



Revisionsbericht

zur Angemessenheit und Implementierung
des Compliance-Management-Systems (CMS)
im Konzern NÜRNBERGER Versicherung
zur Umsetzung und Implementierung geeigneter
Grundsätze und Maßnahmen zur Einhaltung des
GDV-Verhaltenskodex für den Vertrieb von
Versicherungsprodukten

Berichtsdatum 20.03.2023



1 Hintergrund	3
2 Prüfungsauftrag und -umfang	3
3 Vorgehen bei der Überprüfung	4
4 Ergebnis der Überprüfung	4
Anhang	4



1 Hintergrund

Die deutsche Versicherungswirtschaft hat im Jahr 2013 den GDV-Verhaltenskodex für den Versicherungsvertrieb („GDV-Verhaltenskodex“) entwickelt. Diesem Verhaltenskodex sind folgende Versicherungsunternehmen des NÜRNBERGER Konzerns beigetreten:

- NÜRNBERGER Lebensversicherung AG (NLV)
- NÜRNBERGER Beamten Lebensversicherung AG (NBL)
- NÜRNBERGER Pensionsfonds AG (NPF)
- NÜRNBERGER Pensionskasse AG (NPK)
- NÜRNBERGER Krankenversicherung AG (NKV)
- NÜRNBERGER Allgemeine Versicherungs-AG (NAV)
- NÜRNBERGER Beamten Allgemeine Versicherung AG (NBA)
- GARANTA Versicherungs-AG (GAV)

Mittlerweile haben die im GDV-Verhaltenskodex festgehaltenen Leitsätze Eingang in die gesetzlichen Vorgaben gefunden. Über Gesetze und Verträge hinausgehend ist ein besonderes Vertrauensverhältnis die Basis des Geschäftsmodells Versicherung. Um das Vertrauensverhältnis zu sichern und zu stärken, hat der GDV den Verhaltenskodex zuletzt am 25.09.2018 modifiziert. Dieser stellt Verhaltensmaßstäbe für den Vertrieb von Versicherungsprodukten transparent dar. Er gilt für alle Formen des Versicherungsvertriebs gegenüber Verbrauchern und beschreibt einen Rahmen von gemeinsamen Normen und Werten, den die Versicherungsunternehmen, die dem GDV-Verhaltenskodex beigetreten sind, im Interesse ihrer Kunden teilen. Die beigetretenen Versicherungsunternehmen verpflichten sich, die Regeln dieses GDV-Verhaltenskodex in ihren Grundsätzen zu verankern. Sie konkretisieren die Ausgestaltung der Regeln und passen sie an ihr Geschäftsmodell an. Die Ableitung und Entwicklung unternehmensindividueller Maßnahmen obliegt den einzelnen Versicherungsunternehmen. Mindestens alle 3 Jahre lassen die Unternehmen von einer unabhängigen Stelle prüfen, ob die von ihnen formulierten und verwendeten Regelungen dem GDV-Verhaltenskodex in der aktuellen Fassung entsprechen. Die letzte Prüfung der zur Umsetzung des GDV-Verhaltenskodex getroffenen Maßnahmen und Grundsätze erfolgte im Jahr 2020. Seit 2018 kann die Prüfung – außer von Wirtschaftsprüfern – auch durch die interne Revision erfolgen.

2 Prüfungsauftrag und -umfang

Die Konzern-Revision der NÜRNBERGER Versicherung wurde vom Vorstand beauftragt, eine Angemessenheitsprüfung der in der Anlage beigefügten Beschreibung des Compliance-Management-Systems für den Vertrieb („vertriebliches CMS“) im Hinblick auf die Umsetzung der Anforderungen aus dem GDV-Verhaltenskodex mit Stand vom 25. September 2018 durchzuführen.

Die Konzern-Revision der NÜRNBERGER Versicherung ist als unabhängige Instanz verantwortlich für die Prüfung und Überwachung aller internen Arbeitsprozesse im Konzern gemäß den vertraglichen Vereinbarungen mit den Tochtergesellschaften.

Die vorliegende Prüfung wurde im Zeitraum von Dezember 2022 bis Februar 2023 durchgeführt und erstreckt sich auf die Versicherungsunternehmen des NÜRNBERGER Konzerns, die dem GDV-Verhaltenskodex beigetreten sind.

Die Wirksamkeit der in der CMS-Beschreibung dargestellten Maßnahmen und Grundsätze ist nicht Gegenstand der Prüfung. Darüber hinaus beschränkt sich die Prüfung auf die Maßnahmen und Grundsätze, die von den beigetretenen Versicherungsunternehmen des NÜRNBERGER Konzerns innerhalb der Grenzen ihrer Unternehmensorganisation eingerichtet worden sind. Von rechtlich selbständigen, nicht unmittelbar in die Unternehmensorganisation eingebundenen Vertriebspartnern eingerichtete Maßnahmen und Grundsätze sind nicht Gegenstand der Prüfung.



3 Vorgehen bei der Überprüfung

Die Umsetzung der Leitsätze des GDV-Verhaltenskodex im NÜRNBERGER Konzern ist im NÜRNBERGER Compliance-Management-System (CMS) als Teilbereich (*vertriebliches CMS*) verankert.

Im vertrieblichen CMS ist für jeden Leitsatz dargestellt, welche Verhaltensmaßstäbe für den Vertrieb von Versicherungsprodukten in der NÜRNBERGER gelten und wie sie ausgestaltet sind, um die Normen und Werte des GDV-Verhaltenskodex im Interesse der Kunden einzuhalten. Die Ableitung und Einführung konkreter Maßnahmen erfolgt im Hinblick auf das Risiko möglicher Verstöße gegen die Leitsätze des GDV-Verhaltenskodex.

Die Beschreibung der Risiken und konkreten Maßnahmen wurden durch die Konzern-Revision dahingehend geprüft, ob sie den Leitsätzen des GDV-Verhaltenskodex nach angemessen dargestellt und geeignet sind, in Übereinstimmung mit den Grundsätzen und Maßnahmen des vertrieblichen CMS Risiken für wesentliche Verstöße rechtzeitig und mit hinreichender Sicherheit sowohl zu erkennen, als auch zu verhindern. Hierzu erfolgte punktuell auch die Einsichtnahme in interne Regelwerke, Handbücher und sonstige Unterlagen mit Bezug zum GDV-Verhaltenskodex.

Sofern aus der Überprüfung Maßnahmen zur Optimierung des Systems des resultierten, wird deren zeitgerechte Umsetzung durch die Interne Revision und die Compliance-Funktion überwacht.

4 Ergebnis der Überprüfung

Die Leitsätze des GDV-Verhaltenskodex (*Stand 09/2018*) sind in den gezogenen Stichproben vollständig umgesetzt. Die punktuelle Einsichtnahme in vorhandene interne Regelwerke und Handbücher sowie sonstige Unterlagen der beigetretenen Unternehmen des NÜRNBERGER Konzerns hat ergeben, dass die getroffenen Grundsätze und die implementierten Maßnahmen entsprechend dem GDV-Verhaltenskodex in der aktuellen Fassung in allen wesentlichen Belangen angemessen dargestellt sind. Nach unserer Beurteilung sind sie geeignet, mit hinreichender Sicherheit Risiken für wesentliche Verstöße gegen den GDV-Verhaltenskodex rechtzeitig zu erkennen, als auch solche Verstöße zu verhindern.

NÜRNBERGER Beteiligungs-AG

Roland Mederle
Leiter Konzern-Revision

Anhang

Beschreibung des Compliance-Management-Systems für den Vertrieb



NÜRNBERGER
VERSICHERUNG

Verhaltenskodex für den Vertrieb von Versicherungsprodukten

NÜRNBERGER Compliance-
Management-System (CMS)

NÜRNBERGER Compliance-Management-System (CMS) – Teilbereich Verhaltenskodex

So setzt die NÜRNBERGER Versicherung den Verhaltenskodex für den Vertrieb von Versicherungsprodukten des Gesamtverbands der Deutschen Versicherungswirtschaft e. V. (GDV) um.

Inhaltsverzeichnis

Seite
01

	Einführung
4	Allgemeines zur NÜRNBERGER Versicherung
5	Verhaltenskodex für den Vertrieb von Versicherungsprodukten
	Die Grundelemente des CMS
7	Compliance-Kultur
8	Compliance-Ziele
9	Compliance-Risiken
10	Compliance-Programm
11	Leitsatz 1: Die Bedürfnisse des Kunden stehen im Mittelpunkt
13	Leitsatz 2: Wer Versicherungen vermittelt, erklärt den Kunden seinen Status
14	Leitsatz 3: Jede Empfehlung berücksichtigt Ziele, Wünsche und Bedürfnisse der Kunden
16	Leitsatz 4: Jede Empfehlung zu einem Vertragsabschluss wird nachvollziehbar begründet und dokumentiert
18	Leitsatz 5: Versicherungsprodukte werden bedarfsgerecht entwickelt und vertrieben
20	Leitsatz 6: Kunden werden nachhaltig betreut und bei gegebenem Anlass beraten
22	Leitsatz 7: Qualifikation ist die Basis von ehrlichem, redlichem und professionellem Vertrieb
24	Leitsatz 8: Die Unabhängigkeit von Versicherungsmaklern wird gewahrt
26	Leitsatz 9: Versicherungsunternehmen bieten Kunden ein systematisches Beschwerdemanagement und ein Ombudsmannsystem
27	Leitsatz 10: Die Versicherungsunternehmen geben sich Compliance-Vorschriften und kontrollieren deren Einhaltung
29	Leitsatz 11: Der Kodex ist verbindlich und transparent
30	Compliance-Organisation
31	Compliance-Kommunikation
32	Compliance-Überwachung und -Verbesserung

34

Personen- und Funktionsbezeichnungen stehen für alle Geschlechter gleichermaßen.

Einführung

Allgemeines zur NÜRNBERGER

Die NÜRNBERGER Versicherung gehört mit einem Umsatz von 4,3 Mrd. EUR im Geschäftsjahr 2022 zur Spitzengruppe der deutschen Versicherer. Unter dem Dach der NÜRNBERGER Beteiligungs-Aktiengesellschaft arbeiten u. a.

- die NÜRNBERGER Lebensversicherung AG mit Geldanlageprodukten sowie Angeboten zur finanziellen Absicherung und Vorsorge.
- die NÜRNBERGER Allgemeine Versicherungs-AG in den Bereichen Haftpflicht-, Unfall-, Kfz-, Sach-, Technische und Transportversicherungen.
- die GARANTA Versicherungs-AG als berufsständischer Versicherer des deutschen Kraftfahrzeuggewerbes.
- die NÜRNBERGER Krankenversicherung AG als Alternative und Ergänzung zur gesetzlichen Gesundheitsversorgung.
- die NÜRNBERGER Pensionsfonds AG und die NÜRNBERGER Pensionskasse AG mit Produkten für die betriebliche Altersvorsorge.
- die NÜRNBERGER Beamten Lebensversicherung AG und die NÜRNBERGER Beamten Allgemeine Versicherung AG mit Spezialtarifen für die Angehörigen des Öffentlichen Dienstes.

Die NÜRNBERGER Versicherung ist im September 2013 mit folgenden Versicherungsgesellschaften dem GDV-Verhaltenskodex für den Vertrieb von Versicherungsprodukten beigetreten:

- NÜRNBERGER Lebensversicherung AG
- NÜRNBERGER Allgemeine Versicherungs-AG
- GARANTA Versicherungs-AG
- NÜRNBERGER Krankenversicherung AG
- NÜRNBERGER Pensionsfonds AG
- NÜRNBERGER Pensionskasse AG
- NÜRNBERGER Beamten Lebensversicherung AG
- NÜRNBERGER Beamten Allgemeine Versicherung AG

Die oben genannten Gesellschaften werden im Folgenden unter „NÜRNBERGER“ zusammengefasst.

Des Weiteren ist die NÜRNBERGER Krankenversicherung AG Ende 2014 den Leitlinien der privaten Krankenversicherung für einen transparenten und kundenorientierten Tarifwechsel beigetreten. Sie verpflichtete sich, ab Januar 2016 die Kriterien einer guten Praxis des Tarifwechselrechts in der privaten Krankheitskosten-Vollversicherung zu verankern.

Die NÜRNBERGER arbeitet zusammen mit: Maklern, Mehrfachagenten, Ausschließlichkeitsvermittlern, Angestellten im Außendienst, Familienschutz-agenturen und produktakzessorischen Vermittlern als Vertriebspartnern. Zudem werden einige Versicherungsprodukte über einen Direktvertrieb angeboten. Wenn für diese Vermittlerarten unterschiedliche Regelungen gelten, wird das hier beschrieben.

Verhaltenskodex für den Vertrieb von Versicherungsprodukten

Die Mitgliederversammlung des GDV hat am 14.11.2012 einen Verhaltenskodex für den Vertrieb von Versicherungsprodukten (Verhaltenskodex) beschlossen. Er stellt in 11 Leitsätzen Verhaltensmaßstäbe auf und setzt einen Rahmen von Normen und Werten mit dem Ziel, den Interessen der Verbraucher an einem bedarfsorientierten Versicherungsschutz gerecht zu werden.

Die NÜRNBERGER ist diesem Verhaltenskodex im September 2013 beigetreten. Sie bekennt sich damit zu den dort verankerten Werten.

Die hier beschriebenen Maßnahmen und Abläufe ergänzen das vorhandene Compliance-System der NÜRNBERGER im Bereich Vertrieb. Die Inhalte des Verhaltenskodex werden zu Inhalten von internen Abläufen. Sie stellen die Richtschnur zum Ausbau des Compliance-Management-Systems (CMS) für den Vertrieb dar.

Für die NÜRNBERGER stehen das Vertrauen und die positive, nachhaltige Beziehung zu ihren Kunden an oberster Stelle. Grundlage hierfür ist das Einhalten aller Gesetze, Vorschriften und Regeln.

Das CMS stellt das Einhalten des Verhaltenskodex sicher. Es fasst die in den Arbeitsabläufen umzusetzenden Vorgaben zum Vertrieb von Versicherungsprodukten zusammen. Damit wird gewährleistet, dass das Kundeninteresse bei allen vertrieblichen Aktivitäten im Mittelpunkt steht.

Leitlinien der privaten Krankenversicherung für einen transparenten und kundenorientierten Tarifwechsel

Die private Krankenversicherung bietet ihren Versicherten garantierte Leistungen und Wahlfreiheit. Versicherte können nicht nur zu Vertragsbeginn den tariflichen Leistungsumfang selber wählen. Sie können insbesondere aufgrund des vertraglich und gesetzlich garantierten Tarifwechselrechts nach § 204 Abs. 1 Versicherungsvertragsgesetz (VVG) den Versicherungsschutz auch nach Vertragsschluss jederzeit an die individuellen Bedürfnisse anpassen. Privatversicherte sind somit nicht lebenslang an ihren Tarif gebunden, sondern haben jederzeit den Rechtsanspruch, in andere, gleichartige Tarife ihres Versicherers zu wechseln.

Die Leitlinien der privaten Krankenversicherung für einen transparenten und kundenorientierten Tarifwechsel beschreiben Kriterien einer guten Praxis des Tarifwechselrechts in der privaten Krankheitskosten-Vollversicherung.

Die NÜRNBERGER Krankenversicherung AG verpflichtet sich mit dem Beitritt zu den Leitlinien, diese in der täglichen Arbeit der Kundenbetreuung nach Vertragsschluss zu verankern.

Die Grundelemente des CMS

Compliance-Kultur

Die Compliance-Kultur der NÜRNBERGER wird insbesondere in ihrem Ethikkodex beschrieben.

Sie ist geprägt durch die Grundeinstellung und das vorbildliche Verhalten der Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder.

Im Ethikkodex bekennt sich die NÜRNBERGER zum Einhalten der Gesetze und ethischen Grundsätze. Integrität, Glaubwürdigkeit und die Bindung an die Grundsätze eines ehrbaren Kaufmanns sind das Unternehmensleitbild.

Der Ethikkodex der NÜRNBERGER fordert: Das von Kunden und Geschäftspartnern entgegengebrachte Vertrauen in die NÜRNBERGER darf durch keinerlei compliancewidrige Handlungen gefährdet oder auch nur beeinträchtigt werden.

Das Vertrauen der Kunden zur NÜRNBERGER steht für die NÜRNBERGER im Mittelpunkt. Dafür ist es unerlässlich, sich selbst Regelungen zu geben und Maßnahmen zu ergreifen. Sie stellen die Kundenzufriedenheit sicher.

Mit dem Umsetzen des GDV-Verhaltenskodex optimiert die NÜRNBERGER stetig ihre kundenorientierten Abläufe.

Die Mitglieder des Vorstands haben eine Vorbildfunktion für Führungskräfte und Mitarbeiter. Sie richten ihre Geschäftspolitik und ihr Auftreten konsequent nach dem Unternehmensleitbild sowie dem Verhaltenskodex aus.

Mitglieder des Vorstands sowie Führungskräfte kommunizieren die Inhalte und die Bedeutsamkeit einer gelebten und konformen Compliance-Kultur regelmäßig in Führungsrunden und Mitarbeitergesprächen. Sie nutzen hierfür auch interne Veranstaltungen.

In ihrer Vorbildfunktion vermitteln die Führungskräfte ihren Mitarbeitern die Compliance-Kultur der NÜRNBERGER.

Die Mitarbeiter sind verpflichtet, bei allen Tätigkeiten ihres Arbeitsumfelds stets auf das Einhalten aller Regelungen zu achten und keine Aktivitäten zuzulassen oder zu unternehmen, die die Redlichkeit oder Verlässlichkeit der NÜRNBERGER oder ihrer Mitarbeiter infrage stellen könnten.

Alle Mitarbeiter sind aufgefordert anzuregen, was verbessert werden kann.

Die NÜRNBERGER hat für eine gelebte Compliance-Kultur Leitfäden u. a. zu folgenden Themen erlassen:

- Umgang mit Zuwendungen
- Umgang mit Interessenkonflikten
- Umgang mit Werbemaßnahmen und Unternehmensveranstaltungen
- Kartellrecht
- Datenschutz

Sie geben Mitarbeitern, Ausschließlichkeitsvermittlern sowie Vorstandsmitgliedern eine verlässliche Orientierung zur Unterscheidung von zulässigem und unzulässigem Verhalten. Des Weiteren stellen sie klar, dass compliancewidriges Verhalten keinesfalls geduldet wird. Die Anzahl, Art und Schwere der Verstöße und die darauffolgenden Sanktionen sind Teil der regelmäßigen Compliance-Berichterstattung.

Compliance-Ziele

Das CMS der NÜRNBERGER für den Teilbereich des Verhaltenskodex verfolgt mehrere Ziele. Es dient in erster Linie dazu, den Verhaltenskodex und damit auch das Unternehmensleitbild der NÜRNBERGER umzusetzen. Die Ausgestaltung stellt das Kundenbedürfnis in den Mittelpunkt. Die Regelungen ergänzen und vereinheitlichen die vorhandenen Regelungen zu

- Vertriebsabläufen im Hinblick auf Vermittler (insbesondere deren Zuverlässigkeit),
- Vertriebssteuerung (insbesondere Zuwendungen),
- Beratung und Betreuung der Kunden und
- der Transparenz von Versicherungsprodukten.

Das CMS verfolgt außerdem das Ziel, Verstöße gegen den Verhaltenskodex zu verhindern, zu erkennen und angemessen zu sanktionieren. CMS-Verstöße sind: alle Handlungen, die dem Unternehmensleitbild, den Inhalten und Werten des NÜRNBERGER Ethikkodex oder den NÜRNBERGER Compliance-Vorgaben und den sich daraus ergebenden Ausführungsbestimmungen entgegenstehen.

Dies gilt weiter für das Nichteinhalten gesetzlicher Vorschriften und Regelungen für den Vertrieb von Versicherungsprodukten sowie das Nichteinhalten der Vorschriften des Maßnahmenpakets zum Erfüllen des Verhaltenskodex.

Das CMS soll zudem das Risiko von unentdeckten und nicht sanktionierten Verstößen auf ein Minimum senken. Bei systematischen Verstößen soll es sicherstellen, dass diese in jedem Fall erkannt und angemessen sanktioniert werden. Erkenntnisse über Verstöße werden analysiert und dazu genutzt, das CMS weiterzuentwickeln.

Compliance-Risiken

Steigende regulatorische Anforderungen an den Vertrieb von Versicherungsprodukten und eine herausfordernde Wettbewerbssituation kennzeichnen das Marktumfeld von Versicherungsunternehmen und Finanzvertrieben. In diesem Umfeld sieht sich die NÜRNBERGER verschiedenen, unterschiedlich stark ausgeprägten Compliance-Risiken ausgesetzt. Sie hat eine systematische Brutto-Risikoanalyse für den Bereich Vertriebs-Compliance durchgeführt und dabei die Risiken, die sich aus einer Nicht-Erfüllung des Verhaltenskodex ergeben, berücksichtigt. Die Brutto-Risikoanalyse hat unter Berücksichtigung der Compliance-Ziele und ungeachtet bestehender Maßnahmen eine generelle Einschätzung der Risikolage in Bezug auf den Verhaltenskodex geliefert.

Ziel der Analyse: Sie soll systematisch beurteilen, wie hoch die Risiken eines Verstoßes gegen den Verhaltenskodex generell sind. Alle Maßnahmen, um den Verhaltenskodex zu erfüllen, wurden berücksichtigt und das konkrete Restrisiko ermittelt.

Die Risikoanalyse ist ein zentrales Element und damit auch integraler CMS-Bestandteil für das Einhalten des Verhaltenskodex im Bereich Vertriebs-Compliance.

Die Risikoanalyse wird regelmäßig durchgeführt. Dabei wird die Risikolage neu eingeschätzt und ggf. um neue Risiken ergänzt. Hierzu werden die bereits identifizierten Risiken einschließlich ihrer Bewertungen überprüft. Dann prüfen die Risikoverantwortlichen die Angemessenheit der vorhandenen Maßnahmen bzw. passen sie ggf. entsprechend an. Haben besondere Ereignisse (z. B. Verstöße) oder Veränderungen (z. B. organisatorischer Art) wesentlichen Einfluss auf das Ergebnis der letzten Risikoanalyse, wird sie unterjährig ad hoc durchgeführt.

Im Rahmen der Risikoanalyse zum Einhalten des Verhaltenskodex sind 2 Risiken zu betrachten:

- Brutto-Risiko als grundsätzliches Risiko eines Verstoßes gegen einen der Leitsätze des Verhaltenskodex
- Netto-Risiko als Restrisiko nach Verringerung des Brutto-Risikos durch vorhandene Maßnahmen (z. B. Richtlinien, Schulungen, Kontrollen etc.)

Dabei wird ausreichend nach Gesellschaften und/oder deren Fachbereichen und Vertriebswegen differenziert.

Jedes Risiko wird nach dessen Eintrittswahrscheinlichkeit und Schadenpotenzial bewertet. Die Richtlinie „Organisation von Compliance in der NÜRNBERGER“ regelt die Logik der Bewertung (d. h. insbesondere die anzuwendenden Kriterien und Maßstäbe), die Methodik, die Dokumentation und den Umgang mit Ad-hoc-Risiken.

Compliance-Programm

Im Folgenden wird das Compliance-Programm der NÜRNBERGER beschrieben. Es sieht unterschiedlich ausgestaltete Maßnahmen vor, um die Risiken, die die NÜRNBERGER aus den Anforderungen der Leitsätze des Verhaltenskodex abgeleitet hat, zu minimieren.

Das Kapitel Compliance-Programm ist nach den 11 Leitsätzen des Verhaltenskodex aufgebaut. Zu Beginn eines jeden Leitsatzes sind die Maßgaben des GDV zitiert. Im Anschluss sind die NÜRNBERGER Maßnahmen aufgeführt. Sie sollen den Anforderungen des Verhaltenskodex gerecht werden.

Leitsatz 1:

Die Bedürfnisse der Kunden stehen immer im Mittelpunkt.

Maßgabe des GDV

„Versicherungsschutz ist für Kunden eine Vertrauensangelegenheit. Um dieses Vertrauen zu schaffen und zu wahren, orientieren sich die Versicherungsunternehmen und der Versicherungsvertrieb an den Bedürfnissen der Kunden und stellen diese in den Mittelpunkt ihres Handelns. Die Beachtung der berechtigten Interessen und Wünsche der 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.“

Maßnahmen der NÜRNBERGER

Die NÜRNBERGER verfügt über einen umfassenden und systematischen Beratungsansatz, den die Angestellten im Außendienst und die Ausschließlichkeitsvermittler verbindlich nutzen. Der Beratungsansatz beinhaltet eine systematische Analyse der Kundensituation und berücksichtigt die Wünsche und Prioritäten des Kunden. Zudem berücksichtigt er die individuelle Risikosituation des Kunden und den daraus resultierenden Versicherungsbedarf. Aus der Kundenanalyse werden Produktempfehlungen abgeleitet, die einen bedarfsgerechten, ganzheitlichen Versicherungsschutz für den Kunden gewährleisten können. Die NÜRNBERGER unterstützt ihre Vermittler mit verschiedenen Maßnahmen, damit sie eine ganzheitliche Kundenberatung richtig durchführen. Hierzu zählen diverse Tools, auch digitale Beratungstools zum Ermitteln des Versicherungsbedarfs, sowie standardisierte Produktpräsentationen.

Die verbindliche und richtige Anwendung des Beratungsansatzes wird in der NÜRNBERGER Erstqualifikation neuer Vermittler sowie in regelmäßigen Qualifizierungen durch Trainer und Führungskräfte gelehrt. Der NÜRNBERGER Kunde kann sich wegen des umfassenden und systematischen Beratungsansatzes auf optimale Produktempfehlungen verlassen. Die Führungskräfte und Betreuer in den Vertriebswegen fördern und überwachen systematisch dessen Anwendung.

Als Partner von Mehrfachagenten und Maklern achtet die NÜRNBERGER darauf, dass ihre Qualitätskriterien an eine vollständige Beratung auch in diesen Absatzkanälen erfüllt werden. Ein hierfür geeignetes Monitoring ist installiert. Den Mehrfachagenten und Maklern bietet die NÜRNBERGER ebenfalls unterstützende Maßnahmen an: hierzu zählen Analyse- und Beratungsunterlagen ebenso wie technisch basierte Unterstützungsleistungen.

Es wurden Leitfäden für Instrumente zur Vertriebssteuerung, wie Wettbewerbe oder Bestandsaktionen entwickelt. Sie beinhalten Compliance-Regelungen, um das Kundeninteresse als oberste Priorität sicherzustellen. Insbesondere wird geprüft, ob Fehlanreize für die Vermittler (z. B. beim Ausloben von Incentives oder bei zusätzlicher Provision) ausgeschlossen werden können und ob das Gestalten der Wettbewerbe oder der Bestandsaktionen dem Kundeninteresse nicht zuwiderläuft.

Leitsatz 2:

Wer Versicherungen vermittelt, erklärt den Kunden seinen Status.

Maßgabe des GDV

„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.“

Maßnahmen der NÜRNBERGER

Die NÜRNBERGER verpflichtet alle Vermittler, sich beim Kundenerstkontakt eindeutig und klar sowie zutreffend zu legitimieren.

Allen Angestellten im Außendienst und Ausschließlichkeitsvermittlern der NÜRNBERGER steht ein „Erstkontaktfolder“ für den Kundenkontakt bereit. Er enthält alle gesetzlich vorgeschriebenen Informationen über den Vermittlerstatus und die Gesellschaften, für die Produkte vermittelt werden. Der Folder kann über die Beratungstechnologie oder über das NÜRNBERGER Vermittlerportal abgerufen werden. Dadurch ist die Aktualität immer gewährleistet.

Angestellte im Außendienst und Ausschließlichkeitsvermittler werden während ihrer NÜRNBERGER Erstqualifikation und Einarbeitung auf den korrekten Umgang mit dem Erstkontaktfolder geschult.

Leitsatz 3:

Jede Empfehlung berücksichtigt Ziele, Wünsche und Bedürfnisse der Kunden.

Maßgabe des GDV

„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 Versicherungsprodukts – 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 langlaufender Altersvorsorgeprodukte werden transparent, nachvollziehbar und objektiv auf standardisierten, vergleichbaren, branchenweit akzeptierten Verfahren dargestellt.“

Maßnahmen der NÜRNBERGER

Beratung baut auf Zielen, Wünschen und Bedürfnissen des Kunden auf.

Die NÜRNBERGER verfügt über einen umfassenden und systematischen Beratungsansatz, den die Angestellten im Außendienst und die Ausschließlichkeitsvermittler verbindlich nutzen. Der Beratungsansatz beinhaltet eine systematische Analyse der Kundensituation und berücksichtigt die Wünsche und Prioritäten des Kunden. Die Ermittlung und nachvollziehbare Darstellung bedeutender Ausschlüsse vom Versicherungsschutz werden in Leitlinien der Bereiche Lebens-, Kranken- und Schadenversicherung für transparente Produktinformationsblätter und Versicherungsbedingungen geregelt. Die Leitlinie behandelt folgende Komponenten:

1. Kategorien von Ausschlüssen
2. Ermittlung von „bedeutenden“ Ausschlüssen
3. Transparente Darstellung von bedeutsamen Ausschlüssen
4. Einhaltung der jeweiligen Richtlinie

Der leitlinienkonforme Umgang beim Ermitteln und Darstellen von bedeutsamen Ausschlüssen wird von den Produktverantwortlichen beim Entwicklungsprozess überprüft.

Angaben über mögliche künftige Leistungen, insbesondere im Bereich der Altersvorsorge

Das Ermitteln und Darstellen garantierter und möglicher Leistungen in der Lebensversicherung, besonders bei Altersvorsorgeprodukten, sind in einer eigenen Leitlinie geregelt. Angaben über mögliche künftige Leistungen, speziell bei langlaufenden Altersvorsorgeprodukten, wie Annahmen zu der Entwicklung des Kapitalmarkts und zur Renditeentwicklung eines Produkts, werden transparent auf standardisierten, branchenweit akzeptierten Verfahren plausibel dargestellt. Die Leitlinie regelt folgende Komponenten der Leistungsdarstellung:

- Deutliche Unterscheidung zwischen garantierten und nicht garantierten Leistungen
- Der Umfang der garantierten Leistungen ist deutlich dargestellt.
- Umfangreiche Erläuterungen zur Unverbindlichkeit der Höhe der Überschussbeteiligung
- Wahl der Überschussanteilsätze und Wertsteigerungen, auf deren Basis Beispielrechnungen dargestellt werden
- Vollständige Darstellung der Verlaufswerte
- Berücksichtigung der unterschiedlichen Qualitäten der Überschusskomponenten
- Hinweis bei den Beispielrechnungen, wenn vertragliche Vorbehalte bezüglich der Änderung von Kalkulationsgrundlagen bestehen
- Vergangenheitsberechnungen bei Fondstarifen mit echten Kursverläufen
- Hinweis auf das Kapitalanlagerisiko
- Erläuterungen zu gewählten Investmentfonds
- Angabe einer Renditeminderung aufgrund der Kostenbelastung bei Tarifen, die eine tarifliche Ablaufleistung vorsehen (ab 01.2015)
- Variation der angenommenen Gesamtverzinsungen
- Variation der angenommenen Wertsteigerungssätze

Leitsatz 4:

Jede Empfehlung zu einem Vertragsabschluss wird nachvollziehbar begründet und dokumentiert.

Maßgabe des GDV

„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.“

Maßnahmen der NÜRNBERGER

Die NÜRNBERGER hat für die Bereiche der Lebens-, der Kranken- und der Schadenversicherung verbindliche Leitlinien zum Umgang mit der Beratungsdokumentation eingeführt. Die Leitlinien beschreiben und regeln dabei folgende Inhalte:

- Gesetzliche Grundlage und Ziel
- Umsetzung produktbezogener Beratungsansatz und/oder inhaltlicher Mindeststandard für die Beratungsdokumentation
- Controlling der ordnungsgemäßen Beratungsdokumentation seitens der jeweiligen Fachbereiche Vertragsverwaltung

Die Formularvorlagen für die Beratungsdokumentation werden nach einheitlichen Vorgaben der NÜRNBERGER auf Basis dieser Leitlinien entwickelt. Interne Arbeitsabläufe stellen das Umsetzen der Leitlinien beim Erstellen oder Anpassen dieser Formulare sicher. Das gilt sowohl bei Vordrucken in Papierform wie auch bei technisch automatisierten Lösungen innerhalb der Beratungs- und Verkaufstechnologien.

Die Angestellten im Außendienst und die Ausschließlichkeitsvermittler sind vertraglich verpflichtet, die Beratungsdokumentation nach den Vorgaben der NÜRNBERGER zu erstellen. Sie haben die Beratungsdokumentation zusammen mit den zu polizierenden Versicherungsanträgen einzureichen.

Die Versicherungsanträge werden systematisch darauf geprüft, ob die Beratungsdokumentationen bzw. die schriftlichen Erklärungen des Verzichts auf eine Beratung vorliegen. Die Qualität der eingereichten Beratungsdokumentationen wird ebenso systematisch überwacht.

Fehlende Dokumente werden vom Vermittler eingefordert.

Es findet ein systematisches Controlling durch den Vertrieb der NÜRNBERGER statt. Dieses kann auf Ebene des einzelnen Vermittlers feststellen, ob sich nicht eingereichte Beratungsdokumentationen oder Verzichtserklärungen häufen.

Die zuständige Führungskraft im Vertrieb stellt mit festgelegten Maßnahmen den vorgabenkonformen Umgang mit Beratungsdokumentation und Verzichtserklärung durch den Vermittler her.

Leitsatz 5:

Versicherungsprodukte werden bedarfsgerecht entwickelt und vertrieben.

Maßgabe des GDV

„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 Zielmarkts 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.“

Maßnahmen der NÜRNBERGER

Zielmarktbestimmung

Der Zielmarkt beschreibt allgemein und abstrakt den Kreis der potenziellen Kunden. Dies ermöglicht es, die Eigenschaften des Produkts an die Bedürfnisse, Merkmale und Ziele der Kundengruppe anzupassen. Bei der NÜRNBERGER ist die Zielmarktdefinition Teil des Produktmanagementprozesses. Hierbei wird der Zielmarkt anhand der Merkmale des Risikoprofils, der Komplexität und Art des Produkts hinreichend detailliert bestimmt. So soll sichergestellt werden, dass der Zielmarkt keine Kundengruppen umfasst, deren Wünschen und Bedürfnissen und gegebenenfalls Wissen und Erfahrungen im Anlagenbereich sowie deren finanziellen Verhältnissen und Anlagenzielen das Produkt generell nicht entspricht. Zusätzlich wird in regelmäßigen Abständen die bedarfsgerechte Zielerreichung geprüft.

Einfache und verständliche Produktunterlagen

Um Klarheit und Verständlichkeit von Versicherungsbedingungen und Produktinformationsblättern sicherzustellen, wurden interne Leitlinien verabschiedet. Sie sind von den Produktentwicklungsbereichen aller Versicherungssparten verbindlich einzuhalten.

Die Arbeitsabläufe zu Verfahren, Aufbau, Gestaltung und inhaltlichen Vorgaben, die sich aus den Leitlinien ergeben, wurden in die Neu-Produktentwicklungsabläufe der Gesellschaften integriert. Beim Erstellen der Unterlagen zu den Produkten werden immer auch andere Bereiche (z. B. Marketing und Recht) miteinbezogen.

Die Leitlinien folgen in allen übergreifenden Inhalten derselben Systematik. Sie berücksichtigen dabei die jeweiligen Sparten und Produktspezifika. Maßgeblich für Klarheit und Verständlichkeit sind die GDV-Empfehlungen, sofern diese für die betreffenden Produktinformationsblätter und Versicherungsbedingungen vorhanden sind.

Darüber hinaus wurden eigene Kriterien für Klarheit und Verständlichkeit in den Leitlinien definiert. Diese sind immer bei fehlenden oder modifizierten GDV-Empfehlungen verbindlich anzuwenden. Das Einhalten der Leitlinien wird während des Prozesses der Produktentwicklung fortlaufend überprüft.

Die Abläufe zur Sicherstellung von Klarheit und Verständlichkeit von Produktinformationsblättern und Versicherungsbedingungen werden bei wesentlichen Änderungen eines neu aufgelegten Bestandsprodukts ebenso angewendet. Bei der Neuauflage bestehender Produkte überprüft die NÜRNBERGER systematisch, ob die Änderungen (z. B. bei Erweiterungen von versicherten Risiken) wesentlich sind. Ist dies der Fall, müssen auch Bestandsprodukte die für neue Produkte installierten Prozesse durchlaufen.

Bei externen Anlässen (z. B. Rechtsprechung, Beschwerdebüro etc.) werden ggf. Anpassungen in Versicherungsbedingungen oder Produktinformationsblättern risikoorientiert und systematisch dahingehend bewertet, ob und inwieweit ein Überarbeiten der Dokumente stattzufinden hat.

Leitsatz 6:

Kunden werden nachhaltig betreut und bei gegebenem Anlass beraten.

Maßgabe des GDV

„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 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.“

Maßnahmen der NÜRNBERGER

Angestellte im Außendienst und Ausschließlichkeitsvermittler der NÜRNBERGER (im Folgenden als „Vertreter“ bezeichnet) sind vertraglich zu wettbewerbskonformen Verhalten verpflichtet.

Die Bereiche Leben, Kranken und Schaden ermitteln systematisch die eventuellen Nachteile für den Kunden, die sich aus dem jeweils aktuellen Produktangebot ergeben, wenn ein Neuabschluss einen bereits bestehenden Vertrag ersetzt.

Die Liste der eventuellen Nachteile ist fester Bestandteil aller NÜRNBERGER Standardformulare zur Beratungsdokumentation.

Die Vertreter weisen bei der Beratung im Einzelfall mindestens auf alle Nachteile gemäß den Vorgaben der NÜRNBERGER hin. Weiterhin sind sie verpflichtet zu prüfen, ob dem Kunden darüber hinaus gravierende Nachteile entstehen. Diese müssen vollständig in die Dokumentation aufgenommen werden.

Für die Bereiche der Lebens-, Kranken- und Schadenversicherung wurden Anlässe definiert, bei denen dem Kunden zwingend eine Beratung, bezogen auf seinen Versicherungsvertrag, anzubieten ist. Dies betrifft insbesondere den Schaden- oder Leistungsfall, bzw. wenn sich die Lebenssituation des Kunden verändert hat. Bei Anlässen, die sich auf andere Verträge auswirken können, ist dem Kunden eine umfassende Analyse seiner Risikosituation durch einen Vermittler zu empfehlen. Der Kunde erhält in diesem Fall ein Anschreiben. Hierin wird auf Risiken hingewiesen, die sich aus der Änderung seiner Lebenssituation ergeben, verbunden mit der Empfehlung, mit seinem betreuenden Vermittler in Kontakt zu treten.

Die Angestellten im Außendienst und die Ausschließlichkeitsvermittler sind verpflichtet, die anlassbezogene Beratung nach Vorgaben der NÜRNBERGER durchzuführen.

In Arbeitsgruppen werden regelmäßig Beratungsanlässe geprüft und ggf. aktualisiert.

Die NÜRNBERGER Krankenversicherung AG stellt darüber hinaus systematisch sicher, dass die Anforderungen der Ziffer 3 der Leitlinien für einen transparenten und kundenorientierten Tarifwechsel in der privaten Krankenversicherung des Verbands der Privaten Krankenversicherung e. V. (PKV) umfassend erfüllt werden.

Um dies zu gewährleisten, hat die NÜRNBERGER Krankenversicherung AG eine Analysesoftware implementiert. Die Nutzung der Software ist den Mitarbeitern der zuständigen Abteilung verbindlich über eine Arbeitsanweisung vorgegeben. Es erfolgten Anwenderschulungen zum Umgang mit der Software.

Über das Analyseprogramm erfolgt die Auswahl möglicher Tarifalternativen für krankenvollversicherte Bestandskunden der NÜRNBERGER. Grundlage hierfür sind die Gesetzesvorgaben des § 204 Abs. 1 VVG, die Anforderungen aus den Leitlinien des PKV-Verbands und die bestehenden Kundenwünsche und Kundenbedürfnisse. Letztere werden im Rahmen der Analyse abgefragt und dokumentiert. Das Ergebnis der Analyse sowie das Motiv für die möglichen Tarifanpassungen inkl. der Leistungsvorgaben unseres Versicherten werden in einer transparenten und verständlichen Weise an unseren Kunden in Textform kommuniziert. Darüber hinaus erhalten unsere Kunden eine Gegenüberstellung der wesentlichen Leistungsunterschiede zwischen dem heutigen und dem (möglichen) zukünftigen Versicherungsschutz. Das Einhalten der Arbeitsanweisung wird stichprobenartig überprüft.

Leitsatz 7:

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

Maßgabe des GDV

„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 Werbeaufendienst 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-/Bausparkassenaufendienst und Versicherungsmakler in Deutschland e. V. (AVAD) als Pflicht.“

Maßnahmen der NÜRNBERGER

Leumund: Vor der Zusammenarbeit mit neuen Vermittlern holt die NÜRNBERGER grundsätzlich mindestens folgende Wirtschaftsauskünfte ein:

- AVAD-Auskunft
- Auszug aus dem Schuldnerverzeichnis bzw. Auskünfte anerkannter privater Auskunftsdienste
- Führungszeugnis

- Auszug aus dem Gewerbezentralregister
- Qualifikationsnachweise

Zusätzlich prüft sie bei Mehrfachagenten und Maklern den Eintrag in das Versicherungsvermittlerregister. Sie verpflichtet alle Vermittler, dafür zu sorgen, dass deren etwaige Untervermittler den Zuverlässigkeitsanforderungen genügen und selbstständige Untervermittler darüber hinaus über die erforderliche Gewerbe-erlaubnis und die Eintragung in das Versicherungsvermittlerregister verfügen.

Bei negativen Auskünften ist eine Zusammenarbeit grundsätzlich ausgeschlossen.

Treten bei einem NÜRNBERGER Vermittler Hinweise auf, die zu einem Ausschluss geführt hätten, holt die NÜRNBERGER erneut Wirtschaftsauskünfte ein. Sollte seine Unzuverlässigkeit bestätigt werden, endet die Zusammenarbeit unverzüglich.

Erstqualifizierung: Alle neuen Angestellten im Außendienst und Ausschließlichkeitsvermittler durchlaufen die standardisierte NÜRNBERGER Erstqualifikation. Die verpflichtende Teilnahme an der Ausbildung ist Voraussetzung für eine weitere Zusammenarbeit. Zusätzlich erfolgt eine Einarbeitung in die Praxis durch die verantwortlichen Führungskräfte, Fachspezialisten und Betreuer.

Die NÜRNBERGER stellt sicher, dass neue Angestellte im Außendienst und Ausschließlichkeitsvermittler den erforderlichen Sachkundenachweis unverzüglich nach Abschluss des Vermittlervertrags erbringen, wenn dieser Nachweis oder eine gleichgestellte Qualifikation nicht bereits zu Beginn der Tätigkeit vorliegt.

Innendienstmitarbeiter, die unmittelbar oder maßgeblich am Vertrieb beteiligt sind und nicht über eine angemessene Erstqualifikation verfügen, müssen diese mittels eines Wissenstests entsprechend ihres Tätigkeitsfelds nachweisen.

Weiterbildung: Angestellte im Außendienst (nach Manteltarifvertrag, § 17 Ziffer 3) und Ausschließlichkeitsvermittler der NÜRNBERGER nehmen verpflichtend an der Brancheninitiative „gut beraten“ teil. Die Teilnahme steuert und überwacht die NÜRNBERGER systematisch. Alle Vermittler werden systematisch über sämtliche Produktneuerungen und Produktänderungen fachlich informiert.

Alle weiteren unmittelbar oder maßgeblich am Vertrieb beteiligten Personen sind verpflichtet, die gesetzlich vorgeschriebenen Weiterbildungszeiten zu absolvieren.

Leitsatz 8:

Die Unabhängigkeit von Versicherungsmaklern wird gewahrt.

Maßgabe des GDV

„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.“

Maßnahmen der NÜRNBERGER

Die Ausführungsbestimmung für den Umgang mit Zuwendungen an Geschäftspartner (s. a. Leitsatz 10: Compliance) regelt verbindlich den Umgang mit sämtlichen Arten von Zusatzvergütungen oder Zuwendungen, auch an Makler. Die folgende Aufzählung der grundsätzlich zulässigen Zusatzvergütungen und Zuwendungen ist abschließend:

- Einladung zur Pflege der Geschäftsbeziehung
- Einladung zur Veranstaltung mit Dienstcharakter
- Befristete Vergütungen
- Zusatzvergütung
- Werbekostenzuschuss
- Vorschusszahlungen auf zukünftige Vergütungen für Neugeschäft
- Geschenke
- Werbeartikel
- Spenden
- Finanzielle Beteiligung im Rahmen des festgelegten Sponsorings
- Marketingmaßnahmen

Für die konkrete Vergabe einer Zusatzvergütung oder Zuwendung sind für nachfolgende Kategorien Kriterien geregelt, die eine Vergabe rechtfertigen und die Beeinflussung der Unabhängigkeit eines Maklers ausschließen:

- Marktangemessenheit
- Äquivalenz (notwendige Bedingung/Kausalität)
- Dokumentation
- Kontrolle für den Vorstandsbereich

Umsatzbezogene Zusatzvergütungen oder die Teilnahme an Ausschreibungen oder Wettbewerben sind bei Maklern nicht zulässig.

Dienstleistungsverträge mit Maklern werden gestützt durch das hausinterne Online-Vertragsmanagement nach vorgeschriebenem Ablauf geprüft und überwacht.

Leitsatz 9:

Versicherungsunternehmen bieten Kunden ein systematisches Beschwerdemanagement und ein Ombudsmannsystem.

Maßgabe des GDV

„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.“

Maßnahmen der NÜRNBERGER

Das Ombudsmannsystem, dessen Stellenwert und die damit verbundenen Hinweispflichten sind fester Bestandteil der NÜRNBERGER Erstqualifikation und der Einarbeitungsphase von Angestellten im Außendienst und Ausschließlichkeitsvermittlern der NÜRNBERGER.

Für den Bereich Krankenversicherung wird auf das Ombudsmannsystem in den VVG-Informationsunterlagen „Hinweise zum Antrag“ deutlich hingewiesen.

Für den Bereich Lebensversicherung wird auf das Ombudsmannsystem in allen Versicherungsanträgen und VVG-Informationsunterlagen deutlich hingewiesen.

Für den Bereich Schadenversicherung wird auf das Ombudsmannsystem in den Informationsunterlagen deutlich hingewiesen. Bei der Neuentwicklung und Überarbeitung von Tarifen wird der Hinweis auf die Möglichkeit der Beschwerde beim Versicherungsombudsmann und bei der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht sowie auf die Möglichkeit des Klageweges in den Versicherungsbedingungen aufgenommen.

Kunden können direkt über die Internetseite der NÜRNBERGER Informationen und Ansprechpartner rund um die Beschwerde erhalten. Zusätzlich wird der Kunde in den Allgemeinen Informationen nach §1 der Verordnung über Informationspflichten bei Versicherungsverträgen darüber informiert, dass er sich bei Beschwerden vorrangig direkt an die NÜRNBERGER oder den betreuenden Vermittler wenden kann.

Beschwerden werden im Rahmen des Vermittlermonitorings systematisch auf mögliche Verstöße gegen den Verhaltenskodex geprüft.

Leitsatz 10:

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

Maßgabe des GDV

„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, Einladungen und sonstigen Zuwendungen; klare Regeln in Bezug auf Werbemaßnahmen und Unternehmensveranstaltungen sowie Vorschriften zur Vermeidung von Kollisionen privater und geschäftlicher 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) 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.“

Maßnahmen der NÜRNBERGER

Die NÜRNBERGER Versicherung hat Compliance-Richtlinien zum Umgang mit Werbemaßnahmen und Unternehmensveranstaltungen, kartellrechtlichen Themen und zum Datenschutz erlassen. Die Richtlinien gelten verbindlich für Mitarbeiter im Innen- und Außendienst, Leitende Angestellte, Vorstandsmitglieder sowie überwiegend für Ausschließlichkeitsvermittler. Das Thema Antikorruption wird nicht in einer eigenen Richtlinie geregelt. Es fließt an den entsprechenden Stellen in die übrigen Richtlinien ein.

Zusätzlich legen Richtlinien Regelungen zu Interessenkonflikten und zum Umgang bei der Annahme von Zuwendungen für die Mitarbeiter fest.

Ergänzend dazu wurden Merkblätter zum Umgang mit Interessenkonflikten sowie zur Annahme von Zuwendungen veröffentlicht. Sie erläutern weiterführend, wie die Richtlinien in Bezug zu den genannten Themenfeldern auszulegen sind.

Für den Umgang bei der Vergabe von Zuwendungen an Geschäftspartner regelt eine zusätzliche Ausführungsbestimmung verbindliche Wertgrenzen, Voraussetzungen für die Durchführung sowie Dokumentations- und Genehmigungsverfahren zu den folgenden Punkten:

- Einladung zur Pflege der Geschäftsbeziehung
- Einladung zur Veranstaltung mit Dienstcharakter
- Befristete Vergütungen
- Zusatzvergütungen
- Werbekostenzuschüsse
- Vorschusszahlungen auf zukünftige Vergütungen für Neugeschäft
- Geschenke
- Werbeartikel
- Spenden
- Finanzielle Beteiligung im Rahmen eines festgelegten Sponsorings
- Marketingmaßnahmen

Leitsatz 11:

Der Kodex ist verbindlich und transparent.

Maßgabe des GDV

„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 Mindeststandards 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 3 Jahre von unabhängigen Stellen prüfen. Die Beschreibung der Umsetzung und die Ergebnisse der Prüfung werden auf der Website des GDV e. V. veröffentlicht.“

Maßnahmen der NÜRNBERGER

Angestellte im Außendienst und Ausschließlichkeitsvermittler werden immer vertraglich zur Einhaltung des Verhaltenskodex verpflichtet.

Die NÜRNBERGER erklärt allen Mehrfachagenten und Maklern schriftlich, dass sie nur noch mit Vertriebspartnern zusammenarbeitet, die die Werte und Normen bzw. die Grundsätze des GDV-Verhaltenskodex für sich anerkennen und die Regeln sowie Anweisungen in ihre Arbeitsabläufe implementiert haben.

Die NÜRNBERGER erkennt auch gleichwertige Kodizes als Grundlage der Zusammenarbeit an.

NÜRNBERGER-interne Abläufe stellen sicher, dass alternative Kodizes nur anerkannt werden, wenn sie dem GDV-Verhaltenskodex entsprechen. Erkennt ein Vertriebspartner die Grundsätze des GDV-Verhaltenskodex nicht an, ist eine (weitere) Zusammenarbeit mit ihm ausgeschlossen.

Die NÜRNBERGER hat ein Vermittlermonitoring implementiert, um Verstöße gegen den GDV-Verhaltenskodex zu erkennen. Das Monitoring erfasst dabei die Gruppen Ausschließlichkeitsvermittler, Mehrfachagenten und Makler. Angestellte im Außendienst werden durch die jeweils zuständige Führungskraft im Rahmen der arbeitsrechtlichen Maßnahmen überwacht. Ziel ist es, potenzielle und systematische Verstöße gegen den GDV-Verhaltenskodex hinreichend sicher zu erkennen. Es wurde ein verbindliches Vorgehen zum Umgang mit Verstößen festgelegt.

Compliance-Organisation

Die Compliance-Organisation der NÜRNBERGER wird von einem Konzern-Compliance-Beauftragten (Compliance-Beauftragter der NÜRNBERGER) geleitet. Dieser berichtet direkt an den Vorstandsvorsitzenden der NÜRNBERGER Beteiligungs-Aktiengesellschaft, der Holdinggesellschaft der NÜRNBERGER Versicherung.

Der Compliance-Beauftragte der NÜRNBERGER überwacht die Umsetzung des Verhaltenskodex. Er unterstützt die operativen Bereiche bei der Umsetzung geeigneter Maßnahmen. Die hierzu notwendigen Rechte des Compliance-Beauftragten der NÜRNBERGER und die Pflichten aller Mitwirkenden sind verbindlich in der Richtlinie zur „Organisation von Compliance in der NÜRNBERGER“ beschrieben und festgelegt.

Risikoverantwortliche sind neben den Vorstandsmitgliedern außerdem Führungskräfte in den Vorstandsbereichen. Diese sind mitverantwortlich dafür, dass der GDV-Verhaltenskodex eingehalten wird und entsprechende Maßnahmen eingerichtet und dauerhaft umgesetzt werden.

Die Aufgabe der Risikoverantwortlichen ist es, geeignete Maßnahmen zur Einhaltung des Verhaltenskodex zu treffen, dauerhaft umzusetzen und deren Einhaltung zu überwachen.

Der Compliance-Beauftragte der NÜRNBERGER hat die Aufgabe, die Einrichtung und Umsetzung geeigneter Maßnahmen zur Einhaltung des Verhaltenskodex durch die Risikoverantwortlichen sicherzustellen, die Umsetzung zu überwachen, eventuelle Lücken aufzuzeigen und bei der Entwicklung von Verbesserungsmaßnahmen beratend zur Verfügung zu stehen.

Bei Bedarf ist der Compliance-Beauftragte der NÜRNBERGER dazu befugt, die Risikoverantwortlichen zur Mitwirkung zu verpflichten.

Die Vorstände der einzelnen Gesellschaften sind verantwortlich dafür, dass der Verhaltenskodex und damit auch alle in ihren Einzelgesellschaften implementierten Maßnahmen eingehalten werden.

Compliance-Kommunikation

Eine umfassende und vor allem stetige Kommunikation ist ein zentraler Bestandteil eines funktionierenden CMS. Allen Mitarbeitern wird das Thema Compliance im Intranet vorgestellt.

Alle Mitarbeiter müssen eine E-Learning-Einheit zu Compliance durchlaufen. Die Kommunikation des CMS wird auf mehreren Ebenen sichergestellt:

Alle NÜRNBERGER Führungskräfte wurden über die Maßnahmen umfassend informiert, im Besonderen bezüglich der Compliance-Richtlinien zum „Umgang mit Interessenkonflikten“, „Umgang mit Zuwendungen“ und „Umgang mit Werbemaßnahmen und Unternehmensveranstaltungen“ und zu „Kartellrecht“. Über die Inhalte und Maßnahmen schult der Compliance-Beauftragte der NÜRNBERGER alle Führungskräfte.

Diese informieren die direkt mit der Umsetzung der Maßnahmen betroffenen Mitarbeiter in Besprechungen und durch:

- bereichsinterne Richtlinien,
- bereichsinterne Arbeitsanweisungen,
- Vertriebsinformationen und
- E-Mail-Kommunikation.

Die Vorstände der NÜRNBERGER haben die Selbstverpflichtung zum Einhalten des GDV-Verhaltenskodex und dessen Grundsätze an alle Mitarbeiter kommuniziert.

Diese Grundsätze kommunizieren Führungskräfte regelmäßig bei Vertriebs-tagungen und Führungsrunden.

Alle Führungskräfte stehen für ihre Mitarbeiter stets als erste Ansprechpartner bei Fragen zum Verhaltenskodex bereit.

Der Compliance-Beauftragte der NÜRNBERGER koordiniert zusätzlich eine bereichsübergreifende Kommunikation. Er wirkt darauf hin, dass die Führungskräfte die Kommunikations- und Schulungsmaßnahmen in ihren jeweiligen Bereichen angemessen ausgestalten und durchführen.

Die Führungskräfte stellen sicher, dass ihre Mitarbeiter immer umfassend informiert und mittels bereichsinterner oder bereichsübergreifender Maßnahmen geschult sind.

Compliance-Überwachung und Compliance-Verbesserung

Die regelmäßige, anlassunabhängige, präventive Überwachung gewährleistet, dass die vorgesehenen Maßnahmen zur Umsetzung und Einhaltung des Verhaltenskodex angemessen sind und eingehalten werden.

Der Compliance-Beauftragte der NÜRNBERGER bereitet eine laufende und anlassunabhängige Kodex-Überwachung vor, führt diese durch und dokumentiert sie. Hierzu erstellt er einen risikoorientierten Überwachungsplan. Die Risikoverantwortlichen unterstützen den Compliance-Beauftragten der NÜRNBERGER bei der Kodex-Überwachung.

Bei Bedarf plant die Konzern-Revision hier Maßnahmen mit. Sie informiert den Compliance-Beauftragten der NÜRNBERGER über Ergebnisse etwaiger eigenverantwortlich durchgeführter Überwachungen. Ihre Aufgaben und Verantwortlichkeiten sind dabei klar abgegrenzt.

Das CMS wird stetig weiterentwickelt. Hierdurch kann die NÜRNBERGER angemessen reagieren, wenn sich das Rechtsumfeld oder die internen Abläufe ändern. Das gilt auch für veränderte Risikolagen oder Maßnahmen zum Erfüllen des Verhaltenskodex sowie bei Verstößen.

Der Compliance-Beauftragte der NÜRNBERGER überprüft das CMS fortlaufend und bereichsübergreifend zum Ausschluss von Schwachstellen und wirkt auf Verbesserungen hin. Systematische Fehler, wie z. B. Beschwerdebäufungen, analysiert er objektiv.

Hinweisen und Verbesserungsvorschlägen von Mitarbeitern geht er nach und wirkt darauf hin, dass Maßnahmen zur Verbesserung ergriffen werden. Er unterstützt bei der Umsetzung und überprüft diese regelmäßig auf ihre Wirksamkeit.

Die Risikoverantwortlichen kontrollieren, wie effektiv ihre Maßnahmen in ihrem Bereich sind. Etwaige bereichsintern identifizierte Schwachstellen und/oder Änderungen im Ablauf sind dem Compliance-Beauftragten der NÜRNBERGER zu melden. Sie müssen gleichzeitig eine geeignete Anpassung der Maßnahmen vorschlagen. Der Compliance-Beauftragte der NÜRNBERGER überprüft hierbei auch die Auswirkungen auf getroffene und ggf. anzupassende Maßnahmen anderer Bereiche.

Das Konzern-Beschwerdemanagement informiert den Compliance-Beauftragten der NÜRNBERGER und die Risikoverantwortlichen über kodexrelevante Beschwerden.

Die Compliance-Berichterstattung zum Verhaltenskodex erfolgt regelmäßig im Rahmen der Compliance-Berichterstattung des Compliance-Beauftragten der NÜRNBERGER und zusätzlich anlassbezogen. Sie bezweckt die umfassende Information aller verantwortlichen Personen sowie des Konzern-Compliance-Beauftragten über das Einhalten des Verhaltenskodex.

Der Compliance-Beauftragte der NÜRNBERGER stellt sicher, dass die Adressaten nach ihrem Bedarf umfänglich informiert werden. Er schafft Transparenz, indem er relevante Informationen, wie z. B. zur Risikoanalyse, zu Verstößen, zur Angemessenheit sowie Wirksamkeit der Maßnahmen, weitergibt. Hierdurch ermöglicht er zeitnahe Entscheidungen.

Die Risikoverantwortlichen haben Informations- und Mitwirkungspflichten und teilen dem Compliance-Beauftragten der NÜRNBERGER alle Themen oder Erkenntnisse zur Einhaltung des Verhaltenskodex mit.

NÜRNBERGER Versicherung
Ostendstraße 100, 90334 Nürnberg
Telefon 0911 531-5, Fax -3206
info@nuernberger.de, www.nuernberger.de