

Strategische Partnerschaft mit der VIENNA INSURANCE GROUP (VIG)

Pressehintergrundgespräch #DKM2025
28. Oktober 2025



NÜRNBERGER: Von der Absicherung zum Präventionsversicherer

Michael Fiedler

Während der DKM 2025 in Dortmund gab die NÜRNBERGER Versicherung im Rahmen eines Hintergrundgesprächs Einblicke in ihre laufende Transformation und die strategische Partnerschaft mit der Vienna Insurance Group (VIG). Der Umbau reicht weit über Strukturfragen hinaus – er betrifft das Geschäftsmodell, die Unternehmenskultur und die Positionierung im Markt.

Strategischer Umbau mit langfristiger Perspektive

Die NÜRNBERGER befindet sich in einem umfassenden Veränderungsprozess, der in den vergangenen zwei Jahren an Tiefe gewonnen hat. Im Zentrum steht die Weiterentwicklung vom klassischen Absicherer hin zu einem präventionsorientierten Versicherer, der Risiken aktiv managen und vermeiden will, bevor sie zu Schäden führen.

Ausgangspunkt war das Programm „Fit für die Zukunft“, mit dem die Gesellschaft 2023 einen grundlegenden Umbau des Produktportfolios eingeleitet hatte. Nach einer Phase intensiver Sanierungsarbeit wurde 2024 das Deutschlandgeschäft neu strukturiert – mit dem Ziel, Effizienz und Profitabilität zu stärken, ohne die Kundennähe zu verlieren. Der Ausschließlichkeitsvertrieb blieb stabil, was in Nürnberg als wichtiger Indikator für die Wirksamkeit des Reformkurses gilt.

Partnerschaft mit der Vienna Insurance Group

Mit der Vienna Insurance Group (VIG) hat die NÜRNBERGER einen Mehrheitsinvestor gefunden, der die Transformation strategisch begleiten und beschleunigen soll. Der Deal ist zwar noch nicht abgeschlossen, doch die Weichen sind gestellt. Die Auswahl der Partnerin erfolgte in einem breit angelegten, mehrstufigen Prozess. Entscheidend war die Passung im Hinblick auf Werte und Strukturen: Die VIG gilt als dezentral aufgestellte Versicherungsgruppe, die lokales Unternehmertum und Eigenverantwortung fördert – ein Modell, das zur Identität der NÜRNBERGER passt.

Zudem bringt die VIG umfangreiche Erfahrung in IT-Transformationen mit. Ihre jüngste Systemumstellung innerhalb von fünf Jahren gilt in der Branche als Benchmark. Diese Expertise soll nun auch in Nürnberg genutzt werden, um die geplante Modernisierung der eigenen IT-Systeme über

einen Zeitraum von sieben Jahren erfolgreich umzusetzen. Standort, Marke und Arbeitsplätze sollen erhalten bleiben.

Prävention als strategisches Leitmotiv

Im Zentrum der neuen Unternehmensstrategie steht die Fokussierung auf Prävention, insbesondere in der Personenversicherung. Ziel ist es, Krankheiten und Ausfallzeiten zu verringern und die Gesundheit der Versicherten langfristig zu stabilisieren. Das Konzept wird datenbasiert angelegt: Individuelle Risikofaktoren sollen künftig systematisch erfasst werden, um gezielte Maßnahmen im Bereich Bewegung, Ernährung oder Stressmanagement anbieten zu können. Prävention soll so messbar und wirtschaftlich steuerbar werden – unter anderem über Kennzahlen wie Krankheitstage, Stornoquoten und Preisstabilität im Wettbewerb.

Die Berufsunfähigkeitsversicherung, eines der Kerngeschäfte des Hauses, wird langfristig im Sinne dieses Ansatzes umgebaut. Ziel ist ein stärker integriertes Leistungsversprechen, das Absicherung, Gesundheitsförderung und digitales Fallmanagement verbindet.

Vertriebsstruktur und neue Rollenbilder

Auch der Vertrieb ist Teil der Neuausrichtung. Im Personengeschäft wird rund 80 Prozent des Neugeschäfts über Maklerinnen und Makler erzielt – ein zentraler Erfolgsfaktor, den die NÜRNBERGER gezielt stärken will. Gleichzeitig bleibt die Ausschließlichkeitsorganisation (AO) ein wichtiger Bestandteil der Vertriebsstrategie. Sie soll punktuell ausgebaut und mit neuen Rollenbildern versehen werden, um ihre Bedeutung als Beratungs- und Bindungspartner zu festigen.

Im Zuge der strategischen Partnerschaft mit der VIG soll die NÜRNBERGER als lokal verankerter, aber international gestützter Anbieter auftreten. Kooperationen – etwa mit spezialisierten Produktpartnern wie der Hannoverschen – werden als sinnvoller Bestandteil der Wachstumsstrategie gesehen.

Ziel ist es, Vertrieb und Produktentwicklung enger zu verzahnen und die Vergütungssysteme stärker an Leistung und Wertbeitrag zu koppeln. So soll eine nachhaltige Balance zwischen Beratung, Wirtschaftlichkeit und Kundennutzen entstehen.

Kulturwandel und Systemmodernisierung

Neben den inhaltlichen Veränderungen vollzieht die NÜRNBERGER einen Kulturwandel hin zu einer leistungs- und feedbackorientierten Organisation. Die bisher eher familiär geprägte Struktur wird Schritt für Schritt zu einer Performance-Kultur weiterentwickelt. Parallel dazu läuft eine tiefgreifende Modernisierung der IT-Architektur. Der Umbau umfasst nicht nur Software und Schnittstellen, sondern auch die Art, wie Daten, Prozesse und Steuerungsmodelle künftig miteinander verbunden werden. In diesem Zusammenhang spielt die geplante Investitionsunterstützung der VIG eine zentrale Rolle.

Ein deutscher Versicherer unter neuen Vorzeichen

Mit der Neuausrichtung positioniert sich die NÜRNBERGER als moderner Versicherer mit starker regionaler Identität und internationaler Rückendeckung. Die Verbindung von Prävention, Digitalisierung und kultureller Erneuerung markiert einen Paradigmenwechsel – weg von der reaktiven Schadenregulierung, hin zu einem aktiven, datengetriebenen Risikomanagement.



Quelle:

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4946659/NUERNBERGER-Von-der-Absicherung-zum-Praeventionsversicherer/>