehrenamtlichen Helfern der „German Open Wheelchair Tennis“ zugute. Ergänzend werden bei den austragenden Vereinen bauliche Verbesserungen finanziert, die den Rollstuhltennis-Spielern den Turnieralltag erleichtern.

Als einer der größten Förderer des Sports in der Europäischen Metropolregion Nürnberg unterstützen wir die Aktion „Sport bewegt uns!“, die zum Ziel hat, die hier ansässigen Sportpartner stärker zu vernetzen und Mehrwerte für Sportfans und Nachwuchssportler zu generieren.

### Zukunft gestalten

Junge Menschen haben Potenzial. Sie sollten die Möglichkeit haben, ihre Begabungen zu entfalten und sich mannigfaltige Karriereperspektiven zu eröffnen. Vor diesem Hintergrund ist für uns die Maxime, Verantwortung zu leben, fest mit der Unterstützung junger Talente in den Bereichen Kultur, Wissenschaft und Sport verbunden.

Musikalische Höchstleistungen, die weltweit von Tausenden Konzertbesuchern geschätzt werden, erbringen die Mitglieder des Windsbacher Knabenchors. Als langjähriger Förderer tragen wir zur Weiterentwicklung dieses kulturellen Aushängeschildes des Europäischen Metropolregion Nürnberg bei.

Den naturwissenschaftlichen Nachwuchs unterstützen wir über den Landeswettbewerb Mathematik in Bayern. Gemeinsam mit dem Bayerischen Staatsministerium für Bildung und Kultus, Wissenschaft und Kunst prämiieren wir jährlich die erfolgreichsten Schulen und ermöglichen über unser Engagement die Umsetzung von Schulungsmaßnahmen. Der Erfolg der bayerischen Jung-Mathematiker bei weiterführenden Wettbewerben wie der Bundesrunde Mathematik oder der Internationalen Mathematik-Olympiade zeigt, dass der nachhaltige Förderansatz Früchte trägt.

Da es vielen Athleten nicht gelingt, über Preisgelder oder Prämien ihr nachsportliches Leben abzusichern, sind wir bei der Begleitung von Nachwuchs-Leistungssportlern besonders auf die Vereinbarkeit von sportlicher und schulischer beziehungsweise beruflicher Laufbahn bedacht. Als Gold-Partner der Bayerischen Sportstiftung begleiten wir zielstrebige Jugendliche und junge Erwachsene auf ihrem dualen Bildungsweg. Für die Förderung von Sporttalenten in und aus der Europäischen Metropolregion Nürnberg warben wir gemeinsam mit der Bayerischen Sportstiftung bei einem Sportgespräch im Rahmen der Faszination Pferd 2017.

Die Bayerische Sportstiftung unterstützt pro Förderjahr rund 25 junge Talente aus Bayern.



Inklusion und Nachwuchsförderung waren schon immer wesentliche Bestandteile der NÜRNBERGER Sponsoringphilosophie.



Nachwuchsförderung

Wir nahmen Faszination Pferd 2017, Deutschlands besucherstärkstes Hallenreitturnier, zum Anlass, um mit Sportfunktionären sowie aktiven und ehemaligen Athleten über die Situation der Nachwuchsförderung in Nordbayern zu sprechen und Verbesserungen anzustoßen.

Auch bei unseren Engagements im Pferdesport und im Tennis legen wir großen Wert auf die Unterstützung von Kindern und Jugendlichen. Beim NÜRNBERGER Führzügelwettbewerb stehen der Aufbau eines Vertrauensverhältnisses zwischen Kind, Pferd und Führendem sowie der erste, noch spielerisch anmutende Erwerb von Erfahrungen im Turniergehen im Vordergrund. Fortgesetzt wird das Förderkonzept mit der deutschlandweiten Turnierserie NÜRNBERGER BURG-POKAL der Junioren für jugendliche Reiter der Disziplinen Dressur und Springen.

Als Hauptsponsor des bundesweiten Kindertennis-Projekts „Talentinos“ tragen wir dazu bei, die Jüngsten für das Tennis zu begeistern und nachhaltig auszubilden. Den Traum von einer Karriere im internationalen Spitzentennis unterstützen wir beim WTA-Turnier NÜRNBERGER Versicherungscup durch Mitmachaktionen für Kinder, Teamwettbewerbe für Kaderspielerinnen und die Vergabe von Wildcards an deutsche Talente.

Mädchen nachhaltig für Tennis zu begeistern, dieser Aufgabe widmet sich Judy Murray, Mutter der ehemaligen Weltranglistenrsten Andy (Einzel) und Jamie (Doppel). Beim WTA-Turnier NÜRNBERGER Versicherungscup faszinierte sie die Workshop-Teilnehmerinnen und deren Eltern mit Fachwissen und Esprit.

Wir sind uns bewusst, dass wir mit unseren vielfältigen Engagements und der Einbindung unserer Mitarbeiter und Auszubildenden ein positives Zeichen setzen und einen Beitrag zu einer lebenswerten und lebendigen Gesellschaft leisten. Gleichzeitig wissen wir um die Grenzen unseres Tuns, denn wir können nicht jedes förderwürdige Ansinnen unterstützen. Die Kooperationen, für die wir uns entschieden haben, begleiten wir ebenso aktiv wie intensiv. Die daraus resultierende, ergebnisorientierte und offene Interaktion trägt zum Gelingen bei und steht spiegelbildlich für unsere Strategie, den Menschen in all seinen Lebensphasen zu unterstützen. Vor diesem Hintergrund werden wir auch weiterhin Verantwortung leben, indem wir Partner sind, Einsatz zeigen und Zukunft gestalten.

## Die NÜRNBERGER in Zahlen 2018

### Diskriminierung

0  
Vorfälle

im Innen- und Außendienst

### Seit knapp

20  
Jahren

fördern wir den Landeswettbewerb Mathematik in Bayern.

### Schon

4  
Mal

wurde die NÜRNBERGER mit dem „audit berufundfamilie“ ausgezeichnet.

### Weiterbildung

3.700  
Anmeldungen

für Präsenzveranstaltungen und Web-based-Trainings.

### 2018 wurden über

500  
Team-Dialoge

geführt und ausgewertet.

### Note

1,5

für die Zufriedenheit mit der ausgezeichneten Bearbeitung im Schadenservice der Auto-, Sach-, Privathaftpflicht- und Unfallversicherung



# Compliance

## Compliance-Management

Compliance bedeutet übersetzt so viel wie „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. Wir setzen das mit einem Compliance-Managementsystem nach dem Prüfungsstandard IDW PS 980 um. In diesem Zusammenhang sind sieben Grundelemente definiert: Compliance-Kultur, Compliance-Ziele, Compliance-Organisation, Compliance-Risiken, Compliance-Programm, Compliance-Kommunikation, Compliance-Überwachung/-Verbesserung.

Im Folgenden wird erläutert, wie die NÜRNBERGER das entsprechend umsetzt: Es wurde eine Compliance-Kultur geschaffen, nach der Geschäftsleitung, Führungskräfte und Mitarbeiter verpflichtet sind, bei jeder ihrer Tätigkeiten auf das Einhalten aller Regeln zu achten.

Sie haben sämtliche Aktivitäten zu unterlassen, die die Redlichkeit oder Verlässlichkeit der NÜRNBERGER oder ihrer Vertreter infrage stellen. Denn ein compliance-widriges Verhalten kann den Geschäftserfolg maßgeblich beeinträchtigen und zu einem erheblichen Vertrauensverlust bei Kunden und 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 Compliance-Risikoverantwortlichen zusammen, die unterschiedliche Aufgaben wahrnehmen. Zentraler Bestandteil des Managementsystems ist eine umfassende Analyse der Compliance-Risiken. Hierbei werden etwaige Handlungsfelder frühzeitig erkannt und durch eingeleitete Maßnahmen deutlich reduziert oder gar ausgeschlossen. Bei Verdacht auf einen 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. Hierzu gehören u. a. das Erarbeiten und die Kommunikation von Richtlinien und Arbeitsanweisungen, von Steuerungs-, Kontroll- und Überwachungsmaßnahmen, das Beraten zu compliance-relevanten Fragestellungen, das Aufklären von Hinweisen und Verstößen sowie bei Bedarf das Sanktionieren dieser.

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 ggf. risikomindernde Maßnahmen informiert sind. Kommuniziert wird z. B. über Berichte, Schulungen oder das Intranet.

Ein stetes Prüfen und Überwachen der Compliance-Kultur, -Aufgaben, -Ziele und -Risiken sowie der daraus abgeleiteten Maßnahmen führen zu einer kontinuierlichen Verbesserung und Optimierung. Die zentrale Compliance-Funktion arbeitet mit allen Einheiten des Konzerns, vor allem den anderen aufsichtsrechtlichen Schlüsselfunktionen, den dezentralen Compliance-Beauftragten sowie allen anderen, insbesondere den operativen Fachbereichen zusammen. Um Interessenkonflikte zu vermeiden, agiert die Compliance-Funktion unabhängig und getrennt von den operativen Bereichen.

## Indikatoren

Wir führen regelmäßig eine Compliance-Risikoanalyse hinsichtlich Anti-Fraud und Anti-Korruption mit allen Organisationseinheiten der NÜRNBERGER durch. Im Jahr 2018 konnten hierbei keine erheblichen 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 der EU-Datenschutz-Grundverordnung und dem Bundesdatenschutzgesetz 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 in unserem 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 2019 haben wir uns insbesondere folgende Nachhaltigkeitsziele gesetzt:

- Ein Nachhaltigkeits-Controlling aufbauen, um alle für die NÜRNBERGER wesentlichen nichtfinanziellen Kennzahlen zu erheben und deren Performance zu messen
- 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 Homeoffice-Angeboten
- Den Anteil von Frauen in Fach- und Führungspositionen erhöhen



„Eigentlich geht’s mir gut.

**Doch der Klimawandel  
verändert alles.“**

Stefanie, NÜRNBERGER Mitarbeiterin und Millennial

Laut der Millennials-Studie der NÜRNBERGER  
hat mehr als jeder dritte junge Mensch Angst  
vor den Folgen des Klimawandels.

# 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	
<b>Strategie</b>		
<b>1. Strategische Analyse und Maßnahmen</b>	Unser Nachhaltigkeitsansatz ist im Unternehmensleitbild sowie in den Zielen und in der Strategie festgelegt.  > Details finden sich auch in Kapitel 4.	✓
<b>2. Wesentlichkeit</b>	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.	✓
<b>3. Ziele</b>	Soweit die NÜRNBERGER im Berichtsjahr Nachhaltigkeitsziele für 2019 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.	✓
<b>4. Tiefe der Wertschöpfungskette</b>	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>		
<b>5. Verantwortung</b> G4-56*	Nachhaltigkeit ist ein wichtiges Unternehmensthema. Die zentrale Verantwortung für Nachhaltigkeitsthemen (Strategie, Überwachung, Analyse) liegt beim Vorstand der NÜRNBERGER Beteiligungs-AG.  > Details finden sich in Kapitel 3.	✓
<b>6. Regeln und Prozesse</b> 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).	✓

✓ comply — explain \*Kennzahl der Global Reporting Initiative (GRI)

DNK-Kriterien (Aspekte)	Beschreibung	
<b>7. Kontrolle</b> 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 2018 der NÜRNBERGER Beteiligungs-AG 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.	✓
<b>8. Anreizsysteme</b> G4-51a*	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 2018 der NÜRNBERGER Beteiligungs-AG 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-AG tarifgebundene Arbeitgeber. Die Entgeltstrukturen der NÜRNBERGER setzen sich aus dem Tarifvertrag, Betriebsvereinbarungen, gesetzlichen Bestimmungen sowie individualvertraglichen Vereinbarungen zusammen.	✓
<b>9. Beteiligung von Anspruchsgruppen</b> G4-27*	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.  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.	✓

✓ comply — explain \*Kennzahl der Global Reporting Initiative (GRI)

DNK-Kriterien (Aspekte)	Beschreibung	
<b>10. Innovations- und Produktmanagement</b> 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. 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.</p> <p>Hierdurch fördern wir das papierlose und damit umweltfreundliche Arbeiten sowie eine schnelle Leistungsbearbeitung. 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).</p> <p>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>&gt; Details finden sich in Kapitel 5, 6 und 7.</p>	—

**Umwelt**

<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>&gt; 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 2018 folgende Verbrauchswerte gemessen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Strom: 8.303.309 kWh</li> <li>• Wasser: 33.048 m<sup>3</sup></li> <li>• Treibstoffe: 54.853 Liter, davon 23.851 Liter Benzin und 31.002 Liter Diesel</li> <li>• Papier: 13.950 Tsd. Blatt, davon 13.705 Tsd. Blatt Weiß und 245 Tsd. Blatt Recycling</li> <li>• Fernwärme: 5.762.200 kWh</li> <li>• Abfall: 191 t</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. Gegenüber dem Vorjahr ergaben sich 2018 folgende Veränderungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Strom: -200.790 kWh (-2,4 %)</li> <li>• Wasser: -630 m<sup>3</sup> (-1,9 %)</li> <li>• Treibstoffe: -3.824 Liter (-6,5 %), davon -4.284 Liter Benzin (-15,2 %) und +460 Liter Diesel (+1,5 %)</li> <li>• Papier: -1.690 Tsd. Blatt (-10,8 %), davon -1.695 Tsd. Blatt Weiß und +5 Tsd. Blatt Recycling</li> <li>• Fernwärme: -675.510 kWh (-10,5 %)</li> <li>• Abfall: +34 t (+21,7 %)</li> </ul> <p>&gt; Details finden sich auch in Kapitel 8.</p>	✓

✓ comply — explain \*Kennzahl der Global Reporting Initiative (GRI)

DNK-Kriterien (Aspekte)	Beschreibung	
<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.</p> <p>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> <p>In unserer Generaldirektion in Nürnberg sind 2018 folgende CO<sub>2</sub>-Emissionen (in Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalente nach WRI/WBCSD Greenhouse Gas Protocol) angefallen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 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 Klimaanlagen: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Treibstoffe: 167 t CO<sub>2e</sub>, davon 69 t CO<sub>2e</sub> Benzin und 98 t CO<sub>2e</sub> Diesel</li> </ul> </li> <li>• Scope 2: indirekte CO<sub>2</sub>-Emissionen, die durch die Bereitstellung von Energie außerhalb der NÜRNBERGER durch das Energieversorgungsunternehmen entstehen (Strom und Fernwärme): <ul style="list-style-type: none"> <li>- Strom: 2.914 t CO<sub>2e</sub></li> <li>- Fernwärme: 692 t CO<sub>2e</sub></li> </ul> </li> </ul> <p>&gt; Details zu unserer Verantwortung für die Umwelt finden sich in Kapitel 8.</p>	✓

**Gesellschaft**

<b>14. Arbeitnehmerrechte</b> G4-LA6, G4-LA8, G4-LA12*	<p>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.</p> <p>Die folgenden Mitarbeiterzahlen beziehen sich auf das Jahr 2018 für die Gesellschaften NÜRNBERGER Lebensversicherung AG, NÜRNBERGER Allgemeine Versicherungs-AG und NÜRNBERGER Beteiligungs-AG:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Durchschnittsalter im Innen- und angestellten Außendienst zum 31.12.2018: 44,3 Jahre (Frauen 43,2 Jahre, Männer 45,4 Jahre)</li> <li>• Mittlere Betriebszugehörigkeit: 16,6 Jahre (Frauen 17,4 Jahre, Männer 15,7 Jahre)</li> <li>• Fluktuationsquote im Innendienst: 4,6 %</li> <li>• Teilzeitbeschäftigte im Innendienst im Jahresdurchschnitt: 30,2 % (Frauen 48,1 %, Männer 8,2 %)</li> <li>• Frauenanteil an der Belegschaft im Jahresdurchschnitt: 48,0 %</li> </ul> <p>Die Zusammensetzung des Aufsichtsrats der NÜRNBERGER Beteiligungs-AG (NBG) ist im Geschäftsbericht 2018 der NBG unter Aufsichtsrat und Vorstand beschrieben.</p> <p>Im Jahr 2018 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.</p> <p>Im Kalenderjahr 2018 waren insgesamt 28 Betriebs- und Wegeunfälle (23 Wegeunfälle und 5 Betriebsunfälle, männlich: 10 und weiblich: 18) zu verzeichnen.</p> <p>&gt; Details zu unserer sozialen Verantwortung gegenüber unseren Mitarbeitern finden sich in Kapitel 9.</p>	✓
---	---	---

✓ comply — explain \*Kennzahl der Global Reporting Initiative (GRI)



## 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:** Julia Dresel (Marketing/Inhouse-Serviceagentur)

### Fotos:

Titel, Seite 55, 58: Getty Images

Seite 30: BlackRock Asset Management Schweiz AG

Seite 4, 6, 12, 18, 20, 24, 26, 36/37, 39, 40, 42, 45, 50/51, 53–56: NÜRNBERGER Versicherung

Seite 52: Maximilian Schreiner

Seite 14/15, 32/33, 48/49, 62/63: Marina Woollen (Marketing/Inhouse-Serviceagentur)

### 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.

© 2019 NÜRNBERGER Beteiligungs-AG, Nürnberg



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

NÜRNBERGER Beteiligungs-Aktiengesellschaft, 90334 Nürnberg

X548\_201901 M