



Nationale-Nederlanden działa w Polsce od 1994 roku, kiedy to na naszym rynku zafunkcjonowała pierwsza spółka – Nationale-Nederlanden Towarzystwo Ubezpieczeń na Życie S.A. Obecnie marka jest jednym z liderów rynku ubezpieczeń na życie, zdrowotnych, majątkowych i produktów emerytalnych. Klientom pomaga dbać o to, co dla nich najważniejsze, a także budować finansową przyszłość, oferując rozwiązania, które wesprą ich w życiowych zmianach. Jako firma odpowiedzialna społecznie inicjuje i angażuje się w działania pomocowe i edukacyjne na rzecz profilaktyki zdrowia.



Kontekst rynkowy

Nationale-Nederlanden jest częścią holenderskiej Grupy NN, z której usług korzysta 19 milionów klientów na całym świecie. W Polsce działa od 1994 roku, obecnie w ramach czterech spółek: Nationale-Nederlanden Towarzystwo Ubezpieczeń na Życie S.A., Nationale-Nederlanden Powszechne Towarzystwo Emerytalne S.A., Nationale-Nederlanden Towarzystwo Ubezpieczeń S.A. oraz Nationale-Nederlanden Usługi Finansowe sp. z o.o. Spółki oferują szeroki wachlarz produktów skierowanych zarówno do klientów indywidualnych, jak i biznesowych. Z ich oferty korzysta już ponad 1,7 miliona osób, o których zadowolenie dba około tysiąc pracowników w biurze centralnym oraz 2700 doradców finansowych i menedżerów sprzedaży (dane na 8.07.2025).

Oferta

Nationale-Nederlanden ma w ofercie ubezpieczenia na życie i zdrowotne. Dzięki nim pomagają Polakom zabezpieczyć się w razie problemów ze zdrowiem, poważnych chorób, skutków nieszczęśliwych wypadków (NNW),

pobytu w szpitalu czy operacji. W takich sytuacjach wspiera ich finansowo, ale także poprzez usługi medyczne (np. badania diagnostyczne i konsultacje lekarzy specjalistów) oraz praktyczną pomoc na co dzień (np. organizacja rehabilitacji, transport do szpitala, wsparcie psychologa). Nationale-Nederlanden to również lider polskiego rynku emerytalnego. Prowadzi pierwszy i największy w Polsce otwarty fundusz emerytalny (OFE). Oferuje też pracownicze plany kapitałowe (PPK) oraz produkty, które pozwalają samodzielnie oszczędzać na emeryturę, czyli indywidualne konta emerytalne (IKE) oraz indywidualne konta zabezpieczenia emerytalnego (IKZE). W ofercie Nationale-Nederlanden są także: ubezpieczenie domu i mieszkania, ubezpieczenie turystyczne, ubezpieczenie rowerzysty i roweru. Aby zapewnić swoim klientom jak najlepsze doświadczenie, marka stworzyła nowoczesny i wygodny portal do samoobsługi MojeNN, za pomocą którego mogą szybko i bez wychodzenia z domu załatwić sprawy związane z ubezpieczeniem i produktami emerytalnymi.

Osiągnięcia

Jako firma odpowiedzialna społecznie, Nationale-Nederlanden od lat angażuje się w inicjatywy, które wspierają wyrównywanie szans edukacyjnych, poprawiają jakość życia Polaków oraz promują profilaktykę zdrowia – zarówno fizycznego, jak i psychicznego. Współpracuje m.in. z Fundacją Twarze Depresji, Fundacją Rak'n'Roll, Fundacją Nie Warto, Fundacją Młodzieżowej Przedsiębiorczości, Fundacją IT Girls, Fundacją Digital University oraz Fundacją Głosy Kobiet. Podejmowane w tym obszarze aktywności są dostrzegane przez rynek, czego efektem są liczne nagrody i tytuły, m.in. kilkukrotne wyróżnienie w konkursie Dobroczynca Roku w kategorii Zdrowy tryb życia. Marka otrzymała także tytuły Superbrands Polska 2025 oraz Instytucja Roku 2024, zajmując 2. miejsce w kategorii Najlepszy Ubezpieczyciel w Polsce. Klienci ocenili ją w trzech obszarach: najlepsza obsługa w placówce, najlepszy proces zawarcia polisy turystycznej oraz najlepsza obsługa w kanałach zdalnych. Może także pochwalić się nagrodą Gwiazda Jakości Obsługi 2025, przyznawaną na podstawie głosów klientów,



którzy docenili ją za profesjonalizm i zaangażowanie w rozwiązywanie problemów, a także prostą komunikację i wygodne korzystanie ze strefy online. Uznanie na rynku zdobywają także produkty, które oferuje Nationale-Nederlanden, jak Ubezpieczeniowy Program Wsparcia w Chorobie, który został wyróżniony tytułem Produkt Roku 2024 Gazety Ubezpieczeniowej. Doceniono go za kompleksową pomoc na każdym etapie choroby, a także za to, że odpowiada na kluczowe obawy Polaków dotyczące zdrowia i zabezpieczenia finansowego w trudnych momentach. Z kolei w uznaniu systematycznych działań na rzecz upraszczania dokumentów i wdrażania w komunikacji z klientem zrozumiałego języka w ramach programu #PoLudzku strefa klienta Moje NN oraz Ogólne Warunki Ubezpieczenia Turystycznego uzyskały certyfikat Pracowni Prostej Polszczyzny Uniwersytetu Wrocławskiego. Nationale-Nederlanden kilkakrotnie znalazło się także w gronie najlepszych pracodawców, otrzymując prestiżowy certyfikat Top Employers Polska.

Promocja

Nationale-Nederlanden prowadzi systematyczną komunikację wewnętrzną i zewnętrzną. Aktywnie informuje o nowościach, podejmowanych działaniach oraz wprowadzanych zmianach. Wykorzystuje do tego zarówno kanały offline, jak i online: telewizję, display,

prasę czy radio, a także tworzy kampanie contentowe, współpracuje z influencerami i regularnie działa w mediach społecznościowych. W swojej komunikacji marka kieruje się zasadą „O tym, co ważne, mówimy wprost”, dlatego od lat otwarcie podejmuje trudne tematy i odpowiada na aktualne problemy społeczne. Jako pionier i ekspert w obszarze ubezpieczeń na wypadek nowotworu zrealizowała m.in. przełomowe kampanie „Rak? To nie tak!” czy „Zrób rakowi wsparcie”, w których rozprawiała się ze stereotypowym myśleniem o chorobach onkologicznych. Do promowania profilaktyki zdrowotnej Nationale-Nederlanden podchodzi #długodystansZDROWO, dlatego konsekwentnie promuje bieganie. W 2023 roku firma nawiązała współpracę z Fundacją Maraton Warszawski i została sponsorem tytułarnym Maratonu i Półmaratonu Warszawskiego. Globalnie jako Grupa NN współorganizuje imprezy biegowe na całym świecie – od Rotterdamu (NN Marathon Rotterdam), przez Hagę (NN CPC Loop Den Haag), po Naha w Japonii (Naha Marathon). Jest też sponsorem zawodowego zespołu NN Running Team, w którego skład wchodzi największe gwiazdy biegania długodystansowego.

Ostatnie wydarzenia

Na początku 2023 roku nastąpiła fuzja prawna i połączenie spółek Nationale-Nederlanden i NNLife (dawniej MetLife) w Polsce. W efekcie Nationale-Nederlanden



TO, CZEGO NIE WIESZ O MARCE

- Korzenie Grupy NN sięgają 1845 roku.
- Marka wywodzi się z Niderlandów, gdzie jest jedną z największych grup ubezpieczeniowych.

750 tysięcy

– tyle osób ubezpieczyła marka Nationale-Nederlanden na wypadek poważnej choroby oraz nowotworu od początku swojej działalności (stan na 8.07.2025)



wzmocniło swoją pozycję na rynku i stało się jednym z największych ubezpieczycieli w kraju w segmencie ubezpieczeń na życie.

nn.pl

HISTORIA MARKI

1963 Powstaje Grupa NN.

1995 Towarzystwo Ubezpieczeń na Życie Nationale-Nederlanden Polska S.A. wystawia pierwszą polisę.

1999 Powstaje Otwarty Fundusz Emerytalny Nationale-Nederlanden.

2001 Marka Nationale-Nederlanden zmienia nazwę na ING Życie.

2015 Marka wraca do nazwy Nationale-Nederlanden.

2016 Nationale-Nederlanden Towarzystwo Ubezpieczeń na Życie S.A. kupuje Notus Finanse S.A.

2022 Grupa NN kupuje spółki MetLife w Polsce.