

## Presse-Information

Nürnberg, den 23. Oktober 2024

### Zurück in die schwarzen Zahlen

**Der Schadenversicherer der NÜRNBERGER soll bald wieder schwarze Zahlen schreiben. Das ist das erklärte Ziel von Christine Kaaz (46), seit September 2024 im Konzernvorstand für das Schadensgeschäft verantwortlich. Keine leichte Aufgabe, musste doch die NÜRNBERGER wegen hoher Verluste der Schadensparte einen deutlichen Ergebnismrückgang verzeichnen. „back2black“ heißt das Programm, mit dem Christine Kaaz die NÜRNBERGER Allgemeine (NAV) wieder in die schwarzen Zahlen bringen will. Dazu drei Fragen an die neue Vorständin.**

**Vor allem Inflation und Elementarschäden bilden die großen Herausforderungen für die aktuelle Lage der NAV. Wie wollen Sie denen entgegentreten?**

Kein Versicherer kann Inflation und Klimawandel kontrollieren. Unser Produktmanagement und Underwriting richten sich künftig stringent auf diese Entwicklungen aus. Außerdem arbeiten wir mit unseren Rückversicherern an einer gemeinsamen Einschätzung von Großrisiken und Risiken aus dem Klimawandel. Das ermöglicht es uns, unsere Kunden weiterhin optimal abzusichern.

**Wie sind Kunden davon betroffen?**

Jeder Kunde soll natürlich auch in Zukunft eine für ihn optimale Absicherung erhalten. Dafür muss er aber einen angemessenen Preis zahlen. Dabei schauen wir verstärkt auf die individuelle Risikosituation des Kunden und nicht nur auf die Schadenhistorie, die ja doch häufig recht „zufällig“ ist. Wir blicken mit jedem Kunden in die Zukunft. Unser Produktportfolio richten wir auf unser neues Zielbild, den Präventionsversicherer, aus. Risikoprävention wird dabei ein ganz wichtiger Faktor. Wir werden Kunden und KMU Maßnahmen zur Verfügung stellen, wie sie etwa im Industriegeschäft üblich sind. Private Hausbesitzer werden wir beispielsweise bei der Instandhaltung beraten. Und wir werden für die unterschiedlichen Schutzbedürfnisse diverser Zielgruppen passende Produkte und Services anbieten.

**Welche Folgen hat das Programm für den Vertrieb?**

Um ein verlässlicher Partner bleiben zu können, müssen wir uns von Verträgen trennen, die stark schadenbelastet oder untertarifert sind. Wir machen das im Zuge der Umstellung auf ein neues Kernsystem, über das wir nur noch unsere neuesten und besten Produkte anbieten. Grundsätzlich gilt: Im Mittelpunkt stehen zunächst Sanierungen, nicht Wachstumsinitiativen. Dabei sind wir aber zuversichtlich, dass bald bessere Zeiten vor uns liegen, in denen wir mit unseren Vertriebspartnern wieder auf einen profitablen Wachstumskurs einschwenken.