



Presse-Information

NÜRNBERGER richtet sich an veränderten Kundenbedürfnissen aus Neuer Vorstand für Kunden- und Vermittlerservice – Abbau von 290 Stellen in drei Jahren geplant

Nürnberg, 4. Dezember 2015

Mit einer neuen Unternehmensausrichtung und -struktur will die NÜRNBERGER Versicherung die Herausforderungen der Digitalisierung meistern. Details dazu gab der Vorstandsvorsitzende Dr. Armin Zitzmann am 3. Dezember auf einer Betriebsversammlung in Nürnberg bekannt.

„Wir sind noch zu sehr im traditionellen Spartendenken der Versicherungsbranche verhaftet“, betonte Dr. Zitzmann. „Um die Erwartungen unserer Kunden und Vermittler besser erfüllen zu können, müssen wir alle Geschäftsprozesse konsequent an ihnen ausrichten.“

In einem ersten Schritt etabliert die NÜRNBERGER zum 1. Januar 2016 einen neuen Vorstandsbereich, der für den gesamten Kunden- und Vermittlerservice über alle Sparten hinweg zuständig sein wird. Damit soll Kunden und Vermittlern künftig ein einheitlicher Service angeboten werden können – in allen Vertriebswegen. Um den Wünschen der Kunden zu entsprechen, will die NÜRNBERGER alle Produkte in Zukunft auch online anbieten. Bei der NÜRNBERGER sollen die Kunden über alle Vertriebswege die gleichen Produkte zum gleichen Preis bekommen.

Neuer Vorstandsbereich

„Kunden erwarten von ihrem Versicherer Transparenz, Schnelligkeit und persönliche Betreuung über alle Zugangswege“, erläutert Dr. Zitzmann. „Sie wollen selber entscheiden, wann, wo und wie sie mit ihrer Versicherung in Kontakt treten. Und diese Möglichkeit werden wir ihnen bieten.“

„Durch die angekündigten Änderungen werden wir nicht nur besser und schneller. Wir werden durch eine Automatisierung von Arbeitsabläufen sowie den Abbau von Doppelfunktionen auch kostengünstiger arbeiten können“, erläutert Dr. Zitzmann. Er geht davon aus, dass die NÜRNBERGER in den nächsten drei Jahren 290 Stellen abbauen muss. Dies soll sozialverträglich erfolgen. Betriebsbedingte Beendigungskündigungen sollen vermieden werden. Bei einer Restrukturierung des Vertriebs in diesem Jahr war dies erfolgreich gelungen. Hier wurden 191 Stellen abgebaut, ganz ohne betriebsbedingte Beendigungskündigungen.

Sozialverträglicher Stellenabbau

Die neue Ausrichtung der NÜRNBERGER wird sich auch in einem frischen Markenauftritt niederschlagen. Er soll relevant für die Zielgruppen sein und vor allem Vertrauen stiften.

„Es ist unser höchstes Ziel, dass Kunden und Vermittler mit der NÜRNBERGER zufrieden sind und dass sie uns weiterempfehlen. Das ist in Zeiten der immer stärker werdenden Vernetzung von Menschen der entscheidende Erfolgsfaktor“, sagt Dr. Zitzmann. Er ist überzeugt, dass mit den jetzt in die Wege geleiteten Maßnahmen dieses Ziel erreicht wird.

Dr. Zitzmann: „Kunden- und Vermittler-zufriedenheit höchstes Ziel“