

Eine bewegte Zeitreise seit 1884 – ab Seite 7

Der WirtschaftsReport

Ein Special in Zusammenarbeit mit der Nürnberger Versicherungsgruppe

Nürnberg

September 2009

125 Jahre NÜRNBERGER Versicherungsgruppe





© NÜRNBERGER

Hans-Peter Schmidt, Aufsichtsratsvorsitzender der NÜRNBERGER Versicherungsgruppe, skizziert das 125-jährige Jubiläum des Qualitätsversicherers und seine heutige unverwechselbare Position im deutschen Versicherungsmarkt.

Schutz und Sicherheit im Zeichen der Burg steht für ein erfolgreiches Unternehmen mit Tradition: die NÜRNBERGER Versicherungsgruppe. Sie kann am 28. September auf eine 125-jährige Geschichte zurückblicken.

An diesem Tag wurde sie 1884 unter ihrem damaligen Namen NÜRNBERGER Lebensversicherungs-Bank als erste selbstständige Lebensversicherungs-Aktiengesellschaft im Königreich Bayern genehmigt. Bis heute hat sich die NÜRNBERGER zu einer der großen Versicherungsgruppen in Deutschland mit umfassender Produktpalette entwickelt. Sie nimmt unter den deutschen Versicherern eine Spitzenposition ein und ist auch in Österreich erfolgreich tätig.

Von Anfang an zeichnete die NÜRNBERGER aus, was auch heute eines ihrer Markenzeichen ist: Mit innovativen Konzepten geht sie über marktübliche Standards hinaus, greift gesellschaftliche Entwicklungen frühzeitig auf und setzt sie in wegweisende Versicherungsprodukte um.

So war es die NÜRNBERGER, die die fondsgebundene Lebensversicherung in Deutschland populär machte. Durch flexible Tarife und verbraucherfreundliche Bedingungen hat sie Position zwei im Markt der Berufsunfähigkeits-Versicherung erreicht. Ihre Innovationskraft erstreckt sich aber auch auf Dienstleistungen, die über den eigentlichen Versicherungsschutz hinausreichen. So wirkte die Einführung der Sofort-Schadenregulierung

für die Autoversicherung 1966 richtungweisend für die gesamte Branche. In wichtige Versicherungszweige wurden bereits seit den neunziger Jahren hilfreiche Assistance-Leistungen eingefügt, mit denen die NÜRNBERGER ihren Kunden aktiv aus heiklen Situationen hilft.

Seit 1999 gehört die FÜRST FUGGER Privatbank KG zur NÜRNBERGER Gruppe. Waren die Fugger in Augsburg früher die Bank der Päpste und Könige, ist dies heute kein Privileg der Reichen mehr. Schon mit kleineren Beträgen kommen die Kunden des Instituts in den Genuss professionell betriebenen Vermögensaufbaus durch erfahrene Kapitalanlageexperten.

Die NÜRNBERGER ist Versicherer mit Außendienst. Ihre qualifizierten Vermittler bringen neben Kundenorientierung und Fachwissen auch moderne Beratungstechnologie mit. Aus mehreren Alternativen können die Kunden das vorteilhafteste Angebot auswählen.

Die NÜRNBERGER bewahrt ihre Unabhängigkeit als ihre Stärke. Nur dadurch ist sie frei in der Wahl der besten Partner. Nur so kann sie auf Veränderungen am Markt schnell reagieren. Die Bewahrung der Unabhängigkeit ist deshalb oberstes Unternehmensziel und sie ist die Voraussetzung für sichere, zukunftsorientierte Arbeitsplätze.

Der NÜRNBERGER ist es in ihrer 125-jährigen Geschichte gelungen, Wirtschaftskrisen und den Verlust eines großen Teils des Kundenstamms

durch Krieg und deutsche Teilung zu bewältigen. Sie hat sich erfolgreich entwickelt, wie die Erweiterung zur Versicherungsgruppe 1952, der Umbau der Konzernstruktur 1989 und nicht zuletzt der Neubau der Generaldirektion in Nürnberg im Jahr 2000 beweisen. Kompetente Mitarbeiter und die Fähigkeit, Partner im Vertrieb und bei wichtigen Zielgruppen langfristig an sich zu binden, haben ganz wesentlich dazu beigetragen.

Heute wie damals ist die NÜRNBERGER eine Unternehmensgruppe, die die Interessen von Kunden, Mitarbeitern und Aktionären gleichermaßen berücksichtigt. Sie versteht sich aber nicht nur als Teil der Wirtschaft, sondern der Gesellschaft in der Europäischen Metropolregion Nürnberg und darüber hinaus, vor allem in Deutschland und in Österreich.

Sie leistet daher direkte Beiträge zu Kultur, Bildung und Wissenschaft, im Sozialen und zum Sport. Durch vielfältige Sponsoringaktivitäten unterstützt sie Institutionen und Veranstaltungen. Sie engagiert sich auf vielfältige Weise für die Stadt, deren Namen sie trägt, und die Region, deren Aufnahme in den Kreis der Europäischen Metropolregionen sie mit Erfolg maßgeblich betrieben hat. Zeichen setzt die NÜRNBERGER auch im kulturellen Bereich. Deshalb hat sie sich für die Erhebung der städtischen Bühnen in den Rang eines Staatstheaters eingesetzt, die internationalen Glück-Opern-Festspiele an der Staatsoper Nürnberg etabliert. Enge Beziehungen bestehen zum

Editorial

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

welchen Stellenwert hat in unserer schnellen und medial geprägten Zeit ein 125-jähriges Firmenjubiläum und welche Rolle spielt heute ein Traditionsverständnis, das etwa – wie im Falle der NÜRNBERGER Versicherungsgruppe – auf einen Zeitbogen von 125 Jahren hinweist? Die Antwort ist relativ einfach. Gerade Versicherungskunden bevorzugen einen langfristig planbaren „Freund“ und Partner, wenn es darum geht, die Herausforderungen für Leben, Hab und Gut abzusichern. Bedrohungen durch die vier Grundelemente Feuer, Wasser, Luft und Erde können Existenzen vernichten und auch deshalb ist der Slogan „Schutz und Sicherheit im Zeichen der Burg“ der NÜRNBERGER Versicherungsgruppe keine leere Floskel, sondern tatsächlich gelebte und praktizierte tägliche Realität. Seit 125 Jahren war und ist die NÜRNBERGER ein Qualitätsversicherer, der diesem Anspruch auch gerecht wird. Dies belegen weit über 7 Millionen Versicherungsverträge, die – nochmals sei es erwähnt – unter dem „Schutz und Sicherheit im Zeichen der Burg“ stehen. Und da schließt sich auch der Kreis zur eingangs gestellten Frage nach dem Traditionsverständnis.

Denn die Nürnberger Kaiserburg ist nicht nur ein kulturhistorischer Anziehungspunkt der Stadt Nürnberg. Die Burg hat bundesweite Bedeutung, ist Wahrzeichen Nürnbergs und vor allem diente die Burg im Mittelalter als „sicherer Verwahrungsort“ der Reichskleinodien. Der Burg wurde also schon immer „Sicherheit“ anvertraut – und daran knüpft die NÜRNBERGER Versicherungsgruppe mit ihrem wohl bekanntesten Werbeslogan auch an: Schutz und Sicherheit im Zeichen der Burg!

Heute ist die Burg, auf der am 10. Januar 1356 Kaiser Karl IV. die „Goldene Bulle“ – das erste „Grundgesetz“ des Reiches – erlassen hat, keine „Trutzburg“ mit abweisendem Charakter, sondern transparent und Ausstellungsort vieler Exponate, die den Rang der Burg unterstreichen! Und da gibt es einen Berührungspunkt mit der NÜRNBERGER Versicherungsgruppe. Das Kaiserburgmuseum wird gefördert durch den Qualitätsversicherer.

Seit 125 Jahren hat die NÜRNBERGER Versicherungsgruppe immer Maßstäbe und Trends der Versicherungswirtschaft entwickelt und dies immer in der Rolle einer unabhängigen Gesellschaft. Darüber will diese Zeitung berichten.

Ihr Günter Spahn

Herausgeber & Chefredakteur WirtschaftsReport

Germanischen Nationalmuseum, dessen Dependence auf der Nürnberger Kaiserburg durch sie ermöglicht wurde. Auch das Deutsche Burgenmuseum, das 2013 auf der Veste Heldburg in Thüringen eröffnet wird, wird maßgeblich von ihr gefördert.

Als Sponsor der Damen-Radsportmannschaft Equipe NÜRNBERGER Versicherung hat das Versicherungsunternehmen der Stadt dabei geholfen, ihre Ausnahmestellung als Region des Zweirads und des Radsports zu behaupten, die sie seit Beginn des 19. Jahrhunderts innehat.

Auch das Sponsoring von Oldtimer-Rallyes ist eine Reverenz an die Geschichte der Region: Bereits 1899 baute Ludwig Maurer in Nürnberg ein Auto mit halbautomatischem Getriebe. Im Reitsport ermöglicht die NÜRNBERGER mit dem BURGPOKAL Weltklasseleistungen und fördert den Nachwuchs.

125 Jahre Erfolg sind Grund zur Freude und auch Verpflichtung, sich in bewährter Art weiterzuentwickeln im Sinne der Menschen, die uns vertrauen, die auf uns bauen, denen wir versprochen haben: „Schutz und Sicherheit im Zeichen der Burg“.

Seit 1884 Maßstäbe in der Qualität

125 JAHRE NÜRNBERGER Versicherungsgruppe – 125 Jahre Schutz und Sicherheit für die Kunden

> Von Günter Spahn

Innovationskraft, Know-how, Qualität (und damit verbundene Akzeptanz der Versicherungs-Produkte im Markt) und schließlich Flexibilität im Wettbewerb durch die konzernfreie Eigenständigkeit – diese vier Kriterien und Erfolgsgaranten haben das Handeln der NÜRNBERGER Versicherungsgruppe und ihrer Gründungsgesellschaft NÜRNBERGER Lebensversicherungs-Bank von der ersten Stunde bestimmt. Versicherungsbank war im 19. Jahrhundert der damals übliche Begriff für Versicherungsgesellschaften.

Die NÜRNBERGER Versicherungsgruppe hat in diesem Jahr viel Anlass zur Freude, denn am 16. Februar 1884 wurde die NÜRNBERGER Lebensversicherungs-Bank gegründet; am 28. September 1884 erteilte dann das Königlich Bayerische Staatsministerium des Innern unter Maximilian Alexander von Feilitzsch die Genehmigung für die Aufnahme des Geschäftsbetriebes. Wenn daher das Versicherungsunternehmen das 125-jährige Jubiläum in diesem Jahr feiert, so darf in aller Bescheidenheit auch daran erinnert werden, dass die Gesellschaft nach wie vor von Nürnberg heraus als eigenständige Versicherungsgruppe gesteuert wird, und dies ist ja alles, nur nicht selbstverständlich.

Viele frühere traditionsreiche Gesellschaften aus Industrie und Dienstleistungswirtschaft haben aus den verschiedensten Gründen ihre Selbstständigkeit aufgegeben oder aufgeben müssen – nicht aber die NÜRNBERGER Versicherungsgruppe. Deshalb dürfen Mitarbeiter, Freunde und vor allem die Kunden der Gruppe auf „ihre“ Gesellschaft und ihren 125. Geburtstag stolz sein. Dieser Stolz ist wohlbegründet! Die „NÜRNBERGER“ (dies ist der Sammelbegriff der Aktivitäten der NÜRNBERGER Versicherungsgruppe) wurde zu einem Synonym für Sicherheit. Schutz und Sicherheit im Zeichen der Burg – dieser Slogan gehört zu den bekanntesten der deutschen Wirtschaft und dieser Schutz und diese Sicherheit ist auch dadurch begründet, dass die NÜRNBERGER immer frühzeitig die richtigen Trends erkannte. 1884 und 2009 – was haben sie gemein?

Dr. Werner Rupp, der Vorstandsvorsitzende der NÜRNBERGER Versicherungsgruppe, brachte es auf den Punkt: „Damals wie heute ist die NÜRNBERGER ganz vorn dabei, wenn es darum geht, gesellschaftliche Entwicklungen aufmerksam zu beobachten, den Bedarf der Menschen zu analysieren und daraus die richtigen Schlüsse zu ziehen.“ Und Hans-Peter Schmidt, der frühere Vorstandschef und heutige Aufsichtsratsvorsitzende der NÜRNBERGER, lüftet ein weiteres Erfolgsgeheimnis der seit 1884 gelebten Erfolgsstory des Traditions- und Qualitätsversicherers: „Einander zuhören, verstehen, worauf es dem Partner und Kunden ankommt – dies sind die Grundpfeiler für eine erfolgreiche Zusammenarbeit!“

Prosperierendes Startklima

Für die NÜRNBERGER Versicherungsgruppe ist Tradition viel mehr als nur der Hinweis auf eine gewisse lange Geschichte. Denn die Gründung der NÜRNBERGER Lebensversicherungs-Bank gehört in die vorderste Reihe der großen Pionierentwicklungen der nicht armen Nürnberger Unternehmensland-

schaft der „Gründerzeit“! Die Liste wäre lang und deshalb wollen wir nur wenige Namen nennen, die für den Stellenwert der Stadt Nürnberg auch und gerade in der Gründerzeit stehen.

Im Gründungsjahr der NÜRNBERGER starb Theodor von Cramer-Klett, der am 27. September 1818 zur Welt kam. Mit Cramer-Klett ist der Aufbau einer der bedeutendsten süddeutschen Fabriken – ein Vorläuferunternehmen der heutigen MANAG – verbunden. Ebenfalls im Umfeld der Gründung der NÜRNBERGER Lebensversicherungs-Bank startete ein gewisser Sigmund Schuckert in Nürnberg (1873) ein Unternehmen, das

Karl Wunder. Dass übrigens die erste Police im Schwarzwald (Villingen-Schwenningen) abgeschlossen wurde, ist keineswegs ein Zufall, denn die junge Gesellschaft expandierte nicht nur deutschlandweit. Bereits vier Jahre nach der Gründung waren die Nürnberger in der Habsburger Doppelmonarchie sowie in Skandinavien tätig.

Meilensteine

Es würde jetzt sicher den Rahmen dieses Beitrages sprengen, wollte man alle wichtigen Eckpunkte der Entwicklung der NÜRNBERGER Versicherungs-

1. Bereits am 7. Dezember 1908 genehmigte das Kaiserliche Aufsichtsamt für Privatversicherung der NÜRNBERGER Lebensversicherungs-Bank die Einführung eines für die damalige Zeit sehr innovativen Angebotes, das Produkt einer neuartigen Lebensversicherung für Staatsbeamte! Dr. Werner Rupp: „Diese Pensions-Zuschuß-Versicherung (PZV) stellte in der Tat eine Pionierleistung in der deutschen Versicherungsgeschichte dar!“ Tatsächlich konnten sich mit der PZV die Beamten und 1912 auch die Angestellten im Öffentlichen Dienst gegen das Lebensrisiko der vorzeitigen Pensionierung wegen Invalidität (mit

ja keine statistischen Grundlagen und dennoch nahm die NÜRNBERGER Lebensversicherungs-Bank die zweifels-ohne mutige Herausforderung an.

2. Ein ganz wichtiger Meilenstein war am 2. Oktober 1952 die Gründung der Tochtergesellschaft NÜRNBERGER Allgemeine Versicherungs-AG für den Schadenversicherungsbereich. Diese Gesellschaft gehört heute zu den tragenden Säulen des gesamten Konzerns der NÜRNBERGER Versicherungsgruppe! Die NÜRNBERGER Schadensgruppe hat immer Maßstäbe für die Branche gesetzt. Die Stärken waren und sind Versicherungsprodukte mit einem hohen Dienstleistungsfaktor, ein exzellentes Management der Schäden und die von den Kunden immer wieder gelobte Servicestärke im Außendienst.

3. Untrennbar mit der Erfolgsgeschichte der NÜRNBERGER Versicherungsgruppe verbunden ist die 1958 vorgenommene Etablierung des Slogans „Schutz und Sicherheit im Zeichen der Burg“! Jeder zweite Bundesbürger kennt dieses Markenzeichen mit der Nürnberger Kaiserburg. Die NÜRNBERGER – längst einer der großen Akteure der Branche – bringt mit dem Slogan auch das klare Bekenntnis zum Standort Nürnberg, heute sechststärkste Wirtschaftsregion Deutschlands, zum Ausdruck!

4. Eine ganz wichtige Entscheidung war die Investition in eine neue Generaldirektion in der Nürnberger Ostendstraße mit dem weithin sichtbaren Business-Tower, der zu einem Symbol für die ganze Metropolregion Nürnberg wurde. Die im Jahre 2000 bezogene neue Generaldirektion löste den Traditionssitz am Rathenauplatz ab und dafür gab es zwingende Gründe. Die NÜRNBERGER erstickte in Raumnot, war mit ihren Abteilungen über die ganze Stadt verstreut und vor allem brauchte die starke Expansion nach der deutschen Wiedervereinigung administrativen Platz. Zwar konnte sich die Gruppe nach den durch den Zweiten Weltkrieg bedingten Markteinbußen (zunächst in der „Sowjetzone“, später in der DDR) am Rathenauplatz lange behelfen, aber insbesondere in den frühen 1990er Jahren wuchs die NÜRNBERGER durch die politischen Veränderungen im Osten Deutschlands dynamisch. Der Business-Tower – mit seinen 135 Metern und 34 Stockwerken das zweithöchste Bürogebäude Bayerns – steht für den innovativen Geist der NÜRNBERGER Versicherungsgruppe und ist somit viel mehr als „nur“ eine Generaldirektion.



Die im Jahre 2000 bezogene neue Generaldirektion löste den Traditionssitz am Nürnberger Rathenauplatz ab.

© NÜRNBERGER

innerhalb weniger Jahre bereits 1200 Elektrizitätswerke einrichtete und zu einer Keimzelle der heutigen Siemens AG wurde. Und da wäre vor allem auch Lothar von Faber zu nennen, der am 12. Juni 1817 als Sohn des Bleistiftmachers und Gutsbesitzers Georg Leonhard Faber in Stein bei Nürnberg geboren wurde. Lothar von Faber entwickelte vor allem die heutige Bleistiftindustrie erfolgreich weiter. Aber Lothar von Faber war auch 1884 der Hauptinitiator zur Gründung der NÜRNBERGER Lebensversicherungs-Bank!

Von der ersten Stunde war also die Gründungsgesellschaft der heute kurz NÜRNBERGER genannten Dienstleistungsgruppe in einem prosperierenden Umfeld tätig und dieses Umfeld prägte recht erfolgreich das junge Unternehmen, das bereits wenige Wochen nach seiner Gründung seine erste Police – übrigens außerhalb des Königreiches Bayern – verkaufen konnte.

Neben Lothar von Faber gehörten weitere Nürnberger Industrielle und Kaufleute sowie Anwälte zu den Gründern der NÜRNBERGER Lebensversicherungs-Bank: Friedrich von Grundherr, Johannes Falk, Johann Georg Kugler, Moritz Poehlmann, Samuel Bloch und

gruppe und ihrer Gründungsgesellschaft NÜRNBERGER Lebensversicherungs-Bank seit ihrer Gründung aufzeigen. Wir beschränken uns daher auf einige echte Pioniertaten:

dem damit verbundenen Einkommensverlust) absichern und dies zu einer Zeit, in der andere Unternehmen der Versicherungswirtschaft nicht bereit waren, das Risiko abzudecken. Immerhin gab es



Die Nürnberger Kaiserburg repräsentiert den historischen Teil von Nürnberg.

© Stadt Nürnberg



Die NÜRNBERGER hat immer Trends gesetzt – auch im Marketing. So unterstreichen aufsehenerregende Werbekampagnen wie vor dem Berliner Konzerthaus (unser Bild) den Stellenwert des Qualitätsversicherers in einer breiten Öffentlichkeit.

Bilder dieser Seite © NÜRNBERGER

Die NÜRNBERGER Versicherungsgruppe ist ein Gestalter der Branche – seit 125 Jahren: ALS QUALITÄTSVERSICHERER HERVORRAGEND POSITIONIERT

Ein Porträt des Unternehmens von Wilhelm Kuhn

Die NÜRNBERGER Versicherungsgruppe ist in 125 Jahren eigenständig und konzernfrei geblieben. Diese Position der Unabhängigkeit mit der verbundenen Flexibilität hat sich bewährt und als richtig erwiesen. Mit einem Umsatz von 4,5 Mrd. Euro im Geschäftsjahr 2008 und bundesweit ca. 30.000 Mitarbeitern im Innen- und Außendienst nimmt die Gruppe eine Spitzenposition im deutschen Markt ein. Gemessen an der Versicherungssumme ist sie beispielsweise als Lebensversicherer die drittgrößte Gesellschaft.

Unter dem Dach der NÜRNBERGER Beteiligungs-Aktiengesellschaft (siehe Kasten) ist die Gruppe mit vielen Aktivitäten erfolgreich präsent. Zahlreiche innovative Entwicklungen im deutschen Versicherungsmarkt wurden von der NÜRNBERGER angestoßen. Immer wieder besetzt sie erfolgreich neue Geschäftsfelder. Durch äußerst flexible Tarife, wegweisende Produkte und ver-

braucherfreundliche Bedingungen hat die NÜRNBERGER z. B. die Position zwei im Markt der Berufsunfähigkeitsversicherung erreicht. Mit der NÜRNBERGER Investment Berufsunfähigkeitsversicherung entstand ein Produkt, das Maßstäbe setzt. Als einer der Vorreiter auf dem deutschen Markt werden den Kunden über den Versicherungsschutz hinausgehend Kostenübernahmen für vielfältige Sach- und Dienstleistungen angeboten. Eine Spitzenposition hat das Jubilärunternehmen auch bei der computergestützten Kundenberatung eingenommen.

Schutz und Sicherheit im Zeichen der Burg – es wurde an anderer Stelle schon erwähnt – ist für die NÜRNBERGER viel mehr als „nur“ ein Werbeslogan; die Aussage ist täglich vorgelebte und realisierte Praxis.

Große Herausforderungen hat die NÜRNBERGER bravourös bestanden. Durch Kriege und deutsche Teilung verlor die seit 1938 als NÜRNBERGER Lebensversicherung AG firmierende Gesellschaft, die in Sachsen und Schle-

sien einen Schwerpunkt ihrer Geschäftstätigkeit hatte, mehr als ein Drittel ihres Bestandes. Doch mit Tatkraft gelang der Wiederaufbau und natürlich immer wieder durch Qualitätsprodukte, die von den Kunden hervorragend angenommen wurden.

Wirtschafts- und Beschäftigungsfaktor

Über ihren Unternehmenszweck hinausgehend ist die NÜRNBERGER durch ihre Größenordnung auch ein bedeutender Wirtschafts- und Beschäftigungsfaktor. Am Hauptsitz Nürnberg hat die Gesellschaft eine maßgebende Rolle beim Strukturwandel der Stadt Nürnberg von einer ehemals überwiegenden Industriehochburg (Nürnberg war zeitweise eine der größten Industriestädte) zum Dienstleistungszentrum gespielt. Der Nürnberger Qualitätsversicherer wurde längst zu einem Aktivposten weit über Nürnberg hinaus. Für Nordbayern und Nürnberg ist die NÜRNBERGER ein herausragender Standortfaktor. Deshalb ist es auch so



Kontraste: Zwei Nürnberger Wahrzeichen (unser Bild) stehen für die jeweilige Zeit. Die NÜRNBERGER Versicherungsgruppe bietet erstklassige Versicherungsdienstleistungen unter der Devise „Schutz und Sicherheit im Zeichen der Burg“ an und die moderne Generaldirektion der NÜRNBERGER dokumentiert den innovativen Geist sowohl des Qualitätsversicherers als auch der Metropolregion Nürnberg.

wichtig, dass die Konzernpolitik des Unternehmens von Nürnberg heraus formuliert und umgesetzt wird.

Zwar ist die NÜRNBERGER längst ein führender deutscher Dienstleister – aber die Wurzeln sind nicht nur dem Namen nach in Nürnberg fest verankert. Freilich ist die NÜRNBERGER längst in Deutschland flächendeckend in allen wichtigen Standorten vertreten; im benachbarten Ausland ist die Gruppe seit 1981 in Österreich mit der NÜRNBERGER Versicherung AG Österreich erfolgreich.

Zu einem guten Unternehmen gehört auch die Umsetzung des gesellschaftspolitischen Auftrages. Diesen nimmt die NÜRNBERGER mit zahlreichen Engagements etwa beim Kultur- und Sportsponsoring wahr. Zu diesem Thema ist in diesem Special ein eigener Beitrag veröffentlicht.

Mit ihrer Generaldirektion im Nürnberger Osten hat die NÜRNBERGER einen interessanten architektonischen Kontrastpunkt zur Kaiserburg gesetzt. Der „Business-Tower“ ist das höchste und schönste Bürohochhaus in Nordbayern.

Alles in allem hat sich die NÜRNBERGER erfolgreich in den Zeiten seit ihrer Gründung behauptet. Das Unternehmen gilt bei neutralen Beobachtern als vorbildlich geführt und hat auch immer wieder hervorragende Ratings erhalten.

Die NÜRNBERGER hat allen Anlass, ihr Jubiläum mit Stolz – berechtigtem Stolz muss man sagen – zu feiern. Mit einem hochmotivierten Mitarbeiterstamm ist das Unternehmen auch für die künftigen Herausforderungen gerüstet. Die Erfolgsstory NÜRNBERGER wird auch künftig weitergehen.

NÜRNBERGER Beteiligungs-Aktiengesellschaft

NÜRNBERGER Lebensversicherung AG mit Geldanlageprodukten sowie Angeboten zur finanziellen Absicherung und Vorsorge

NÜRNBERGER Allgemeine Versicherungs-AG in den Bereichen Haftpflicht-, Unfall-, Kfz-, Sach-, Technische und Transportversicherungen

GARANTA Versicherungs-AG als berufsständischer Versicherer des deutschen Kraftfahrzeug-Gewerbes

NÜRNBERGER SofortService AG, sie steht für schnelle, effiziente und reibungslose Schadenregulierung

NÜRNBERGER Krankenversicherung AG als Alternative und Ergänzung zur gesetzlichen Gesundheitsversorgung

NÜRNBERGER Pensionsfonds AG und die **NÜRNBERGER Pensionskasse AG** mit Produkten für die betriebliche Altersversorgung

NÜRNBERGER Beamten Lebensversicherung AG und die **NÜRNBERGER Beamten Allgemeine Versicherung AG** mit Spezialtarifen für die Angehörigen des Öffentlichen Dienstes

FÜRST FUGGER Privatbank KG, sie erschließt für die NÜRNBERGER das Feld der privaten Vermögensverwaltung

NÜRNBERGER CommunicationCenter (NCC) GmbH, sie übernimmt im Auftrag der NÜRNBERGER und für Dritte besonders qualifizierte Call-Center-Aufgaben

NÜRNBERGER setzt auf Wachstum mit Ertrag

VORSTANDSVORSITZENDER DR. WERNER RUPP betont die hervorragende Aufstellung der NÜRNBERGER Versicherungsgruppe

WirtschaftsReport: 125 Jahre Versicherungsdienstleistungen mit einem hohen Qualitätsanspruch; 125 Jahre NÜRNBERGER! Eine gewiss stolze Zeit – aber auch eine Epoche mit zwei Weltkriegen, in denen viele Gesellschaften Märkte verloren. Traditionsreiche Gesellschaften der Versicherungswirtschaft gibt es nicht mehr oder sie sind heute integraler Bestandteil internationaler Konzerne. Welche Bedeutung hat nach 125 Jahren auch künftig eine Strategie der NÜRNBERGER als ungebundene Gesellschaft? Was haben davon die Kunden und Aktionäre?

Dr. Rupp: Unsere Devise lautet: Die NÜRNBERGER ist im Markt bestens aufgestellt. Es gibt keinen Anlass, daran etwas zu ändern. Unabhängigkeit bedeutet in erster Linie eine selbstbestimmte Geschäftspolitik. Da die NÜRNBERGER nicht an einen fremden Konzern gebunden ist, kann sie flexibel und schnell am Markt agieren – im besten Sinne ihrer Kunden, Aktionäre und Vermittler. Auf die vielfältigen Kundenwünsche kann sie mit individuellen Produktlösungen direkt reagieren. Dies ist ein großer Vorteil gegenüber Mitbewerbern, die Teil eines Großkonzerns und somit von der allgemeinen Konzernstrategie abhängig sind. Darüber hinaus resultiert der Erfolg der NÜRNBERGER zu einem großen Teil aus ihrer Unabhängigkeit. Die Mehrheit des Neugeschäfts wird von einem unabhängigen Außendienst, darunter viele Versicherungsmakler, Mehrfachagenten und Autohandelsbetriebe, vermittelt. Begäbe sich die NÜRNBERGER in Abhängigkeit, so würden wesentliche Vertriebswege beschädigt werden. Außerdem wären bei einer Fusion Arbeitsplätze in Nürnberg, der Region und in den bundesweiten Niederlassungen des Unternehmens gefährdet. All diese Punkte sprechen eindeutig für ein weiteres Bestehen in Unabhängigkeit!

WirtschaftsReport: Ein Traditionsverständnis, gewachsen aus 125 Jahren. Welche Rolle spielen Tradition und vielleicht auch gute Grundwerte in der heutigen nüchternen Welt, in der eine falsch verstandene Profitsucht zu der derzeitigen Finanz- und Wirtschaftskrise geführt hat?

Dr. Rupp: Eine Versicherung hat die primäre Aufgabe, ihren Kunden Schutz und Sicherheit zu geben. Diesem Anspruch wird die NÜRNBERGER Versicherungsgruppe seit 1884 gerecht. Zur Strategie unseres Unternehmens gehört deshalb eine langfristige Wertsteigerung mit einem nachhaltigen, ertragsorientierten Wachstum. Die NÜRNBERGER inves-

tiert in wachstumsstarke und ertragsstabile Segmente im Erstversicherungs- und Finanzdienstleistungsbereich. Bereiche mit stark risikoexponiertem Geschäft – wie das Industriegeschäft –

Dass wir weiterhin auf die Tradition „Wachstum mit Ertrag“ setzen sollten, zeigen auch unsere aktuellen Geschäftszahlen: Das operative Geschäft in den vier Segmenten Lebensversicherung,

WirtschaftsReport: Welche Chancen haben Versicherungsprodukte jetzt aktuell, in einer Zeit, in der viele Verbraucher das Vertrauen in Anlageprodukte der Banken verloren haben? Können

den Anteil ihrer Kapitalanlagen im festverzinslichen Bereich angelegt. Versicherungen sind daher von dem Rückgang an den Aktienmärkten nur eingeschränkt betroffen und können Kapitalmarkt-schwankungen gut ausgleichen.

WirtschaftsReport: Zum Konzern der NÜRNBERGER gehört eine feine, wiederholt ausgezeichnete Bank, die FÜRST FUGGER Privatbank. Diese beruft sich auf Grundsätze eines Jakob Fugger, der in diesem Jahr seinen 550. Geburtstag feiert und somit auch Ihrer Bank Anlass zur Jubiläumsfreude eröffnet. Viele sagen: Versicherungen und Banken, dies kann nicht funktionieren. Was macht die NÜRNBERGER da in der Zusammenarbeit mit der FÜRST FUGGER Privatbank besser?

Dr. Rupp: Es gibt viele Gemeinsamkeiten zwischen den beiden Gesellschaften: Die FÜRST FUGGER Privatbank ist wie die NÜRNBERGER ein Traditionsunternehmen. Außerdem gehören innovative Geschäftsstrategien und ein erfolgreiches Agieren im Sinne der Kunden ebenso zum Stil des Hauses wie Unabhängigkeit und Objektivität in der Beratung – die beiden Unternehmen passen also hervorragend zusammen. Ausgezeichnete Qualität ist eine weitere Gemeinsamkeit: Die FÜRST FUGGER Privatbank wurde vom Elite-Report nicht nur mit dem Prädikat „summa cum laude“ in die „Elite der Vermögensverwalter im deutschsprachigen Raum“ aufgenommen, sie wurde im vergangenen Jahr auch vom Deutschen Institut für Service-Qualität zum „Besten Vermögensverwalter 2008“ gewählt.

Mit dem Kauf der FÜRST FUGGER Privatbank hat die NÜRNBERGER ihr Angebot um das Geschäftsfeld Private Vermögensberatung erweitert. Die FFPB ist einerseits Anbieter von Private Banking im eigenen Kundenkreis, und andererseits Produktpartner für die NÜRNBERGER und deren Außendienstmitarbeiter. Die FÜRST FUGGER Privatbank Fondsdepots sind Bestandteil vieler NÜRNBERGER Anlageprodukte. Der Außendienst der NÜRNBERGER rundet die eigenen Angebote mit den Produkten der FÜRST FUGGER Privatbank im Sinne einer ganzheitlichen Betreuung seiner Kunden ab. Ein Beispiel dafür ist die Wiederanlage von Geldern aus ablaufenden Lebensversicherungen. Sie sehen: Die beiden Häuser passen hervorragend zusammen und ergänzen sich ideal – und davon profitieren unsere Kunden, Vertriebspartner, Aktionäre und Mitarbeiter gleichermaßen.

Das Interview führte Günter Spahn vom WirtschaftsReport.



Dr. Werner Rupp ist seit 1. Januar 2007 Vorsitzender des Vorstands der NÜRNBERGER Beteiligungs-Aktiengesellschaft (NBG), der Dachgesellschaft der NÜRNBERGER Versicherungsgruppe. Nach dem Studium der Mathematik und Wirtschaftswissenschaften an der Universität Regensburg promovierte Werner Rupp 1975 zum Doktor der Mathematik. 1978 trat er bei der NÜRNBERGER ein.

© NÜRNBERGER

gehören nicht dazu. Umsatzwachstum ohne Ertrag ist für die NÜRNBERGER keine Option. Mit dieser Geschäftspolitik haben wir die vergangenen 125 Jahre hervorragend im Markt bestanden und dank dieser Tradition haben wir auch die jüngsten wirtschaftlichen Entwicklungen gut verkräftet. Die NÜRNBERGER hat sich an Geld- und Kapitalmarktspekulationen nicht beteiligt. Bei unserer Kapitalanlage steht das Ziel „Sicherheit“ an erster Stelle; dem entsprechen wir durch Mischung und Streuung in den Kapitalmärkten.

Krankenversicherung, Schaden-/Unfallversicherung und Bankdienstleistungen verlief trotz Finanzmarktkrise positiv. Die gebuchten Beitragseinnahmen wuchsen um 3,6 Prozent auf 3,22 Mrd. EURO, wohingegen der Markt insgesamt nur um 1 Prozent zulegen konnte. Dieses gute Abschneiden gilt übrigens für alle Segmente gleichermaßen. Die NÜRNBERGER wächst damit weit über dem Branchendurchschnitt, mit Ertrag, den sie weitergibt an Versicherte, an Aktionäre, an Vermittler und Mitarbeiter in sicheren Arbeitsplätzen.

Versicherungskunden beruhigt sein, etwa durch die Vorsorge mit einer Lebensversicherung?

Dr. Rupp: Die Finanzmarktkrise ist definitiv keine Krise der Versicherungen. Anders als bei Banken haben Versicherungen kein Liquiditäts- oder Refinanzierungsproblem, da sie laufende Prämieinnahmen haben. Sie bilden im aktuellen Marktumfeld vielmehr ein stabilisierendes Element, da sie investieren können. Aufgrund ihrer sicherheitsorientierten Anlagestrategie haben die Versicherungsunternehmen den überwiegen-

NÜRNBERGER VERSICHERUNGSGRUPPE: STARK AUCH DURCH TRADITIONSPFLEGE

> Von Günter Spahn

Als am 28. September 1884 das Königlich Bayerische Staatsministerium des Innern einem Konsortium unter Vorsitz des erblichen Reichsrats der Krone Bayern, Lothar Freiherr von Faber (und dieses Datum ist die Geburtsstunde der heutigen NÜRNBERGER Versicherungsgruppe), die Genehmigung zum Errichten und Betreiben einer Lebensversicherungs-, Aussteuer- und Rentenbank erteilte, galten natürlich im Vergleich zur heutigen Zeit grundlegend andere Strukturen, d. h. die Absicherung für Leben, Gesundheit und „Aussteuer“

hatte noch nicht den Stellenwert, den wir heute von unseren Versicherungen kennen.

Gleichwohl hat die NÜRNBERGER den Versicherungsgedanken ganz wesentlich mitgestaltet. Zu Recht ist die NÜRNBERGER ein Qualitätsversicherer und Qualität hat immer auch mit Erfahrung zu tun!

Qualität entwickelt sich durch Erfahrung immer fort und ohne ein Traditionsverständnis und ohne Besinnung auf die Wurzeln ist eine Firmenkultur nur schwer mittelbar.

Die Tradition und die mit ihr verbundene Erfahrung stellten also für die Versicherungskunden auf jeden Fall einen

positiven Wert durch die Erlangung von Qualität dar! Traditionspflege heute ist also keineswegs etwa ein verknöchertes Konservatismus. Ganz im Gegenteil stellt die Bewahrung guter Tugenden auch einen Gewinn in der heutigen Zeit dar. Ein sehr konkretes und aktuelles Beispiel möge dies unterstreichen.

Es ist noch nicht so lange her, als man den Begriff eines „ehrbaren Kaufmannes“ fast mitleidig belächelte. Für einen ehrbaren Kaufmann galt noch das Wort und die Verpflichtung zu einer guten Leistung. Die Finanzkrise, die uns alle mit voller Wucht traf, kam auch deshalb zustande, weil die Prinzipien des ehrbaren Kaufmannes keinen Stellenwert mehr hatten.

Die NÜRNBERGER Versicherungsgruppe hat sich in ihrer stolzen Geschichte immer zu ihrem Fundament bekannt: stark aus gelebter Tradition!

125 Jahre Erfahrung haben die Produktpflege beeinflusst. Dies wird auch künftig so sein, denn die NÜRNBERGER Versicherungsgruppe konnte sich durch ihre konzernfreie Eigenständigkeit mit der Rückbesinnung auf die Tradition durchsetzen zum Wohle ihrer Kunden. Tradition ist moderner und aktueller denn je! Traditionspflege heißt aber auch das Hochhalten des Bekenntnisses zur Sozialpolitik. Eine „Hire and Fire-Mentalität“ – also das kurzfristige Einstellen und Entlassen – war nie die Sache der NÜRN-

BERGER. Dies ist leicht belegbar, denn die Initiative zur Gründung war vom Bleistift-Fabrikanten Lothar Freiherr von Faber ausgegangen. „Mit dem Versicherungswesen war er durch die für seine Belegschaft betriebene Sozialpolitik vertraut geworden“, schreibt Professor Dr. jur. Peter Koch in der Festschrift zum Jubiläum der NÜRNBERGER. Der sozial eingestellte Unternehmer aus Stein bei Nürnberg hatte für die Mitarbeiter seiner Firma (heute Faber-Castell) eine Kranken- und Unterstützungskasse sowie eine betriebliche Altersversorgung geschaffen und wollte mit der NÜRNBERGER einem weiteren Personenkreis Versicherungsschutz bieten.

Engagement der NÜRNBERGER für Öffentlichkeit und Gesellschaft hat bundesweite Beachtung und Anerkennung erreicht:

FÖRDERUNG UND SPONSORING VON KUNST, KULTUR UND SPORT

Die NÜRNBERGER Versicherungsgruppe gehört längst zu den großen deutschen Gesellschaften der Assekuranz und ist infolgedessen (eigentlich von der ersten Stunde an, seit ihrer Gründung vor 125 Jahren) deutschlandweit und im benachbarten europäischen Ausland „aufgestellt“, wie man heute sagt. Aber eine Gesellschaft, die ganz bewusst „Schutz und Sicherheit im Zeichen der Burg“ zur Devise erhoben hat, ist freilich auch in der Stadt und Region Nürnberg sehr eng verwurzelt. Die NÜRNBERGER sieht daher ganz bewusst auch im Jubiläumsjahr ihren gesellschaftspolitischen Auftrag als Förderer von Kunst, Kultur und Sport.

Immerhin gehört die Stadt Nürnberg ja zu den stolzen Reichsstädten mit einer Kaiserburg, die zum Symbol der Stadt wurde. Die große Tradition begründet sich auch dadurch, dass durch die „Goldene Bulle“ Kaiser Karls IV. bestimmt wurde, den jeweils ersten Reichstag eines neu gewählten Kaisers in Nürnberg abzuhalten.

Die Nürnberger Wirtschaft hat sich immer zum besonderen Rang und Stellenwert – bis hin zum Status einer Europäischen Metropolregion Nürnberg – ihres Kultur- und Wirtschaftsstandortes bekannt. Die NÜRNBERGER Versicherungsgruppe als ein Flaggschiff der Wirtschaft exponiert sich besonders als Sponsor und leistet somit einen erheblichen Beitrag für die Gesellschaft.

Allein im kulturellen Bereich setzt die NÜRNBERGER in der Noris Zeichen, die bundesweit abstrahlen und Beachtung finden. Nachhaltig setzte sich die NÜRNBERGER für die inzwischen erfolgte Erhebung der Nürnberger Bühnen zum Staatstheater ein. Ganz eng mit der NÜRNBERGER Versicherungsgruppe ist die auch international stark beachtete Etablierung der „Internationalen Gluck-Opern-Festspiele“ in Nürnberg verbunden – eine Initiative des

Aufsichtsratsvorsitzenden Hans-Peter Schmidt.

Kulturelle Akzente

Christoph Willibald Gluck (1714 bis 1787) war der berühmteste Komponist in der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts, sein Schaffen nahm über seine

er auch heute einem breiten Publikum ein Begriff. Weithin weniger bekannt ist jedoch, dass die Wiege dieses bedeutenden Tonschöpfers im oberpfälzischen Erasbach, nur wenige Kilometer südöstlich von Nürnberg entfernt, gestanden hat und der große Sohn Gluck neben Albrecht Dürer das kulturelle Profil der Metropolregion schärft. Um

Ein Event der ganz besonderen Art ist auch die „Blaue Nacht“. Bei dieser Veranstaltung (eine Stadt macht „blau“) handelt es sich um die größte Kulturnacht in Deutschland. Kultur und das einmalige Erscheinungsbild der Stadt, deren markante Gebäude durch raffinierte Lichttechnik blau angestrahlt werden, locken inzwischen Gäste aus ganz Deutschland

GERVersicherungsgruppe seit vielen Jahren wie kein anderer Versicherer als Sponsor im Reitsport engagiert. Sie ist zum Beispiel Initiator und Förderer des NÜRNBERGER Burg-Pokales der Dressurreiter. Seit seiner Einführung entwickelte sich der Burg-Pokal als Deutsche Meisterschaft der jungen Dressurpferde, deren Sieger traditionell jeweils Mitte Dezember beim Internationalen Festhallen-Reitturnier in Frankfurt am Main gekürt werden. Viele Pferde aus dieser Serie sind Weltmeister und Olympiasieger geworden. Herauszuheben ist auch die Rolle der NÜRNBERGER als langjähriger Sponsor der weltbesten Damen-Radsportmannschaft, der Equipe NÜRNBERGER Versicherung und des Radrennens „Rund um die Nürnberger Altstadt“.

Engagement für Metropolregion

Auch für den Stellenwert der Metropolregion Nürnberg setzte die NÜRNBERGER mit dem Business-Tower ein markantes architektonisches Zeichen, das zum Symbol für den innovativen Geist der ganzen Region wurde. Der Business-Tower ist im Osten Nürnbergs ein rundes Hightech-Hochhaus mit 34 Stockwerken bei 135 Metern Höhe und Sitz der Generaldirektion der Gesellschaft.

Kurz vor der Jahrtausendwende engagierte sich die NÜRNBERGER bei der Sanierung des Gewerbemuseums, eines repräsentativen und historischen Gebäudes, das jetzt NÜRNBERGER Akademie heißt, am Gewerbemuseumplatz in der Nürnberger Innenstadt. Dieses Gebäude ist heute unter anderem ein kommunikatives Zentrum (Presse-Club) für Nordbayern. Im Gebäude befindet sich ein Uhrenmuseum und mit dem „Marmor-saal“ ein repräsentatives Veranstaltungszentrum.

Mit ihren verschiedenen Aktivitäten im Förderbereich dokumentiert die NÜRNBERGER auch ihre Verpflichtung gegenüber einer interessierten Öffentlichkeit.

sp



Die NÜRNBERGER ist Initiator und Förderer des Burg-Pokales der Dressurreiter. Im Bild Hans-Peter Schmidt, Aufsichtsratsvorsitzender der Nürnberger Versicherungen.

© NÜRNBERGER

Lebzeiten hinaus wesentlichen Einfluss auf die europäische Musikkultur. Noch heute umgibt seinen Namen der Nimbus des „Opernreformators“. Und dank seines Bühnenwerks „Orpheus und Eurydike“, insbesondere wegen des Rondos „Ach, ich habe sie verloren...“ oder des „Reigens seliger Geister“ ist

dieses Potenzial zu nutzen, hatte die NÜRNBERGER die „Internationalen Gluck-Opern-Festspiele“ an der Staatsoper Nürnberg ins Leben gerufen, welche 2005 erstmals Fachleute wie Musikliebhaber aus aller Welt gleichermaßen begeisterten und die künftig in zweijährigem Rhythmus stattfinden sollen.

an. Die NÜRNBERGER war von Beginn an Hauptsponsor.

Durch die Unterstützung der Versicherung konnte außerdem eine Dependence des weltberühmten Germanischen Nationalmuseums in der nicht minder berühmten Kaiserburg eröffnet werden. Im Bereich des Sportes ist die NÜRNBER-

Gesellschaftspolitische Verantwortung als Unternehmensziel:

NÜRNBERGER IN EINER VORREITERROLLE FÜR DIE GESELLSCHAFT



Die NÜRNBERGER Akademie wurde zu einem Haus der Begegnung.

© NÜRNBERGER

> Von Günter Spahn

Die gesellschaftspolitische Verantwortung eines Unternehmens (dazu gehört auch die Förderung von Kultur und Sport) nimmt einen immer stärker werdenden Stellenwert ein. In diesem Umfeld fördert die NÜRNBERGER – siehe Beitrag oben – über Sponsoring verschiedene Aktivitäten in den Bereichen Kultur und Sport. Für die NÜRNBERGER ist dabei das Engagement keine Werbung unter den Gesichtspunkten eines Marketings; die NÜRNBERGER praktiziert tatsächlich unternehmerische gesellschaftspolitische Verantwortung und entlastet dadurch die öffentliche Hand.

Der Qualitätsversicherer hält es mit den berühmten Worten von John F. Kennedy: „Frag nicht, was dein Land für dich, sondern was du für dein Land tun kannst!“ Tatsächlich nimmt nach einer Analyse von McKinsey die gesellschaftspolitische Verantwortung in größeren Unternehmen bei den Konzernchefs inzwischen

einen hohen Rang ein. 84 % der befragten CEOs wollen inzwischen eine Balance zwischen Unternehmen und der Gesellschaft erreichen – die NÜRNBERGER gehört zu den Pionieren. Die Gesellschaft sieht es als ihre vornehmste Pflicht an, mit Aktivitäten etwa am Unternehmensstandort dem Gemeinwohl zu dienen.

Die gesellschaftspolitische Verantwortung eines Dienstleisters aus der Assekuranz hat – wie wir alle in den letzten einhalb Jahren feststellen mussten – einen sehr realen Bezug zu den anvertrauten Beitragszahlungen der Kunden. Die NÜRNBERGER Versicherungsgruppe hat daher zu Recht darauf hingewiesen, dass es einen fundamentalen Unterschied zwischen Versicherungen und Banken gibt. Ihre Verantwortung gegenüber den Beitragszahlern – und damit auch gegenüber der Gesellschaft – hat die NÜRNBERGER durch ihre sehr konservative Anlagepolitik bewiesen. Freilich kann sich auch eine große Versicherung bei der Verantwortung, die ihr anvertrauten Finanzmittel im Sinne der Beitragszahler optimal anzulegen, nie ganz den Strömungen etwa der Börsen

entziehen. Aber die NÜRNBERGER hat gesellschaftspolitische Verantwortung auch dadurch bewiesen, dass sie sich eben nicht von einer „Zockermentalität“ anstecken ließ.

Die NÜRNBERGER hat ganz in dieser Linie ihren gesellschaftspolitischen Auftrag durch Sponsoring-Aktivitäten nie auf den plakativen Bereich gelenkt: Fußballmillionäre bzw. „Fußballkonzerne“ fördert die NÜRNBERGER Versicherungsgruppe nicht.

Bereits 1992 erwarb die Gesellschaft dagegen einen neobarocken Prachtbau in Nürnberg, den die Landesgewerbestalt Bayern nutzte. Nach einer gelungenen Renovierung innen und außen etablierte die NÜRNBERGER die „Akademie“ als Haus der Begegnung, Bildung und des Wissenstransfers. Bildung und Wissenschaft fördert in diesem Zusammenhang die NÜRNBERGER mit dem Lehrstuhl für Versicherungsmarketing, dem Landeswettbewerb Mathematik Bayern und der „Langen Nacht der Wissenschaften“.

Dies alles ist nicht zum „Nulltarif“ zu erhalten – aber praktizierte Verantwortung für die Gesellschaft.

Die NÜRNBERGER Versicherungsgruppe feiert Firmenjubiläum

EINE BEWEGTE ZEITREISE DURCH 125 JAHRE GESCHICHTE

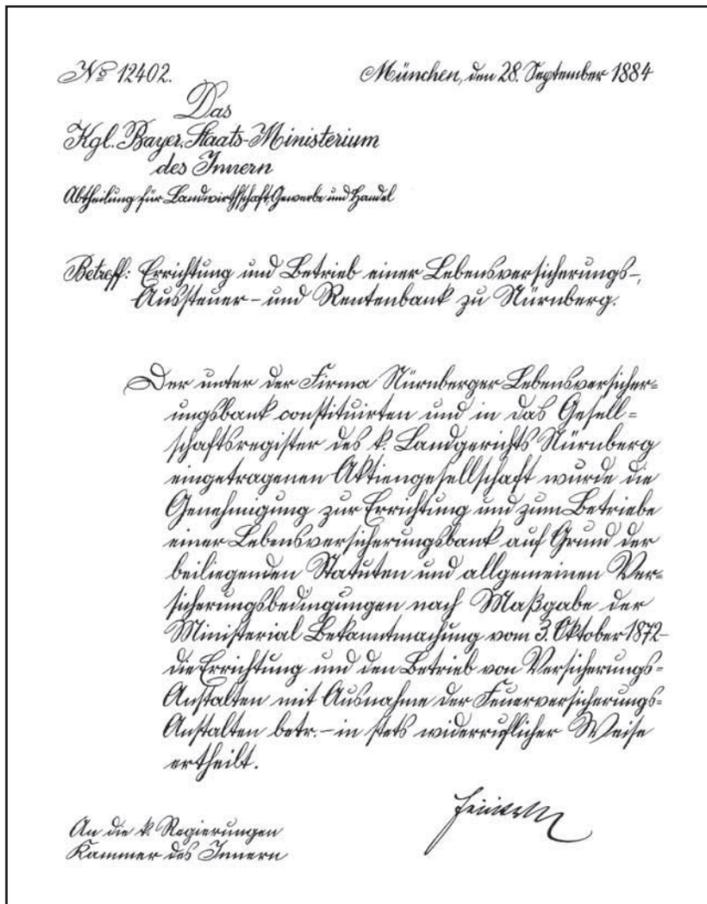
Am 28. September 1884 erfolgte die Genehmigung der NÜRNBERGER Lebensversicherungs-Bank! Dieses Datum ist der Geburtstag der heutigen NÜRNBERGER Versicherungsgruppe. 125 Jahre – dies ist eine ganz gewiss imponierende Zeitspanne, in der sich der Qualitätsversicherer durchsetzte bis hin zur heutigen bedeutenden Position innerhalb der deutschen Versicherungswirtschaft! 125 Jahre – dies sind aber auch bewegende Zeiten –, faszinierend, aber auch traurig, mit Höhen und Tiefen, mit Weltkriegen und mit fundamental neuen Entwicklungen in der Kultur, Politik und Wirtschaft. Die NÜRNBERGER hat sich nicht nur behauptet; sie hat die Assekuranz und deren Umfeld ganz wesentlich mitgestaltet. Sie musste sich schwierigen Herausforderungen stellen, wenn nur daran erinnert werden darf, dass nach dem II. Weltkrieg der wichtige Markt in Mitteleuropa bzw. in den ehemaligen Ostgebieten (Ostpommern, Schlesien, Pommern) wegbrach. Freilich haben sich auch großartige Chancen entwickelt. Mit den Erfindungen von Gottlieb Daimler und Carl Benz im Bereich der Fahrzeugtechnik wurde eine Motorisierungswelle angestoßen, die auch

in den kühnsten Träumen nicht vorstellbar war. Selbst der deutsche Kaiser setzte damals noch auf das Pferd. Die Motorisierung eröffnete aber gerade der Versicherungswirtschaft einen völlig neuen Markt – die Kraftfahrzeug-Versicherung. In den 125 Jahren wurden aber bahnbrechende Erfindungen etwa im Bereich der Gesundheit und der Pharmaindustrie realisiert. Wer hätte es noch vor gut 50 Jahren für möglich gehalten, dass Herzverpflanzungen Routine werden? Die Menschen werden heute dank des medizinischen Fortschrittes älter und dies ist erfreulich. Aber – auch dies muss man sehen – die demografische Entwicklung unserer Bevölkerung mit immer mehr älteren Menschen stellt auch eine ungeheure Herausforderung für die Altersvorsorge dar. Die Versicherungswirtschaft – und ganz konkret die NÜRNBERGER – stellte sich diesen Belastungen durch neue innovative Produkte. 125 Jahre NÜRNBERGER als konzernfreie Gesellschaft – dies ist gewiss ein großer Anlass zur Freude. In einer Zeitreise durch die Geschichte wollen wir die markanten Ereignisse Revue passieren lassen.

G. Spahn



Lothar Freiherr von Faber, Bleistiftfabrikant aus Stein bei Nürnberg, war der Initiator zur Gründung der NÜRNBERGER Lebensversicherungs-Bank und am 28. September 1884 wurde die Genehmigung (Urkunde) erteilt.



Zeitreise

1884

Gründung der NÜRNBERGER Lebensversicherungs-Bank

Einführung der gesetzlichen Unfallversicherung in Deutschland

1885

Erster Unfallversicherer in Bayern

Gottlieb Daimler entwickelt den Reitwagen

1886

Carl Benz erhält Patent für dreirädrigen Kraftwagen mit Benzinmotor

1890

Erwerb des ersten eigenen Geschäftsgebäudes am Nürnberger Laufertorgraben

Kaiser Wilhelm II. entlässt Bismarck

1896

In München wird die politisch-satirische Wochenschrift „Simplissimus“ von Albert Langen und Theodor Heine herausgegeben und der schwedische Chemiker Alfred Nobel richtete die Nobelpreisstiftung für verdiente Persönlichkeiten aller Länder ein.

1901

Beginn der Abonnentenversicherung

1903

Erster Motorflug der Gebrüder Wright

1906

Einführung der Haftpflichtversicherung

1908

Erster Dienstunfähigkeitschutz für Beamte

1914

Ausbruch des Ersten Weltkrieges

NÜRNBERGER erreicht Versicherungsbestand von 75 Mio. Mark

1915

Albert Einstein entwickelte die allgemeine Relativitätstheorie

1924

Gründung der NÜRNBERGER Allgemeine Versicherungs-Vermittlungs-Bank

Einführung der Rentenmark nach der Inflation

1927

Einführung der gesetzlichen Arbeitslosenversicherung

Einführung der Kraftwagen-Einheits-Police

1928

Neues Firmenlogo mit der Nürnberger Kaiserburg

1929

Börsencrash in New York löst Weltwirtschaftskrise aus

(blaue Schrift = Aktivitäten NÜRNBERGER)

Und so begann der Start 1884

Die Initiative zur Gründung der NÜRNBERGER Lebensversicherungs-Bank als erste selbstständige Lebensversicherungs-Aktiengesellschaft in Bayern ging von dem Bleistiftfabrikanten Lothar Freiherr von Faber aus. Sein Unternehmen – die heutige Firma Faber-Castell – hatte, geradezu revolutionär für die damalige Zeit, bereits für die Mitarbeiter eine Kranken- und Unterstützungskasse sowie eine betriebliche Altersversorgung geschaffen. Der sozial eingestellte Fabrikant wollte dann die Absicherung auch für breitere Schichten außerhalb seines Unternehmens realisieren. Aus der Idee wurde dann – siehe auch den Beitrag auf der Seite drei dieser Zeitung – am 16. Februar 1884 die Gründung vorgenommen. Es sollte dann noch bis zum 28. September 1884 dauern, bis die Genehmigung durch das königlich Bayerische Staatsministerium des Innern unter Maximilian Alexander von Feilitzsch erteilt wurde,



Durch die Entwicklung des Autos (im Bild Carl Benz) begann die ungebrochene Motorisierung.

„die Genehmigung zur Errichtung und zum Betrieb einer Lebensversicherungs-bank auf Grund der beiliegenden Statuten“ (wie es so schön in der obigen, handschriftlichen Urkunde formuliert wurde!). Der 28. September 1884 ist daher der eigentliche Start der heutigen NÜRNBERGER Versicherungsgruppe. 1884 war übrigens ein ereignisreiches Jahr, trafen sich doch drei Kaiser, nämlich Wilhelm I., Franz Josef I. (Österreich) und Alexander III. (Russland) zur Erneuerung des Neutralitätsvertrages von 1881. Aber auch die deutsche Kolonialpolitik begann: Kamerun, Togo und Deutsch-Südwestafrika wurden von Gustav Nachtigal, Franz Lüderitz und Carl Peters erworben. Ebenfalls 1884 setzt sich der deutsche Dichter Emanuel Geibel für die Einigung des Deutschen Reiches ein. Der romantische Maler Ludwig Richter starb (geboren 1803). 1886 ertrinkt im Starnberger See König Ludwig II. von Bayern, der 1864 für geisteskrank erklärt und infolgedessen entmündigt worden war.

© bpk

sp

Zeitreise

1933

Die Nationalsozialisten übernehmen die Macht in Deutschland. Eine dunkle Epoche Deutschlands beginnt.

1938

Die NÜRNBERGER ändert ihren Firmennamen in NÜRNBERGER Lebensversicherung AG

1939

Der II. Weltkrieg beginnt und führt zur Katastrophe in ganz Europa und Asien

1941

Konrad Zuse entwickelt mit dem Z3 den Vorläufer des modernen Computers

1945

Zerstörung des Direktionsgebäudes am heutigen Rathenauplatz in Nürnberg Ende des II. Weltkrieges

1949

Durch die Teilung Deutschlands verliert die NÜRNBERGER die ostdeutschen Märkte

1954

Familien-Schutz- statt Abonnentenversicherung

Deutschland wird zum ersten Mal Fußball-Weltmeister

1955

Der millionste VW-Käfer wird gebaut

1956

NÜRNBERGER überschreitet Versicherungsbestand von einer Mrd. DM

1958

Etablierung des Slogans „Schutz und Sicherheit im Zeichen der Burg“

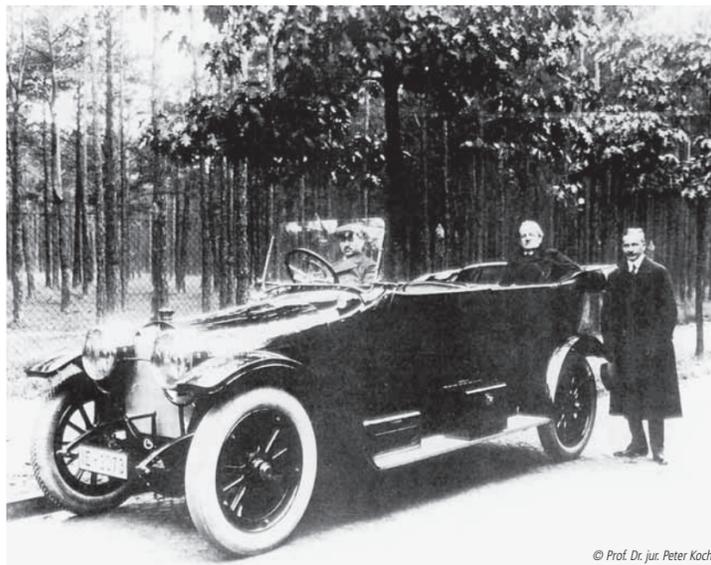
Inkrafttreten des Vertrages über die Europäische Wirtschaftsgemeinschaft EWG

Fortschrittliche Entwicklungen – aber schwierige Zeiten

Die „goldenen“ Zwanziger, die Nazi-Diktatur, die Katastrophe des II. Weltkrieges, das zerbombte Deutschland, die Amerikaner in Nürnberg, der Verlust der ostdeutschen Märkte – dies war das „Umfeld“ der NÜRNBERGER.

Die NÜRNBERGER war ein Begleiter für ihre Kunden in stürmischen Zeiten – die Gesellschaft betrat oft Neuland – etwa durch die ab 1908 vertriebene Pensions-Zuschuss-Versicherung, die Beamte gegen

Zunächst aber konnte die NÜRNBERGER vorher ihr Geschäft ausbauen. 1928 unterhielt jeder achte Deutsche bei ihr eine Lebens- oder Sterbegeldversicherung. Bis 1930 verdreifachte sich der Lebensversicherungsbestand gegenüber 1914. Im zerbombten Nürnberg erlebten die Kinder eine völlig neue Erfahrung. Die



© Prof. Dr. jur. Peter Koch

Gerhard Hauptmann im Fond seines bei der NÜRNBERGER versicherten Mercedes.

das Risiko absicherte, bei Dienstunfähigkeit ohne Versorgungsbezüge in den Ruhestand versetzt zu werden. Mit der Einführung der Ledigen-Versicherung 1913 griff die NÜRNBERGER ein heute wieder aktuell gewordenes Thema auf: die Altersversorgung der Frauen.

Insbesondere durch die einsetzende Motorisierung des Straßenverkehrs stellte sie noch vor dem I. Weltkrieg durch die Kfz-Haftpflichtversicherung den geeigneten Schutz bereit. Der Literatur-Nobelpreisträger Gerhard Hauptmann – ein besonders prominenter Kunde aus dem kulturellen Bereich – versicherte 1913 seinen neuen Mercedes bei der NÜRNBERGER, bevor er zu einer Italienreise aufbrach. Weitere Schadenversicherungen vermittelt die NÜRNBERGER Allgemeine Versicherungs-Vermittlungs-Bank ab 1924 an befreundete Gesellschaften.

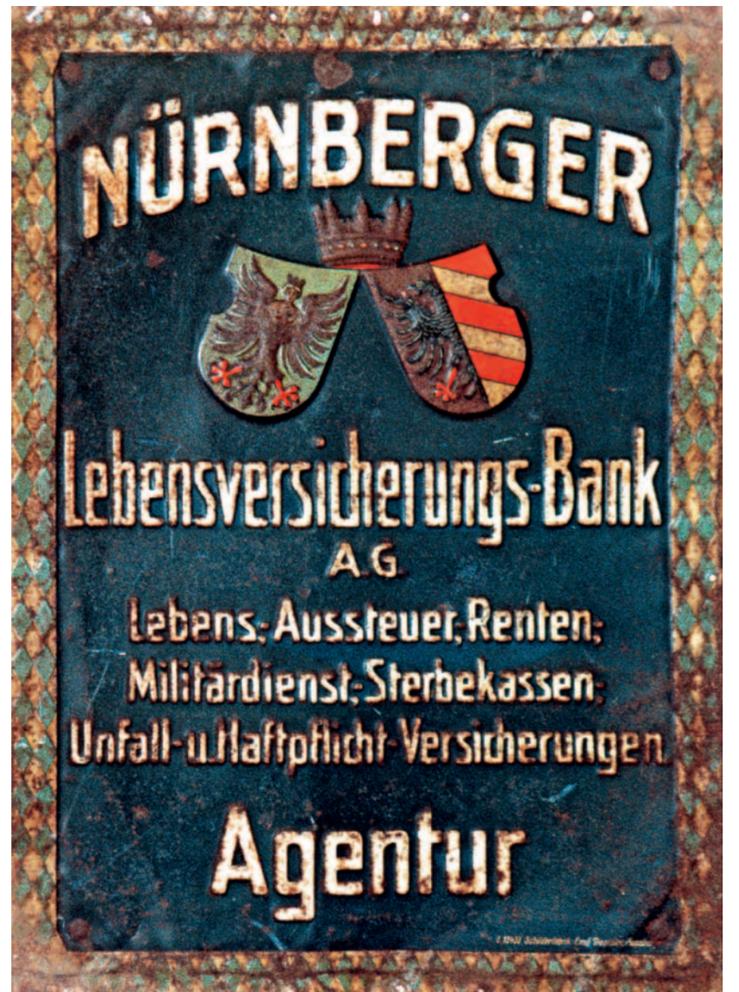
Dann zogen am Himmel dunkle Gewitterwolken auf: Inflation und Weltwirtschaftskrise, die Diktatur unter Hitler und die Katastrophe des II. Weltkrieges, in dem am 2. Januar 1945 das Direktionsgebäude der NÜRNBERGER Lebensversicherung AG am Nürnberger Rathenauplatz durch einen verheerenden Luftangriff zerstört wurde.

„bösen“ Amerikaner erwiesen sich als echte Freunde und versorgten die Kleinen mit allerlei Süßigkeiten. Und es ging



Nürnberg nach dem Ende des II. Weltkrieges: in der zerbombten Stadt werden die GIs wahre Freunde der Kinder. Schokolade und andere Süßigkeiten wie Donuts erleuchteten die Kinderaugen.

© bpk



auch für die NÜRNBERGER wieder aufwärts.

Zwar verlor die Gesellschaft durch den Krieg und die inzwischen erfolgte Teilung unseres Landes ein Drittel ihres Bestandes, doch der Wiederaufbau und die Weiterentwicklung zu einer der leistungsstarken Versicherungsgruppen gelang. 1951 führte die NÜRNBERGER als erste deutsche Gesellschaft nach dem Krieg wieder die Überschussbeteiligung der Versicherten ein; die Abonnentenversicherung wurde ab 1954 als Familien-Schutz-Versicherung wieder aufgenommen.

NÜRNBERGER überschreitet 1-Mrd.-DM-Grenze im Versicherungsbestand

Die Gründung der NÜRNBERGER Allgemeine Versicherungs-AG 1952 markierte den Beginn der Versicherungsgruppe. Von da an konnte sie alle Sparten der Schadenversicherung selbst anbieten. Im gleichen Jahr wird das neue Direktionsgebäude am Nürnberger Rathenauplatz eröffnet. 1956 überschreitet der Versicherungsbestand 1 Mrd. DM. 1958 wurde der Slogan „Schutz und Sicherheit im Zeichen der Burg“ geprägt, dem sich die NÜRNBERGER verpflichtet fühlt.

In den 60er-Jahren baute die NÜRNBERGER ihre Vertriebsorganisation kräftig aus, verzeichnete überdurchschnittliche Wachstumsraten und machte sich durch innovative Serviceleistungen und Produkte einen Namen: Mit der Einführung des von ihr entwickelten NÜRNBERGER Modells der Sofort-Regulierung in der Kfz-Versicherung im Jahre 1966 leistete sie Pionierdienste für die gesamte Branche. Die 1971 eingeführte fondsgebundene Lebensversicherung eröffnet den Kunden die Chance, durch Kursgewinne auf den Kapitalmärkten überdurchschnittliche Erträge zu erzielen.

Die NÜRNBERGER kann nun wieder verstärkt ihren gesellschaftspolitischen Auftrag wahrnehmen.

Im Dürer-Jahr 1971 kamen 400 Kunstwerke aus aller Welt nach Nürnberg, die unter Führung der NÜRNBERGER für 210 Mio. DM versichert wurden – das größte Einzelrisiko in der Unternehmensgeschichte. Die Partnerschaft mit dem Germanischen Nationalmuseum wurde seitdem ausgebaut, beispielsweise durch die Förderung der Dürer-Forschungsstelle, des Kaiserburg-Museums, des Deutschen Burgenmuseums und vieler Ausstellungen.

Der WirtschaftsReport

www.zielgruppen-medien.de

Verlag:

Zielgruppen-Medien Verlag
Günter und Christian Spahn
Postfach 11 42; 85435 Erding b. München
Tel. 0 81 22/4 86 32, Fax 0 81 22/95 70 77

E-Mail: info@zielgruppen-medien.de

Herausgeber & Chefredakteur:

Günter Spahn
guenter.spahn@zielgruppen-medien.de

Koordination und Layout:

Christian Spahn
christian.spahn@zielgruppen-medien.de

Technische Herstellung/Druck:

Frankfurter Societäts-Druckerei GmbH
Frankenallee 71 – 81, 60327 Frankfurt/Main

Copyright:

Zielgruppen-Medien Verlag Erding



Auf zu neuen Höhen ...

... die NÜRNBERGER ergreift die Chancen im wiedervereinigten Deutschland und bezieht mit dem futuristischen Business Tower ihre neue Generaldirektion im Nürnberger Osten

> Von Günter Spahn

Nach den Wirren der Nachkriegszeit und dem späteren Boom durch das Wirtschaftswunder setzte die Vollmotorisierung – mit den damit verbundenen Chancen für die Kfz-Versicherung – des deutschen Volkes ein. Außenpolitisch war der Eisernen Vorhang unüberwindbar – immer noch lag Nürnberg bis zur Wiedervereinigung in einer erweiterten Grenzlage. Zu den Grenzen im Hofer Raum und östlich des Fichtelgebirges war es nicht weit. Die DDR – so schien es – war festgefügt und an eine Wiedervereinigung war, real betrachtet, nicht zu denken.

Doch ganz langsam deuteten sich neue Entwicklungen an. Die polnische Gewerkschaft Solidarnosc unter Lech Walesa erkämpfte sich immer mehr Zugeständnisse und der polnische Papst Johannes Paul II. war ein starker Rückenwind für die Öffnung im Osten. Insbesondere Ronald Reagan nutzte die neuen Möglichkeiten durch Glasnost und Perestroika. Die alte Sowjetunion begann zu wackeln, die tapferen Ungarn lockerten immer stärker die Grenzen und in der DDR organisierte die Evangelische Kirche – zunächst als räumlicher Schutzraum in den Kirchen und dann mit den Montagsgebeten – den Aufbruch zu mehr Freiheit, der schließlich zum Zusammenbruch der DDR-Führung führte.

Dies war – vereinfacht ausgedrückt – das Szenarium für die 1990 erfolgte Wiedervereinigung. Aber schon nach dem Mauerfall versuchte die NÜRNBERGER Terrain in Ostdeutschland zurückzugewinnen.

Nach der Wiedervereinigung wurde die NÜRNBERGER dann auf voller Breite in Thüringen, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern aktiv: neue Chancen aber auch neue Herausforderungen. Noch stimmte die Infrastruktur im neuen östlichen Teil Deutschlands nicht. Etwa zur gleichen Zeit erfolgten 1990 bei der NÜRNBERGER wichtige Weichenstellungen.

Umwandlung zur Holding

Die NÜRNBERGER Lebensversicherung AG wird in die Dachgesellschaft NÜRNBERGER Beteiligungs-Aktiengesellschaft umgewandelt und der gesamte Lebensversicherungsbestand wurde auf eine neu gegründete Tochter, die NÜRNBERGER Lebensversicherung AG übertragen.

Ein Meilenstein in der Unternehmensgeschichte der NÜRNBERGER war dann die Entscheidung für den Bau einer neuen Generaldirektion im Nürnberger Osten. Der Business Tower ist auch ein Bekenntnis zur Metropolregion Nürnberg. Das Gebäude, mit einer Höhe von 135 Metern, wurde schnell zu einem herausragenden Imageträger für den Wirtschaftsstandort Nürnberg; gleichzeitig ist er neben der Kaiserburg Wahrzeichen der Frankenmetropole. Mit der Investition konnte die NÜRNBERGER die auf mehrere Standorte verteilten Abteilungen konzentrieren – die Voraussetzung für optimale Arbeitsabläufe auch im Interesse der Kunden.

Nach dem 1996 erfolgten Spatenstich wurde dann der Business Tower im Jahre 2000 eingeweiht und in Betrieb genommen.

Eine strategische Weichenstellung war auch im Bereich der privaten Vermögensberatung die bereits 1999 erfolgte

Beteiligung an der Augsburger FÜRST FUGGER Privatbank. Die inzwischen mehrheitlich zur Gruppe gehörende Bank wurde u. a. im Jahre 2008 bester Vermögensverwalter Deutschlands. Schließlich wurde als Dienstleister 1999 die CommunicationCenter Nürnberg (CCN) GmbH gegründet.

Im Versicherungsgeschäft entwickelte die NÜRNBERGER innovative Produkte und Versicherungsschutz für Kinder und Jugendliche, über den an anderer Stelle dieses Specials bereits ausführlich berichtet wurde.

Die NÜRNBERGER nimmt ihre gesellschaftspolitische Verantwortung ernst und hat sich insbesondere nochmals nach der Jahrtausendwende mit verschiedenen Aktivitäten engagiert. Zu nennen wäre etwa das Kultur-Event „Blaue Nacht“ seit 2000. Auch über

die zahlreichen Sponsoring-Aktivitäten wurde in diesem Special schon berichtet. Maßgeblich beteiligt war die NÜRNBERGER beim Projekt der Erhebung der ehemaligen Städtischen Bühnen Nürnberg zum Staatstheater. Initiator für die Gluck-Opern-Festspiele der Staatsoper Nürnberg (erstmalig 2005) war ebenfalls die NÜRNBERGER und hier insbesondere deren Aufsichtsratsvorsitzender Hans-Peter Schmidt.

Was ist zu folgern? Die NÜRNBERGER befindet sich in positiver Bewegung. Das Jubiläarunternehmen ist hervorragend aufgestellt und für die künftigen Herausforderungen gerüstet. 125 Jahre NÜRNBERGER sind ein stolzer Anlass zum Feiern. Aber die Gesellschaft will und wird auch künftig noch weitere Erfolgsgeschichten schreiben.



Mit spektakulären Feuerwerken begrüßt und feiert die Welt das neue Jahrtausend.

Zeitreise

1969

Der erste Mensch auf dem Mond

1970

Erwerb der Rheinischer Merkur Versicherungs AG, Änderung in NÜRNBERGER Merkur Versicherungs AG

1971

Einführung der Fondsgebundenen Lebensversicherung

1990

Wiedervereinigung Deutschlands

Gründung NÜRNBERGER

Beteiligungs-AG und NÜRNBERGER Krankenversicherung AG

1992

Unterzeichnung des Maastrichter Vertrags über die Europäische Union

1994

Der Eurotunnel unter dem Ärmelkanal wird vollendet

1998

Errichtung der Europäischen Zentralbank (EZB)

1999

Beteiligung an der FÜRST FUGGER Privatbank

Gründung der CommunicationCenter Nürnberg (CCN) GmbH

Erste Bundestagssitzung im umgebauten Reichstag in Berlin

2000

Einweihung des Business Tower der neuen Generaldirektion

Die Welt begrüßt das neue Jahrtausend

2002

Einführung des Euro

2003

Genehmigung der NÜRNBERGER Pensionskasse AG

Einführung des „Biene Maja“ Junior Schutz Briefes

Eine Ära geht zu Ende. Der letzte Käfer (Gesamtproduktion 21.529.464) rollt vom Band

2004

Zulassung der NÜRNBERGER Pensionsfonds AG

Ein gewaltiger Tsunami fordert in Asien rund 230.000 Menschenleben

2005

1. Internationale Gluck-Opern-Festspiele der Staatsoper Nürnberg

2009

NÜRNBERGER feiert ihr 125-jähriges Jubiläum

Vorreiter auf dem Markt mit Produkten und viel Service

INNOVATIV SEIT 125 JAHREN

Seit ihrer Gründung vor 125 Jahren entwickelt die NÜRNBERGER innovative und zukunftssichere Produkte, die an strengen Sicherheits- und Qualitätsmaßstäben ausgerichtet sind. Dazu gehört beispielsweise das sogenannte „Doppel-Invest-Konzept“, bei dem hohe Überschüsse möglich sind und das doch eine Garantie für die eingezahlten Beiträge beinhaltet. Dieses Konzept wird mittlerweile für die meisten Produkte aus der Leben-Sparte angeboten. Richtungweisend ist die NÜRNBERGER auch bei der computergestützten Kundenberatung. Schon 1982 waren Außendienstmitarbeiter der NÜRNBERGER mit mobilen Berechnungs- und Ausgabengeräten für Angebote unterwegs. Heute sorgen Laptops und ausgefeilte Beratungsprogramme dafür, dass die Kunden sofort vor Ort individuelle Angebote und umfassende Dokumentation bekommen.

Als einer der Vorreiter auf dem deutschen Markt bietet die NÜRNBERGER ihren Kunden über den Versicherungsschutz hinaus spezielle Dienstleistungen im Schadenfall an. Schon 1966 führte sie die Sofort-Schadenregulierung in der Autoversicherung ein. 1995 wurden die ersten Assistance-Bausteine in die Hausratversicherung integriert. Neben der finanziellen Regulierung des Schadenfalls helfen diese Bausteine dem Kunden durch umfangreiche Serviceangebote. Aufgrund des großen Zuspruchs werden sie mittlerweile in vielen weiteren Sparten angeboten. Richtungweisend war auch ein neuer, modularer Aufbau von Produkten zum Beispiel in der Autoversicherung. Statt ein Standardangebot zu nehmen, können Kunden nun einzelne Versicherungsbausteine nach ihren individuellen Bedürfnissen zusammenstellen. Außerdem wurde die Schadenbearbeitung neu strukturiert. Erfahrene Experten der NÜRNBERGER Sofort-

Service AG organisieren jetzt maßgeschneiderte Soforthilfe für Betroffene. Seit der Gründung der NÜRNBERGER im Jahr 1884 hat sich die Welt nachhaltig verändert, und das mit zunehmender

Aufgrund des demografischen Wandels unserer Gesellschaft und der Finanzierungsprobleme der gesetzlichen Sozialversicherungssysteme erkennen immer mehr Menschen die Notwendigkeit einer

private Vorsorge sichert nicht nur den Lebensstandard des Einzelnen, sie entlastet auch öffentliche Haushalte und kommende Generationen. Der über viele Jahre ausgerichtete Aufbau einer privaten Vorsorge erfordert besondere Umsicht beim Umgang mit den Geldern der Versicherten. Das Ziel darf nicht die kurzfristige Renditemaximierung sein, vielmehr geht es um die dauerhafte Werterhaltung und nachhaltige Wertsteigerung. Ideale Vorsorgeprodukte sind Lebens- und Rentenversicherungen, die oft über mehrere Jahrzehnte für eine private Altersversorgung angespart werden. Gerade in Zeiten instabiler Finanzmärkte haben diese Vorsorge-Klassiker ihre Solidität unter Beweis gestellt.

Die Kapitalanlagen der deutschen Lebensversicherer sind nach strengen Anlagegrundsätzen investiert, über deren Einhalten die staatliche Aufsicht wacht. Die NÜRNBERGER betreibt seit vielen Jahren eine sicherheitsorientierte Kapitalanlagepolitik sowie ein umsichtiges Risikomanagement, das über die gesetzlichen Anforderungen hinausgeht. Renommierte Rating-Agenturen wie Standard & Poor's oder Fitch erteilen der NÜRNBERGER und ihren Tochterunternehmen hinsichtlich ihrer finanziellen Leistungsfähigkeit und Sicherheit regelmäßig sehr gute Bewertungen. Vor diesem Hintergrund ist die NÜRNBERGER von der Finanzmarktlage auch nur mittelbar betroffen. Sie hat sich an Geld- und Kapitalmarktsspekulationen nicht beteiligt und ist deshalb jederzeit in der Lage, ihren Kundenverpflichtungen aus eigener Kraft nachzukommen.

Als besonders hilfreich hat sich in diesem Umfeld die Unabhängigkeit der NÜRNBERGER erwiesen. Zum einen ist sie dadurch in der Lage, schnell und flexibel auf neue Markterfordernisse zu reagieren. Zum anderen ist sie nicht der Gefahr ausgesetzt, Opfer internationaler Finanzverflechtungen zu werden. In die-

ser Unabhängigkeit kann die NÜRNBERGER eine eigenständige und auf langfristige Wertsteigerung ausgerichtete Geschäftspolitik betreiben.

Ein weiterer Eckpfeiler ihrer Sicherheit ist die breit aufgestellte Vertriebsorganisation der NÜRNBERGER. Sie spricht ihre Kunden über die vier Vertriebswege „Ausschließlichkeitsvermittler“, „Makler, Mehrfachagenturen und Finanzvertriebe“, „Autohausagenturen“ und „Familienschutzagenturen“ an. Die Zusammenarbeit mit Verbänden und Unternehmen ist wesentlicher Bestandteil der Vertriebsstrategie. So bestehen Kooperationen mit dem Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe (ZDK), Autoherstellern und deren Banken sowie Importeuren. Die Union freier Berufe, die Union mittelständischer Unternehmen und auch das Vorsorgewerk des deutschen Beamtenbundes dbb, die Förderungsgesellschaft des deutschen Bundeswehrverbandes, der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger sowie etliche weitere Verbände und Organisationen arbeiten vertrauensvoll mit der NÜRNBERGER zusammen.

Über jeden dieser Vertriebswege berät die NÜRNBERGER ihre Kunden zu allen Facetten der Vorsorge und Geldanlage. Angesichts der sich ständig ändernden Rahmenbedingungen ist die Tätigkeit des Versicherungsvermittlers längst ein Expertenberuf geworden, der nicht nur ein tiefes Fachwissen erfordert, sondern auch die Bereitschaft zur ständigen Weiterbildung. Die NÜRNBERGER führt deshalb regelmäßig Schulungen durch, die Voraussetzung sind für eine kompetente Kundenberatung. Die NÜRNBERGER stellt höchste Ansprüche an die Qualifikation ihres Außendienstes. Dies schafft Vertrauen bei den Kunden und gibt ihnen die Sicherheit, die optimale Lösung für ihre individuelle Vorsorgesituation gewählt zu haben. sp



Innovative Produkte: Versicherungsschutz für Kinder und Jugendliche. Der „Biene Maja“ Junior Schutz Brief umfasst eine fondsgebundene Rentenversicherung.

Geschwindigkeit. Der dauerhafte Erfolg des Unternehmens belegt die zukunftssichere Ausrichtung der NÜRNBERGER. Die NÜRNBERGER bietet damals wie heute und morgen „Schutz und Sicherheit im Zeichen der Burg“.

privaten Vorsorge. Hierbei leisten gut ausgebildete Versicherungsvermittler einen großen Beitrag in Form von Aufklärung und Beratung. Sie nehmen damit einen wichtigen gesellschaftlichen Auftrag wahr, denn eine ausreichende pri-

NÜRNBERGER Versicherung AG Österreich, Salzburg:

ERFOLGREICH DURCH QUALITÄT UND SERVICE

> Von Herbert Glöckner

Das Nachbarschaftsverhältnis zwischen Bayern und Österreich war nicht immer konfliktfrei, wenn man nur daran denkt, dass die Bayern immer eine gewisse Nähe zu Frankreich vorzogen. Es waren auch bayerische Verbände, gegen die Andreas Hofer im damals österreichischen Südtirol antrat. Lange, lange ist es her und heute sind schon mental die Menschen im Land Salzburg und in Oberbayern viel mehr als nur gute Nachbarn. Und – schmunzelnd sei es gesagt – um auf das Verhältnis der Bayern zu den Österreichern in der Zeit des Andreas Hofer zurückzukommen: Auch das Verhältnis der Franken war ja zu den „Altbayern“ zu Beginn der „Ehe“ alles andere als freundlich ...

Für die NÜRNBERGER Versicherungsgruppe lag es als führender Versicherer nahe, auch im Nachbarland Österreich voll auf Qualität zu setzen. 1981 begann die NÜRNBERGER Versicherung AG Österreich mit einem bescheidenen Büro



Seit 1981 ist die NÜRNBERGER auch in Österreich (Zentrale in Salzburg) mit einer Tochtergesellschaft aktiv. © Stadt Salzburg

am Makartplatz in Salzburg. Salzburg ist ja nicht nur ein kulturelles Weltzentrum, sondern auch ein äußerst attraktiver

Wirtschaftsstandort. Aus dem kleinen Büro entwickelte sich eine dynamische Gesellschaft, die längst ein modernes

Verwaltungsgebäude in Salzburg bezog! Bereits zum 25-jährigen Jubiläum der österreichischen Tochter konnte der

Aufsichtsratsvorsitzende der NÜRNBERGER Versicherungsgruppe, Hans-Peter Schmidt, im Schloss Hellbrunn (Salzburg) eine gute Zwischenbilanz ziehen: „Den gelungenen Weg, den die NÜRNBERGER in Deutschland als unabhängiger Versicherer eingeschlagen hat, gehen wir ebenso konsequent in Österreich“, sagte Schmidt vor zahlreichen Gästen aus Kultur, Politik und Wirtschaft.

Die NVÖ (so heißt die Tochter abgekürzt in Österreich) kann in der Tat beachtliche Erfolge vorweisen. Sie hat als erste Gesellschaft in der Alpenrepublik die fondsgebundene Lebensversicherung, die dort „Fondspolize“ heißt, und die Berufsunfähigkeitsversicherung eingeführt. Ein wichtiger Erfolgsfaktor ist in Österreich die Kfz-Versicherung als Schlüssel zur Familie und für andere Versicherungsprodukte.

Mit über 1000 kompetenten und selbstständigen Vertriebspartnern (Versicherungsmakler, Versicherungsagenten und Finanzdienstleister) sowie Service-Centern in ganz Österreich bietet die NÜRNBERGER Versicherung AG Österreich ein flächendeckendes Betreuungsz-

Unverwechselbares Profil mit klarer Ausrichtung:

FÜRST FUGGER PRIVATBANK – KEINE BANK WIE JEDE ANDERE

> Von Günter Spahn

Die FÜRST FUGGER Privatbank mit Hauptsitz in Augsburg und Niederlassungen in München, Nürnberg, Stuttgart und jetzt auch in Mannheim ist aus vielen Gründen in einer Sonderposition und daher keine Bank wie jede andere.

Die Bank hat eine klare geschäftliche Ausrichtung. Sie kümmert sich mit besonderer Expertise um die private Vermögensverwaltung für anspruchsvolle Kunden. Das unverwechselbare Profil erklärt sich einerseits durch die Stabilität der Gesellschafterstruktur (NÜRNBERGER Versicherungsgruppe und S.D. Hubertus Fürst Fugger-Babenhausen) und andererseits die Fokussierung auf Serviceleistungen, deren hervorragende Kompetenz durch neutrale Auszeichnungen etwa zum besten Vermögensverwalter immer wieder bestätigt wird. Diese Kompetenz in der Anlageberatung und Vermögensverwaltung ergibt sich u. a. durch die erstklassige, hauseigene Researchabteilung, von deren auch außerhalb der Bank anerkannter Qualität die Kunden der FÜRST FUGGER Privatbank profitieren.

Die Bank bevorzugt vor allem und immer die Qualität statt Quantität. Dabei haben Tradition, Kontinuität, Individualität und Unabhängigkeit einen hohen Stellenwert. Der Name Fugger – und in



Der Empfang im Augsburger Traditionssitz der FÜRST FUGGER Privatbank dürfte wohl einmalig sein.

© FFPB

dessen Tradition steht die FÜRST FUGGER Privatbank – war immer ein Synonym für Geld. Dies ist auch heute so. Vielleicht, aber nicht nur, ist dies ein Grund dafür, dass die Bank stolz ist, lang-

jährige und vertrauensvolle Kundenbeziehungen über Generationen hinweg zu pflegen. Die Kunden erkennen an, dass sich die Bank eben nicht an Finanzmarktsspekulationen beteiligt; die Kun-

den schätzen, dass sie tatsächlich (und nicht nur in der Werbung) individuell betreut werden. Die Kunden spüren auf Schritt und Tritt etwa in den Fuggerhäusern in Augsburg die mehr als 500-jähri-

ge Geschichte der großen Dynastie der Fugger.

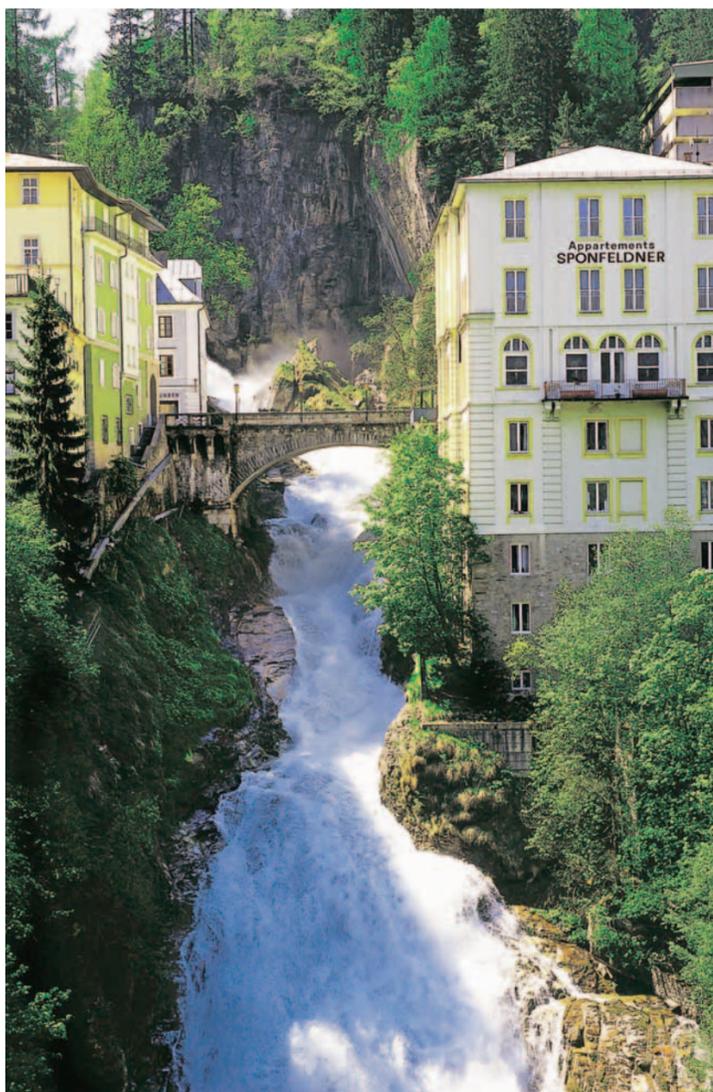
Tradition ist für die großen Familienvermögen besonders wichtig, denn zur Tradition vom Verständnis der FÜRST FUGGER Privatbank gehört etwa das Verstehen der Komplexität und Vielgestaltigkeit der individuellen Problemstellung. Dazu gehört auch die juristische und steuerliche Hilfestellung durch kompetente Fachberater der Bank. Mit anderen Worten – der langjährige Fachberater sieht sich auch als Partner des Kunden und hat den allumfassenden Überblick. Auch dies versteht man unter einem „Family Office“. Zielsetzung einer glaubwürdigen Vermögensverwaltung ist bei der Fürst Fugger Privatbank immer die Sicherung und Vermehrung des Vermögens.

Die FÜRST FUGGER Privatbank ist stolz auf ihre hoch qualifizierten Mitarbeiter in allen Bereichen und in allen Niederlassungen. In Sachen Finanzplanung, Anlageberatung, Vermögensverwaltung, Immobilien, Vorsorge oder beim Kreditmanagement (wenn es darauf ankommt, gebundenes Vermögen für Anlage-Entscheidungen nicht anzutasten) haben die Mitarbeiter der Bank weit überdurchschnittliches Expertenwissen.

Der Anspruch ist daher berechtigt: Nicht nur vor dem Hintergrund einer mehr als 500-jährigen Tradition ist die FÜRST FUGGER Privatbank einzigartig, auch im Verständnis von Qualität, Service und Beratungskompetenz. Der Anspruch der Bank ist real: keine Bank wie jede andere!

First-Class-Hotel EUROPÄISCHER HOF in Bad Gastein

EIN ZENTRUM DES GOLF-SPORTS



Bad Gastein ist unverwechselbar. Dafür steht neben den weltberühmten Thermen u. a. der spektakuläre Wasserfall mitten im Ort.

© Bad Gastein

> Von Günter Spahn

Im Nachbarland Österreich ist die NÜRNBERGER Versicherungsgruppe sowohl durch die Tochtergesellschaft NÜRNBERGER Versicherung AG Österreich, Salzburg (siehe Seite 10), als auch durch Dienstleistungen des EUROPÄISCHEN HOFs in Bad Gastein vertreten.

Bad Gastein knüpft wieder an die große Zeit zwischen dem ausgehenden 19. Jahrhundert bis 1918 an. Der berühmte Kurort hatte dann nochmals nach dem II. Weltkrieg eine große Zeit, als der Schah von Persien weitere Prominenz anlockte. Bad Gastein – dies war die Übersetzung für die Belle Époque. Kaiser, Adel, Diplomaten und Wirtschaftsgrößen gaben sich die Hand!

Bad Gastein und das Gasteinertal liegen mitten im Nationalpark Hohe Tauern nebfrei auf 1000 Meter Seehöhe. Immer noch hat Bad Gastein ein unverwechselbares Flair und Ortsbild u. a. durch den rauschenden Wasserfall mitten im Ortszentrum. Siebzehn heiße Quellen speisen die weltberühmten Thermen vor allem in der Felsentherme. Im Winter begründen die Schneesicherheit und herrliche Loipen den Ruf als Winterparadies. Im Sommer locken nicht nur herrliche Luft und Wanderwege. Das Gasteinertal entwickelte sich zu einem Golfzentrum vor einer atemberaubenden Hochgebirgslandschaft.

Abseits vom Ortstrubel gegenüber einem wunderschönen Golfplatz liegt das First-Class-Hotel EUROPÄISCHER HOF, das im Bereich Dienstleistungen zur NÜRNBERGER Versicherungsgrup-



Der EUROPÄISCHE HOF in Bad Gastein ist ein First-Class-Hotel der Sonderklasse und liegt unmittelbar gegenüber einem 18-Loch-Golfplatz.

© NÜRNBERGER

pe gehört. Das Hotel bietet Sport und Erholung pur. Die hauseigene „Gasteiner Therme“ steht für Relaxen der besonderen Qualität. Das Hotel EUROPÄISCHER HOF ist aber auch eine bevorzugte Adresse für Tagungen, Konferenzen, Incentives und Sport-Events. So traf sich jetzt wieder im September 2009 die Golf-Elite zur Players Party des zweitägigen Abschlussturniers der Aldenbeck PGA Tour 2009. Die Aldenbeck PGA bietet allen Mitgliedern der PGA of Austria und Mitgliedern einer anerkannten PGA die Möglichkeit, Golfturniere auf höchstem Niveau zu spielen. Der EUROPÄISCHE HOF und der di-

rekt am Hotel gelegene 18-Loch-Platz des traditionsreichen GC Gastein bilden immer wieder für die Golfer und die anderen Gäste einen repräsentativen Rahmen.

Auch die Top-Kulinarik des Hotels hat sich über die österreichischen Landesgrenzen hinaus herumgesprochen. Erholung und Gaumenfreuden sind im Hotel EUROPÄISCHER HOF garantiert.

Die NÜRNBERGER Versicherungsgruppe bekennt sich zum Gasteinertal und steigert mit ihrem vielfältigen Engagement die Lebensqualität weit über die Region hinaus.



Schlafen und Wohnen wie im Himmel: Zimmer und Suiten im EUROPÄISCHEN HOF in Bad Gastein – eine Visitenkarte für das gesamte Gasteinertal.

© NÜRNBERGER



**Keine Versicherung ist wie die andere.
Unvergleichlich seit 1884:**

125 JAHRE

Schutz und Sicherheit im Zeichen der Burg

NÜRNBERGER

VERSICHERUNGSGRUPPE

Ostendstraße 100, 90334 Nürnberg
Telefon 0911 531-5, Fax 531-3206
info@nuernberger.de
www.nuernberger.de

