

## **Entsprechenserklärung zum Verhaltenskodex des Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) für den Vertrieb von Versicherungsprodukten**

Die Ordentliche Mitgliederversammlung des Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft hat zuletzt am 25. September 2018 einen Verhaltenskodex für den Vertrieb von Versicherungsprodukten beschlossen.

Dieser Verhaltenskodex ist von uns in unseren Unternehmensgrundsätzen und –vorgaben verankert worden und somit für uns und unsere Mitarbeitenden verbindlich. Die diesbezüglichen Grundsätze und Vorgaben (im Folgenden auch vertriebsbezogenes Compliance-Management-System oder vertriebsbezogenes CMS) haben wir als Anlage dieser Erklärung beigefügt. Sie sind Grundlage für ein regelkonformes Verhalten unseres Unternehmens und unserer Mitarbeitenden sowie gegebenenfalls Dritter.

Die vorliegende Erklärung betrifft Helvetia schweizerische Lebensversicherungs-AG.

Unsere Erklärung basiert auf den Erkenntnissen aus der nachfolgend beschriebenen Überprüfung des vertriebsbezogenen CMS. Die Erklärung umfasst den Zeitraum vom 17.03.2021 bis 28.03.2024.

### **Vorgehen bei der Überprüfung**

Grundsätzlich werden alle Vertriebsaktivitäten in einem umfassenden Risikomanagement- und Internen Kontrollsystem abgedeckt. Dieses setzt sich aus umfangreichen Kontrollen, Überwachungshandlungen und Beratungen durch unsere unabhängigen Compliance- und Risikomanagementfunktionen, dem Datenschutzbeauftragten sowie den unabhängigen Prüfungen unserer Internen Revision zusammen.

Alle Vorgaben unseres vertriebsbezogenen CMS sind Gegenstand laufender Kontrollen, deren sachgerechte Durchführung regelmäßig überwacht und durch die Interne Revision geprüft wird. Die an der Überprüfung beteiligten Stellen sind aufgrund gesetzlicher Vorgaben unabhängig vom Vertrieb und dadurch in der Lage, sich ein objektives Urteil zu bilden.

Wir stellen sicher, dass die einzelnen Aspekte des vertriebsbezogenen CMS entsprechend dem Risikogehalt zeitgerecht und mindestens in einem dreijährigen Turnus überprüft wurden. Die Ergebnisse dieser Prüfungen wurden an den Hauptbevollmächtigten unserer Gesellschaft berichtet. Soweit daraus Maßnahmen zur Optimierung des Systems resultieren, wird deren zeitgerechte Umsetzung von unserer Internen Revision überwacht. Dadurch haben wir die Weiterentwicklung unseres vertriebsbezogenen CMS sichergestellt.

## Ergebnis der Überprüfung

Auf der Basis unserer Überprüfung im Zeitraum vom 17.03.2021 bis 28.03.2024 kommen wir für Helvetia zu folgendem Ergebnis:

Wir haben die notwendigen Maßnahmen ergriffen, um die Regeln des GDV-Vertriebskodex 2018 in den Grundsätzen unseres Unternehmens zu verankern. Unsere Grundsätze sind in der beigefügten Anlage dokumentiert, die unser vertriebsbezogenes Compliance Management System beschreibt.

Unsere Bewertung stützt sich vor allem auf die Überwachungs-, Prüfungs- und Beratungsaktivitäten der Compliance-Funktion, des Datenschutzbeauftragten und der Internen Revision sowie auf die von uns auf Vorschlag dieser unabhängigen unternehmensinternen Stellen beschlossenen Maßnahmen.

Frankfurt am Main, den 29.04.2024



Volker Steck  
Vorstandsvorsitzender



Burkhard Gierse



Heino Kuhlmann

- Anlage -

## **Verhaltenskodex des Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft für den Vertrieb von Versicherungsprodukten**

Beschreibung des Compliance Management Systems (CMS) für den Teilbereich Vertrieb zur Umsetzung des GDV-Verhaltenskodex für den Vertrieb von Versicherungsprodukten für Helvetia Deutschland<sup>1</sup>

(Stand: 03/2024)

---

<sup>1</sup> Hierzu gehören die Helvetia Schweizerische Versicherungsgesellschaft AG, Direktion für Deutschland; die Helvetia schweizerische Lebensversicherungs-AG; die Helvetia Versicherungs-Aktiengesellschaft und die Helvetia Leben Maklerservice GmbH.

## Handbuch zum Vertriebs-Compliance Programm

### Inhalt

<b>1. Einleitung</b> .....	6
<b>2. Vertrieb und Compliance bei Helvetia</b> .....	8
<b>2.1. Vertriebsleitbild</b> .....	8
<b>2.2. Compliance-Organisation</b> .....	9
<b>2.3. Compliance-Kultur und Vorbildfunktion</b> .....	10
<b>2.4. Compliance-Ziele</b> .....	11
<b>2.5. Compliance-Risiken</b> .....	12
<b>3. Vertriebs-Compliance-Programm</b> .....	13
<b>3.1. Die Bedürfnisse der Kunden stehen immer im Mittelpunkt.</b> .....	14
<b>3.1.1. Verständnis von Helvetia</b> .....	14
<b>3.1.2. Umsetzung bei Helvetia</b> .....	14
<b>3.1.3. Monitoring</b> .....	15
<b>3.2. Wer Versicherungen vermittelt, erklärt den Kunden seinen Status.</b> .....	16
<b>3.2.1. Verständnis von Helvetia</b> .....	16
<b>3.2.2. Umsetzung bei Helvetia</b> .....	16
<b>3.2.3. Monitoring</b> .....	17
<b>3.3. Jede Empfehlung berücksichtigt Ziele, Wünsche und Bedürfnisse der Kunden.</b> .....	17
<b>3.3.1. Verständnis von Helvetia</b> .....	18
<b>3.3.2. Umsetzung bei Helvetia</b> .....	18
<b>3.3.3. Monitoring</b> .....	19
<b>3.4. Jede Empfehlung zu einem Vertragsabschluss wird nachvollziehbar begründet und dokumentiert.</b> .....	19
<b>3.4.1. Verständnis von Helvetia</b> .....	19
<b>3.4.2. Umsetzung bei Helvetia</b> .....	19
<b>3.4.3. Monitoring</b> .....	20
<b>3.5. Versicherungsprodukte werden bedarfsgerecht entwickelt und vertrieben.</b> .....	20
<b>3.5.1. Verständnis von Helvetia</b> .....	21
<b>3.5.2. Umsetzung bei Helvetia</b> .....	21
<b>3.5.3. Monitoring</b> .....	21
<b>3.6. Kunden werden nachhaltig betreut und bei gegebenem Anlass beraten.</b> .....	22
<b>3.6.1. Verständnis von Helvetia</b> .....	22
<b>3.6.2. Umsetzung bei Helvetia</b> .....	23
<b>3.6.3. Monitoring</b> .....	24

<b>3.7. Qualifikation ist die Basis von ehrlichem, redlichem und professionellem Vertrieb.....</b>	<b>24</b>
<b>3.7.1. Verständnis von Helvetia.....</b>	<b>24</b>
<b>3.7.2. Umsetzung bei Helvetia.....</b>	<b>25</b>
<b>3.7.3. Monitoring.....</b>	<b>27</b>
<b>3.8. Die Unabhängigkeit von Versicherungsmaklern wird gewahrt.....</b>	<b>27</b>
<b>3.8.1. Verständnis von Helvetia.....</b>	<b>27</b>
<b>3.8.2. Umsetzung bei Helvetia.....</b>	<b>27</b>
<b>3.8.3. Monitoring.....</b>	<b>28</b>
<b>3.9. Versicherungsunternehmen bieten Kunden ein systematisches Beschwerdemanagement und ein Ombudsmannsystem. ....</b>	<b>29</b>
<b>3.9.1. Verständnis von Helvetia.....</b>	<b>29</b>
<b>3.9.2. Umsetzung bei Helvetia.....</b>	<b>29</b>
<b>3.9.3. Monitoring.....</b>	<b>30</b>
<b>3.10. Die Versicherungsunternehmen geben sich Compliance-Vorschriften und kontrollieren deren Einhaltung. ....</b>	<b>30</b>
<b>3.10.1. Verständnis von Helvetia.....</b>	<b>31</b>
<b>3.10.2. Umsetzung bei Helvetia.....</b>	<b>31</b>
<b>3.10.3. Monitoring.....</b>	<b>33</b>
<b>3.11. Der Kodex ist verbindlich und transparent. ....</b>	<b>33</b>
<b>3.11.1. Verständnis von Helvetia.....</b>	<b>33</b>
<b>3.11.2. Umsetzung bei Helvetia.....</b>	<b>34</b>
<b>3.11.3. Monitoring.....</b>	<b>34</b>
<b>4. Beschwerdemanagement.....</b>	<b>35</b>
<b>5. Compliance-Überwachung und Verbesserung.....</b>	<b>35</b>

## 1. Einleitung

Für Verbraucher (nachfolgend als "Kunden" bezeichnet) ist Versicherungsschutz ein wichtiger Bestandteil der Risikoabsicherung und Vorsorge im Alltag. Die Versicherungsunternehmen übernehmen eine große Verantwortung gegenüber ihren Kunden und der Gesellschaft, indem sie eine Vielfalt von Produkten entwickeln und anbieten, die auf die Wünsche und Bedürfnisse der Kunden zugeschnitten sind.

Der Versicherungsvertrieb ist das Bindeglied zwischen Kunden und Versicherungsunternehmen. Dessen Herzstück sind die Information und Beratung. Der Qualität der Beratung kommt eine besondere Bedeutung zu. Sie schafft die Grundlage dafür, dass Kunden gute Entscheidungen treffen und dauerhaft mit ihrer Entscheidung zufrieden sind. Qualitativ hochwertige Beratung ist individuell, bedarfsgerecht und stellt sicher, dass die empfohlenen Versicherungsprodukte zur aktuellen Lebenssituation und -planung passen. Die Beratung soll die Kenntnisse der Kunden, den individuellen Bedarf nach Risikoschutz und die langfristigen Vorsorgeziele ebenso berücksichtigen wie die finanziellen Verhältnisse und die Risikotragfähigkeit der Kunden.

Die deutsche Versicherungswirtschaft hat im Jahr 2013 den GDV-Verhaltenskodex für den Versicherungsvertrieb entwickelt und ihrem Selbstverständnis von hoher Qualität der Kundenberatung und umfassender Kundenbetreuung im Wege einer freiwilligen Selbstverpflichtung Ausdruck verliehen. Mittlerweile haben die im Kodex festgehaltenen Leitsätze Eingang in die gesetzlichen Vorgaben gefunden. Über Gesetze und Verträge hinausgehend ist ein besonderes Vertrauensverhältnis die Basis des Geschäftsmodells Versicherung. Um dieses Vertrauensverhältnis zu sichern und zu stärken, hat die Mitgliederversammlung des GDV am 25. September 2018 die Anpassung und Überarbeitung des Kodex beschlossen.

Dieser modifizierte Kodex stellt Verhaltensmaßstäbe für den Vertrieb von Versicherungsprodukten transparent dar. Er gilt für alle Formen des Versicherungsvertriebs gegenüber Kunden und beschreibt einen Rahmen von gemeinsamen Normen und Werten, den die Versicherungsunternehmen, die dem Kodex beitreten, im Interesse ihrer Kunden teilen.

Die Mitgliedsunternehmen des GDV machen mit ihrem Beitritt diesen Verhaltenskodex für sich verbindlich. Sie verpflichten sich, die notwendigen Maßnahmen zu ergreifen, um die Regeln dieses Kodex in ihren Grundsätzen zu verankern. Sie konkretisieren die Ausgestaltung der Regeln und passen sie an ihr Geschäftsmodell an. Sie arbeiten nur mit Vertriebspartnern zusammen, die diese oder äquivalente Grundsätze als Mindeststandards anerkennen und praktizieren. Die Ableitung und Entwicklung unternehmensindividueller Maßnahmen obliegt den einzelnen Versicherungsunternehmen.

Die Mitgliedsunternehmen erklären ihren Beitritt zum Kodex gegenüber dem GDV, der auf seiner Website veröffentlicht, welche Versicherungsunternehmen diesen Kodex als für sich verbindlich anerkennen. Die beigetretenen Versicherungsunternehmen lassen die Umsetzung der Regelungen des Kodex regelmäßig, mindestens alle drei Jahre von unabhängigen Stellen prüfen. Die Beschreibung der Umsetzung und die Ergebnisse der Prüfung werden auf der Website des GDV e. V. veröffentlicht.

Es entspricht dem Selbstverständnis von Helvetia, die mit dem Verhaltenskodex verfolgten Ziele gegenüber den Kunden umzusetzen und im Geschäftsalltag zu leben. Als Folge dieses Selbstverständnisses waren

- Helvetia Schweizerische Versicherungsgesellschaft AG, Direktion für Deutschland (Helvetia DfD) und
- Helvetia schweizerische Lebensversicherungs-AG (Helvetia Leben)

schon dem ursprünglichen GDV-Verhaltenskodex beigetreten. Hiermit haben Helvetia DfD und Helvetia Leben ein klares Bekenntnis zu Verbraucherschutz, Beratungsqualität und Vermittlerqualifikation sowie transparenten und verbindlichen Regelungen für den Umgang mit Kunden abgegeben.

Helvetia Deutschland mit Helvetia DfD und der Helvetia Leben erkennen die Vorgaben der aktuellen Fassung des GDV-Verhaltenskodex vom 25. September 2018 an. Das vorliegende Dokument beschreibt jene Grundsätze und Maßnahmen, die ein regelkonformes Verhalten der Mitarbeitenden und Vertriebspartner von Helvetia sicherstellen sollen. Der Rahmen ergibt sich aus dem GDV-Verhaltenskodex und allen damit in Zusammenhang stehenden Gesetzen und sonstigen Vorschriften sowie den internen Richtlinien von Helvetia.

Auch wenn Helvetia Versicherungs-Aktiengesellschaft (HV-AG) und Helvetia Leben Maklerservice GmbH (HLM Service GmbH) als Service- und Vertriebsgesellschaft dem GDV-Verhaltenskodex nicht schriftlich beigetreten sind, gelten die in dieser CMS-Beschreibung aufgestellten Grundsätze, Regelungen und Maßnahmen auch für die Mitarbeitenden und Vertriebspartner dieser beiden Gesellschaften.

Verantwortlich für die Einhaltung der gesetzlichen Pflichten ist der Hauptbevollmächtigte bzw. Gesamtvorstand jeder Gesellschaft.

Diese CMS-Beschreibung dient ferner als Grundlage für die turnusmäßig stattfindende Prüfung nach dem Prüfungsstandard 980 des Instituts für Wirtschaftsprüfer (IDW PS 980). Vom Geltungsbereich des auch bei Helvetia umgesetzten GDV-Verhaltenskodex wird das Privatkundengeschäft mit Verbrauchern im Sinne des § 13 BGB umfasst.

## **2. Vertrieb und Compliance bei Helvetia**

### **2.1. Vertriebsleitbild**

Die Geschäftstätigkeit von Helvetia ist auf die Lebens- und Kompositversicherungen ausgerichtet. Dazu zählen insbesondere Lebens-, Renten-, Berufsunfähigkeitsversicherungen, die betriebliche Altersversorgung sowie Schaden- und Unfallversicherungen. Die Angebotspalette richtet sich an Privat-, Firmen und Industriekunden.

Das Vertrauen und die Zufriedenheit der Kunden sind die wichtigsten Ziele von Helvetia. Als ausgewiesener Serviceversicherer hat sich Helvetia besonders dem Dienstleistungsgedanken verpflichtet. Dieser Anspruch ist klar im Unternehmensleitbild und Wertekreis von "Vertrauen, Dynamik und Begeisterung" festgehalten.

Um die Leistungsstärke auch zukünftig zu erhalten, setzt Helvetia auf fachlich kompetente Mitarbeitende auf allen Ebenen, die mitdenken, Verantwortung übernehmen und Freude daran haben, sich für das Anliegen eines jeden Helvetia-Kunden einzusetzen. Bei der Umsetzung dieser Ziele spielen die Vertriebspartner eine wesentliche Rolle:

Für den Vertrieb von Versicherungsprodukten werden bei Helvetia verschiedene Vertriebswege genutzt. Zunächst werden über Helvetia Generalagenturen ausschließlich Produkte von Helvetia vermittelt (sog. gebundener Vertriebsweg oder Ausschließlichkeitsorganisation).

Daneben bestehen eine Vielzahl von Geschäftsbeziehungen zu Maklern, Mehrfachgeneralagenten und Assekuradeuren (sog. ungebundener Vertriebsweg). Ausgewählte Produkte werden zudem auch online angeboten.

Alle Vertriebspartner von Helvetia werden durch Führungskräfte des angestellten Außendienstes persönlich betreut. Sie führen in ihren Zuständigkeitsgebieten regelmäßig Gespräche mit den Vertriebspartnern, unterstützen bei Bedarf auch bei der Betreuung der Kunden und informieren über Produktneuheiten. Bei ihren Aufgaben stehen den Mitarbeitenden des angestellten Außendienstes die für ihr Einsatzgebiet zuständigen Regionaldirektoren, die Mitarbeitenden der Vermittleradministration sowie die Mitarbeitenden der HLM Service GmbH zur Seite. Mit dieser – auf verschiedenen Säulen stehenden – Organisationsstruktur wird ein kunden- und vertriebsorientierter Service, eine persönliche Betreuung jedes Vermittlers, eine schnelle Entscheidung, fachliche Expertise und eine fallabschließende Bearbeitung erreicht. Davon profitieren auch die Kunden von Helvetia.

Über das zentral eingerichtete Vertriebs-Controlling werden die Vermittler beobachtet und bei Auffälligkeiten im Einzelfall geprüft. Für die Analyse werden anlassbezogen verschiedene Parameter zur Qualitätssicherung (z.B. Stornoquote, Haftungsbeträge) herangezogen. Die Ergebnisse und ggf. eingeleiteten Maßnahmen werden dokumentiert. Auch aus dem internen Beschwerdemanagement können Hinweise auf Auffälligkeiten und Unregelmäßigkeiten gezogen werden.



## 2.2. Compliance-Organisation

Die Grundlage des Compliance-Systems von Helvetia sind die verabschiedete Compliance-Leitlinie und der Code of Conduct sowie die internen Richtlinien und Regeln gegenüber Kunden, Vermittlern und Geschäftspartnern.

Für die Einhaltung der geltenden Gesetze und internen Richtlinien ist zunächst jeder einzelne Mitarbeitende zuständig. Jeder hat sich mit den für seine tägliche Arbeit geltenden Gesetzen und Richtlinien vertraut zu machen. Um diesen Grundsatz des eigenverantwortlichen Handelns sicherzustellen, gibt es auch bei Helvetia die drei Verteidigungslinien<sup>2</sup>, die auf unterschiedlichen Stufen im Unternehmen ihren Beitrag zu einer wirksamen Compliance-Organisation leisten:

- Zunächst sind alle Mitarbeitende und Führungskräfte dafür verantwortlich, dass sie sich bei ihrer täglichen Arbeit rechtskonform verhalten und ggf. Verstöße aufgedeckt werden (erste Verteidigungslinie). Der gesunde Menschenverstand und die Beachtung der ethischen Grundsätze tragen wesentlich dazu bei, mit den gesetzlichen Vorschriften und den internen Arbeitsanweisungen in Einklang zu sein. Die Geschäftsleitung und Führungskräfte sind hier Vorbild.
- Die zweite Verteidigungslinie bildet (zusammen mit dem Risikomanagement und der versicherungsmathematischen Funktion) die Compliance-Funktion. Sie unterstützt alle Mitarbeitenden und Führungskräfte im Umgang mit den rechtlichen, regulatorischen und ethischen Vorgaben und der Einschätzung von Compliance-Risiken. Sie ist ferner dafür zuständig, eine wirksame Compliance-Organisation zu schaffen und unterstützt die Geschäftsleitung im Hinblick auf ein wirksames Management der Compliance-Risiken innerhalb des jeweiligen Geschäftsbereiches.
- Die dritte Verteidigungslinie stellt als objektive und unabhängige Prüfungsinstanz die Interne Revision dar. Sie unterstützt in dieser Funktion in erster Linie die Geschäftsleitung, die operativen Manager und die Überwachungsinstanzen (wie z.B. die Compliance-Funktion). Ferner soll sie die Gewähr dafür bieten, dass die Risiken wirksam erkannt, bewertet und gesteuert werden.

Die Compliance-Organisation innerhalb des Helvetia Konzerns ist dezentral organisiert und gliedert sich in drei Funktionsstufen:

- An erster Stelle steht der Group Compliance Officer mit Sitz in der Schweiz. Seine Aufgabe ist es, die Voraussetzungen für ein effektives Compliance-Management auf Gruppenebene und in allen Ländermärkten zu schaffen.
- An zweiter Stelle stehen die Compliance-Beauftragten der Ländermärkte. Sie sind für die Einhaltung und Überwachung der nationalen gesetzlichen Vorgaben sowie internen Richtlinien verantwortlich. Jeder Compliance-Beauftragte ist in seinem Ländermarkt primärer Ansprechpartner für compliance-relevante Themen und berät bei der Umsetzung von Compliance-Vorgaben. Für die

---

<sup>2</sup> sog. "Three Lines of Defence Theory".

Bundesrepublik Deutschland wurde der Compliance-Beauftragte der MU-DE bei der BaFin als Inhaber der Compliance-Funktion angezeigt.

- An dritter Stelle stehen die Compliance-Spezialisten für spezifische Risiken (z.B. Datenschutz, Geldwäsche, Kartellrecht oder vertriebliche Angelegenheiten). Sie unterstützen den Compliance-Beauftragten, die Mitarbeitenden und Führungskräfte im Umgang mit den spezifischen Compliance-Risiken.

Der Compliance-Beauftragte von Helvetia Deutschland berichtet halbjährlich oder bei Bedarf *ad hoc* dem Group Compliance Officer über die laufenden Compliance-Aktivitäten, die wesentlichen Veränderungen von Compliance-Risiken sowie deren Bewertung.

Darüber hinaus unterhalten die Compliance-Beauftragten einen regelmäßigen Informations- und Erfahrungsaustausch mit der Internen Revision und dem lokalen Risikomanagement.

Eine der Hauptaufgaben der Compliance-Funktion ist das Risiko- und Kontrollmanagement. Hier arbeiten die Compliance-Funktion und das Risikomanagement bei der Identifikation risikorelevanter rechtlicher Vorgaben, bei der Definition von Maßnahmen zur Steuerung der Compliance-Risiken, bei der Überwachung der Umsetzung sowie bei der Beurteilung der Wirksamkeit der ergriffenen Maßnahmen eng zusammen.

Zusätzlich erstellt der Group Compliance Officer in Absprache mit den Compliance-Beauftragten der Ländermärkte seine eigene Risikobeurteilung für die wesentlichsten Compliance-Risiken und schlägt geeignete Maßnahmen vor. Diese Ergebnisse sind auch im jährlichen Compliance-Report an die Konzern Geschäftsleitung enthalten.

### **2.3. Compliance-Kultur und Vorbildfunktion**

Helvetia möchte als verlässlicher und compliance-bewusster Anbieter von Versicherungs- und Vorsorgedienstleistungen wahrgenommen werden. Eine gute Compliance-Kultur heißt für sie deshalb, alle einschlägigen Gesetze, Vorschriften, Regelungen und ethischen Prinzipien zu beachten. Nur so lassen sich wirtschaftliche Risiken, aber auch Haftungs- und Reputationsrisiken für das Unternehmen nachhaltig vermeiden.

Der Schlüssel für eine gut funktionierende Compliance-Kultur ist die Vorbildfunktion von Geschäftsleitung und Führungskräften. Diese spiegelt das Verhalten und die Äußerungen der gesamten Führungsebene von Helvetia hinsichtlich einer gelebten Compliance wider und ist damit richtungsweisend für alle Mitarbeitenden (sog. "Tone at the Top"). Die Geschäftsleitungsmitglieder von Helvetia bekennen sich ausdrücklich zur Einhaltung der gesetzlichen und sonstigen internen und externen Vorschriften und erwarten dies auch von allen für Helvetia tätigen Personen. Insbesondere müssen die Führungskräfte als Vorbilder agieren und sicherstellen, dass die in ihrem Verantwortungsbereich getroffenen Entscheidungen und Handlungen mit den rechtlichen Bestimmungen vereinbar sind.

Mit dem Code of Conduct existieren Verhaltensrichtlinien für Helvetia Gruppe, in denen grundlegende und richtungsweisende Grundsätze für einen fairen, transparenten und

vertrauensvollen Umgang miteinander definiert sind. Die Verhaltensgrundsätze sind weiterhin in einer Betriebsvereinbarung verankert. Demnach ist jede(r) Mitarbeitende zu verantwortungsvollem Handeln, zur Einhaltung des geltenden Rechts und der Regeln des Code of Conduct verpflichtet.

Dieser für alle Mitarbeitende verpflichtende Code of Conduct ist ein wichtiger Bestandteil des gemeinsamen Bekenntnisses des Unternehmens zur Wahrung der Compliance-Kultur. Durch Informationen im Intranet, auf Vertriebsveranstaltungen und bei Schulungen stärkt Helvetia regelmäßig das Verständnis für die Compliance-Regelungen bei den Führungskräften, Mitarbeitenden und Vertriebspartnern.

## **2.4. Compliance-Ziele**

Die Compliance-Ziele von Helvetia leiten sich aus ihren Unternehmenszielen und -werten ab. Die Einhaltung von gesetzlichen und aufsichtsrechtlichen Anforderungen sowie internen Regeln und Weisungen ist oberstes Compliance-Ziel. Der im Unternehmensleitbild fest verankerte Wertekreis von "Vertrauen, Dynamik und Begeisterung" stellt zudem die Sicherheit und Nachhaltigkeit für die Kunden, Mitarbeitende, Vertriebspartner und die Umwelt in den Mittelpunkt des unternehmerischen Handelns von Helvetia.

Somit sind die Berücksichtigung der Kundenbedürfnisse und die bedarfsgerechte Beratung sowie Betreuung jedes Kunden als Compliance-Ziele des GDV-Verhaltenskodex bereits im Unternehmensleitbild von Helvetia verankert.

Für den Teilbereich Vertrieb beschreibt der GDV-Verhaltenskodex weitere, insbesondere vertriebsspezifische Compliance-Ziele. Diese Anforderungen werden unmittelbar in den bereits bestehenden Prozessen umgesetzt und durch entsprechende interne Richtlinien konkretisiert:

- Es werden klare und verständliche Versicherungsprodukte angeboten, welche dem Kunden einfach und deutlich die wichtigsten Produktmerkmale aufzeigen.
- Das Vertrauen des Kunden in Helvetia wird durch eine kundenorientierte Beratung und Vermittlung gewahrt.
- Die Mitarbeitenden, Vermittler und Vertriebspartner von Helvetia ächten Korruption und vermeiden Interessenskonflikte. Sie achten ferner auf den Datenschutz, das Kartell- und Wettbewerbsrecht und verhalten sich lauter im Umgang mit Geschenken und Einladungen.
- Fester Bestandteil eines Beratungsgesprächs ist die ordnungsgemäße Dokumentation und Aushändigung des Beratungsprotokolls an den Kunden. Die Betreuung und Beratung des Kunden nach Vertragsschluss erfolgt anlassbezogen entsprechend seinen Bedürfnissen und Wünschen. Eine Betreuung erfolgt, sobald für die Mitarbeitenden oder den Vermittler ein konkreter Anlass erkennbar ist.
- Das Kundeninteresse wird bei der Abwerbung bzw. Umdeckung gewahrt.

- Der Vermittler legitimiert sich beim ersten Kontakt klar und eindeutig gegenüber dem Kunden.
- Helvetia misst der Vermittlerqualifikation einen hohen Stellenwert bei. Deshalb arbeitet sie nur mit qualifizierten und gut beleumundeten Vermittlern zusammen.
- Um das Kundeninteresse nicht zu gefährden, wahrt Helvetia die Unabhängigkeit des Versicherungsmaklers und gewährt keine unzulässigen Zusatzvergütungen, die über die vertragsgemäße Courtagevereinbarung hinausgehen.
- Der Hinweis gegenüber den Kunden auf das bestehende Ombudsmannsystem erfolgt in geeigneter Form auf den Visitenkarten und Druckstücken sowie im online-abrufbaren "Merkblatt für das interne Beschwerdemanagement".
- Helvetia arbeitet nur mit Vertriebspartnern zusammen, die den GDV-Verhaltenskodex als Mindeststandard anerkennen und entsprechend im Markt auftreten.

Diese vorgegebenen Ziele werden durch die unter Ziff. 3 beschriebenen konkreten Maßnahmen umgesetzt.

## **2.5. Compliance-Risiken**

Di Helvetia handelt vorausschauend, nachhaltig und im Sinne des GDV-Verhaltenskodex. Deshalb werden die Compliance-Risiken jährlich vom Group Compliance Officer und dem Compliance-Beauftragten von Helvetia genau geprüft und ggf. angepasst. Neue Compliance-Risiken können aufgrund gesetzlicher Änderungen, Entwicklungen der Rechtsprechung sowie Änderung der äußeren Umstände entstehen. Die Compliance-Verantwortlichen folgen auch Hinweisen in einschlägigen Publikationen, bilden sich ständig fort und nehmen an Schulungsveranstaltungen teil.

Die Bewertung der identifizierten Risiken erfolgt nach Eintrittswahrscheinlichkeit und potentielltem Schadensausmaß. Basierend auf der Risikobewertung werden die bestehenden und ggf. zu treffenden Maßnahmen berücksichtigt und abgewogen. Die aus dieser Risikoanalyse gewonnenen Ergebnisse dienen der Compliance-Organisation im Rahmen ihres Compliance-Programms zur Schwerpunktsetzung und Maßnahmenplanung. Außerdem wird anhand dieser Ergebnisse überprüft und entschieden, ob Verbesserungen im Compliance-Programm erforderlich sind.

Strategische und unternehmerische Risiken werden bei Helvetia in erster Linie durch die jährliche Risikoanalyse des Risikomanagers im Rahmen des "Internal Control System and Operational Risk Management" (ICOR) erfasst. Das Risikomanagement orientiert sich hierbei an den aufsichtsrechtlichen Vorgaben der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin). Die gemeldeten Risiken werden strukturiert und nach Eintrittswahrscheinlichkeit und Schadenhöhe bewertet.

### 3. Vertriebs-Compliance-Programm

Das nachfolgend beschriebene Vertriebs-Compliance-Programm gibt Regeln vor und stellt Grundsätze und Maßnahmen zur Verfügung, um das Einhalten dieser Regeln sicherzustellen und um eine systematische und effiziente Prüfung zu ermöglichen.

Über die wesentlichen Inhalte des speziell für den Vertrieb entwickelten Compliance-Programms wurden alle Mitarbeitenden des Innen- und angestellten Außendienstes, die Generalagenturen und deren Mitarbeitende sowie die übrigen Vertriebspartner informiert. Neben den Leitsätzen des GDV-Verhaltenskodex wurden auch das Verständnis von Helvetia, die Einbindung und Integration der Vorgaben aus dem GDV-Verhaltenskodex in die bestehenden Prozesse beschrieben sowie Handlungsspielräume konkretisiert.

Für die Generalagenten von Helvetia sind die Compliance-Regelungen verbindlich. Die bereits angebotenen Generalagenten wurden schriftlich mit ausdrücklichem Verweis auf die Einhaltung und Verbindlichkeit der vertrieblichen Compliance-Regeln von Helvetia und des GDV-Verhaltenskodex hingewiesen. Für die Einhaltung des Compliance-Regelwerks sind die jeweiligen Führungskräfte und der Compliance-Spezialist für vertriebliche Angelegenheiten zuständig. Die übrigen Vertriebspartner, insbesondere Makler und Mehrfachgeneralagenten, wurden ebenfalls schriftlich darüber informiert, dass Helvetia nur noch mit Versicherungsvermittlern zusammenarbeitet, die die Vorgaben, Ziele und Anforderungen aus dem GDV-Verhaltenskodex in ihrer Tätigkeit als Versicherungsvermittler beachten. Zusätzlich wurden sie darauf hingewiesen, dass Helvetia die verbandseigenen Kodizes der großen Maklerverbände, wie z.B. BDVM, BVK, VOTUM oder Versicherungsbote anerkennt. Bei neu anzubindenden Versicherungsvermittlern werden die Grundsätze des GDV-Verhaltenskodex vertraglich einbezogen.

Der Compliance-Spezialist für den Vertrieb identifiziert seitdem insbesondere unter Berücksichtigung der Auswertung von BaFin-, Ombudsmann und Kundenbeschwerden vertriebsspezifische Risiken und nimmt bei Bedarf notwendige Maßnahmen neu in das Vertriebs-Compliance-Programm auf.

Über flankierende Maßnahmen wie das interne Beschwerdemanagement oder Kennzahlen zu Stornoquoten und Umdeckungen wird die Einhaltung der vorgegebenen Regelungen ebenfalls überprüft.

Bei Verstößen sind die vertrieblichen Führungskräfte angehalten, angemessene Konsequenzen zu ziehen, die in einem mehrstufigen Verfahren unter Umständen auch zur Beendigung der Geschäftsbeziehung führen können.

Ferner wird das Thema "Vertriebs-Compliance" in den Aus- und Weiterbildungsprogrammen der Vertriebsmitarbeitenden und Vertriebspartner verstärkt berücksichtigt. Zudem hat Helvetia im Hinblick auf den GDV-Verhaltenskodex einen eigenen Intranetauftritt veröffentlicht. Dieser eröffnet allen Mitarbeitenden jederzeit die Möglichkeit, sich mit den Inhalten des GDV-Verhaltenskodex vertraut zu machen.

Das nachfolgende Kapitel beleuchtet die im GDV-Verhaltenskodex genannten Punkte und stellt dar, wie diese im Einzelnen bei Helvetia verstanden und umgesetzt bzw. beachtet werden.

### **3.1. Die Bedürfnisse der Kunden stehen immer im Mittelpunkt.**

Ziffer 1 des GDV-Verhaltenskodex:

*"Versicherungsschutz ist für Kunden eine Vertrauensangelegenheit. Um dieses Vertrauen zu schaffen und zu wahren, orientieren sich die Versicherungsunternehmen und der Versicherungsvertrieb an den Bedürfnissen des Kunden und stellen diese in den Mittelpunkt ihres Handelns. Die Beachtung der berechtigten Interessen und Wünsche des Kunden hat Vorrang vor dem Provisionsinteresse der Vertriebe.*

*Die Versicherungsunternehmen und der Versicherungsvertrieb handeln im bestmöglichen Interesse der Kunden. Die Versicherungsunternehmen achten darauf, dass ihre Vergütungssysteme keine Anreize bieten, die die ehrliche, redliche und professionelle Beratung der Kunden gefährden.*

*Die monetäre und nicht monetäre Unterstützung von Vertriebspartnern ist grundsätzlich darauf ausgerichtet, sie dauerhaft in die Lage zu versetzen, dem Anspruch an ehrliche Kundenorientierung, qualifizierte Beratung und professionellen Service bestmöglich gerecht zu werden."*

#### **3.1.1. Verständnis von Helvetia**

Eine hohe Kundenzufriedenheit zu erreichen, das Vertrauen der Kunden in die Produkte und den Service zu rechtfertigen sowie möglichst langfristig zu wahren, ist ein wesentliches Ziel von Helvetia, das im Unternehmensleitbild fest verankert ist. Dieses Ziel ist nur erreichbar, wenn den Kunden Produkte vermittelt werden, die deren Wünschen und Bedürfnissen am besten entsprechen. Im Rahmen der Vermittlung von Produkten durch Vermittler dürfen diese daher nicht durch monetäre Vorteile und dergleichen motiviert werden, einem Kunden ein Produkt zu vermitteln, das den Wünschen und Bedürfnissen des Kunden nicht am besten entspricht. Es ist daher sicherzustellen, dass sich die Beratung durch den Vermittler allein an den Wünschen und Bedürfnissen des Kunden orientiert und nicht eigene (finanzielle) Vorteile im Vordergrund stehen.

#### **3.1.2. Umsetzung bei Helvetia**

Helvetia ist es besonders wichtig, Fehlanreize durch den Verkauf ungeeigneter oder nicht benötigter Produkte zu verhindern. Aus diesem Grund gibt es zahlreiche Maßnahmen, die sicherstellen, dass das Kundeninteresse bei der Beratung und Vermittlung im Vordergrund steht.

Insbesondere durch die Richtlinie "Verhinderung von Anreizen, Anreizsystemen & Interessenskonflikten" wurden umfangreiche Vorgaben für den Versicherungsvertrieb

durch Helvetia und deren angebundene Versicherungsvermittler festgelegt. Die Richtlinie enthält insbesondere folgende Vorgaben:

- Helvetia und deren Vertriebspartner vertreiben keine Versicherungsanlageprodukte, die im Konflikt mit den Interessen des Kunden stehen und/oder den Kundeninteressen schaden können. Helvetia beachtet zudem grundsätzlich alle Arten von Interessenkonflikten, die bei der Durchführung von Versicherungsvertriebstätigkeiten im Zusammenhang mit Versicherungsanlageprodukten auftreten und den Interessen eines Kunden schaden können. Es wurden Verfahren und Maßnahmen für die Ermittlung und den Umgang bzw. die Vermeidung und/oder Beseitigung von Interessenskonflikten geschaffen.
- Die Vertriebsvergütung von Helvetia darf nicht mit ihrer Pflicht, im bestmöglichen Interesse der Kunden zu handeln, kollidieren. Helvetia darf daher keine Vorkehrungen durch die Vertriebsvergütung, Verkaufsziele oder in anderer Weise treffen, durch die Anreize für sie selbst oder Vertriebspartner geschaffen werden könnten, einem Kunden ein bestimmtes Versicherungsprodukt zu empfehlen, obwohl sie ein anderes, den Bedürfnissen des Kunden besser entsprechendes Versicherungsprodukt anbieten könnten. Die Vertriebsvergütung darf danach insbesondere keine Anreize setzen, die einen nicht hinnehmbaren Widerspruch begründen zu der Helvetia bzw. den Vertriebspartnern obliegenden Pflicht zur bestmöglichen Beratung.

Auch die Richtlinie "Vertriebskodex – Zuschüsse für Makler" gewährleistet, dass Versicherungsmakler nicht durch sachfremde Erwägungen bzw. finanzielle Vorteile im Rahmen der Beratung eines Kunden so beeinflusst werden, so dass deren Interessen Vorrang vor den Wünschen und Bedürfnissen eines Kunden genießen könnten. Somit ist sichergestellt, dass die Unabhängigkeit von Versicherungsmaklern nicht tangiert wird und diese allein im Interesse der Kunden handeln.

### **3.1.3. Monitoring**

Alle Maßnahmen zur Vermeidung von Interessenskonflikten werden gemäß der Richtlinie "Verhinderung von Anreizen, Anreizsystemen & Interessenskonflikten" jährlich durch Vertriebsmonitoring Leben sowie Vertriebsunterstützung Leben überprüft und sofern ein Anlass dazu besteht, überarbeitet. Die Beurteilung, ob ein Anreiz bzw. eine Anreizregelung vorliegt, wird anhand mehrerer Kriterien im Rahmen einer Gesamtanalyse bewertet. Im Falle einer positiven Prüfung werden alle erforderlichen Maßnahmen seitens Vertriebsmonitoring Leben, Vertriebsunterstützung Leben und/oder Vertriebssteuerung/Vertriebsrecht ergriffen, um die nachteiligen Auswirkungen etwaiger Anreize bzw. Anreizregelungen zu beheben und für die Zukunft zu verhindern.

Die GL-Anweisung "Grundsätze der Aufsicht und Lenkung" nebst Anlagen sehen im Rahmen produktspezifisch festgelegter Prüfprozesse regelmäßige Kontrollen vor, ob ein Versicherungsprodukt zielmarktkonform vertrieben wird. Dem Ergebnis dieser Prüfung kann insbesondere entnommen werden, ob im Rahmen des Vertriebs der

Versicherungsprodukte die Wünsche und Bedürfnisse der Kunden – aus Sicht eines produktspezifischen Zielmarktes – berücksichtigt werden.

### **3.2. Wer Versicherungen vermittelt, erklärt den Kunden seinen Status.**

Ziffer 2 des GDV-Verhaltenskodex:

*"Kunden haben die Wahl, von wem und wie sie sich beraten lassen. Sie sollen sich im Klaren über die Interessenslage ihres Gegenübers sein und sich darauf einstellen können. Vermittler legen den Kunden beim ersten Geschäftskontakt ihren Status unaufgefordert klar und eindeutig offen und informieren über die Art und Quelle ihrer Vergütung. Insbesondere ist verständlich zu erklären, ob die Vergütung für die Beratung direkt vom Kunden zu zahlen oder in der Versicherungsprämie enthalten ist. Versicherungsvertreter benennen, in wessen Auftrag sie tätig sind.*

*Die Verpflichtung, sich eindeutig zu legitimieren, gilt für alle Vermittler. Unabhängig davon, ob der Kontakt persönlich oder digital stattfindet."*

#### **3.2.1. Verständnis von Helvetia**

Die eindeutige und klare Legitimation des Vermittlers beim Erstkontakt mit dem Kunden entspricht der gesetzlich vorgeschriebenen statusbezogenen Unterrichtungsbzw. Informationspflicht. Dem Kunden muss klar sein, ob der Vermittler Versicherungsprodukte vom gesamten Versicherungsmarkt oder nur von einem bzw. mehreren ausgewählten Versicherungsunternehmen anbieten kann. Insbesondere, ob er als Makler nach § 34 d Abs.1 GewO, als Versicherungsvertreter mit Erlaubnis nach § 34 d Abs. 1 GewO, als gebundener Versicherungsvertreter (Generalagent) nach § 34 d Abs. 7 S. 1 Nr.1 GewO oder als produktakzessorischer Versicherungsvertreter mit Erlaubnisbefreiung nach § 34 d Abs. 6 GewO gemeldet und tätig ist. Das Ziel von Helvetia ist es, von Anfang an vollumfängliche Transparenz zwischen den Gesprächs- bzw. Geschäftspartnern sicherzustellen.

#### **3.2.2. Umsetzung bei Helvetia**

Jeder Generalagent von Helvetia hat die Verpflichtung, dem Kunden beim ersten Geschäftskontakt die gesetzlich vorgeschriebenen Angaben klar und verständlich in Textform mitzuteilen. Die Verpflichtung zur Legitimation ist sowohl im Agenturvertrag über die Verpflichtung zur Einhaltung der Wettbewerbsrichtlinie enthalten als auch mit entsprechender interner Richtlinie kommuniziert.

Die Legitimation der Generalagenten erfolgt im Rahmen eines persönlichen (Erst-) Kontaktes vorrangig durch Übergabe eines umfassenden Informationsblattes an den Kunden, welches die von Gesetzes wegen offen zu legenden Angaben enthält. Zusätzlich enthalten die E-Mail-Signaturen und Homepages der Vermittler die erforderlichen Informationen. Um sicherzustellen, dass die Informationen den gesetzlichen sowie den Anforderungen des GDV-Verhaltenskodex entsprechen, wurden den



Generalagenten unterschiedliche Muster zur Ausgestaltung des Informationsblattes, der E-Mail-Signaturen und eines Website-Impressums zur Verfügung gestellt. Soweit die Website eines Generalagenten von Helvetia verwaltet wird, stellt diese die Einhaltung aller gesetzlichen Informationspflichten sicher. Auf den Inhalt und die Bedeutung der Legitimationspflicht werden die Vermittler bei Informations- und Schulungsveranstaltungen, Seminaren, Tagungen und über die zuständigen Führungskräfte des angestellten Außendienstes regelmäßig hingewiesen.

Zur Sicherstellung der Einhaltung der vorgenannten Vorgaben sind die Generalagenten von Helvetia verpflichtet, ausschließlich die von Helvetia zur Verfügung gestellten Materialien und Musterblätter zu verwenden. Sie können über den von der Marketingabteilung verwalteten "Online Werbeshop" in vorgegebenem Rahmen individualisiert und bestellt werden. Die Inhalte der Legitimationsunterlagen sind vorgegeben. Sie werden bei Bedarf entsprechend der gesetzlichen Vorgaben aktualisiert.

Versicherungsmakler haben eigenverantwortlich die gesetzlichen Informationspflichten zu beachten.

### **3.2.3. Monitoring**

Die Führungskräfte des angestellten Außendienstes sind angehalten, die Einhaltung der vorstehend genannten Vorgaben stichprobenartig zu überprüfen.

Ferner stehen den Kunden das standardisierte interne Beschwerdemanagementsystem sowie das Versicherungsombudsmann- und BaFin-Beschwerdeverfahren zur Verfügung, um darauf aufmerksam zu machen, dass sie – aus ihrer Sicht – nicht richtig über den Status des Vermittlers aufgeklärt wurden.

### **3.3. Jede Empfehlung berücksichtigt Ziele, Wünsche und Bedürfnisse der Kunden.**

Ziffer 3 des GDV-Verhaltenskodex:

*"Wer Versicherungen vertreibt, muss die Ziele, Wünsche und Bedürfnisse der Kunden zum Versicherungsschutz dem Anlass entsprechend ermitteln, analysieren und bewerten. Auf dieser Basis werden dem Kunden die wichtigsten Merkmale des Versicherungsproduktes – einschließlich der Ausschlüsse vom Versicherungsschutz – für ihn verständlich aufgezeigt.*

*Jegliche Beratung (persönlich oder digital) fußt auf diesen Zielen, Wünschen und Bedürfnissen. Dabei beachten die Versicherungsunternehmen, dass der Kunde entscheidet, ob und wie er beraten werden möchte.*

*Die Versicherungsunternehmen unterstützen die Beratung bestmöglich, indem sie die dafür erforderlichen, sachgerechten Informationen zur Verfügung stellen.*

*Diese werden so aufbereitet, dass sie dem Kunden eine individuelle Entscheidung ermöglichen. Insbesondere Angaben über mögliche künftige Leistungen im Bereich lang laufender Altersvorsorgeprodukte werden transparent, nachvollziehbar und objektiv*

*auf standardisierten, vergleichbaren, branchenweit akzeptierten Verfahren dargestellt."*

### **3.3.1. Verständnis von Helvetia**

Die Ziele, Wünsche und Bedürfnisse des Kunden stehen nach Auffassung von Helvetia im Mittelpunkt jeder Beratung. Daher hat Helvetia den Anspruch, die höchste Qualität in Beratung, Produktgestaltung und Schadenregulierung zu gewährleisten. Individuelle Bedürfnisse und Fragen jedes einzelnen Kunden stehen bei der Produktgestaltung sowie der persönlichen Beratung damit stets an erster Stelle. Mit Hilfe einer ganzheitlichen oder anlassbezogenen strukturierten Beratung können die Vermittler von Helvetia den individuellen Bedürfnissen, Zielen und Wünschen der Kunden Rechnung tragen.

### **3.3.2. Umsetzung bei Helvetia**

Ein Kernelement zur Erreichung des Ziels, die Wünsche und Bedürfnisse des Kunden in den Mittelpunkt einer jeden Beratung zu stellen, ist die laufende Überprüfung der Verfahren zur Vertriebs- und Kundenorientierung, mit dem Ziel Prozessverbesserungen zu realisieren. Aus diesem Grund gibt es zahlreiche Maßnahmen, die sicherstellen, dass das Kundeninteresse bei der Beratung und Vermittlung im Vordergrund steht.

Kennzeichnend für Helvetia ist die enge Zusammenarbeit zwischen Außen- und Innendienst. Dadurch möchte Helvetia ihre Ziele, ein vertriebs- und kundenfreundliches Versicherungsunternehmen zu sein, erreichen. Für die Ausschließlichkeitsorganisation schafft Helvetia mit serviceorientierter Betreuung, guten und wettbewerbsfähigen Produkten sowie der Bereitstellung von moderner Technik und entsprechendem Equipment die hierfür erforderlichen Rahmenbedingungen.

Die Vertriebssteuerung unterstützt durch eine besondere Beratungssoftware die bedarfsgerechte Beratung. Die Wünsche und Bedürfnisse jedes Kunden zum Versicherungsschutz können vom Vermittler mit dieser Software ermittelt, strukturiert, analysiert und bewertet werden. Insbesondere anlässlich des Erstkontaktes kann mit Hilfe dieses elektronischen Tools eine umfassende Risiko- und Bedarfsanalyse erstellt werden. Auf Basis der erfragten Ziele und Wünsche des Kunden wird vom Vermittler eine individuelle Bedarfssituation festgestellt und eine passende Bedarfsdeckung ermittelt, die mit dem Kunden erörtert wird. Zu Beginn ihrer Tätigkeit bei Helvetia erhalten alle Vermittler Schulungen zu den Produktangeboten und den einzusetzenden EDV-Systemen.

Damit die Vermittler von Helvetia immer auf dem aktuellen Stand der Produktangebotspalette sind, um so ihre Kunden optimal beraten zu können, erhalten sie regelmäßige Informationen in Form von Newslettern, Vertriebsinformationen oder persönlich bei Tagungen und in Gesprächen mit ihren Betreuern.

Um auch im Maklervertrieb sicherzustellen, dass die Kundenbedürfnisse im Mittelpunkt von Beratung und Vermittlung stehen, prüft Helvetia vor Beginn einer jeden

Geschäftsbeziehung entsprechend aufsichtsrechtlicher Vorgaben die jeweilige Qualifikation und Legitimation. Zudem schafft Helvetia auch für die Makler durch gute und wettbewerbsfähige Produkte, die Bereitstellung von besonderer Software und durch persönliche Betreuung durch den angestellten Außendienst die entsprechenden Rahmenbedingungen.

### **3.3.3. Monitoring**

Neben dem vom Vertriebs-Controlling vorgegebenen Prozess, welcher auf die bedarfsgerechte Beratung der Kunden durch die Vermittler abzielt, können auch über das interne Beschwerdemanagement von Helvetia Auffälligkeiten identifiziert und Maßnahmen ergriffen werden, die geeignet sind, eventuelle Missstände bei der Beratung zu beseitigen.

Die GL-Anweisung "Grundsätze der Aufsicht und Lenkung" nebst Anlagen sehen im Rahmen produktspezifisch festgelegter Prüfprozesse regelmäßige Kontrollen vor, ob ein Versicherungsprodukt zielmarktkonform vertrieben wird. Hierdurch wird gewährleistet, dass lediglich Versicherungsprodukte vertrieben werden, die den Wünschen und Bedürfnissen der Kunden entsprechen.

### **3.4. Jede Empfehlung zu einem Vertragsabschluss wird nachvollziehbar begründet und dokumentiert.**

Ziffer 4 des GDV-Verhaltenskodex:

*"Die Dokumentation der Beratung ist von besonderer Bedeutung. Sie macht sowohl die Empfehlung als auch die Entscheidung für die Kunden nachvollziehbar und muss deshalb mit besonderer Sorgfalt erfolgen."*

#### **3.4.1. Verständnis von Helvetia**

Jeder Kunde, der ein Versicherungsprodukt von Helvetia erwirbt, soll auch eine entsprechende Beratungsdokumentation auf Basis des persönlichen Gesprächs mit dem Vermittler erhalten. Im Mittelpunkt dieses Beratungsgesprächs steht die Ermittlung des individuellen Kundenbedürfnisses. Auf dieser Grundlage erfolgt dann die Produktempfehlung. Das individuelle Kundenbedürfnis wird entweder im Rahmen einer ganzheitlichen oder anlassbezogenen Beratung ermittelt.

#### **3.4.2. Umsetzung bei Helvetia**

Im Zusammenhang mit der Umsetzung der EU-Vermittlerrichtlinie wurden die Vermittler über die geänderten Beratungspflichten und die Entwicklung eines entsprechenden Analyse- und Beratungsprogrammes informiert.

Über ihre Beratungssoftware stellt Helvetia ihrer Ausschließlichkeitsorganisation einen standardisierten Prozess zur Verfügung, der sicherstellt, dass jede Beratung auch

dokumentiert werden kann. Die Beratungsprotokolle werden den Kunden bei Abschluss ihres Versicherungsantrages ausgehändigt.

Die Option einer Verzichtserklärung des Kunden über die Beratung oder Dokumentation gemäß § 61 Abs.2 Versicherungsvertragsgesetz (VVG) durch gesonderte schriftliche Erklärung findet bei der Vermittlung durch die Generalagenten nur in begründeten Ausnahmefällen statt. Diese gesetzlich geregelte Ausnahme wird von Helvetia nicht unterstützt und ist im standardisierten Angebots- und Beratungsprozess nicht vorgesehen.

In den Agenturverträgen verpflichten sich die Generalagenten von Helvetia der ihnen obliegenden Beratungspflicht nachzukommen, die entsprechenden Beratungsprotokolle anzufertigen und ordnungsgemäß zu archivieren. Auf Verlangen müssen die Beratungsprotokolle der Führungskraft bzw. zuständigen Fachabteilung vorgelegt werden. Die Interne Revision darf im Rahmen ihrer Kompetenzen Prüfungen in den Agenturen durchführen.

Auf von Maklern erstellte Beratungsprotokolle hat Helvetia keinen direkten Zugriff. Insofern ist es die originäre Aufgabe des Versicherungsmaklers als Vertreter der Bedürfnisse und Wünsche des Kunden, diesen zu beraten und die dabei erstellte Beratungsdokumentation aufzubewahren. Bei Falsch- oder Nichtberatung treffen allein den Versicherungsmakler etwaige bestehende Schadensersatzansprüche seines Kunden.

### **3.4.3. Monitoring**

Im Rahmen von anlassbezogenen Kontrollen werden sowohl das Vorliegen der Beratungsdokumentation als auch die ordnungsgemäße Archivierung geprüft. Ferner werden Verstöße gegen die den Vermittlern gesetzlich obliegenden Beratungs- und Dokumentationspflichten über das eingerichtete interne Beschwerdemanagementsystem, in welchem auch Beschwerden über Vermittler erfasst werden, bekannt. Wiederholte Verstöße können vertragliche Konsequenzen nach sich ziehen.

### **3.5. Versicherungsprodukte werden bedarfsgerecht entwickelt und vertrieben.**

*Ziffer 5 des GDV-Verhaltenskodex:*

*"Die Entwicklung von Versicherungsprodukten wird am Bedarf der Kunden ausgerichtet. Schon bei der Konzeption neuer Produkte achten die Versicherungsunternehmen darauf, bedarfsgerechten Versicherungsschutz zu entwickeln. Das spiegelt sich auch in der Festlegung des Zielmarktes von Versicherungsprodukten wider. Die Versicherungsunternehmen prüfen regelmäßig, ob ihre Produkte im ermittelten Zielmarkt vertrieben werden und dem Bedarf der Kunden, für die sie konzipiert wurden, entsprechen.*

*Bedarfsgerechte Produkte werden den Lebensumständen und Präferenzen der Kunden gerecht. Nicht bedarfsgerecht sind Produkte, die erkennbar nicht zu den Lebensumständen der Kunden passen.*

*Einfache und verständliche Produktunterlagen sollen den Kunden die Sicherheit bieten, eine individuelle und bewusste Entscheidung treffen zu können."*

### **3.5.1. Verständnis von Helvetia**

Der Bedarf an Versicherungsschutz ist vielfältig und orientiert sich stark an den gesellschaftlichen Verhältnissen und am gesellschaftlichen Wandel. Bestehende sowie neue Versicherungsprodukte haben dem Rechnung zu tragen, bestehende Versicherungsprodukte müssen regelmäßig auf Nutzen und Aktualität überprüft werden. Veränderungen unserer Umwelt und der technische Fortschritt erfordern die Entwicklung und Einführung neuer Versicherungsprodukte. Bei allem stehen stets die Interessen und Bedürfnisse der Kunden im Vordergrund, die fortwährend im Fokus von Helvetia und ihrer Produkte liegen.

### **3.5.2. Umsetzung bei Helvetia**

Die Entwicklung und die Anpassung neuer Versicherungsprodukte erfolgen nach Maßgabe des Produktentwicklungsprozesses ("PEP") von Helvetia und der GL-Anweisung "Grundsätze der Aufsicht und Lenkung", durch welche die Vorgaben eines ordnungsgemäßen "Product Oversight an Governance Verfahrens" ("POG") umgesetzt werden. Ausgangspunkt ist stets der Kunde, dessen Wünsche und Bedürfnisse durch unterschiedliche Instrumente der Marktforschung ermittelt werden. Von der Produktidee über die Konzeption, Entwicklung und Finalisierung eines Produktes sind unterschiedliche Bereiche mit weitreichenden Fachkompetenzen involviert. Hierdurch wird sichergestellt, dass alle Facetten Berücksichtigung finden, die zum Erfolg eines Versicherungsproduktes beitragen. Dabei ist Helvetia davon überzeugt, dass ein Versicherungsprodukt nur dann erfolgreich sein kann, wenn dieses die Wünsche und Bedürfnisse des Kunden bestmöglich berücksichtigt und widerspiegelt. Der langfristige Erfolg eines Versicherungsproduktes erfordert es, dass das Versicherungsprodukt selbst und den Kreis der Kunden, für die es konzipiert wurde (Zielmarkt), regelmäßig überprüft und in Frage gestellt werden. Ein gutes, erfolgreiches Versicherungsprodukt geht damit Hand in Hand mit der Zufriedenheit der Kunden und einer bedarfsgerechten Absicherung möglicher Risiken. Hierbei ist zu beachten, dass sich die Entwicklung von Versicherungsprodukten in den Bereichen Komposit und Leben stark voneinander unterscheiden. Dem wird im Rahmen der Produktentwicklung insbesondere bei der Ausgestaltung der produktspezifischen Informationsblätter, der Produktschulungen, der Beratungsprozesse und der nachgelagerten Produktüberprüfungen entsprechend Rechnung getragen.

### **3.5.3. Monitoring**

Bereits während des Produktfreigabeverfahrens, als auch nach Produkteinführung sind nach Maßgabe der GL-Anweisung "Grundsätze der Aufsicht und Lenkung" nebst den Anlagen "POG Leben" und "POG Komposit" seitens der jeweiligen Sparten unterschiedliche Maßnahmen zu ergreifen, die einen zielmarktkonformen Vertrieb

gewährleisten. Im Wege der Produktprüfung soll vor Produkteinführung beurteilt werden, ob das Versicherungsprodukt über seine gesamte Lebensdauer den ermittelten Bedürfnissen, Zielen und Merkmalen des Zielmarkts entspricht. Im Falle eines negativen Ergebnisses bringt Helvetia das betroffene Versicherungsprodukt bereits nicht auf den Markt. Die Produktüberwachung und Produktbewertung beziehen sich auf den Zeitraum und die Maßnahmen nach Produkteinführung. Dadurch sollen Ereignisse ermittelt werden, die sich erheblich auf die wesentlichen Merkmale, den Risikoschutz oder die Garantien der Produkte auswirken können. Hiervon auch umfasst sind etwa die Bedarfsdeckung, potenzielle Risiken, Vertriebskanäle sowie soziodemografische Eigenschaften. Auch Erkenntnisse einer allgemeinen Beobachtung des Marktgeschehens sind zu berücksichtigen. Zu prüfen ist, ob die Versicherungsprodukte weiterhin den Bedürfnissen, Merkmalen und Zielen des ermittelten Zielmarkts entsprechen und ob sie an den Zielmarkt oder an Kunden außerhalb des Zielmarkts vertrieben werden.

### **3.6. Kunden werden nachhaltig betreut und bei gegebenem Anlass beraten.**

Ziffer 6 des GDV-Verhaltenskodex:

*"Grundlage für eine nachhaltige Kundenbeziehung – und damit wichtig für die Versicherungsunternehmen und für die Vermittler – sind Beratung und Betreuung der Kunden auch nach Vertragsschluss. Deshalb erfolgt, sofern ein Anlass erkennbar ist, die Beratung und Betreuung auch nach Vertragsschluss während der gesamten Dauer des Versicherungsverhältnisses, insbesondere im Schaden- und Leistungsfall.*

*Die Abwerbung von Versicherungsverträgen ist insbesondere im Bereich der Lebens- und Krankenversicherung oft mit erheblichen Nachteilen für den Kunden verbunden. Kunden sind in jedem Fall über eventuelle Nachteile konkret aufzuklären. Dies ist Bestandteil der Beratungsdokumentation."*

#### **3.6.1. Verständnis von Helvetia**

Auch während der Laufzeit des Versicherungsvertrages stehen die individuellen Vorsorgeziele und Bedürfnisse jedes einzelnen Kunden im Mittelpunkt des Handelns von Helvetia. Als Vertragspartner der Kunden stellt Helvetia sicher, dass eine anlassbezogene Beratung des Kunden während der Vertragslaufzeit gewährleistet ist. Regelmäßig erfolgt diese Beratung durch den zuständigen Vermittler. Es ist seine Pflicht und Verantwortung, auf Wunsch oder bei erkennbarem Anlass – mit Unterstützung durch den Versicherer – den Kunden anlassbezogen und interessensgerecht zu beraten und zu betreuen. Sie kann aber auch durch die Mitarbeitenden des Innen- und Außendienstes erfolgen, wenn diese bei Kundenkontakten, z.B. am Telefon, um Beratung ersucht werden oder feststellen, dass der Kunde falsche Vorstellung vom Umfang des Versicherungsschutzes hat. Das kann z.B. dann der Fall sein, wenn

- der Versicherungsnehmer ausdrücklich bei einem Mitarbeitenden nachfragt, was in einer ganz bestimmten und konkreten Situation zu beachten ist (z.B. wie

sich ein längerer Auslandsaufenthalt auf die Hausrat- und/oder private Haftpflichtversicherung auswirkt);

- der Versicherungsnehmer Umstände anzeigt, die für den Vertrag wesentlich sind (z.B. Mitteilung einer neuen Adresse, der Heirat, der Geburt eines Kindes etc.);
- der Versicherungsnehmer konkrete, erhebliche und objektive Umstände anzeigt, die Auswirkungen auf den Vertrag haben können;
- speziell im Bereich der Lebensversicherung der Versicherungsnehmer seinen Vertrag kündigen möchte.

### **3.6.2. Umsetzung bei Helvetia**

Entsprechend der Vielschichtigkeit des Kundenstammes und der Mehrgleisigkeit der Vertriebswege setzt Helvetia eine Vielzahl von unterschiedlichen Methoden für die Betreuung ihrer Kunden ein:

- Im Rahmen des Betreuungsauftrages ist der Vertriebspartner in sämtlichen Belangen des laufenden Geschäftes grundsätzlich der erste Ansprechpartner für den Kunden. Grundsätzlich ist es seine Aufgabe, diese Kontakte möglichst proaktiv zu gestalten.
- Zur Kontaktpflege sind in einem speziell für die Generalagenten entwickelten Außendienstsystem Musterbriefe hinterlegt. Mitarbeitende des Ressorts Vertrieb unterstützen bei Bedarf, indem sie individuell für das jeweilige Geschäftsgebiet die Musterbriefe an den konkreten Anlass anpassen können (z.B. bei Bestandsaktionen).
- Helvetia respektiert die exklusive Kundenbindung des Maklers uneingeschränkt. Sie informiert deshalb ihre Makler über wesentliche Korrespondenzen zwischen ihr und dem Kunden (z.B. Vertragsänderungen, Information zu Schadenfällen etc.) mit im Außendienstsystem hinterlegten Kopien der geführten Korrespondenz.<sup>3</sup> Hieran können die Makler selbständig prüfen, ob weiterer bzw. aktueller Beratungsbedarf auf Seiten des Kunden besteht.
- Eine Auswahl von Beratungsanlässen wurde für den angestellten Innen- und Außendienst in einer internen Richtlinie und für die Vertriebspartner in der eingesetzten Beratungssoftware vordefiniert und festgelegt. Sobald einer dieser Anlässe für die Mitarbeitenden erkennbar ist, wird der Kunde beraten. Diese Regelungen sind dokumentiert und veröffentlicht, um die durchgehende Beratung der Kunden sicherzustellen.

---

<sup>3</sup> Über dieses System werden auch alle anderen Vertriebspartner über die laufende Korrespondenz mit dem Kunden informiert.

### 3.6.3. Monitoring

Werden Helvetia über ihr eingerichtetes internes Beschwerdemanagementsystem, das auch Vermittlerbeschwerden erfasst, Verstöße gegen die gesetzlichen Beratungs- und Dokumentationspflichten eines mit ihr zusammenarbeitenden Vermittlers (unabhängig vom Vertriebsweg) bekannt, sind Maßnahmen definiert, um zukünftige Verstöße zu vermeiden. Ebenso können anhand dieser Auswertung Handlungsempfehlungen für den Vertrieb zur Verbesserung formuliert werden.

### 3.7. Qualifikation ist die Basis von ehrlichem, redlichem und professionellem Vertrieb.

Ziffer 7 des GDV-Verhaltenskodex:

*"Den Versicherungsunternehmen ist bewusst, dass sie nur dann Vertrauen in Anspruch nehmen können, wenn sie auch vertrauenswürdig handeln. Sie legen Wert darauf, dass die Personen, mit denen sie kooperieren, vertrauenswürdig sind. Die Integrität und die Bindung an die Grundsätze eines ehrbaren Kaufmanns sind neben einer guten Qualifikation die Basis jeder Geschäftsbeziehung. Dieser Maxime folgt die Auswahl von Mitarbeitern und Vertriebspartnern. Die Versicherungsunternehmen achten bei einer Zusammenarbeit darauf, dass die Ausrichtung auf eine langfristige Kundenbeziehung ein gemeinsamer Wert und zentraler Maßstab ist.*

*Die kontinuierliche Stärkung der Beratungsqualität ist ein Kernanliegen der Versicherungsunternehmen. Um eine hohe Beratungsqualität zu garantieren, arbeiten die Versicherungsunternehmen nur mit gut beleumundeten und qualifizierten Vermittlern zusammen. Das bedeutet, dass sie nur mit den Versicherungsvermittlern kooperieren, die sich mindestens nach den gesetzlichen Vorgaben weiterbilden und das nachweisen können.*

*Versicherungsunternehmen sorgen dafür, dass alle unmittelbar oder maßgeblich am Vertrieb beteiligten Personen für ihre Tätigkeit angemessen qualifiziert sind und sich weiterbilden. Darüber hinaus verpflichten sich die Versicherungsunternehmen, auch den angestellten Werbeaußendienst zu Beginn ihrer Tätigkeit eine IHK-Prüfung ablegen zu lassen.*

*Bei der Zusammenarbeit mit registrierten Vermittlern verstehen die Versicherungsunternehmen die Einholung einer Auskunft bei der Auskunftsstelle über Versicherungs- / Bausparkassenaußendienst und Versicherungsmakler in Deutschland e. V. (AVAD) als Pflicht."*

#### 3.7.1. Verständnis von Helvetia

Eine gute Aus- und Weiterbildung sowie die Zuverlässigkeit von Vermittlern sind essentiell für eine gute Kundenberatung. Deshalb sind Zuverlässigkeit, eine fundierte Ausbildung und eine regelmäßige Weiterbildung bei allen Vermittlern Voraussetzung für eine Zusammenarbeit mit Helvetia. Dass diese Kriterien eingehalten werden, stellt



zu Beginn der Zusammenarbeit die sorgfältige Auswahl der Vertriebspartner sicher. Während der Zusammenarbeit unterstützt Helvetia ihre Vertriebspartner durch ein breit gefächertes Schulungs- und Weiterbildungsangebot.

### **3.7.2. Umsetzung bei Helvetia**

Die Anbindung und Zusammenarbeit von Helvetia mit Versicherungsvermittlern ist detailliert in der Richtlinie "Zusammenarbeit mit Vermittlern" geregelt, die sich eng am BaFin-Rundschreiben 11/2018 orientiert. Helvetia bindet danach nur solche Vertriebspartner an sich, die über einen guten Leumund verfügen. Hierfür wurden – je nach Vertriebsweg – Regelungen und Prozesse zur Zuverlässigkeitsprüfung von Vermittlern implementiert. Hierzu gehört u.a., dass bei der Neuanbindung bestimmte Nachweise vom Vertriebspartner zwingend erbracht werden müssen, die seine Zuverlässigkeit nachweisen. Art, Inhalt und Umfang der Prüfung orientieren sich hierbei an den aufsichtsrechtlichen Vorgaben der BaFin. Bei der Neuanbindung eines Generalagenten bedeutet das zwingend:

- Einholung der AVAD-Auskunft;
- Auszug aus dem Gewerbezentralregister;
- Vorlage eines polizeilichen Führungszeugnisses;
- Bonitätsprüfung durch eine Auskunftsei (z.B. Creditreform)

Ergeben sich aus den oben genannten, zwingend einzureichenden Unterlagen im Einzelfall Unregelmäßigkeiten auf Seiten des neu anzubindenden Vertriebspartners, wird zur weiteren Prüfung auch eine entsprechende Anfrage an das Schuldnerregister geschickt.

Bei der Neuanbindung von Maklern und Mehrfachgeneralagenten reicht zunächst die Nennung bzw. Vorlage der IHK- bzw. Versicherungsvermittlernummer aus. Diese wird einem Makler oder Mehrfachgeneralagenten nur dann erteilt, wenn er gegenüber der zuständigen IHK seine persönliche Zuverlässigkeit, geordnete Vermögensverhältnisse und entsprechende Sachkunde nachgewiesen hat.

Unabhängig vom Vertriebsweg muss jeder neu anzubindende Vertriebspartner einen Vermittlerfragebogen ausfüllen, der u.a. auch Fragen zu den Vermögensverhältnissen oder der erworbenen Sachkunde enthält. Erkennt die für den Einstellungsprozess zuständige Führungskraft Unregelmäßigkeiten oder Unstimmigkeiten, muss sie vor Unterzeichnung der Vermittlervereinbarungen weitere Unterlagen und Dokumente für eine weitergehende Prüfung und abschließende Entscheidung einholen.

Die Mitarbeitenden der Vermittleradministration und in Einzelfällen auch die verantwortlichen Mitarbeitenden der HLM Service GmbH prüfen die Vollständigkeit der oben aufgezählten Dokumente. Für jeden eingestellten Vermittler erfolgt diese Dokumentation in der digitalen Vermittlerakte. Erst wenn alle erforderlichen Dokumente vorliegen und keine Unregelmäßigkeiten zu erkennen sind, wird die Vermittlervereinbarung unterzeichnet.

Helvetia arbeitet nur mit Vermittlern zusammen, die über eine ausreichende und nachgewiesene Qualifikation verfügen. Das heißt, dass jeder Vermittler in der Lage sein muss, mindestens den IHK-Sachkundenachweis vorweisen zu können. Ist ein entsprechender Nachweis nicht möglich, kann das intern aufgelegte Ausbildungsprogramm zum Erwerb dieser Mindestqualifikation durchlaufen werden, um die notwendige Sachkunde zeitnah zu erwerben.

Auch nach der Einstellung des jeweiligen Vermittlers hat Helvetia ein großes Interesse an dem Fortbestehen der Zuverlässigkeit und Qualifikation. Zum einen werden anlassbezogene Prüfungen vorgenommen. So führen z.B. persönliche Veränderungen in der Person des jeweiligen Vermittlers (beispielsweise Veränderungen der Vermögensverhältnisse) zu einer Neubewertung des Vermittlerisikos. Diese Prüfung liegt insoweit in der Verantwortung der jeweiligen Führungskraft. Zum anderen erfolgt ein regelmäßiger maschineller Abgleich der Informationen aus dem Versicherungsvermittlerregister (sog. "Löschlisten") mit dem Vertriebspartnerbestand von Helvetia. Auffälligkeiten und Nachrichten zu einem Helvetia Vermittler werden an die Sachbearbeiter der Vermittleradministration und im Einzelfall auch an die entsprechende Abteilung bei der HLM Service GmbH weitergeleitet und dort entsprechend weiterbearbeitet.

Um Fehlberatungen oder den Verkauf ungeeigneter Produkte aufgrund mangelnder Qualifizierung zu minimieren, hält Helvetia ebenfalls geeignete Maßnahmen vor, um auch während der Zusammenarbeit ein möglichst hohes und einheitliches Niveau bei der Vermittlerqualifikation aufrecht zu erhalten.

Als akkreditierter Bildungsdienstleister der Brancheninitiative "gut beraten" bietet Helvetia allen Vermittlern – ungeachtet des Vertriebsweges – für die laufende Weiterbildung eigene Schulungsveranstaltungen in Form von Präsenzveranstaltungen oder Webinaren zu unterschiedlichsten Themen zur Erreichung der geforderten Weiterbildungspunkte an. Zusätzlich können die Vermittler auch bei externen Bildungsanbietern punktfähige Weiterbildungskurse besuchen.

Für die Mitarbeitenden des Außendienstes existiert mit den speziell für die Makler- und Agenturbetreuer entwickelten Weiterbildungsprogrammen der Deutschen Versicherungsakademie (DVA) ein besonderer Schulungskatalog. Mittelfristig soll jeder angestellte Außendienstmitarbeitende die DVA-Qualifikation zum "Vertriebsmanager im Agenturvertrieb" erwerben. Dank dieser Qualifikation können die Betreuer individuell die Generalagenten von Helvetia insbesondere in den Bereichen der Agenturenentwicklung, dem Agenturmarketing sowie in rechtlichen Vermittlerfragestellung fortlaufend unterstützen und weiter qualifizieren.

Um die gesetzlich geforderte Weiterbildung der ausschließlich gebundenen Versicherungsvertreter sicherzustellen, hat Helvetia ein Eskalationsverfahren erstellt. Dieses sieht mehrmals eine unterjährige Prüfung der nachgewiesenen Weiterbildungsstunden vor. Je nach aktuellem Weiterbildungsstand und Verlauf des maßgeblichen Kalenderjahres werden die ausschließlich gebundenen Versicherungsvertreter an die Weiterbildungsverpflichtung erinnert und bei deren Planung und Organisation unterstützt.

### 3.7.3. Monitoring

Die vor Aufnahme einer Vermittlertätigkeit zu erfolgende Zuverlässigkeitsprüfung wird anhand einer Checkliste in der Vermittlerakte durch die Vermittleradministration dokumentiert und archiviert. Ergeben sich aus den eingereichten Unterlagen Unregelmäßigkeiten, wird eine Entscheidung über die Aufnahme eines Agentur- oder Maklerverhältnisses durch das Vertriebscontrolling überprüft und die Entscheidungsgründe in der Vermittlerakte dokumentiert.

Die Kontrolle der gesetzlich erforderlichen Weiterbildungsstunden nach Maßgabe des hierfür etablierten Eskalationsverfahrens wird durch die jeweils zuständige Regionaldirektion durchgeführt.

### 3.8. Die Unabhängigkeit von Versicherungsmaklern wird gewahrt.

Ziffer 8 des GDV-Verhaltenskodex:

*"Makler sind Auftragnehmer des Kunden und handeln als dessen „Sachwalter“. Deshalb achten die Versicherungsunternehmen darauf, dass die Unabhängigkeit eines Maklers nicht beeinträchtigt wird.*

*Auch die Beauftragung eines Maklers als Dienstleister eines Versicherungsunternehmens darf die Unabhängigkeit des Maklers nicht beeinträchtigen – daher müssen beide Seiten etwaige Interessenkonflikte sorgfältig prüfen und vermeiden."*

#### 3.8.1. Verständnis von Helvetia

Die Unabhängigkeit der Makler ist für eine objektive und bedarfsgerechte Beratung der Kunden Grundvoraussetzung und wird von Helvetia gewahrt und respektiert. Eine wie auch immer ausgestaltete Einflussnahme auf Maklerverbindungen, die darauf abzielt, die Unabhängigkeit des Maklers in der Produkt- bzw. Versichererempfehlung zu steuern, entspricht nicht den Grundsätzen und dem Selbstverständnis von Helvetia.

#### 3.8.2. Umsetzung bei Helvetia

Die Vergütungsmodelle von Helvetia sind nicht geeignet, die Unabhängigkeit des Maklers zu tangieren. Die Zusammenarbeit mit Maklern findet auf der Basis von standardisierten Courtagevereinbarungen statt. Zusagen über umsatzabhängige Zusatzvergütungen bestehen nicht. Ferner werden keine Vorschüsse mehr auf nicht poliziertes Geschäft gewährt. Das bedeutet, dass es neben den vertraglich vereinbarten Courtagessätzen keine weiteren finanziellen unzulässigen Zuwendungen gibt. Diese Vorgaben sind in entsprechenden internen Richtlinien dokumentiert und wurden an die zuständigen Mitarbeitenden kommuniziert.

Durch die Richtlinie "Verhinderung von Anreizen, Anreizsystemen und Interessenkonflikten" wird sichergestellt, dass auch Versicherungsmaklern keine Vorteile jedweder Art gewährt werden, die zu Lasten der Beratung eines Kunden und dessen Wünschen

und Bedürfnissen erfolgt. Die Richtlinie regelt zudem detailliert die Verhinderung bzw. den Umgang mit Interessenskonflikten zu Lasten eines Kunden im Rahmen des Vertriebs eines Versicherungsanlageproduktes. Weiterhin wird durch die Richtlinie "Vertriebskodex – Zuschüsse für Makler" sichergestellt, dass Zuschüsse an Makler grundsätzlich unterbleiben bzw. nur unter engen Voraussetzungen möglich sind, durch welche sichergestellt werden kann, dass ein Zuschuss die Unabhängigkeit des Maklers nicht berührt.

### **3.8.3. Monitoring**

Der Abschluss und die Erfüllung von (Sonder-) Verträgen mit Versicherungsmaklern, insbesondere über Vergütungsformen, die über die Zahlung von Courtagen nach Maßgabe der Courtagevereinbarungen hinausgehen, folgt dem Prinzip der Differenzierung und Aufgabenverteilung. Die Funktionen/Zuständigkeiten bzgl. Vertragsunterzeichnung, Rechnungsprüfung und Zahlungsfreigabe sind getrennt. Durch diese Aufgabenverteilung – vom Abschluss der Vereinbarung mit einem Versicherungsmakler, über deren Erfüllung sowie deren Prüfung/Kontrolle – wird gewährleistet, dass die zu beachtenden Regeln nach Maßgabe der Richtlinie "Verhinderung von Anreizen, Anreizsystemen und Interessenskonflikten" sowie der Richtlinie "Vertriebskodex – Zuschüsse für Makler" eingehalten werden.

### **3.9. Versicherungsunternehmen bieten Kunden ein systematisches Beschwerdemanagement und ein Ombudsmannsystem.**

Ziffer 9 des GDV-Verhaltenskodex:

*"Kunden-Feedback, insbesondere in Form von Beschwerden, ist eine hilfreiche Quelle für Verbesserungen. Die Versicherungsunternehmen verfügen über ein systematisches Beschwerdemanagement. Darüber hinaus besteht in der Versicherungswirtschaft ein Ombudsmannsystem. Die Branche bietet ihren Kunden damit ein unabhängiges sowie unbürokratisches System zur Beilegung von Meinungsverschiedenheiten mit Versicherungsunternehmen und -vermittlern.*

*Kunden werden explizit auf das Ombudsmannsystem hingewiesen."*

#### **3.9.1. Verständnis von Helvetia**

Für Helvetia ist es wichtig, dass Konflikte mit ihren Kunden zeitnah im gegenseitigen Einvernehmen gelöst werden. Gelingt dies nicht, können sich die Kunden für eine außergerichtliche Streitschlichtung mit ihrem Anliegen an den Versicherungsombudsmann, die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungen (BaFin), in Einzelfällen auch an die von der Europäischen Kommission bereitgestellte OS-Plattform<sup>4</sup> oder direkt an Helvetia wenden. Innerhalb von Helvetia wurde eine zentrale Beschwerdestelle im Rahmen eines unternehmensweiten Projekts zum internen Beschwerdemanagement geschaffen. Neben den üblichen Wegen des Beschwerdebriefs oder der Vorstandsbeschwerde kann seitdem eine Beschwerde auch über das Online-Formular "Ihr Anliegen ist uns wichtig" direkt an Helvetia gesendet werden.

#### **3.9.2. Umsetzung bei Helvetia**

Helvetia ist von Beginn an Mitglied im Verein des Versicherungsombudsmannes. An verschiedenen Stellen wird auf dieses bewährte System der außergerichtlichen Schlichtung hingewiesen.

Insbesondere in den Erstinformationen findet sich ein Hinweis auf das Ombudsmannsystem und die einem Kunden zur Verfügung stehende Beschwerdemöglichkeit. Die von einem Generalagenten an einen Kunden mitzuteilenden Erstinformationen wurden seitens der Vertriebssteuerung gestaltet und den Generalagenten in verschiedenen Mustern zur Verfügung gestellt.

Ferner findet sich ein entsprechender Hinweis gemäß § 1 Ziff. 19 VVG-InfoVO im Dokument "Versicherungsinformation nach der Informationspflichtenverordnung" wieder. Diese "Versicherungsinformation" ist fester Bestandteil von Helvetia "Kundendokumente", die jedem Versicherungsnehmer zusammen mit den Antragsunterlagen und später nochmals mit dem Versicherungsschein ausgehändigt und überlassen werden. Mit seiner Unterschrift auf dem Antrag bestätigt der Kunde den Erhalt dieser

---

<sup>4</sup> Gesetzliche Grundlage ist die Verordnung (EU) Nr. 524/2013 über die Online-Streitbeilegung (OS) in Verbraucherangelegenheiten.

Unterlagen. Schließlich enthält auch das "Merkblatt zum internen Beschwerdemanagement" einen Hinweis auf den Versicherungsombudsmann. Dieses Merkblatt ist auf der Homepage von Helvetia im Bereich "Service / Beschwerde" zum Herunterladen hinterlegt.

Sowohl in der "Versicherungsinformation" als auch im "Merkblatt zum internen Beschwerdemanagement" wird ausdrücklich darauf hingewiesen, dass sich der Kunde bei Meinungsverschiedenheiten auch an die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungen (BaFin), im Einzelfall auch an die europäische Streitbeilegungsplattform (OS-Plattform) oder direkt an das Unternehmen, nämlich an die Zentrale Beschwerdestelle, wenden kann.

Innerhalb des internen Beschwerdemanagements wird eine zügige und kompetente Bearbeitung der eingehenden Ombudsmann- und BaFin-Beschwerden sowie der sonstigen an den Vorstand oder die Geschäftsleitung gerichteten Beschwerden durch die Abteilung "Recht & Compliance" gewährleistet. Der Beschwerdemanager stellt durch regelmäßige Analysen, die Einleitung erforderlicher Gegenmaßnahmen, sowie Dokumentation und Reporting an die BaFin und die Geschäftsleitung eine faire und korrekte Bearbeitung aller bei Helvetia eingehenden Beschwerden sicher. Werden Mängel in den Prozessen festgestellt, werden Maßnahmen eingeleitet, um diese zu beseitigen und zukünftig zu vermeiden.

### **3.9.3. Monitoring**

Durch regelmäßiges Auswerten der Erkenntnisse aus dem unternehmensinternen Beschwerdemanagements wird das Einhalten dieses Grundsatzes sichergestellt.

### **3.10. Die Versicherungsunternehmen geben sich Compliance-Vorschriften und kontrollieren deren Einhaltung.**

Ziffer 10 des GDV-Verhaltenskodex:

*"Die Versicherungsunternehmen geben ihren Mitarbeitern im Vertrieb und ihren Versicherungsvertretern Compliance-Vorschriften und implementieren ein Kontrollsystem. Damit wollen sie Missstände im Vertrieb erkennen, um darauf reagieren zu können.*

*Inhalt der Compliance-Vorschriften sind insbesondere auch die Beachtung der wettbewerbsrechtlichen Vorschriften, die Ächtung von Korruption, Bestechung und Bestechlichkeit; klare Regeln für den Umgang mit Geschenken und Einladungen und sonstigen Zuwendungen; klare Regeln in Bezug auf Werbemaßnahmen und Unternehmensveranstaltungen sowie Vorschriften zur Vermeidung von Kollisionen von privaten und geschäftlichen Interessen.*

*Versicherungsunternehmen sind auf eine Vielzahl von Informationen angewiesen, die einen wesentlichen Bestandteil des Versicherungsgeschäfts darstellen. Der Schutz dieser Informationen vor möglichem Missbrauch ist essenziell. Kunden vertrauen darauf, dass ihre Daten bei den Versicherungsunternehmen in guten Händen sind. Der*

*verantwortungsvolle Umgang mit personenbezogenen Daten hat deshalb hohe Priorität. Die Versicherungswirtschaft hat in ihren Verhaltensregeln zum Datenschutz (Code of Conduct)<sup>5</sup> klare Regeln zum Umgang mit persönlichen und vertraulichen Daten und zur Einhaltung der datenschutzrechtlichen Vorschriften getroffen. Die Versicherungsunternehmen erwarten von ihren Vermittlern, dass auch sie dem Schutz der personenbezogenen Daten der Kunden höchste Aufmerksamkeit widmen und allen Anforderungen an Datenschutz und Datensicherheit gerecht werden."*

### **3.10.1. Verständnis von Helvetia**

Für Helvetia bedeutet Compliance nicht nur das Einhalten von gesetzlichen, aufsichtsrechtlichen und ethischen Regeln, sondern bildet die Grundlage aller geschäftspolitischen Entscheidungen und Aktivitäten. Die Gesamtheit der getroffenen Maßnahmen bildet das Helvetia Compliance-Programm, welches darauf abzielt, den guten Ruf der Helvetia bei ihren Geschäftspartnern und in der breiten Öffentlichkeit sicher zu stellen sowie Helvetia vor wirtschaftlichem Schaden zu bewahren. Um dem gerecht zu werden, sind alle Mitarbeitenden von Helvetia angehalten, diese Regeln bei ihren täglichen Arbeitsprozessen einzuhalten. Verstöße gegen compliance-relevante Bestimmungen sind keine "Kavaliersdelikte" und werden von der Geschäftsleitung nicht geduldet. Neben arbeitsrechtlichen Konsequenzen können Verstöße auch zu einer strafrechtlichen Verurteilung führen und letztendlich die Reputation des Unternehmens langfristig schädigen.

### **3.10.2. Umsetzung bei Helvetia**

Schon in den vergangenen Jahren hat Helvetia unternehmensweit geltende Verhaltensleitlinien für ihre Mitarbeitenden im Innen- und angestellten Außendienst aufgestellt. Sie sind fester Bestandteil der Arbeitsverträge. Zu diesen Verhaltensrichtlinien zählen insbesondere solche, die im Zusammenhang mit dem Kartellrecht, dem fairen Wettbewerb, dem Datenschutz und der Ächtung von Korruption, Bestechung und Bestechlichkeit erlassen wurden.

- In einer internen Richtlinie sind grundsätzliche Regeln für den Umgang mit Geschenken und Einladungen sowie sonstiger Zuwendungen aufgestellt. Helvetia toleriert keine Form von Bestechung und Bestechlichkeit. Sie hat deshalb in dieser Richtlinie sozial adäquate Obergrenzen festgelegt und Leitlinien für den Umgang mit Geschenken und Einladungen erlassen. Ebenso enthält die Richtlinie klare Regeln für Unternehmensveranstaltungen (sog. "Incentives") und die Teilnahme an Veranstaltungen Dritter. Ziel dieser Regelungen ist es, den Mitarbeitenden klare Orientierungshilfen bei möglichen Kollisionen von privaten und geschäftlichen Interessen zu geben. Entscheidend ist hier die Schaffung von Transparenz durch die Offenlegung möglicher Konflikte. Durch Betriebsvereinbarungen sind diese Verhaltensgrundsätze verbindlicher Bestandteil der

---

<sup>5</sup> Code of Conduct Datenschutz des GDV.

Arbeitsverträge aller Mitarbeitenden des Innen- und Außendienstes geworden. Bei Zweifelsfragen über die Zulässigkeit des Verhaltens gegenüber Geschäftspartnern oder im Wettbewerb haben die Mitarbeitenden stets die Möglichkeit, sich vertrauensvoll an den Compliance-Beauftragten zu wenden.

- Das Kartellrechts-Compliance-Programm von Helvetia weist auf die Einhaltung der kartellrechtlichen Vorgaben hin. Zentraler Ansprechpartner für alle Fragestellungen rund um dieses Thema ist der Compliance-Spezialist für Kartellrecht. Ein ausführlicher "Kartellrechtsleitfaden", Beispielfälle aus der Praxis, sowie die aktuellen Schulungsunterlagen stehen allen Mitarbeitenden im Intranet zur Verfügung.
- 2006 haben die Verbände der Versicherungswirtschaft mit den Verbänden des Versicherungsaußendienstes die sog. "Wettbewerbsrichtlinien für die Versicherungswirtschaft" vereinbart. Sie enthalten u.a. Regelungen zum Schutz des Verbrauchers vor unlauterem Wettbewerbsverhalten insbesondere unlauterer Werbung, vor unlauterem Geschäftsgebaren sowie Regeln zur Gewährleistung der Qualität der Vermittlung und Beratung. Die Verpflichtung auf diese Wettbewerbsrichtlinien ist Bestandteil der Agentur- und Vermittlerverträge. Ergänzt und konkretisiert werden sie durch Helvetia interne Vorgaben, wie z.B. durch die Hausmitteilung zum Thema "neue gesetzliche Anforderungen für die Telefonwerbung", oder die Bestimmungen zur Nutzung des Werbeshops für regionale Vermittlerwerbung, sowie die Gruppenrichtlinie "Corporate Design".
- Neben der Wahrung des fairen Wettbewerbs spielt auch der Datenschutz bei Helvetia eine wichtige Rolle. Die Einhaltung der datenschutzrechtlichen Bestimmungen ist Helvetia besonders wichtig. Sie ist zum 2. April 2013 dem Code of Conduct Datenschutz des GDV (CoC Datenschutz) beigetreten, der zuletzt mit Rücksicht auf die Vorgaben der DSGVO angepasst wurde. Helvetia befolgt den CoC Datenschutz damit in der jeweils aktuell gültigen Fassung. Der CoC Datenschutz regelt den Umgang mit personenbezogenen Daten in Versicherungsunternehmen. Entwickelt wurde er vom GDV mit Daten- und Verbraucherschützern. Die Regeln und Vorgaben, die sich Helvetia Rahmen dieser freiwilligen Selbstverpflichtung auferlegt hat, erhöhen den Datenschutz und schaffen gleichzeitig mehr Transparenz für den Kunden. Alle Vertriebspartner und Mitarbeitenden des Innen- und Außendienstes werden nach Maßgabe der jeweils aktuell gültigen Bestimmungen zum Datenschutz verpflichtet und bestätigen dies auch durch ihre Unterschrift. Ein umfangreiches Merkblatt mit allen relevanten datenschutzrechtlichen Bestimmungen sowie eine eigens aufgelegte Broschüre zum "Datenschutz" sind Bestandteil der Arbeits- und Vermittlerverträge.
- Entsprechend den gesetzlichen Anforderungen wurde für Helvetia Leben ein System zur "Geldwäschebekämpfung und Bekämpfung der Terrorismusfinanzierung" etabliert. Um den weitreichenden gesetzlich vorgeschriebenen Identifizierungs- und Meldepflichten gerecht zu werden, hat Helvetia Leben eine Geldwäschebeauftragte ernannt. Sie ist Ansprechpartnerin bei Verdachtsfällen,



erlässt interne Richtlinien und schult regelmäßig die betroffenen Mitarbeitenden.

Alle Kodizes, interne Richt- und Leitlinien zum Thema Compliance sind für die Mitarbeitenden über das Helvetia-Intranet einsehbar und abrufbar. Der Compliance-Beauftragte informiert und schult regelmäßig die leitenden Angestellten des Innen- und Außendienstes zu aktuellen und bereichsrelevanten Compliance-Themen.

### **3.10.3. Monitoring**

Über flankierende Maßnahmen wie das interne Beschwerdemanagement, stichprobenartige Kontrollen durch den Compliance-Beauftragten und regelmäßige Überprüfung der Prozesse durch die Interne Revision können Verstöße aufgedeckt und entsprechend geahndet werden.

### **3.11. Der Kodex ist verbindlich und transparent.**

Ziffer 11 des GDV-Verhaltenskodex:

*"Die Mitgliedsunternehmen des GDV machen mit ihrem Beitritt diesen Verhaltenskodex für sich verbindlich. Sie ergreifen die notwendigen Maßnahmen, um die Regeln dieses Kodex in den Grundsätzen des eigenen Unternehmens zu verankern und arbeiten nur mit Vertriebspartnern zusammen, die diese oder äquivalente Grundsätze als Mindest-standards anerkennen und praktizieren.*

*Die Mitgliedsunternehmen erklären ihren Beitritt zum Kodex gegenüber dem GDV, der, auf seiner Website veröffentlicht, welche Versicherungsunternehmen diesen Kodex als für sich verbindlich anerkennen. Die beigetretenen Versicherungsunternehmen lassen die Umsetzung der Regelungen des Kodex regelmäßig, mindestens alle drei Jahre von unabhängigen Stellen prüfen.*

*Die Beschreibung der Umsetzung und die Ergebnisse der Prüfung werden auf der Website des GDV e. V. veröffentlicht."*

#### **3.11.1. Verständnis von Helvetia**

Helvetia ist dem GDV-Verhaltenskodex aus Überzeugung beigetreten und erklärt dieses Regelwerk auch für die nicht beigetretenen Gesellschaften für verbindlich. Sie arbeitet nur mit Versicherungsvermittlern zusammen, die die Grundsätze des GDV-Verhaltenskodex akzeptieren und auch praktizieren. Alle Mitarbeitenden und Vertriebspartner von Helvetia kennen das Vertriebs-Compliance-Programm und arbeiten im Geschäftsverkehr nach dessen Vorgaben und Rahmenbedingungen.

### **3.11.2. Umsetzung bei Helvetia**

Die Generalagenten von Helvetia wurden von der Geschäftsleitung über den Beitritt der beiden oben genannten Gesellschaften und den sich daraus für sie ergebende Verpflichtungen informiert. Dabei wurden der GDV-Verhaltenskodex sowie das in dieser CMS-Beschreibung dargestellte Vertriebs-Compliance-Programm explizit zur Grundlage der Zusammenarbeit mit den bestehenden Generalagenturen gemacht. Bei der Neuanbindung von Generalagenturen wird der GDV-Verhaltenskodex sowie die hierauf basierende CMS-Beschreibung als Anlage dem Agenturvertrag beigelegt.

Die Makler und Mehrfachgeneralagenten wurden ebenfalls von der Geschäftsleitung über den Beitritt zum Verhaltenskodex und den sich daraus ergebenden Konsequenzen informiert. Insbesondere wurde ausdrücklich darauf hingewiesen, dass Helvetia nur mit Vermittlern zusammenarbeitet, die die Leitgedanken des GDV-Verhaltenskodex akzeptieren und sich in der täglichen Arbeit entsprechend verhalten. Wiederholt festgestellte Verstöße können in letzter Konsequenz auch zur Beendigung der Zusammenarbeit führen.

Ebenso wurden alle Führungskräfte und Mitarbeitenden des Innen- und angestellten Außendienstes darauf hingewiesen, dass sie den GDV-Verhaltenskodex und die Vorgaben des darauf basierenden internen Vertriebs-Compliance-Programmes von Helvetia bei der Ausübung ihrer Tätigkeit beachten und einhalten müssen. Zu diesem Personenkreis gehören auch die Mitarbeitenden der HLM Service GmbH und der HV-AG. Helvetia DfD und Helvetia Leben haben sich erstmals zum 31. Dezember 2015 einer Prüfung durch einen unabhängigen Wirtschaftsprüfer unterzogen. Zum 31. Januar 2018 erfolgte zum ersten Mal die im Turnus von zwei Jahren vorgeschriebene Folgeprüfung.

### **3.11.3. Monitoring**

Die Einhaltung des GDV-Verhaltenskodex in der aktuell gültigen Fassung wird im Kalenderjahr 2024 durch die Interne Revision von Helvetia überprüft.

#### **4. Beschwerdemanagement**

Helvetia Deutschland versteht sich als ausgewiesener Serviceversicherer. Daher hält Helvetia seit dem Jahr 2014 ein unternehmensweit geltendes einheitliches Beschwerdemanagement vor. Die aufsichtsrechtlichen Vorgaben werden eingehalten.<sup>6</sup> Hierzu gehört es auch, neben der Einrichtung einer zentralen Beschwerdestelle einen Beschwerdemanager sowie dezentral zuständige Beschwerdeverantwortliche zu benennen sowie jede eingehende Beschwerde im Beschwerderegister aufzunehmen. Eine schnelle und kundenorientierte Bearbeitung von Beschwerden ist so sichergestellt worden und leistet einen erheblichen Beitrag dazu, die Anliegen der Kunden in den Mittelpunkt des Handelns von Helvetia zu stellen.

Neben der einheitlichen Bearbeitung der Beschwerden werden die zusätzlich zu den einzelnen Beschwerden erhobenen Daten analysiert und ausgewertet. So können wiederholt auftretende oder systematische Probleme früh erkannt und durch die Einleitung entsprechender Maßnahmen beseitigt werden.

Ferner dient das Beschwerdemanagement dazu, die Qualität der Produkte und des Service ständig weiterzuentwickeln, um dadurch den sich wandelnden Kundenbedürfnissen zu entsprechen und Arbeitsabläufe optimieren zu können.

#### **5. Compliance-Überwachung und Verbesserung**

Bei Helvetia Deutschland orientieren sich die Kontroll- und Überwachungshandlungen an dem Modell der drei Verteidigungslinien (s. hierzu Ziff. 2.2 "Compliance-Organisation").

Auch die Interne Revision ist nach dem neuen Aufsichtsregime eine Schlüsselfunktion. Eine ihrer Kernaufgaben ist, unabhängige und objektive Prüfungen von Geschäftsabläufen vorzunehmen. Aus den Prüfungsergebnissen und Prüfungshinweisen können Mehrwerte für das Unternehmen geschaffen und Geschäftsprozesse verbessert werden. Die Interne Revision unterstützt die Fachbereiche bei der Erreichung ihrer Ziele, indem sie mit einem systematischen und zielgerichteten Ansatz das Risikomanagement und die Prozesse des "Internal Control System and Operational Risk Management" (ICOR-Prozesse) beurteilt und bei Bedarf Verbesserungsvorschläge unterbreitet. Die Interne Revision ist direkt dem Hauptbevollmächtigten unterstellt.

Teil eines funktionierenden CMS ist die regelmäßige und standardisierte Überwachung der ergriffenen und vorgegebenen Maßnahmen. Gemäß Solvency II hat die Compliance-Funktion die Einhaltung der rechtlichen Anforderungen sicherzustellen. Die Kontrollinstrumente im Bereich Vertriebs-Compliance sollen eine regelmäßige und anlassbezogene Überwachung des Vertriebs ermöglichen. Diese Überwachung soll zukünftig durch Compliance und die Interne Revision erfolgen.

Die oben beschriebenen Überwachungshandlungen zielen alle darauf ab, dass sich Helvetia Deutschland gesetzeskonform verhält. Mögliche Verstöße gegen

---

<sup>6</sup> Sammelverfügung der BaFin betreffend der "Einrichtung einer Beschwerdemanagementfunktion in Versicherungsunternehmen" vom 20.09.2013; BaFin-Rundschreiben 3/13.

Compliance-Vorgaben sollen möglichst früh aufgedeckt werden, um durch die Einleitung entsprechender Maßnahmen den Schaden für das Unternehmen und die Kunden möglichst gering zu halten. Auch Reputationsschäden für das Unternehmen sollen vermieden werden.

Helvetia hat Compliance dauerhaft zu einem festen Bestandteil ihrer Geschäftsprozesse gemacht. Die Arbeit am internen Vertriebs-Compliance-Programm wird laufend fortgeführt. Seine Effizienz und Praxistauglichkeit werden fortlaufend weiter verbessert und neuen rechtlichen Anforderungen angepasst.

Frankfurt am Main, im April 2024

  
Markus Rehle

  
Felix Strothmann