



NÜRNBERGER
VERSICHERUNG

Auf dem Weg zum Präventionsversicherer

Unternehmenspräsentation – 1. Halbjahr 2024

Agenda.



1. Überblick

2. Strategie

3. NÜRNBERGER Aktie

4. Erstes Halbjahr 2024

5. Ausblick

6. Anhang

Das ist die NÜRNBERGER Versicherung.



Wir sind seit

140
Jahren

einer der großen unabhängigen
Versicherer Deutschlands

Finanzstärke

A+
ausgezeichnet

Unsere finanzielle Stärke wird
von Fitch Ratings mit stark
eingestuft

Beiträge

3.547
Mio. EUR

gebuchte Bruttobeiträge

Wir sind zusammen

4.383
Mitarbeiter

im Innen- und Außendienst
inkl. Auszubildende

Leistungen

2,6
Mrd. EUR

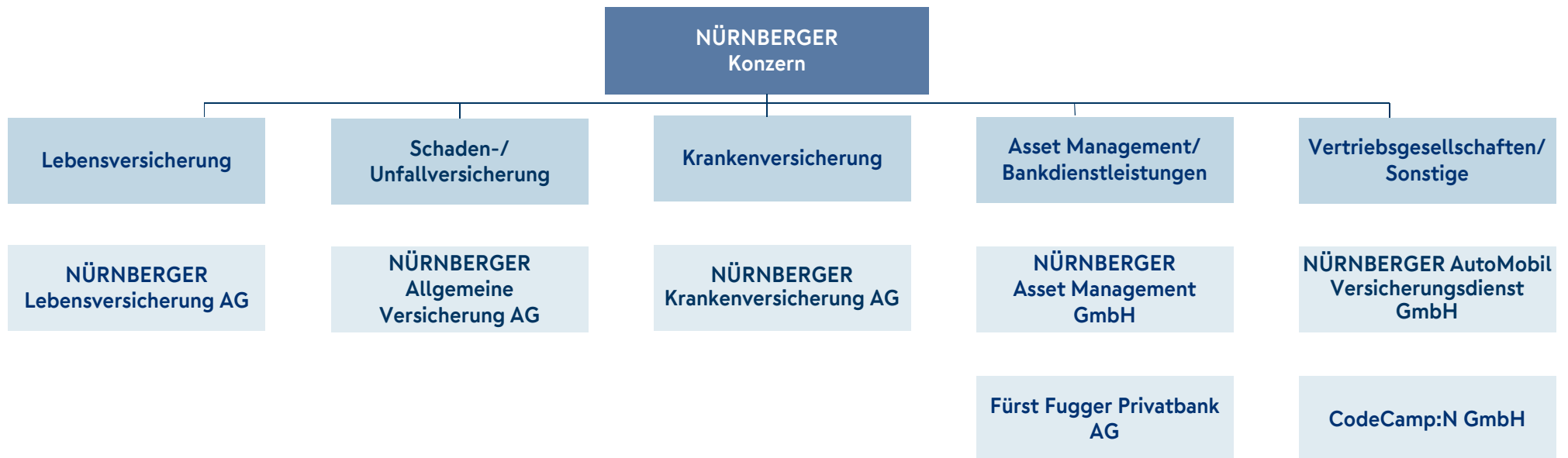
haben wir für Versicherungsfälle
an unsere Kunden ausgezahlt

Wir betreuen

5,8
Mio.

Versicherungsverträge

Struktur der NÜRNBERGER Versicherung.



vereinfachte Darstellung

Vorstand der NÜRNBERGER Beteiligungs-AG 2024: Ressortverteilung



Harald Rosenberger (Vors.)

- Unternehmensentwicklung
- Human Resources
- Governance-System und Konzernstruktur
- Recht und Compliance
- Revision
- Risikomanagement
- Internationale Beziehungen
- Unternehmenskommunikation



Katja Briones-Schulz

- Lebensversicherung
- Krankenversicherung



Christine Kaaz

- Schadenversicherung



Wolfram Politt

- Kundenbeziehungsmanagement
- Operations



Dr. Thomas Reimer

- Informationstechnik und Digitalisierung
- Datenschutz



Andreas Politycki

- Vertrieb
- Marketing



Dr. Jürgen Voß

- Kapitalanlagen
- Asset Management und Bankgeschäfte
- Investor Relations
- Finanzen
- Planung und Steuerung
- Interne Dienste

Meilensteine der Unternehmensgeschichte.



Gründung

1884

NÜRNBERGER
Lebensversicherungs-Bank

Gründung

1952

NÜRNBERGER Allgemeine
Versicherungs-AG –
Beginn der NÜRNBERGER
Versicherungsgruppe

Slogan

1958

Schutz und Sicherheit
im Zeichen der Burg

Einführung

1982

Digitale Beratungstechnologie
für die Kundenberatung mit
mobilen Computern

Geschäftsaufnahme

1991

NÜRNBERGER
Krankenversicherung AG

Umzug

2000

Bezug der neuen
Generaldirektion an der
Ostendstraße in Nürnberg

Positionierung

2016

Neuausrichtung der Marke

Strategie

2023

Startschuss für das Strategie-
Projekt #vomICHzumWIR

NÜRNBERGER Vertriebskanäle.



Ausschließlichkeit

417 Generalagenten
49 angestellter Außendienst

Direktverkauf

Über www.nuernberger.de,
Vergleichsplattformen und Telefon



Makler und Mehrfachagenten

11.897 angebundene Makler
und Mehrfachagenten

Autohaus (Mehrfachagenten)

1.806 Autohaus-Agenturen
353 angestellter Außendienst

Darauf sind wir stolz – unsere Auszeichnungen.



Segmente	Leben	Kranken	Schaden	Sonstiges	
Aus- zeichnungen					

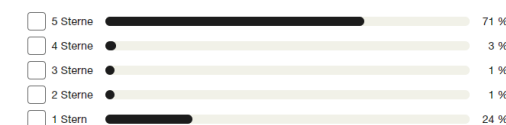
Deutliche Steigerung unserer Kundenbewertungen auf Portalen wie Trustpilot.



Rang	Name	Score	Bewertungen
1	NÜRNBERGER	4,4	1.625
2	VKB	4,3	3.296
3	Allianz	4,1	6.216
4	Debeka	4,0	2.341
5	HUK	3,9	20.223
6	DEVK	3,6	1.812
7	ERGO	3,6	3.976
8	Signal Iduna	3,4	2.214
9	Gothaer	3,0	1.198
10	VHV	2,9	1.440
11	LVM	2,2	477
12	R+V	1,9	5.088
13	Sparkassen Vers.	1,8	155
14	Generali	1,6	1.329
14	Alte Leipziger	1,6	176
15	Württembergische	1,5	440
15	Provinzial	1,5	177
16	AXA	1,4	1.913
17	Zurich	1,2	243
17	HDI	1,2	292

Bewertungen ★ 4,4

Insgesamt 1.625



Nachhaltigkeit in der NÜRNBERGER – Arbeitgeber und Präventionsversicherer.



Nachhaltiges Denken und Handeln in Zahlen.

Firmenticket

55 %
der Mitarbeiter

nutzen öffentlichen Nahverkehr.

Einsparung Papier

1,9 Mio.
Blatt

durch Digitalisierung

Einsparung Strom

5,03
GWh

durch Verzicht auf energie-
aufwendige Vollklimatisierung

Einsparung Treibstoffe

1.470
Liter

durch Einführung von
E-Fahrzeugen im Außendienst

Einsparung Wasser

980
m³

See im Innenhof mindert
Wasserverbrauch

Fernwärme

0
t CO₂-Äquivalente

Ausstoß

Agenda.



1. Überblick

2. Strategie

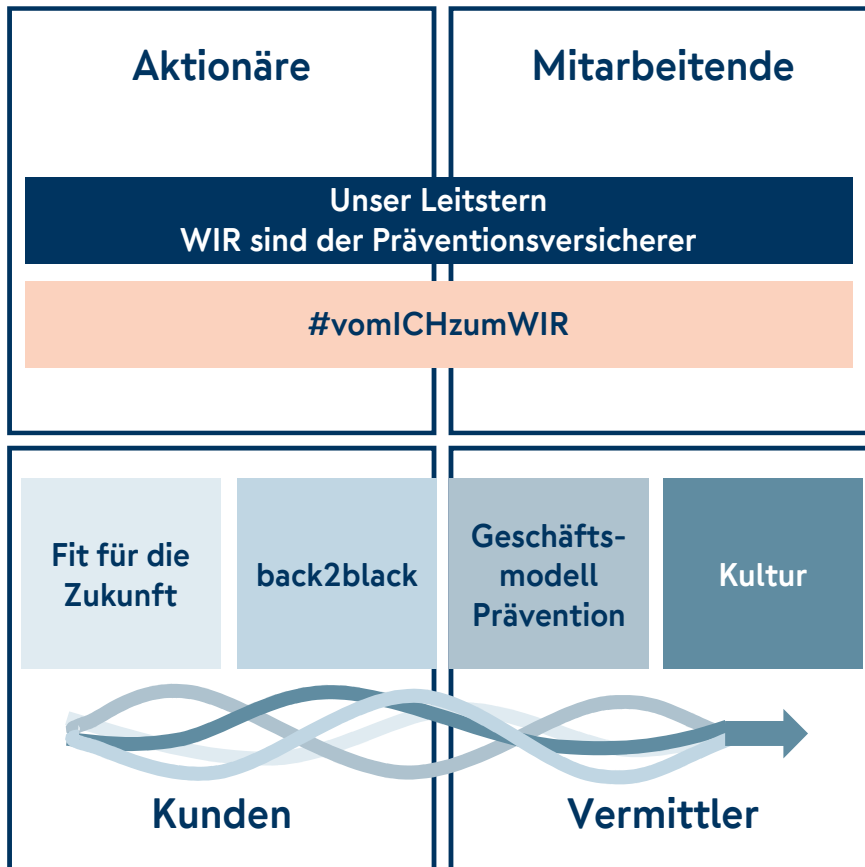
3. NÜRNBERGER Aktie

4. Erstes Halbjahr 2024

5. Ausblick

6. Anhang

Wir folgen konsequent unserem Plan.



- Unsere Strategie orientiert sich an den Bedürfnissen unserer Stakeholder
- *#vomICHzumWIR*: Wir richten all unser Handeln am Wohl der NÜRNBERGER als Ganzes aus
- Mit „Fit für die Zukunft“ werden wir effizienter, effektiver und fit für den Wettbewerb
- Durch „back2black“ kehren wir zurück zur Profitabilität in der Schadenversicherung
- Wir fokussieren unser Geschäftsmodell auf das Zukunftsthema *Prävention*
- Unsere *Kultur* differenziert uns vom Wettbewerb und stärkt Leistungsorientierung und Innovationsfähigkeit

Die NÜRNBERGER hat Erfolgsfaktoren und Ziele definiert – für ihren Weg hin zum Präventionsversicherer.

Strategische Ziele

Unabhängigkeit

Ertrag

Wachstum

Sicherheit

Differenzierende Erfolgsfaktoren

Ausrichtung
auf Prävention

Kultur-
entwicklung

Kompetente
und motivierte
Mitarbeitende

Vermittlerfokus

Ermöglicher

Passende
Kernprodukte
(und -services)

Marktdäquate
Kostenbelastung

Marktdäquate
Kapitalanlage

Prozess-
exzellenz

Leistungsfähige
IT

Effiziente
Datennutzung

Nachhaltigkeit

Effizienzprogramm: Fit für die Zukunft.



Das Ziel:

Dauerhafte Kostenreduktion und Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der NÜRNBERGER

Fit für die
Zukunft

back2black

Geschäfts-
modell
Prävention

Kultur

3 Handlungsstränge:

→ **Fokussierung**

Ausrichtung aller Prozesse auf neues Geschäftsmodell,
Abbau nicht passender Aktivitäten

→ **Leistungsverzicht**

Reduzierung von Services ohne wesentlichen Mehrwert

→ **Prozessoptimierung**

Kostenreduktion und Verbesserung der Produktivität durch
End-to-End-Optimierung von Kerngeschäftsprozessen

back2black: zurück in die schwarzen Zahlen.

Das Ziel:

Den Turnaround in der Schadenversicherung schaffen und nachhaltig sicherstellen.

Fit für die
Zukunft

back2black

Geschäfts-
modell
Prävention

Kultur

Konkret:

- Maßnahmen zur Verbesserung des versicherungstechnischen Ergebnisses (VTE) und des Kapitalanlageergebnisses (KAE)
- Maßnahmen zur Minimierung von operationellen und versicherungstechnischen Risiken, um die Profitabilität weiter abzusichern
- Nachhaltige Optimierung von Portfolio-Qualität und -Governance

Fortschritte:

- Im Jahr 2024 konnte das VTE bereits über Ziel gesteigert werden
- Prognosen zeigen eine positive Entwicklung und signifikante Fortschritte.
- Für 2025 wurden weitere Maßnahmen definiert

Neues Geschäftsmodell: der Präventionsversicherer.



Die Herausforderung:

Klimawandel, Demografie und Inflation lassen die Kosten explodieren, und traditionelle Versicherungen werden nicht mehr bezahlbar.

Fit für die Zukunft

back2black

Geschäftsmodell Prävention

Kultur

Die Lösung:

Fokus auf Prävention als Schlüssel zur Kostenreduzierung

Ganz konkret:

- Frühzeitig Maßnahmen fördern, die Schäden verhindern
- Unterstützung von Hausbesitzern und Unternehmen bei Elementarschutz
- Unterstützung von Kunden, gesund zu bleiben oder schnell gesund zu werden (unter anderem durch individuelle Tools und digitale Services)
- Entwicklung von Produkten mit integrierter Prävention

Die Weiterentwicklung der Firmenkultur ist ein lang andauernder Prozess.

Die Bedeutung:

Eine passende Unternehmenskultur ist entscheidend für Veränderungsprozesse, denn Menschen sind der Schlüssel zum Erfolg und differenzieren uns im Wettbewerb.

Fit für die
Zukunft

back2black

Geschäfts-
modell
Prävention

Kultur

Die Firmenkultur in der NÜRNBERGER:

→ **Herkunft**

Historisch geprägte Arbeitsweise durch Family- und Strukturkultur

→ **Ziel**

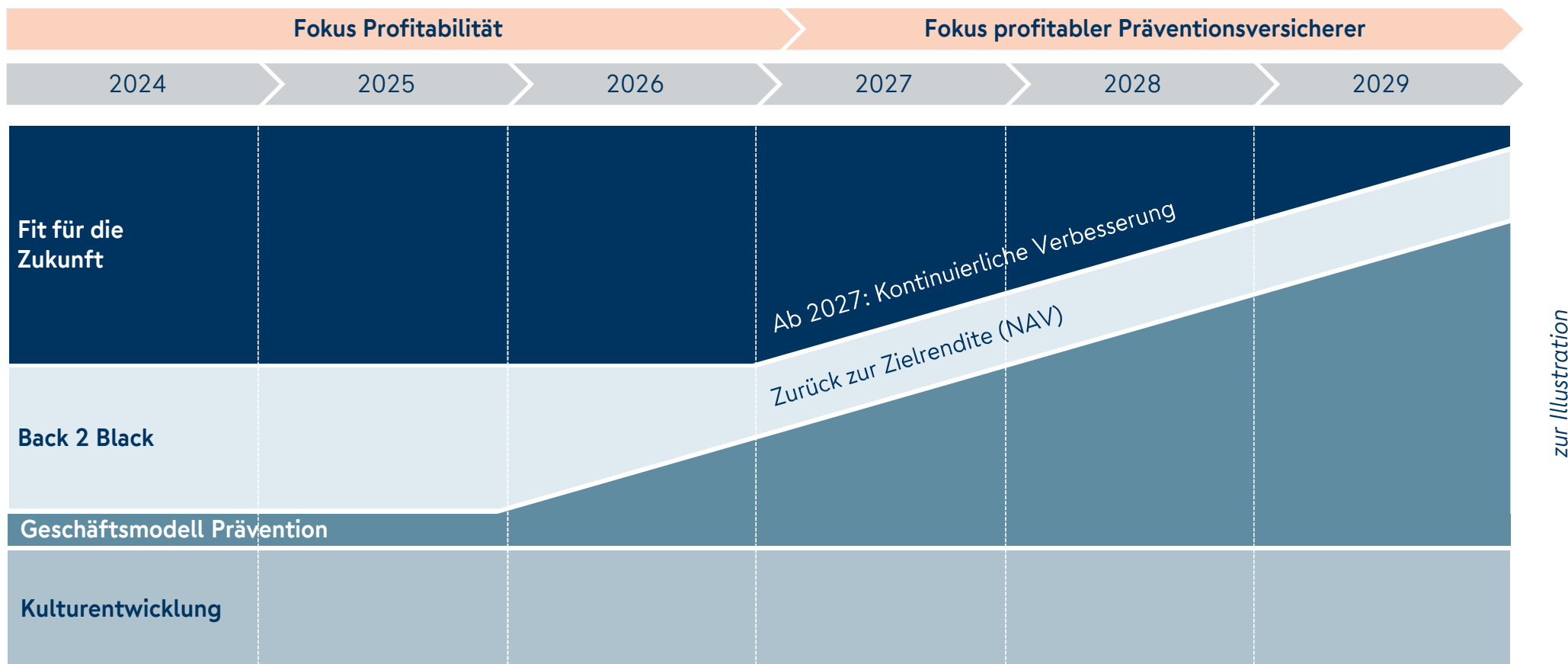
Leistung und Innovation werden gestärkt.

→ **Schlüsselmerkmale**

Outcome-Orientierung, Klarheit, Mut, Vertrauen

Beginn des Change-Prozesses durch Fokus auf Messbarkeit und Leadership

In den nächsten Jahren liegt unser Fokus auf „Profitabilität“.



zur Illustration

Agenda.

1. Überblick

2. Strategie

3. NÜRNBERGER Aktie

4. Erstes Halbjahr 2024

5. Ausblick

6. Anhang

Seit über 30 Jahren bietet die NÜRNBERGER eine verlässliche und attraktive Dividende.



Dividende je Aktie

3,50
EUR

seit Gründung der Holding
(1989) steigend oder konstant

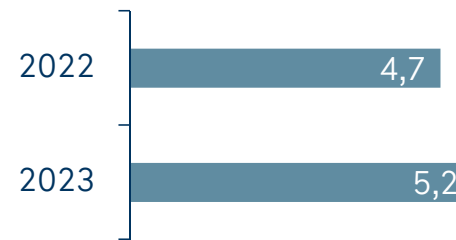
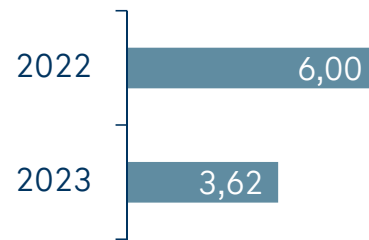
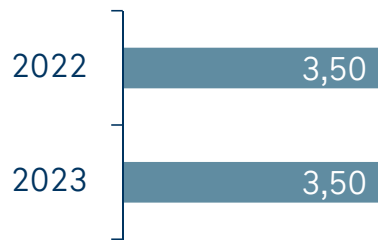
Ergebnis je Aktie

3,62
EUR

Dividendenrendite

5,2
%

in den letzten 10 Jahren
zwischen 4,2 % und 5,3 %

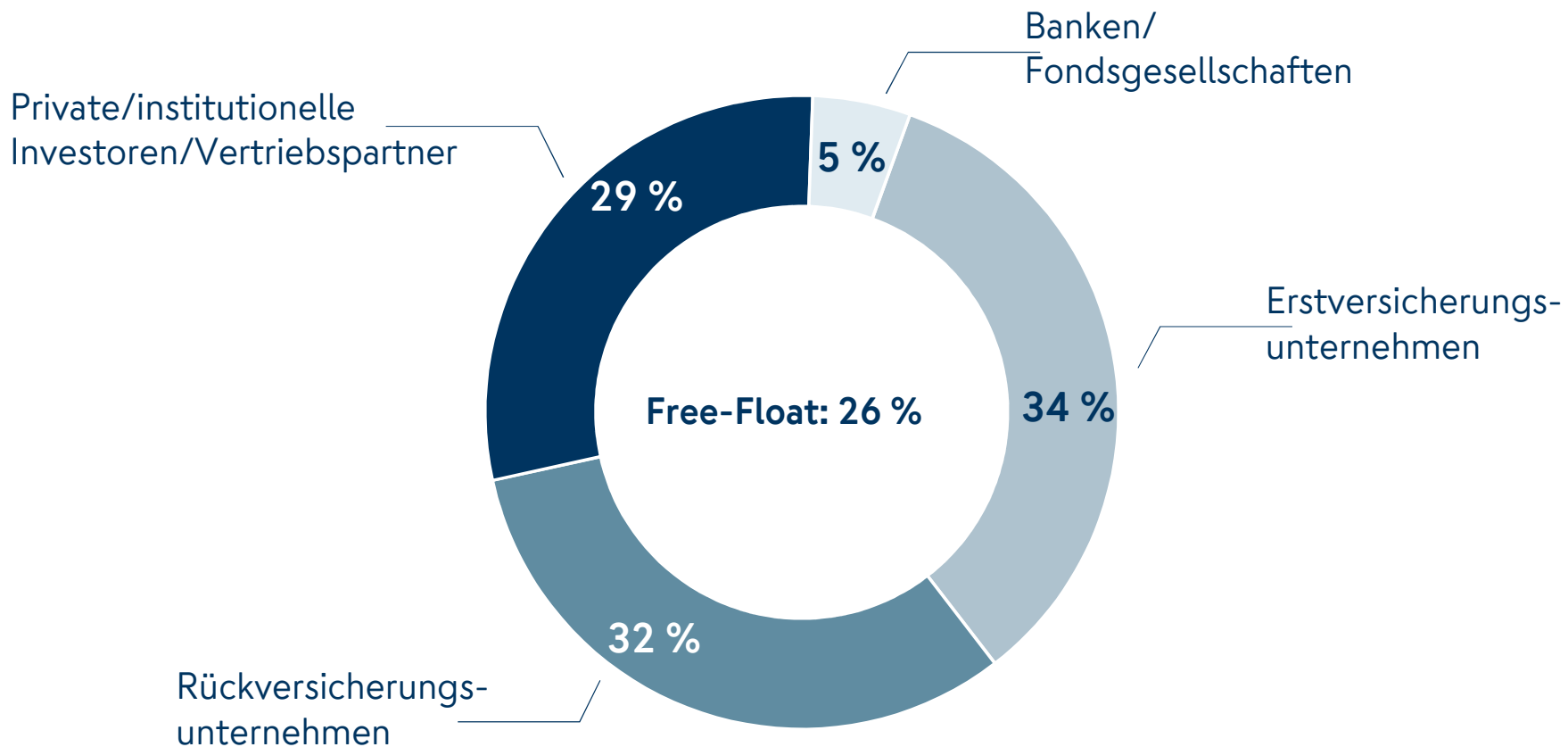


Dividendenentwicklung der letzten Jahre.

■ Dividendensumme in Mio. EUR
— EUR je Aktie



Langjähriger und stabiler Aktionärskreis garantiert Unabhängigkeit.



Agenda.

1. Überblick
2. Strategie
3. NÜRNBERGER Aktie
- 4. Erstes Halbjahr 2024**
5. Ausblick
6. Anhang

Geschäftssegmente des NÜRNBERGER Konzerns.



Durchwachsendes erstes Halbjahr 2024.

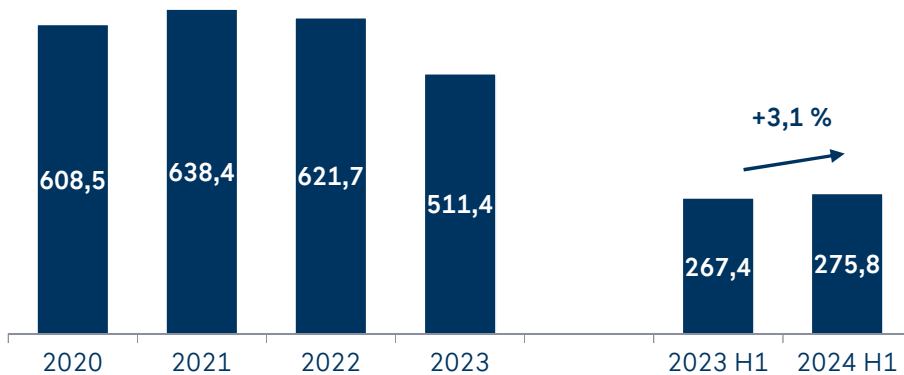


1,9 Mrd. +4,9 % Gebuchte Bruttobeiträge	275,8 Mio. +3,1 % Neu- und Mehrbeiträge	34,6 Mrd. +4,7 % Kapitalanlagen
-22,9 Mio. -203,0 % Konzernergebnis	902,5 Mio. -4,6 % Eigenkapital	238 %* 232 % (Vorjahr) Solvenzquote

Neugeschäft und gebuchte Beiträge konnten sich im ersten Halbjahr positiv entwickeln.

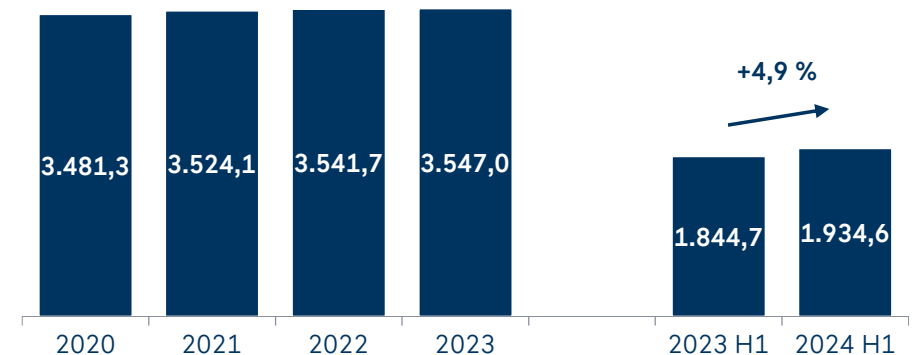
Neugeschäft Versicherungen Konzern

Mio. EUR**



Gebuchte Beiträge Konzern*

Mio. EUR**



1. Halbjahr 2024:

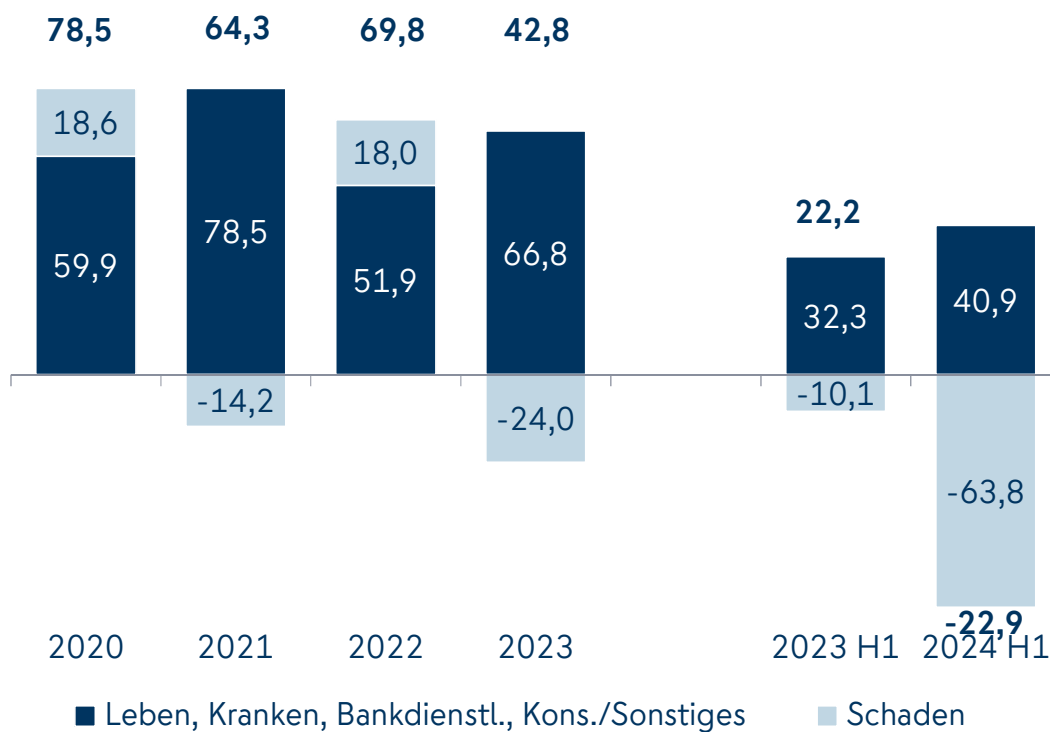
- Erfreuliches Neugeschäftswachstum im Kerngeschäft Einkommensschutz; deutliches Wachstum im Segment Kranken getragen von Geschäft mit Zusatzversicherungen; Schadenversicherung profitiert von Wachstum in den SHU-Sparten
- Zuwachs der gebuchten Bruttobeiträge in allen drei Segmenten

* Summenwerte nach Konsolidierung

** 2020-2021 bereinigt um den Verkauf der NÜRNBERGER Versicherung AG Österreich (NVÖ)

Rückgang des Konzernergebnisses aufgrund erheblicher Belastungen in der Schadenversicherung.

Mio. EUR



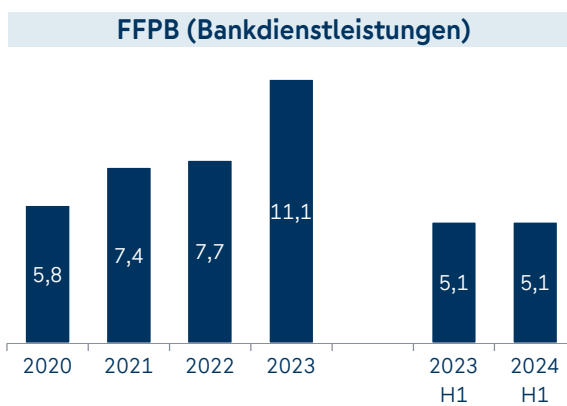
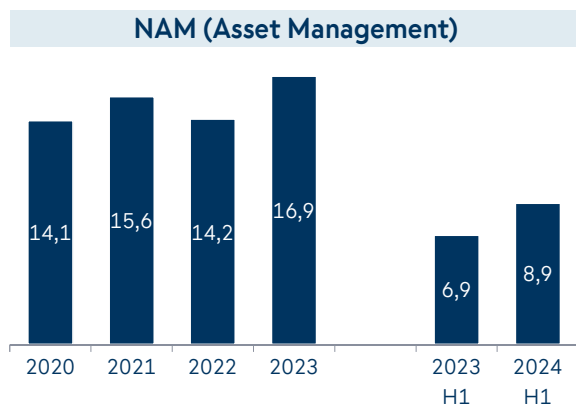
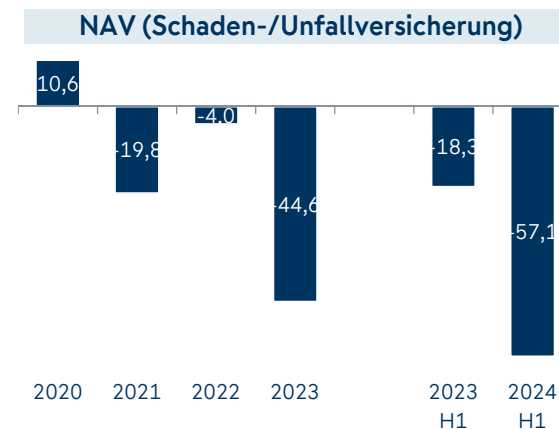
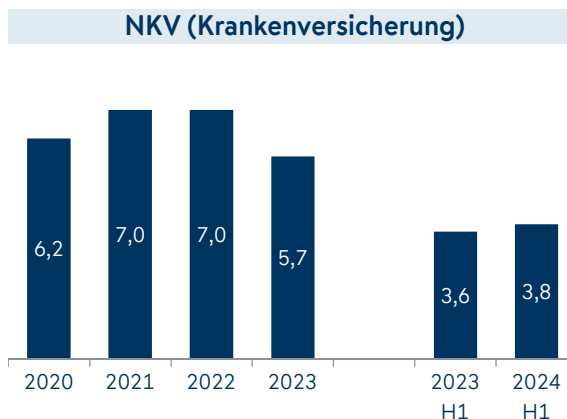
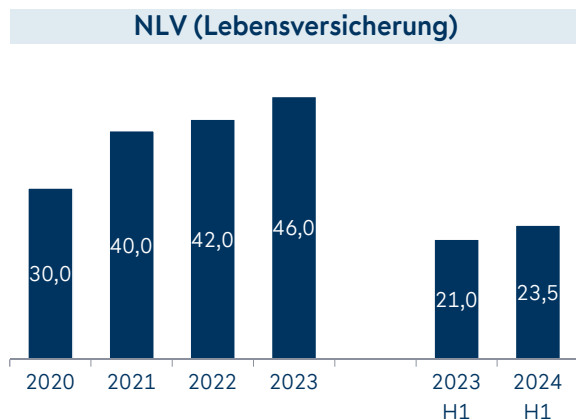
- Rückgang im Konzernergebnis maßgeblich von der negativen Entwicklung in der Schadenversicherung beeinflusst
- Bildung von Rückstellungen im Rahmen von „Fit für die Zukunft“ in Höhe von 30 Mio. EUR
- Segmente Leben, Kranken und Bankdienstleistungen mit erfreulicher Entwicklung über Vorjahresniveau
- Hohe Aufwendungen durch Elementar- und Großschäden sowie anhaltende Inflation belasten Ergebnis in der Schadenversicherung

Zusammenfassung der Segmentergebnisse.

Mio. EUR	2023 H1	2024 H1
Lebensversicherung	21,9	28,4
Krankenversicherung	3,8	4,0
Schaden- und Unfallversicherung	-10,1	-63,8
Bankdienstleistungen	4,9	5,0
Konsolidierung/Sonstiges	1,7	3,4
Konzernergebnis nach Steuern	22,2	-22,9

Ergebnisbeiträge der Einzelgesellschaften auf Kurs. Entwicklung der NAV belastet allerdings Konzernergebnis.

Ergebnisabführung/Jahresüberschüsse in Mio. EUR



Agenda.

1. Überblick

2. Strategie

3. NÜRNBERGER Aktie

4. Erstes Halbjahr 2024

5. Ausblick

6. Anhang

Für das Geschäftsjahr 2024 mussten wir eine Ergebnisanpassung vornehmen.

Leben	Neubeiträge: Beitragseinnahmen:	spürbare Verringerung leichter Anstieg
Kranken	Neubeiträge: Beitragseinnahmen:	unverändert deutlicher Zuwachs
Schaden	Neugeschäft: Beitragseinnahmen:	spürbarer Rückgang spürbare Steigerung
Bank	Provisionsergebnis: Zinsergebnis:	leichte Steigerung leichte Verringerung
Konzernergebnis nach Steuern	Ausgeglichenes Ergebnis	

Agenda.

1. Überblick

2. Strategie

3. NÜRNBERGER Aktie

4. Erstes Halbjahr 2024

5. Ausblick

6. Anhang

NÜRNBERGER auf einen Blick – ausgewählte Kennzahlen.



		2019	2020	2021	2022	2023
Gebuchte Beiträge	Mio. EUR	3.515	3.593	3.634	3.542	3.547
- davon Leben	Mio. EUR	2.478	2.502	2.501	2.355	2.238
- davon Kranken	Mio. EUR	228	253	261	270	301
- davon Schaden	Mio. EUR	809	838	873	917	1.007
Kapitalanlagen	Mio. EUR	31.672	32.325	34.284	32.070	33.450
Kapitalerträge	Mio. EUR	1.001	919	1.058	742	748
Neu- und Mehrbeiträge	Mio. EUR	592	629	658	622	511
Konzernergebnis nach Steuern	Mio. EUR	68	78	64	70	43
Eigenkapital	Mio. EUR	862	907	933	964	967
Solvency II*	%	223	214	250	245	250
Insurer Financial Strength (Fitch)		A+ stable	A+ stable	A+ stable	A+ stable	A+ stable

* Säule 1; ohne Übergangsmaßnahmen

Bleiben Sie mit uns in Kontakt.



Investor Relations

Tel.: 0911 531-1425

Investor-Relations@nuernberger.de

<https://www.nuernberger.com/investor-relations>

26. November 2024

Deutsches Eigenkapitalforum



Haftungsausschluss.



Diese Präsentation wurde durch die NÜRNBERGER Beteiligungs-AG, die Holding der NÜRNBERGER Versicherung, ausschließlich zu Informationszwecken erstellt.

Sie stellt weder ein Angebot, eine Anlageberatung, eine Anlageempfehlung noch eine Aufforderung zum Kauf, Halten oder Verkauf von Wertpapieren jeglicher Art dar. Sie begründet kein vertragliches Beratungs- oder Auskunftsverhältnis.

Die Präsentation enthält Zukunftserwartungen und Prognosen. Diese basieren auf derzeit erhältlichen Informationen. Es liegt in der Natur solcher Prognosen und Zukunftserwartungen, dass die Richtigkeit dieser Aussagen von Risiko- und Unsicherheitsfaktoren abhängt, wie etwa der allgemeinen wirtschaftlichen Entwicklung, zukünftigen Marktbedingungen etc. Die Informationen stammen aus bzw. basieren auf Quellen, die die NÜRNBERGER Versicherung für richtig erachtet, für deren Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität aber keine Gewähr übernommen wird.

Die NÜRNBERGER Versicherung lehnt jede Haftung für Verluste aus der Verwendung der in dieser Präsentation gegebenen Informationen ab.

Die Präsentation wird über Seiten des Veranstalters zur Verfügung gestellt. Die Vervielfältigung, Verbreitung oder Veröffentlichung dieses Dokuments oder von Teilen dieses Dokuments ist ohne schriftliche Zustimmung der NÜRNBERGER Versicherung nicht gestattet.

Personen- und Funktionsbezeichnungen stehen für alle Geschlechter gleichermaßen.