

## **Verhaltenskodex für den Vertrieb von Versicherungsprodukten**

### **Allgemeines**

Versicherungsschutz ist für den Verbraucher wichtiger Bestandteil seiner Daseinsvorsorge. Hierfür bietet die Versicherungswirtschaft eine Vielfalt von Produkten an, die auf die Bedürfnisse der Verbraucher aufsetzen. Versicherungsschutz ist in hohem Maße erklärungsbedürftig. Die Versicherungsunternehmen übernehmen damit eine hohe Verantwortung. Gerade die Entwicklungen im Rahmen der Finanzmarktkrise der Banken haben gezeigt, dass das Vertrauen der Verbraucher eine große Rolle spielt.

Versicherungsunternehmen bedienen sich zum Vertrieb ihrer Produkte qualifizierter Versicherungsvermittler. Der Versicherungsvertrieb ist somit Bindeglied zwischen Versicherungsunternehmen und Kunden. Wichtige Voraussetzung für die Kundenzufriedenheit ist neben einem hohen Produktstandard eine hohe Qualität der Beratung und Versicherungsvermittlung.

Das Interesse der Versicherungsunternehmen und der Versicherungsvermittler ist es, dies sicherzustellen. Der Gesetzgeber hat in jüngster Vergangenheit für die Versicherungswirtschaft mit den neuen Regelungen zum Versicherungsvertragsgesetz und zur Versicherungsvermittlung Maßstäbe im Finanzdienstleistungsbereich gesetzt. Dieser hohe Standard kann nur gewährleistet werden, wenn akzeptiert wird, dass eine gute Beratung Geld kostet.

Die nachfolgenden Leitsätze sollen den Versicherungsunternehmen in der Zusammenarbeit mit den Versicherungsvermittlern als Leitlinien dienen, um den Interessen der Kunden gerecht zu werden.

**1. Klare und verständliche Versicherungsprodukte – Angaben über mögliche zukünftige Gesamtleistungen basieren auf standardisierten und fairen Verfahren**

Die wichtigsten Merkmale des Versicherungsproduktes – inklusive der für den Kunden bedeutenden Ausschlüsse vom Versicherungsschutz – sind dem Kunden möglichst einfach und verständlich aufzuzeigen. Angaben über mögliche künftige Leistungen, insbesondere im Bereich lang laufender Altersvorsorgeprodukte, wie Annahmen zu der Entwicklung des Kapitalmarktes und zur Renditeentwicklung eines Produktes, sind transparent auf standardisierten branchenweit akzeptierten Verfahren plausibel darzustellen. Dem Kunden ist durch diese Informationen eine individuelle Entscheidung zu ermöglichen.

**2. Beachtung des Kundeninteresses sowohl bei der Organisation des Vertriebes als auch bei der Beratung und Vermittlung**

Versicherungsschutz ist für den Verbraucher eine Vertrauensangelegenheit. Um dieses Vertrauen zu wahren, orientieren sich die Unternehmen und der Versicherungsvertrieb an den Belangen des Kunden und stellen diesen in den Mittelpunkt ihres Handelns. Die Vertriebssteuerung darf nicht der bedarfsgerechten Beratung widersprechen.

**3. Bedarfsgerechte Beratung des Kunden**

Die Wünsche und Bedürfnisse des Kunden zum Versicherungsschutz werden vom Versicherungsvermittler analysiert und bewertet. Die Empfehlung des Versicherungsvermittlers erfolgt nach Erörterung mit dem Kunden in einer für diesen verständlichen Weise.

**4. Beratungsdokumentation bei Abschluss**

Die ordnungsgemäße Dokumentation des Beratungsgespräches ist von besonderer Bedeutung. Versicherungsunternehmen und ihre Vermittler gehen hierbei mit besonderer Sorgfalt vor. Das Dokument ist dem Kunden im Falle des Abschlusses auszuhändigen. Zu berücksichtigen ist, dass der Gesetzgeber die Möglichkeit des Verzichts auf Dokumentation als Ausnahme vorgesehen hat.

**5. Beratung des Kunden auch nach Vertragsschluss**

Die Beratung des Versicherungsnehmers nach Maßgabe seiner Wünsche und Bedürfnisse ist auch nach Vertragsschluss die Grundlage für eine nachhaltige Kundenbeziehung. Aus diesem Grund erfolgt, soweit ein Anlass für eine Beratung des Versicherungsnehmers erkennbar ist, eine solche auch nach Vertragsschluss während der Dauer des Versicherungsverhältnisses.

**6. Bei Abwerbungen bzw. Umdeckungen von Versicherungsverträgen ist das Kundeninteresse zu beachten**

Die Abwerbung von Versicherungsverträgen ist nur mit wettbewerbskonformen Mitteln zulässig. Der Kunde ist zu bereits bestehenden Versicherungsverträgen zu befragen. Besonders im Bereich der Lebens- und Krankenversicherung kann eine Abwerbung von Versicherungsverträgen oft mit erheblichen Nachteilen für den Kunden verbunden sein. Der Kunde ist in jedem Fall über eventuelle Nachteile konkret aufzuklären.

**7. Eindeutige und klare Legitimation von Vertretern, Maklern und Beratern gegenüber dem Kunden**

Alle Vermittler haben ihren Status gegenüber dem Kunden schon beim Erstkontakt unaufgefordert klar und eindeutig offenzulegen. Versicherungsvertreter haben gegenüber dem Kunden das bzw. die Auftrag gebenden Versicherungsunternehmen bzw. Obervertreter zu benennen.

**8. Hoher Stellenwert der Vermittlerqualifikation**

Die Versicherungsunternehmen stellen eine hochwertige Ausbildung der Vermittler sicher. Sie arbeiten nur mit qualifizierten Vermittlern zusammen. Über die gesetzlich vorgeschriebene Qualifizierung selbstständiger Versicherungsvermittler hinaus haben sich die Versicherungsunternehmen im Manteltarifvertrag verpflichtet, auch den angestellten Werbeaufendienst durch die Ablegung einer IHK-Prüfung entsprechend zu qualifizieren. Die stetige Weiterbildung der Versicherungsvermittler ist in der Versicherungswirtschaft Standard. Die Versicherungsunternehmen bieten hierzu über die gesetzlich geforderte Qualifikation hinaus umfangreiche interne Weiterqualifizierungsmaßnahmen an.

**9. Bei Vereinbarungen über Zusatzvergütungen ist die Unabhängigkeit des Versicherungsmaklers so zu beachten, dass das Kundeninteresse nicht beeinträchtigt wird**

Vereinbarungen zwischen Versicherungsunternehmen und Versicherungsmaklern über umsatzbezogene Zusatzvergütungen, d. h. Vergütungen über die vertragsgemäße Courtagevereinbarung hinaus, können die Unabhängigkeit des Versicherungsmaklers tangieren.

**10. Hinweis auf das bestehende Ombudsmannsystem für Versicherungen**

In der Versicherungswirtschaft besteht ein Ombudsmannsystem. Hiermit bietet die Branche ihren Kunden ein unabhängiges, unbürokratisches System zur Beilegung von Meinungsverschiedenheiten mit Versicherungsunternehmen und -vermittlern. Der Kunde soll auf das bestehende Ombudsmannsystem in geeigneter Form hingewiesen werden.