Elektronische Kopie

EBNER STOLZ

Prüfungsbericht

Prüfung der Angemessenheit des Compliance-Management-Systems zur Umsetzung geeigneter Grundsätze und Maßnahmen zur Einhaltung des Verhaltenskodex für den Vertrieb von Versicherungsprodukten des Gesamtverbands der Deutschen Versicherungswirtschaft e.V. (GDV)

zum 16. Dezember 2022

LVM Landwirtschaftlicher Versicherungsverein Münster a.G.

Münster

A member of Nexia International

Elektronische Kopie

Elektronische Kopie

EBNER STOLZ

Inhaltsverzeichnis

		Seite
1.	Prüfungsauftrag	1
2.	Gegenstand, Art und Umfang der Prüfung	3
3.	Feststellung zum CMS	6
	3.1. Konzeption des CMS für die Umsetzung der Anforderungen aus dem GDV-Verhaltenskodex für den Vertrieb	6
	3.2. Feststellungen, die zu einer Einschränkung oder einer Versagung des Gesamturteils geführt haben	7
4.	Prüfungsurteil	8

Anlagenverzeichnis

Verhaltenskodex für den Vertrieb von Versicherungsprodukten / Compliance Management System des LVM Landwirtschaftlicher Versicherungsverein Münster a.G.	Anlage 1
Allgemeine Auftragsbedingungen	Anlage 2

Elektronische Kopie

EBNER STOLZ

1. Prüfungsauftrag

Mit Schreiben vom 29. Juni 2022 haben uns die gesetzlichen Vertreter der

LVM Landwirtschaftlicher Versicherungsverein Münster a.G., Münster
(im Folgenden: „LVM“)

beauftragt, eine Prüfung der in nachstehender Anlage 1 beigefügten Beschreibung zur Angemessenheit ihres Compliance-Management-Systems mit Stand vom 16. Dezember 2022 (im Folgenden: „CMS-Beschreibung“) im Hinblick auf die Umsetzung der Anforderungen aus dem Verhaltenskodex für den Vertrieb von Versicherungsprodukten des Gesamtverbands der Deutschen Versicherungswirtschaft e.V. (GDV) - mit Stand vom 25. September 2018 - (im Folgenden auch: „GDV-Verhaltenskodex“) durchzuführen.

Unter einem Compliance-Management-System sind die Grundsätze und Maßnahmen eines Unternehmens zu verstehen, die auf die Sicherstellung eines regelkonformen Verhaltens des Unternehmens und seiner Mitarbeiter sowie ggf. Dritten abzielen, d.h. auf die Einhaltung bestimmter Regeln und damit auf die Verhinderung von wesentlichen Verstößen gegen Regeln in abgegrenzten Teilbereichen (Regelverstöße). Unser Auftrag bezog sich auf die Beurteilung der Angemessenheit der in der als Anlage 1 beigefügten CMS-Beschreibung aufgeführten Grundsätze und Maßnahmen für die Umsetzung der Anforderungen aus dem GDV-Verhaltenskodex. Die Prüfung der Angemessenheit erstreckt sich auch darauf, ob die dargestellten Grundsätze und Maßnahmen tatsächlich zum 16. Dezember 2022 implementiert waren. Weitergehende Prüfungen, insbesondere zu Beurteilung der Wirksamkeit der dargestellten Grundsätze und Maßnahmen, haben wir auftragsgemäß nicht vorgenommen.

Gemäß Ziff. 10 des GDV-Verhaltenskodex hat sich das Unternehmen für ihre Mitarbeiter und Vermittler Compliance-Vorschriften zu geben, die insbesondere auch die Ächtung von Korruption und Bestechung zum Inhalt haben. Auftragsgemäß umfasst unsere Prüfung nur Compliance-Vorschriften, die sich auf die Ächtung von Korruption und Bestechung in dem Teilbereich Vertrieb beziehen.

Weiterhin war unsere Prüfung vereinbarungsgemäß auf solche Maßnahmen und Grundsätze begrenzt, die die LVM innerhalb ihrer Unternehmenssphäre eingerichtet hat. Grundsätze und Maßnahmen, die von den Vermittlern der Ausschließlichkeitsorganisation in deren eigenen Häusern eingerichtet sind, waren nicht Gegenstand unserer Prüfung. Insoweit ist das Prüfungsurteil auf die im Haus der LVM eingerichteten Grundsätze und Maßnahmen beschränkt. Maßnahmen und organisatorische Vorkehrungen, die direkt durch die Vermittler der Ausschließlichkeitsorganisation in deren Häusern eingerichtet sind, sind demnach nicht Gegenstand dieser Prüfung, so dass wir diesbezüglich keine Aussage treffen.

Elektronische Kopie

Schließlich weisen wir darauf hin, dass eine inhaltliche Beurteilung der von der LVM vertriebenen Versicherungsprodukte nicht Gegenstand unserer Prüfung war. Insoweit beinhaltet unser Prüfungsurteil keine Aussage zu den Versicherungs- oder sonstigen Produkten der Gesellschaft hinsichtlich deren Eignung zur Vermögensanlage oder Absicherung von Risiken. Unser Prüfungsurteil ist nicht dazu bestimmt, dass Dritte hierauf gestützt Entscheidungen hinsichtlich des Abschlusses von Verträgen über Versicherungsprodukte oder sonstiger Vermögensentscheidungen treffen.

Wir erstatten diesen Prüfungsbericht auf Grundlage des mit der LVM geschlossenen Auftrags. Die Prüfung wurde für Zwecke der LVM durchgeführt und der Prüfungsbericht ist zur Information der LVM über das Ergebnis der Prüfung bestimmt. Darüber hinaus dient der Prüfungsbericht der LVM dazu, die Öffentlichkeit über die Durchführung der Prüfung zu informieren. Der Prüfungsbericht ist jedoch nicht dazu bestimmt, dass Dritte hierauf gestützt mit dem Unternehmen vertragliche Beziehungen eingehen oder sonstige (Vermögens-)Entscheidungen treffen. Unsere Verantwortung besteht allein der LVM gegenüber. Dritten gegenüber übernehmen wir dagegen keine Verantwortung.

Elektronische Kopie

2. Gegenstand, Art und Umfang der Prüfung

Gegenstand unserer Prüfung waren die in der als Anlage 1 beigefügten CMS-Beschreibung vom 16. Dezember 2022 enthaltenen Aussagen über die Umsetzung der Anforderungen aus dem GDV-Verhaltenskodex unter Beachtung der in Ziffer 1 genannten Begrenzungen. Der Vorstand der LVM hat die als Anlage 1 beigefügte CMS-Beschreibung am 9. Januar 2023 beschlossen. Bei der Konzeption der CMS-Beschreibung hat die Gesellschaft den GDV-Verhaltenskodex in der Version vom 25. September 2018 sowie als weitere Konkretisierung der Anforderungen des GDV-Verhaltenskodex die vom GDV seinen Mitgliedsunternehmen empfohlenen Verfahrensregelungen zum angepassten Verhaltenskodex des GDV für den Vertrieb von Versicherungsprodukten vom 25. September 2018 und die FAQs zum Verhaltenskodex 2018 des GDV zum Vertrieb von Versicherungsprodukten vom 25. September 2018 zugrunde gelegt.

Die Verantwortung für die CMS-Beschreibung einschließlich der Abgrenzung der Teilbereiche und der Dokumentation der CMS-Beschreibung sowie für die Inhalte der CMS-Beschreibung liegt bei den gesetzlichen Vertretern der LVM.

Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über die in der CMS-Beschreibung enthaltenen Aussagen der gesetzlichen Vertreter zur Angemessenheit und Implementierung der Grundsätze und Maßnahmen für die Umsetzung der Anforderungen aus dem GDV-Verhaltenskodex bei der LVM abzugeben. Die Zielsetzung der Prüfung liegt als Systemprüfung nicht in dem Erkennen von einzelnen Regelverstößen. Sie ist daher nicht darauf ausgerichtet, Prüfungssicherheit über die tatsächliche Einhaltung einzelner Regeln zu erlangen.

Die für die Umsetzung der Anforderungen aus dem GDV-Verhaltenskodex bei der LVM implementierte CMS-Beschreibung ist angemessen, wenn sie geeignet ist, mit hinreichender Sicherheit sowohl Risiken für wesentliche Regelverstöße gegen den GDV-Verhaltenskodex rechtzeitig zu erkennen als auch solche Regelverstöße zu verhindern. Zu einer angemessenen CMS-Beschreibung zählt auch, dass bereits eingetretene Verstöße an die zuständige Stelle im Unternehmen zu berichten sind, damit die notwendigen Konsequenzen für die Verbesserung der CMS-Beschreibung getroffen werden. Hinreichende Sicherheit bedeutet nicht absolute Sicherheit: Auch eine ansonsten angemessene und wirksame CMS-Beschreibung unterliegt systemimmanenten Grenzen, so dass möglicherweise auch wesentliche Regelverstöße auftreten können, ohne systemseitig verhindert oder gar aufgedeckt zu werden. Diese systemimmanenten Grenzen ergeben sich u.a. aus menschlichen Fehlleistungen, Missbrauch oder Vernachlässigung der Verantwortung durch für bestimmte Maßnahmen verantwortliche Personen oder der Umgehung oder Außerkraftsetzung von Kontrollen durch Zusammenarbeit zweier oder mehrerer Personen.

EBNER STOLZ

Wir haben unsere Prüfung auf der Grundlage der für Wirtschaftsprüfer geltenden Berufspflichten unter Beachtung des IDW Prüfungsstandards: Grundsätze ordnungsmäßiger Prüfung von Compliance Management Systemen (IDW PS 980) durchgeführt (der IDW Prüfungshinweis: Einzelfragen zur Prüfung des Verhaltenskodex des Gesamtverbands der Deutschen Versicherungswirtschaft für den Vertrieb von Versicherungsprodukten (IDW PH 9.980.1) wurde zwischenzeitlich aufgehoben). Nach dem IDW Prüfungsstandard PS 980 haben wir die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass wir mit hinreichender Sicherheit beurteilen können, ob die in der CMS-Beschreibung enthaltenen Aussagen über die Grundsätze und Maßnahmen des CMS in allen wesentlichen Belangen angemessen dargestellt sind, dass die dargestellten Grundsätze und Maßnahmen in Übereinstimmung mit den angewandten CMS-Grundsätzen geeignet sind, mit hinreichender Sicherheit sowohl Risiken für wesentliche Verstöße gegen den GDV-Verhaltenskodex mit Stand vom 25. September 2018 einschließlich der in der CMS-Beschreibung dargestellten Konkretisierungen rechtzeitig zu erkennen als auch solche Regelverstöße zu verhindern und dass die Grundsätze und Maßnahmen bei der LVM zum 16. Dezember 2022 implementiert waren.

Als reine Angemessenheitsprüfung umfasste unsere Prüfung auftragsgemäß nicht die Beurteilung der Wirksamkeit der in der CMS-Beschreibung der Versicherungsunternehmen dargestellten Grundsätze und Maßnahmen. Eine Aussage darüber, ob die implementierten Grundsätze und Maßnahmen während der laufenden Geschäftsprozesse von den hiervon Betroffenen nach Maßgabe ihrer Verantwortlichkeit zur Kenntnis genommen und beachtet werden, kann daher nicht getroffen werden. Eine solche Aussage setzt eine umfassende Prüfung der Einhaltung über einen längeren Zeitraum („Wirksamkeitsprüfung“) voraus.

Die Auswahl unserer Prüfungshandlungen haben wir nach unserem pflichtgemäßen Ermessen und unter Berücksichtigung der in Ziffer 1 beschriebenen Begrenzungen vorgenommen. Im Rahmen unserer Prüfung haben wir die Kenntnisse über das rechtliche und wirtschaftliche Umfeld und die Compliance-Anforderungen des Versicherungsunternehmens berücksichtigt. Wir haben die in der CMS-Beschreibung dargestellten Grundsätze und Maßnahmen sowie die von uns vorgelegten Nachweise überwiegend auf Basis von Stichproben beurteilt. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfungshandlungen haben wir zentral, d.h. durch Tätigkeiten auf Konzernebene vorgenommen. Im Rahmen von Befragungen zentraler Ansprechpartner haben wir Nachweise zum Aufbau und der Implementierung der CMS-Beschreibung eingeholt. Diese umfassten neben mündlichen Auskünften die stichprobenartige Inspektion von Schriftverkehr, Unternehmenskommunikationen und anderen Unterlagen sowie die Implementierung von Kontrollfunktionen.

Elektronische Kopie

Im Einzelnen haben wir u.a. folgende wesentliche Prüfungshandlungen durchgeführt:

- Beurteilung möglicher Risiken im Zusammenhang mit dem GDV-Verhaltenskodex
- Einsichtnahme in und Würdigung von vorhandenen internen Regelwerken, Organisationshandbüchern, Verfahrensanweisungen und Handbüchern
- Durchsicht und Würdigung von Schulungsunterlagen und von sonstigen Unterlagen der LVM mit Bezug zu den Anforderungen des GDV-Verhaltenskodex und den in den Auslegungshinweisen des GDV dargestellten unverbindlichen Empfehlungen an Mitgliedsunternehmen
- Beurteilung der eingerichteten Maßnahmen und Grundsätze auf Eignung zur Sicherstellung der Ziele des GDV-Verhaltenskodex
- Befragungen des Vorstands und von geeigneten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der LVM, insbesondere Mitarbeitern der Abteilung Risikoüberwachung & Compliance
- Beurteilung der Maßnahmen bei erkannten Regelverstößen
- Verwertung der Arbeit von internen und externen Prüfungen
- Beachtung des BaFin-Rundschreibens 11/2018 zur Zusammenarbeit mit Versicherungsvermittlern sowie zum Risikomanagement im Vertrieb
- Beachtung der Offenlegungsverordnung (EU) 2019/2088.

Wir haben unsere Prüfung (mit Unterbrechungen) in der Zeit vom 17. Oktober 2022 bis zum 19. Januar 2023 durchgeführt.

Alle von uns erbetenen Aufklärungen und Nachweise sind erteilt worden. Die gesetzlichen Vertreter der LVM haben uns die Vollständigkeit und Richtigkeit der CMS-Beschreibung und der uns erteilten Aufklärungen und Nachweise zur Konzeption des CMS sowie zur Angemessenheit und Implementierung schriftlich bestätigt.

Elektronische Kopie

3. Feststellung zum CMS

3.1 Konzeption des CMS für die Umsetzung der Anforderungen aus dem GDV-Verhaltenskodex für den Vertrieb

Die auf das CMS zur Umsetzung des GDV-Verhaltenskodex für den Vertrieb bezogene CMS-Beschreibung liegt als Anlage 1 diesem Bericht bei. Die wichtigsten Merkmale sind im Folgenden kurz dargestellt.

Die LVM vertreibt ihre Versicherungsprodukte über Vermittler der Ausschließlichkeitsorganisation (Vertrauensleute). Die LVM stellt einen hohen Anspruch an die Qualifikation und die Beleumundung ihrer Vertrauensleute und an die Qualifikation ihres betreuenden angestellten und ihres vermittelnden angestellten Außendienstes.

Die LVM hat ihre Vertriebssteuerung so konzipiert, dass die Gesamteinnahmen einer Agentur nicht überproportional vom Erfolg in Ausschreibungen bestimmt werden. Sie ist so gestaltet, dass sie eine bedarfsgerechte Beratung der Kunden fördert. Die bedarfsgerechte Beratung orientiert sich dabei auch an Nachhaltigkeitsaspekten.

Die Vermittler sind verpflichtet, bei jedem Erstkontakt mit einem potenziellen Kunden ihren Status durch Ausgabe ihrer Visitenkarte offenzulegen, die auch einen Hinweis auf das bestehende Ombudsmannsystem enthält (sog. „Große Visitenkarte“).

Als bestmögliches Kundeninteresse versteht die LVM eine Beratung, die die Interessen des Kunden in den Vordergrund stellt, seine Wünsche und seine individuellen Gegebenheiten berücksichtigt und eine Lösungsempfehlung aufzeigt, die die Interessen und Wünsche des Kunden widerspiegelt. Für die Beratung stellt die LVM verschiedene IT-Instrumente zur Verfügung. Diese Standards gelten auch für die laufende Beratung und Betreuung der Kunden nach Vertragsabschluss.

In der Beratungsdokumentation werden das Datum des Kundengesprächs, der Kontaktweg, die Wünsche des Kunden, die Empfehlungen samt Begründung und die Entscheidung des Kunden erfasst.

In der internen Leitlinie zur Erfüllung der gesetzlichen Anforderungen einschließlich der Nachhaltigkeitsfaktoren aus der Offenlegungsverordnung an das Produktfreigabeverfahren werden das Rahmenwerk der Produktkonzeption, die Markteinführung und die Produktüberwachung verbindlich vorgegeben.

Elektronische Kopie

Inhalt der überarbeiteten Compliance-Vorschriften und Verhaltensleitsätze sind insbesondere die Ächtung von Korruption, Bestechung und Bestechlichkeit, Ausschreibungen und Versicherungsvertrieb sowie der gesetzlichen Anforderungen der nachhaltigkeitsbezogenen Offenlegungsverpflichtungen aus der Verordnung (EU) 2019/2088. Sie beziehen sich auf Vertrauensleute und LVM-Angestellte und decken Maßnahmen zu Veranstaltungen, Datenschutz, Wettbewerbsvorschriften, internes Meldewesen und Meldungen an die BaFin gemäß Sammelverfügung vom 10. Dezember 2015 ab.

Die LVM hat sich entschieden, nur mit Vertrauensleuten als Vertriebspartnern zusammenzuarbeiten und nur unmittelbar vertrieblich tätige Mitarbeiter zu beschäftigen, die die Grundsätze des Verhaltenskodex anerkennen.

3.2 Feststellungen, die zu einer Einschränkung oder einer Versagung des Gesamturteils geführt haben

Es haben sich keine Feststellungen, die zu einer Einschränkung oder einer Versagung des Gesamturteils geführt haben, ergeben.

EBNER STOLZ

4. Prüfungsurteil

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse sind die in der CMS-Beschreibung enthaltenen Aussagen über die Grundsätze und Maßnahmen des CMS in Bezug auf den GDV-Verhaltenskodex für den Vertrieb in allen wesentlichen Belangen angemessen dargestellt. Die in der CMS-Beschreibung dargestellten Grundsätze und Maßnahmen sind in Übereinstimmung mit den angewandten CMS-Grundsätzen geeignet, mit hinreichender Sicherheit sowohl Risiken für wesentliche Verstöße gegen den GDV-Verhaltenskodex einschließlich der in der CMS-Beschreibung dargestellten Konkretisierungen rechtzeitig zu erkennen als auch solche Regelverstöße zu verhindern. Die Grundsätze und Maßnahmen wurden zum 16. Dezember 2022 implementiert.

Ohne dieses Urteil einzuschränken, weisen wir darauf hin, dass sich unsere Prüfung auf die jeweiligen Maßnahmen und Grundsätze beschränkt hat, die der LVM Landwirtschaftlicher Versicherungsverein a.G. bei sich zur Einhaltung der Anforderungen des GDV-Verhaltenskodex implementiert hat; weitergehende Prüfungshandlungen bei den Vermittlern der Ausschließlichkeitsorganisation haben wir nicht vorgenommen.

Die CMS-Beschreibung für die Umsetzung der Leitsätze des GDV-Verhaltenskodex bei dem LVM Landwirtschaftlicher Versicherungsverein a.G. wurde zum 16. Dezember 2022 erstellt. Jede Übertragung dieser Angaben auf einen zukünftigen Zeitpunkt birgt die Gefahr, dass wegen zwischenzeitlicher Änderungen des CMS falsche Schlussfolgerungen gezogen werden.

Frankfurt am Main, 19. Januar 2023

Ebner Stolz GmbH & Co. KG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Steuerberatungsgesellschaft

Jürgen Krieg
Wirtschaftsprüfer

Dr. Martin Hartauer
Wirtschaftsprüfer

Elektronische Kopie

Elektronische Kopie

Anlagen

Elektronische Kopie

Elektronische Kopie

Außenorganisation

Verhaltenskodex für den Vertrieb von Versicherungsprodukten

Compliance Management System des LVM Landwirtschaftlicher Versicherungsverein Münster a.G.

Münster, 16. Dezember 2022

Inhaltsverzeichnis

Einleitung 7
1 Die Bedürfnisse der Kunden stehen immer im Mittelpunkt. 10
1.1 Inhalt 10
1.2 Risiken 10
1.3.1 Provisionssystem 11
1.3.2 Vertriebssteuerung 11
1.3.3 Richtlinie für Ausschreibungen der Abteilung Außenorganisation 12
1.3.4 Richtlinie für Ausgestaltungen von Veranstaltungen 12
1.3.5 Orientierungsrahmen für agenturinterne Vergütungssysteme 12
1.3.6 Aus- und Weiterbildung 13
1.3.7 Beratungs- und Servicestandards 13
1.4 Controlling 13
1.4.1 Umfassende Bewertung der Vertriebsvergütung 13
1.4.2 Auszahlungsprüfungen 14
1.4.3 Kundenbefragungen 15
1.4.4 Überwachung des Erstjahresstornos 15
1.4.5 Beschwerdemanagement 15
2 Wer Versicherungen vermittelt, erklärt dem Kunden seinen Status. 16
2.1 Inhalt 16
2.2 Risiken 16
2.3 Maßnahmen 16
2.4 Controlling 17
3 Jede Empfehlung berücksichtigt Ziele, Wünsche und Bedürfnisse der Kunden. 18
3.1 Inhalt 18
3.2 Risiken 18
3.3 Maßnahmen 19
3.3.1 Beratungsprozess/LVM-Beratungs- und Servicestandards 19
3.3.2 Online-Vertrieb 20
3.3.3 Technische Unterstützung 21
3.4 Controlling 24
3.4.1 Beschwerdemanagement 24
3.4.2 Kundenbefragungen 26

3.4.3 Marktstudien 26
3.4.4 Laufende Beobachtung durch die Spartenabteilungen 26
4 Jede Empfehlung zu einem Vertragsabschluss wird nachvollziehbar begründet und dokumentiert. 27
4.1 Inhalt 27
4.2 Risiken 27
4.3 Maßnahmen 27
4.3 Controlling 28
4.3.1 Toleranzgrenze für Verzichtserklärungen 28
4.3.2 Beschwerdemanagement 29
5 Versicherungsprodukte werden bedarfsgerecht entwickelt und vertrieben 30
5.1 Inhalt 30
5.2 Risiken 30
5.3 Maßnahmen 31
5.3.1 Produktfreigabeverfahren 31
5.3.2 Einfache und verständliche Versicherungsprodukte der LVM Versicherung 32
5.3.3 Fähigkeiten, Kenntnisse und Erfahrungen im POG-Prozess 32
5.4 Controlling 32
5.4.1 Auswertung der Rückmeldung zum Zielmarkt 32
5.4.2 Beschwerdemanagement 33
5.4.3 Kundenbefragungen 33
5.4.4 Marktstudien 33
5.4.5 Laufende Beobachtung durch die Spartenabteilungen 33
5.4.6 Maßnahmen zur Sicherstellung der durchzuführenden Produktprüfung 34
5.4.7 Auswertung des Erstjahresstornos 34
6 Kunden werden nachhaltig betreut und bei gegebenem Anlass beraten. 35
6.1 Inhalt 35
6.2 Risiken 35
6.3 Maßnahmen 36
6.3.1 Betreuungsstandards/ Beratungsprozess 36
6.3.2 Verpflichtung der Vertrauensleute und Angestellten auf Wettbewerbsrichtlinien und Hinweis auf wettbewerbsrechtliche Regelungen 36

6.3.3 Technische Unterstützung 36
6.3.4 Laufende Betreuung durch die Direktion in Münster 38
6.3.5 Bestandsbetreuungs- und Vertragsänderungsprovision 38
6.3.6 Sensibilisierung des Außendienstes und Hinweis in Beratungsdokumentation 38
6.4 Controlling 38
6.4.1 Kundenbefragungen 38
6.4.2 Beschwerdemanagement 39
6.4.3 Überwachung des Erstjahresstornos 39
7 Qualifikation ist die Basis von ehrlichem, redlichem und professionellem Vertrieb. 40
7.1 Inhalt 40
7.2 Risiken 40
7.3 Maßnahmen 41
7.3.1 Anbindung neuer Vermittler 41
7.3.2 Einstellung von neuen Mitarbeitern im betreuenden angestellten Außendienst 42
7.3.3 Einstellung von neuen Mitarbeitern im vermittelnden angestellten Außendienst 43
7.3.4 Einstellung von an der Vermittlung von Versicherungsprodukten mitwirkenden Mitarbeitern in Agenturen 43
7.3.5 Unmittelbar vertrieblich tätige oder maßgeblich am Versicherungsvertrieb beteiligte Mitarbeiter im LVM-Innendienst 43
7.3.6 Weiterbildung 44
7.3.7 Laufende Aufsicht / anlassbezogene Prüfung gemäß BaFin-Rundschreiben 11/2018 45
7.4 Controlling 46
7.4.1 Anbindungs-/ Einstellungsprozesse 46
7.4.2 Qualität der Weiterbildungszeit 46
7.4.3 Entwicklung der Weiterbildungszeit 46
8 Die Unabhängigkeit von Versicherungsmaklern wird gewahrt. 48
9 Versicherungsunternehmen bieten Kunden ein systematisches Beschwerdemanagement und ein Ombudsmannsystem. 49
9.1 Inhalt 49
9.2 Risiken 49

9.3 Maßnahmen 49
9.4 Controlling 50
10 Die Versicherungsunternehmen geben sich Compliance-Vorschriften und kontrollieren deren Einhaltung. 51
10.1 Inhalt....51
10.2 Risiken....51
10.3 Maßnahmen 52
10.3.1 Verhaltensleitsätze für Vertrauensleute 52
10.3.2 Verhaltensleitsätze für LVM-Angestellte 52
10.3.3 Richtlinie Veranstaltungen 52
10.3.4 Datenschutz.... 53
10.3.5 Wettbewerbsvorschriften 53
10.3.6 Meldewesen 53
10.3.7 Meldungen an die BaFin gemäß Sammelverfügung vom 10.12.2015 54
10.4 Controlling 54
11 Der Kodex ist verbindlich und transparent. 56
11.1 Inhalt....56
11.2 Risiken....56
11.3 Maßnahmen 56
11.3.1 Verbindlichkeit für Vertrauensleute und Angestellte 56
11.3.2 Meldewesen 57
11.4 Controlling 57

Einleitung

Versicherungsschutz ist für den Verbraucher[1] ein wichtiger Bestandteil seiner Risikoabsicherung und Vorsorge im Alltag. Die Versicherungsunternehmen übernehmen eine große Verantwortung gegenüber der Allgemeinheit und ihren Kunden, in dem sie eine Vielzahl von Produkten entwickeln und anbieten, die auf die Bedürfnisse der Kunden zugeschnitten sind. Versicherungsschutz ist in hohem Maße erklärungsbedürftig und von einem besonderen Vertrauensverhältnis geprägt. Dieser Verantwortung stellen sich die Versicherungsunternehmen.

Der Versicherungsvertrieb, ob persönlich oder digital, ist das Bindeglied zwischen Kunden und Versicherungsunternehmen. Dessen Herzstück sind die Beratung und die Betreuung der Kunden. Der Qualität der Beratung kommt eine besondere Bedeutung zu. Sie schafft die Grundlage dafür, dass Kunden gute Entscheidungen treffen und dauerhaft mit der 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 und umfassender Kundenbetreuung im Wege einer freiwilligen Selbstverpflichtung Ausdruck verliehen. Die LVM Versicherung ist diesem Verhaltenskodex seinerzeit bereits beigetreten. 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 der GDV den Verhaltenskodex aktualisiert. Dieser modifizierte Kodex stellt Verhaltensmaßstäbe für den Vertrieb von Versicherungsprodukten transparent dar. Er gilt für alle Formen des Versicherungsvertriebes gegenüber Verbrauchern und beschreibt einen Rahmen von gemeinsamen Normen und Werten, den die Versicherungsunternehmen, die dem Kodex beitreten, im Interesse ihrer Kunden teilen. Die LVM Versicherung hat auch den modifizierten Kodex implementiert.

Die LVM Versicherung ist ein Breitenversicherer mit Fokussierung auf Deutschland. Sie agiert dabei im Geschäftsfeld Versicherungen sowohl für Privatkunden als auch für Gewerbetreibende kleiner und mittlerer Größe. Über Kooperationen mit Federated Investors, ebase, PEAC Leasing und der Wüstenrot Bausparkasse AG ist sie darüber hinaus im Geschäftsfeld Finanzdienstleistungen tätig. Die Kernleistung im Geschäftsfeld Versicherungen umfasst das Tragen von Risiken sowie die Geldleistung im Versicherungsfall.

[1] Zur Verbesserung der Lesbarkeit und Verständlichkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung männlicher und weiblicher Sprachformen verzichtet. Sämtliche in diesem Dokument verwendete Personen- und/oder Funktionsbezeichnungen gelten für alle Geschlechter.

Als Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit wurde die LVM Versicherung von Kunden für Kunden gegründet und ist daher dem Kundeninteresse in besonderer Weise verpflichtet. Die Kunden sind die Abnehmer der Dienstleistung der LVM Versicherung und verleihen dem Unternehmen seine Existenzberechtigung. Sie sind zentraler Anspruchsteller an das Unternehmen.

Als Serviceversicherer legt die LVM Versicherung besonderen Wert auf eine vertrauensvolle und partnerschaftliche Beratung und Betreuung der Kunden durch die Vertrauensleute vor Ort. Das Markenversprechen der LVM Versicherung lautet: Der Kunde erhält bei der LVM Versicherung ein Nutzenbündel aus bedarfsgerechten Produkten zu wettbewerbsfähigen Preisen, hervorragendem Service im Serviceverbund von Innendienst und Außendienst sowie partnerschaftlicher und bürgernaher Betreuung durch die Vertrauensleute vor Ort. Zur Optimierung des Beratungs-, Vermittlungs-, und Betreuungsprozesses hat die LVM Versicherung ein Beratungs- und Servicestandards sowie ein übergeordnetes Leitbild entwickelt. Sicherheit, Vertrauen und Verantwortung bilden die zentralen Werte dieses Leitbildes, die die LVM Versicherung nach innen und außen prägen. Sie sind Grundlage des Handelns der LVM. Für die LVM Versicherung ist es von großer Bedeutung, dass alle Mitarbeiter, die im Vertrieb tätig sind, ein einheitliches Verständnis über das Thema Beratung haben.

Die LVM Versicherung setzt mit ihrem Vertriebskonzept und ihrem konsequenten Bekenntnis zum Ausschließlichkeitsvertrieb durch ihre Vermittler auf langfristige, vertrauensvolle und nachhaltige Kundenbeziehungen. Die Integrität, die Bindung an die Grundsätze des ehrbaren Kaufmanns und eine hohe Kundenzufriedenheit sind neben einer guten Qualifikation der Vermittler die Basis jeder Geschäftsbeziehung. Die LVM Versicherung verzichtet ihrerseits ganz bewusst auf weitere Vertriebswege.

Mit der Verankerung der Grundsätze des modifizierten GDV-Verhaltenskodex in einen LVM-Verhaltenskodex hat die LVM Versicherung gezeigt, dass sie die Orientierung der Vermittlung und Beratung am bestmöglichen Kundeninteresse sehr ernst nimmt. Die Vertrauensleute werden über den aktualisierten Inhalt des Kodex informiert. Bereits bei dem damaligen Beitritt zum Verhaltenskodex haben die Vertrauensleute diesen für sich als verbindlich erklärt und sich verpflichtet, dessen Grundsätze einzuhalten und auch ihre Mitarbeiter entsprechend anzuweisen. Ebenso hat das Unternehmen seinerzeit alle Mitarbeiter im betreuenden und vermittelnden angestellten Außendienst auf den Verhaltenskodex verpflichtet. Die LVM Versicherung stellt sicher, dass alle relevanten Personenkreise die aus dem modifizierten Kodex resultierenden Verpflichtungen kennen und anwenden.

Die LVM Versicherung hat im Rahmen der Aktualisierung des Verhaltenskodex ihre Prozesse beleuchtet und bei Bedarf angepasst sowie das etablierte Compliance Management System aktualisiert. Aus Sicht der LVM ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor für Compliance, dass die Vermittler und Mitarbeiter die Notwendigkeit der Compliance-Regeln kennen und deren Einhaltung mittragen. Die Unternehmensleitung und das Management setzen dabei nicht nur auf eine Anordnung zur Einhaltung der Vorschriften, sondern darüber hinaus auf die Akzeptanz und das Bekenntnis zur Einhal-

tung dieser Vorschriften durch alle im Vertrieb des Unternehmens beschäftigten Personen.

Die Unternehmensleitung fördert ein aktives Verständnis und eine offene Kommunikationskultur zu Compliance-Themen. Sie versteht die Schaffung und Einhaltung von Compliance-Maßnahmen als Förderung nachhaltigen Wirtschaftens.

Der Vorstand der LVM Versicherung hat das unmissverständliche Bekenntnis zum Verhaltenskodex bestätigt und verdeutlicht, dass keine Ausnahmen bei der Erfüllung der Kodex-Anforderungen geduldet werden. Dies gilt insbesondere auch dann, wenn dadurch Nachteile entstehen oder kurzfristige geschäftliche Chancen nicht wahrgenommen werden können.

Wie die Versicherungswirtschaft insgesamt unterliegt auch die LVM Versicherung sich stetig verändernden Regularien und äußeren Einflüssen. Die LVM Versicherung versteht die Umsetzung von Compliance-Maßnahmen daher auch als kontinuierlichen Anpassungs- und Veränderungsprozess. Aufgrund dessen wird das bestehende Compliance-Management-System regelmäßig auf seine Angemessenheit und Wirksamkeit hin überprüft und angepasst.

1 Die Bedürfnisse der Kunden stehen immer im Mittelpunkt.

1.1 Inhalt

Versicherungsschutz ist für den 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 Versicherungsbetrieb 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 bestmöglichen Service gerecht zu werden.

1.2 Risiken

Für die LVM Versicherung besteht in diesem Kontext das Risiko, dass durch eine fehlerhafte Provisionsregelung oder eine unzureichende Vertriebssteuerung im Ganzen Anreize dahingehend gesetzt werden, dass der Kunde nicht im bestmöglichen Interesse beraten wird und er sich hierdurch nicht für ein bedarfsgerechtes Produkt entscheidet.

Hiermit verbunden ist die Gefahr eines Verstoßes gegen § 48a des Versicherungsaufsichtsgesetzes (VAG), wenn die LVM Versicherung Provisionsregelungen konzipiert und anwendet oder ihre Vertriebssteuerung so gestaltet, dass nicht die Interessen und Wünsche der Kunden Vorrang haben vor den Provisionsinteressen der Vermittler.

Auch für die Vermittler besteht das Risiko eines Verstoßes gegen gesetzliche Vorgaben, wenn sie ihre Beschäftigten in einer Weise vergüten oder bewerten, die mit ihrer Pflicht, im bestmöglichen Interesse der Versicherungsnehmer zu handeln, kollidiert. Die Vertrauensleute dürfen gemäß § 14 Abs. 2 der Versicherungsvermittlungsverordnung (VersVermV) keine Vorkehrungen durch die Vergütung, Verkaufsziele oder in anderer Weise treffen, durch die Anreize für sie selbst oder ihre Beschäftigten geschaffen werden könnten, einem Versicherungsnehmer ein bestimmtes Versicherungsprodukt zu empfehlen, obwohl ein anderes, den Bedürfnissen des Versicherungsnehmers besser entsprechendes Versicherungsprodukt angeboten werden könnte.

1.3 Maßnahmen

1.3.1 Provisionssystem

Um eine an den Wünschen und Bedürfnissen des Kunden ausgerichtete Beratung und Vermittlung zu fördern, sind die Provisionsregelungen der LVM Versicherung so konzipiert, dass die Interessen und Wünsche der Kunden Vorrang haben vor den Provisionsinteressen der Vermittler. Die Provisionen enthalten drei Komponenten: Provisionen für Bestandspflege und -betreuung, für Neuabschluss und für Vertragsänderungen. Im Jahr 2021 verteilten sich die vereinnahmten Provisionen der Vertrauensleute zu rund 63 Prozent auf Bestandspflege- und Betreuungsprovisionen, zu rund 27 Prozent auf Abschlussprovisionen und zu rund 10 Prozent auf Vertragsänderungsprovisionen.

Die Bestandspflege- und Betreuungsprovisionen stellen eine Vergütung für die laufende Betreuung der Kunden dar und schaffen Anreiz für den Aufbau und Erhalt einer langfristigen und stabilen Kundenbeziehung. Die Abschlussprovisionen werden für die Beratung des Kunden und die Vermittlung gezahlt. Die Vertragsänderungsprovisionen vergüten die laufende Beratung nach Vertragsschluss und Anpassung des Versicherungsschutzes an den sich verändernden Bedarf des Kunden während der Vertragslaufzeit. Sie fördert zugleich die Aktualität der laufenden Verträge. Um Fehlanreize zu vermeiden, ist die Höhe der Provisionssätze in allen Komposit-Sparten (mit Ausnahme der Sparte Kraftfahrt) einheitlich festgelegt.

Es erfolgt zudem keine unterschiedliche Vergütung für die Vermittlung von mit Blick auf das Kundeninteresse vergleichbaren Produkten. Hierdurch wird vermieden, dass dem Kunden ein bestimmtes Versicherungsprodukt empfohlen wird, obwohl ein anderes, den Kundenwünschen und –bedürfnissen besser entsprechendes Produkt vorhanden wäre. Eine vereinbarte Provisionshaftungszeit fördert ebenfalls die bedarfsgerechte Beratung der Kunden. In den Komposit-Sparten gilt eine Provisionshaftungszeit für Abschlussprovisionen von drei Jahren, in der Lebens- und Krankenversicherung von fünf Jahren.

Die Provisionsregelungen verursachen daher keine Kollision mit der Pflicht, im bestmöglichen Kundeninteresse zu agieren und entsprechen insoweit den Anforderungen des § 48a VAG.

1.3.2 Vertriebssteuerung

Instrumente der Vertriebssteuerung

Zu den Instrumenten der Vertriebssteuerung bei der LVM Versicherung zählen die Jahresausschreibung für Vertrauensleute, die Wettbewerbe für Agenturmitarbeiter, Agenturpartner, Agentur-Auszubildende und LVM-Kundenberater, die Ergebnis- und Erfolgsbeteiligung für den angestellten Außendienst, die Bonifikationsvereinbarungen für LVM-Kundenberater und die regionalen Wettbewerbe sowie Einzelvereinbarungen.

Die LVM Versicherung hat auch ihre Vertriebssteuerung so konzipiert, dass die Gesamteinnahmen einer Agentur nicht überproportional vom Erfolg in Ausschreibungen bestimmt werden. Provisionssätze hängen nicht vom Erreichen von Ausschreibungszielen ab.

Nettomehrung

Die Vertriebssteuerung ist so gestaltet, dass sie eine bedarfsgerechte Beratung der Kunden fördert. Dazu trägt insbesondere bei, dass die Bewertung des Vertriebserfolges über die Messgröße Nettomehrung erfolgt. Nettomehrung bedeutet, dass das gesamte Bestandsstorno im Vertriebsergebnis in Abzug gebracht wird. Aus Ratings geht regelmäßig hervor, dass die Stornoquote der LVM Versicherung unterdurchschnittlich ist. Kurzfristige Produktionserfolge stehen nicht im Fokus der vertrieblichen Steuerung. Fehlanreize werden so vermieden.

1.3.3 Richtlinie für Ausschreibungen der Abteilung Außenorganisation

Die LVM Versicherung stellt durch eine Richtlinie sicher, dass Ausschreibungen der Abteilung Außenorganisation so gestaltet werden, dass sie die bedarfsgerechte Beratung fördern und keine Anreize setzen, die dem Kundeninteresse zuwiderlaufen. Daher gibt diese Richtlinie allen Mitarbeitern, die an der Konzeption und Durchführung dieser Ausschreibungen mitwirken, klare Vorgaben. Unter diese Richtlinie fallen alle Ausschreibungen, bei denen für Vermittlungserfolge von LVM-Mitarbeitern sowie Vertrauensleuten und deren Mitarbeitern zusätzliche Anreize ausgelobt werden. Um eine bedarfsgerechte Beratung, die am bestmöglichen Kundeninteresse ausgerichtet ist, nicht zu gefährden, achtet die LVM Versicherung bei der Konzeption von Ausschreibungen darauf, dass die Wertung, die Zielvorgaben, die Ausschreibungslaufzeit und der ausgelobte Anreiz in einem ausgewogenen Verhältnis zueinanderstehen. Es soll erreicht werden, dass im Ausschreibungszeitraum ausreichend viele Beratungsgespräche mit Kunden stattfinden können, die einen zur Ausschreibung passenden Absicherungsbedarf haben.

1.3.4 Richtlinie für Ausgestaltungen von Veranstaltungen

Eine weitere Richtlinie regelt die Ausgestaltung von Veranstaltungen der LVM Versicherung. Die Abteilung Außenorganisation stellt durch den Erlass dieser Richtlinie sicher, dass Veranstaltungen im Einklang mit dem Leitbild und den Unternehmenszielen der LVM Versicherung gestaltet werden.

1.3.5 Orientierungsrahmen für agenturinterne Vergütungssysteme

Nach § 14 Abs. 2 VersVermV unterliegen auch die Vermittler der Pflicht, im bestmöglichen Interesse der Versicherungsnehmer zu handeln. Sie haben insoweit sicherzustellen, dass die Vergütung ihrer Beschäftigten keine Anreize setzt, einem Versicherungsnehmer ein bestimmtes Versicherungsprodukt zu empfehlen, obwohl ein ande-

res, den Bedürfnissen des Versicherungsnehmers besser entsprechendes Versicherungsprodukt angeboten werden könnte. Um die Vertrauensleute bei dieser neuen Verpflichtung zu unterstützen, hat die LVM ihnen als Hilfestellung einen Orientierungsrahmen für agenturinterne Vergütungs- und Anreizsysteme erstellt.

1.3.6 Aus- und Weiterbildung

In allen Aus- und Weiterbildungsangeboten, die im Zusammenhang mit dem Beratungs- und Vermittlungsprozess stehen, liegt der Fokus neben einer Erweiterung des Produkt- und Fachwissens auf der Sensibilisierung auf das bestmögliche Kundeninteresse, auch in Bezug auf Nachhaltigkeitsaspekte.

1.3.7 Beratungs- und Servicestandards

Die LVM Versicherung hat zur Optimierung des Beratungs- und Vermittlungsprozesses Beratungs- und Servicestandards entwickelt, die unter Kodexziffer 3 ausführlich erläutert werden.

1.4 Controlling

1.4.1 Umfassende Bewertung der Vertriebsvergütung

Die Vertriebsvergütung wurde unter Berücksichtigung der Anforderungen des BaFin-Rundschreibens 11/2018 umfassend bewertet und auf Fehlanreize hin untersucht. Neben den klassischen Provisionsarten wurden sämtliche Vergütungskomponenten, die einen wirtschaftlichen Vorteil jeglicher Art darstellen (können), auf ihre Konformität mit den Anforderungen des § 48a VAG überprüft. Es wurde also geprüft, ob durch die vorhandenen Vergütungskomponenten ein Anreiz gesetzt wird, nicht im bestmöglichen Kundeninteresse zu handeln bzw. ob ein bestimmtes Versicherungsprodukt aufgrund der konkret in Aussicht gestellten Vergütung eher empfohlen wird, obwohl ein anderes, dem Kundenbedürfnis grundsätzlich besser geeignetes Versicherungsprodukt vorhanden ist. Gegenstand der Bewertung waren insoweit auch die Jahresausschreibung für die Vertrauensleute, Mitarbeiterwettbewerbe, Bonifikationen sowie Zuschusszahlungen an Agenturen, sofern diese mit einer Produktionserwartung verbunden sind.

Bei der Bewertung spielten insbesondere die folgenden Aspekte eine wesentliche Rolle:

- Die Höhe der jeweils zu zahlenden Provisionen, insbesondere vor dem Hintergrund möglicher Leistungshürden;

- Der Umstand, ob die Provisionen bei Abschluss des Vertrages gezahlt werden oder ob eine laufende Vergütung erfolgt;

- Unterschiedliche Vergütung von Blick auf das Kundenbedürfnis vergleichbaren Produkten, die einen Fehlanreiz begründen könnte;

- Knüpfung von Sondervergütungen an das Erreichen bestimmter Verkaufsziele innerhalb eines festgelegten Zeitraumes.

Führte die Bewertung der einzelnen Vergütungskomponenten zu der Einschätzung, dass die Vergütungskomponenten grundsätzlich geeignet sind, einen Fehlanreiz zu Lasten des Kunden zu begründen, wurde anschließend eruiert, welche bereits vorhandenen oder neu zu implementierenden Controlling-Maßnahmen einer Fehlsteuerung entgegenwirken. Besonders hervorzuheben sind hierbei Stornoquoten (Erstjahresstorno), Auswertung des Beschwerdeaufkommens anhand beratungsrelevanter Beschwerdegründe wie Produktklarheit/-verständlichkeit, Qualität der Beratung oder auch ein erhöhtes Aufkommen an Beschwerden mit Bezug zum Vermittlerverhalten sowie an negativer Presseberichterstattung.

Im Ergebnis wurden keine Fehlanreize festgestellt, die einen nicht hinnehmbaren Widerspruch zu der Pflicht, im bestmöglichen Interesse der Kunden zu handeln, begründen.

Für den Bereich der Versicherungsanlageprodukte wurde zudem eine Analyse, Bewertung und Dokumentation zu potenziellen Interessenkonflikten durchgeführt.

Es wurde insbesondere untersucht, in welchen Konstellationen und Lebensphasen eines Versicherungsanlageproduktes (Konzeption, Vertrieb und Verwaltung) ein Interessenkonflikt, auch in Bezug auf Nachhaltigkeitsaspekte, vorliegen oder entstehen kann. Zugleich wurden Verfahren und Maßnahmen geprüft, um eine Schädigung von Kundeninteressen zu verhindern.

Die geforderte umfassende Dokumentation dieser Konstellationen und Lebensphasen eines Versicherungsanlageproduktes (Konzeption, Vertrieb und Verwaltung) erfolgt in einem Leitfaden sowie dazugehöriger Prüfmatrix. Fortlaufend wird mindestens einmal jährlich sowohl der Leitfadens als auch die Prüfmatrix überprüft und ggf. aktualisiert.

1.4.2 Auszahlungsprüfungen

Ob Fehlanreize zu Lasten der Kunden vorliegen, prüft die Abteilung Außenorganisation mittels eines EDV-gestützten Verfahrens Auffälligkeiten bei der Auszahlung von Abschlussprovisionen. Hierbei wird anhand von Einzelnachweisen und Provisionsabrechnungen des entsprechenden Monats geprüft, ob Anhaltspunkte für eine mögliche Provisionserschleichung oder Unregelmäßigkeiten vorliegen. Im Zweifel werden die jeweilige Fachabteilung, der zuständige Mitarbeiter im angestellten Außendienst für Organisation und/oder für die betroffenen Sparten hinzugezogen. Es sind geeignete Ermittlungen zur Sachverhaltsaufklärung anzustoßen. Dies können z.B. Befragungen des Vermittlers (ggf. unter Einbindung der Konzernrevision); Befragung der Versicherungsnehmer bzw. Geschädigten oder weitere geeignete Maßnahmen sein.

Dieses Verfahren dient dazu, auffällige Auszahlungs- und/oder Provisionsentwicklungen zu erkennen, die eine nicht bedarfsgerechte Beratung der Kunden indizieren. Je nach Ergebnis der Prüfung wird bei Unregelmäßigkeiten der angestellte Außendienst informiert, um entsprechende Gespräche mit der betreffenden Agentur zu führen oder der Fall wird zur weiteren Prüfung an die Konzernrevision weitergeleitet.

1.4.3 Kundenbefragungen

Die LVM Versicherung führt durch die Abteilung Kommunikation, wie zuvor beschrieben, in regelmäßigen Abständen Kundenbefragungen durch bzw. kauft Mehrbezieher-Studien ein, die auch Aussagen zu unseren Kunden im Vergleich zu Wettbewerbern enthalten. Dabei werden auch Fragen zu dem Beratungsgespräch bei den Vermittlern gestellt. Auch hierdurch lassen sich Erkenntnisse gewinnen, ob die Beratungen am bestmöglichen Kundeninteresse ausgerichtet sind. Die Abteilung Kommunikation übermittelt die Inhalte der Studien an die Abteilung Außenorganisation. Die Abteilung Außenorganisation wertet die Ergebnisse aus, entscheidet über Handlungsbedarf und gibt im Bedarfsfall entsprechende Hinweise oder konkrete Vorgaben an die betroffenen Abteilungen und an den angestellten Außendienst bzw. die Vermittler.

1.4.4 Überwachung des Erstjahresstornos

Die LVM Versicherung beurteilt die Stornohäufigkeit als wichtigen Indikator für die Qualität einer bedarfsgerechten Beratung. Die Abteilung Außenorganisation erstellt monatlich einen Ergebnisbericht, der Daten zum Erstjahresstorno enthält. Dieser Ergebnisbericht ist für alle Abteilungen und den angestellten Außendienst einsehbar. Bis auf Agenturebene lassen sich so Auffälligkeiten erkennen, die gegebenenfalls Rückschlüsse auf das Beratungsverhalten zulassen. Die Abteilung Außenorganisation beobachtet Auffälligkeiten und stößt über die AO-Leitung den Eskalationsprozess gemäß Ziffer 11 an. Insgesamt ist das Stornoaufkommen bei der LVM Versicherung jedoch sehr gering.

1.4.5 Beschwerdemanagement

Ein weiteres Controlling-Instrument stellt das unter Ziffer 3 ausführlich beschriebene Beschwerdemanagement dar. Mit seiner Hilfe können kodexrelevante Beschwerden erfasst und ausgewertet sowie hieraus die entsprechenden Rückschlüsse gezogen werden.

2 Wer Versicherungen vermittelt, erklärt dem Kunden seinen Status.

2.1 Inhalt

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.

2.2 Risiken

Als Risiko wurde identifiziert, dass dem Kunden der Status des Vermittlers nicht mitgeteilt wird oder die vorgelegten Informationen nicht ausreichen, um dem Kunden deutlich zu machen, welchen Status der Vermittler hat oder ob den Kunden eine zusätzliche Vergütungslast trifft. Durch diesen Informationsmangel könnte der Kunde zu falschen Annahmen verleitet werden und in der Folge für ihn wirtschaftlich ungünstige Entscheidungen treffen. Ebenfalls besteht die Möglichkeit, dass der Kunde allgemeine Fehlvorstellungen über die Vermittlervergütung hat. Weiterhin besteht das Risiko, dass gegen die Offenlegungspflichten gemäß Verordnung (EU) 2019/2088 verstoßen wird.

2.3 Maßnahmen

Die Vermittler sind verpflichtet, bei jedem Erstkontakt mit einem potenziellen Kunden ihren Status durch Ausgabe der Visitenkarten offenzulegen. Die LVM stellt allen Vertrauensleuten und deren Mitarbeitern kostenfrei Visitenkarten zur Verfügung, die sämtliche Informationen nach § 15 VersVermV und § 60 VVG (sog. „Große Visitenkarte“ sowie die 4-seitige Visitenkarte) enthalten. Die „Große Visitenkarte“ informiert den Kunden dahingehend, dass die Vermittler ausschließlich für die LVM Versicherung tätig sind, dass sie Beratung anbieten und sie legt die Art und Quelle der durch die Vermittlung erzielten Vergütung offen.

Die LVM Versicherung weist ihre Vermittler auf diese gesetzliche Verpflichtung im Anschreiben zur VM-Urkunde und im Rahmen des Bestellprozesses für Visitenkarten hin. Zusätzlich wurden die Vermittler im Rahmen einer Fachinformation auf die neuen gesetzlich geforderten Inhalte der Erstinformation sensibilisiert.

Entsprechende Angaben sind auch Teil der Agentur-Homepages der Vertrauensleute. Die Agenturinhaber tragen die Verantwortung für die Inhalte des Impressums auf ihrer Homepage. Die LVM Versicherung unterstützt die Agenturen bei der Erstellung eines ordnungsgemäßen Impressums durch eine entsprechende Anleitung. Mit Blick auf die nachhaltigkeitsbezogenen Offenlegungsanforderungen hat die LVM die Agenturen ebenfalls mittels einer Fachinformation informiert und die Umsetzung aktiv unterstützt.

2.4 Controlling

Ein Controlling-Instrument stellt das unter Kodexziffer 3 ausführlich beschriebene Beschwerdemanagement dar. Mit seiner Hilfe können fachliche Beschwerdegründe (Fachliche Beratung, Qualität der Beratung) sowie Beschwerden über persönliches Fehlverhalten der Vermittler erfasst und ausgewertet werden.
Die Abteilung Kommunikation als zentrale Beschwerdemanagementstelle wertet diese Beschwerdegründe in den unter Kodexziffer 3 beschriebenen Abständen aus und leitet die Ergebnisse an die ebenfalls dort beschriebenen Personenkreise weiter. Im Fall von Auffälligkeiten hinsichtlich der Legitimation der Vermittler ergreift die Abteilung Außenorganisation Maßnahmen entsprechend der unter Kodexziffer 11 beschriebenen Eskalationsstufen.

Die LVM Versicherung wertet auch diese Ergebnisse im Rahmen eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses aus, um ihren Service und ihr Handeln noch näher am Interesse und an den Bedürfnissen ihrer Kunden auszurichten.

3 Jede Empfehlung berücksichtigt Ziele, Wünsche und Bedürfnisse der Kunden.

3.1 Inhalt

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

3.2 Risiken

Im Kontext dieses Kodex-Leitsatzes hat die LVM Versicherung als Risiko identifiziert, dass Ziele, Wünsche und Bedürfnisse nicht oder nur unzureichend erkannt werden, fehlerhaft bewertet werden und hierdurch Kunden nicht im bestmöglichen Interesse beraten werden bzw. Produkte erwerben, die nicht zu ihrem Bedarf oder ihren Nachhaltigkeitszielen passen oder dass Beratungsanlässe nicht erkannt werden.

Daneben wurde als weiteres Risiko unzureichende Produktkenntnisse seitens der Vermittler sowie aller an der Vermittlung und Beratung mitwirkenden Personen erkannt.

Ebenso besteht das Risiko, dass Informationen bzw. Werbematerialien zu Versicherungsprodukten nicht einfach und verständlich sind und/oder Ausschlüsse vom Versicherungsschutz für den Kunden als solche nicht erkennbar sind.

Insbesondere bei langlaufenden Altersvorsorgeprodukten ist das Risiko gegeben, dass die Angaben unzureichend sind oder eine unverständliche Darstellung verschiedener Szenarien enthält. Dies könnte zur Folge haben, dass dem Kunden die wesentlichen Merkmale der Produkte nicht klar und verständlich aufgezeigt werden und ihm dadurch eine individuelle Entscheidung erschwert wird. Auch aus nicht transparent dargestellten Angaben über mögliche künftige Leistungen können falsche Vorstellungen über Leistungen resultieren, die zu einer falschen oder nicht optimalen Entscheidung des Kunden für oder gegen ein Produkt führen. Gleiches gilt

für den Fall, dass Kundeninformationen bei Produktneuerungen oder -veränderungen nicht angepasst oder aktuelle Zinssätze nicht transparent dargestellt werden.

Weitere Risiken sind darin zu sehen, dass die Vermittler und die an der Beratung und Vermittlung mitwirkenden Personen sich nicht an den Ablauf und die Inhalte des Beratungsprozesses halten oder provisionsorientiert beraten. Ebenso können durch die Vertriebssteuerung Fehlanreize gesetzt werden. All dies kann dazu führen, dass die ausgesprochene Empfehlung nicht die (Nachhaltigkeits-) Ziele, Wünsche und Bedürfnisse der Kunden berücksichtigt oder die Kunden sich für ein nicht bedarfsgerechtes Produkt entscheiden.

3.3 Maßnahmen

3.3.1 Beratungsprozess/LVM-Beratungs- und Servicestandards

Als Serviceversicherer legt die LVM Versicherung besonderen Wert auf eine vertrauensvolle und partnerschaftliche Beratung und Betreuung der Kunden durch die Vertrauensleute vor Ort. Das Markenversprechen der LVM Versicherung lautet: Der Kunde erhält bei der LVM ein Nutzenbündel aus bedarfsgerechten Produkten zu wettbewerbsfähigen Preisen, hervorragendem Service im Serviceverbund von Innendienst und Außendienst sowie partnerschaftliche und bürgernahe Betreuung durch die Vertrauensleute vor Ort. Dementsprechend hat die LVM Versicherung zur Optimierung des Beratungs- und Vermittlungsprozesses Beratungs- und Servicestandards entwickelt, die sich sowohl an die Vertrauensleute als auch an die an der Vermittlung und Beratung mitwirkenden Personen in den Agenturen richten:

Für die LVM Versicherung ist es von großer Bedeutung, dass alle Mitarbeiter, die im Vertrieb tätig sind, ein einheitliches Verständnis über das Thema Beratung haben. Die LVM-Beratungs- und Servicestandards bieten hierfür Klarheit. Drei entscheidende Servicekriterien definieren, wie die LVM die Vertrauensbeziehung zu ihren Kunden gestaltet und den Erwartungen der Kunden gerecht wird.

Das erste Servicekriterium lautet: Vertrauensleute und die an der Vermittlung und Beratung mitwirkenden Personen in den Agenturen bleiben mit den Kunden in Verbindung. Ein regelmäßiger Kontakt und Kenntnis der persönlichen Kundensituation schaffen Vertrauen und gewährleisten, dass potentielle Beratungsanlässe frühzeitig erkannt und zeitnah angenommen werden können.

Als zweites Servicekriterium ist die individuelle und bedarfsgerechte Beratung durch die Vertrauensleute und der vertrieblich tätigen Mitarbeiter in den Agenturen zu nennen. Eine vertrauensvolle Beratung schafft Sicherheit durch die Berücksichtigung der aktuellen persönlichen Kundensituation mit einer klaren Empfehlung für den Abschluss. Dabei handeln alle an der Beratung und Vermittlung mitwirkenden Personen im bestmöglichen Kundeninteresse. Als bestmögliches Kundeninteresse versteht die LVM Versicherung in diesem Rahmen eine Beratung, die die Interessen des Kunden in den Vordergrund stellt, seine Wünsche und seine individuellen Gegebenheiten berücksichtigt und eine Lösungsempfehlung aufzeigt, die die Interessen und Wün-

sche des Kunden widerspiegelt. Der Kunde wird aktiv unterstützt, eine für ihn sinnvolle Entscheidung zu treffen. Ein Beratungsgespräch, das die Interessen des Kunden in den Vordergrund stellt, seine Wünsche erfüllt und eine verständliche Lösungsempfehlung aufzeigt, bildet die Grundlage für eine partnerschaftliche und vertrauensvolle Beziehung mit dem Kunden, die auf Langfristigkeit ausgelegt ist.

Drittes Servicekriterium ist die schnelle und unkomplizierte Hilfe im Schadensfall durch die Vertrauensleute. Sie punkten mit Service und übernehmen Verantwortung für die professionelle Bearbeitung.

Sofern LVM-Mitarbeiter im Innendienst Beratungsaufgaben wahrnehmen, verschaffen sie sich anhand der Kundenkontakthistorie und ggf. durch entsprechende Rückversicherung beim VM und beim Kunden einen Überblick über die konkrete Situation des Kunden, um seinen persönlichen Bedarf sowie seine Wünsche zu ermitteln. Auf dieser Grundlage suchen sie aus der zur Verfügung stehenden Produktpalette der LVM Versicherung das für den Kunden am besten geeignete Produkt aus und empfehlen dieses. Als Hilfestellung für eine am bestmöglichen Kundeninteresse ausgerichtete Beratung durch den LVM-Innendienst hat die LVM Versicherung Verhaltensleitsätze zur Ausübung des Versicherungsvertriebs für LVM-Mitarbeiter erstellt, die sowohl den bisherigen als auch den neuen Mitarbeitern im Wege eines Workflow zur Verfügung gestellt werden, um nochmals auf das bestmögliche Kundeninteresse zu sensibilisieren.

Diese Kriterien beschreiben die Grundhaltung der Vertrauensleute und alle an der Vermittlung und Beratung mitwirkenden Personen in den Agenturen und in der LVM Versicherung. Sie spiegeln die eigene Einstellung und verbindlichen Werte wider, die im Umgang mit Kunden gelebt werden. In den Beratungs- und Servicestandards wird klargestellt, dass das Vertrauen der Kunden ein wertvolles und unbedingt schützenswertes Gut ist. Den Mitarbeitern im Vertrieb wird die übernommene Verantwortung bei der Beratung und Betreuung ihrer Kunden in allen Lebenssituationen verdeutlicht. Die Beratungs- und Servicestandards ermöglichen den Vertrauensleuten und allen an der Beratung und Vermittlung mitwirkenden Personen ein Handeln im bestmöglichen Interesse der Kunden, ohne dass die Individualität verloren geht.

Die Grundsätze der LVM-Beratungs- und Servicestandards bilden zudem das Fundament für vertriebliche Trainings und Seminare.

Korrespondierend zu den Beratungs- und Servicestandards wurde für den Innendienst ein Orientierungs- und Handlungsleitfaden entwickelt. Hiernach unterstützt der Innendienst den Vertrieb mit seiner Fachkompetenz bei der Beratung. Zudem reguliert er Schäden lösungsorientiert im Sinne der Kunden und des Unternehmens. Des Weiteren leistet der Innendienst Serviceunterstützung im Namen der Agentur.

3.3.2 Online-Vertrieb

Die LVM Versicherung bleibt sich treu und setzt auch in einer immer digitaler werdenden Welt auf die persönliche Beziehung zwischen Kunde und Vermittler. Die Vertrauensleute sind das Gesicht der LVM Versicherung zum Kunden vor Ort, sie sind

die Schnittstelle zum Kunden. Die LVM Versicherung hat sich mit Blick auf den Vertrieb bewusst dazu entschieden, diesen grundsätzlich bei ihren qualifizierten Vermittlern vor Ort zu belassen. Für Produkte mit geringer Komplexität und für Leistungserweiterungen zu bestehenden Verträgen bietet die LVM Versicherung darüber hinaus die Möglichkeit des Online-Abschlusses. Dabei erfolgt immer eine Zuordnung zu einer Agentur vor Ort. Die Prozesse werden dabei so gestaltet, dass die Beratungsanforderungen in Abhängigkeit von der Produktkomplexität angemessen erfüllt werden.

3.3.3 Technische Unterstützung

Die LVM Versicherung stellt verschiedene IT-Instrumente zur Verfügung, die ihre Agenturen bei der bedarfsgerechten Beratung der Kunden unterstützen.

Angebotsprozess LAS

Das LVM-Anwendungssystem (LAS) ist die gemeinsame IT-Plattform für Innen- und Außendienst, die eine Betreuung der Kunden über ein System auf gleicher Basis ermöglicht.

Dabei stehen immer die bedarfsgerechte Beratung und Betreuung im Fokus. So reicht die Funktionalität von der Angebotsanwendung, die bestehenden Versicherungsschutz berücksichtigt, über das Beratungsprogramm LVM-Kompass® bis hin zur Schadenregulierung, die in einem bestimmten Rahmen durch die Vertrauensleute selbst vorgenommen werden kann. Selektionsfunktionen über das LVM-Cockpit helfen den Vertrauensleuten, ihre Kunden entsprechend der persönlichen Situation über Neuerungen und Versorgungslücken zeitnah zu informieren. Darüber hinaus wird über LAS auch in technischer Hinsicht sichergestellt, dass die Beratung im Rahmen der Antragserstellung dokumentiert wird. Hier werden u. a. die Wünsche der Kunden zum Versicherungsschutz sowie Empfehlungen zu den einzelnen Produktbereichen aufgenommen. Die Beratungsdokumentation ist fester Bestandteil des Antrages und daher korrekt auszufüllen. Sie gibt dem Kunden Sicherheit und schafft Vertrauen. Eine Freigabe von Anträgen im LVM-Anwendungssystem ohne eine ausgefüllte Beratungsdokumentation oder eine entsprechende Verzichtserklärung ist nicht möglich.

Auch für den Innendienst ist das LAS in vielen Bereichen des Unternehmens bereits Produktivsystem, in dem verschiedene Bearbeitungsprozesse, egal ob Vertrags- oder Schadenbearbeitung, möglich sind. Dabei entscheidet ein zugrunde liegendes Rollenkonzept, wer welche Funktionen im LAS nutzen kann. Das gemeinsame Arbeiten von Innen- und Außendienst in einem System ermöglicht eine schnellere und optimale Betreuung bei Beratungen, Antrags- und Vertragsbearbeitung und Schadenregulierung.

Mit dem Portal "Meine LVM" besteht eine Schnittstelle zum Kunden. Änderungen, zum Beispiel der Adresse, die der Kunde in seinem geschützten Bereich "Meine LVM" vornimmt, werden an die betreuende Agentur im LAS weitergegeben und können dort verarbeitet werden. Weiterhin besteht im Bereich des Kompositgeschäfts für

die Agenturen die Möglichkeit, zuvor mit dem Kunden im Rahmen einer Beratung gemeinsam erarbeitete Anträge für die Kunden in die App „Meine LVM“ einfach und schnell digital zur Unterschrift einzustellen. Die Vertrauensleute erhalten die vom Kunden bestätigten Anträge direkt ins LAS zurück, wo diese wie gewohnt von den Vertrauensleuten freigegeben werden können. Durch diesen digitalen und zeitgemäßen Service minimiert sich der Aufwand auch für den Kunden.

LVM-Kompass®

Der LVM-Kompass® ist ein IT-gestütztes Instrument zur ganzheitlichen Beratung der Kunden. Mit seiner Hilfe erfassen die Vertrauensleute die persönliche Situation, Interessen, Bedarfe und Wünsche sowie schon bestehende Absicherungen der Kunden.

Auf Grundlage dieser Angaben wird ein bestehender Absicherungsbedarf in den Bereichen Vorsorge, Besitz- und Vermögensabsicherung sowie Vermögensmanagement aufgezeigt und empfohlen. Mit Hilfe des LVM-Kompasses® können Risiken und Versorgungslücken der Kunden erkannt und bedarfsgerecht geschlossen werden.

Der Kunde erhält eine übersichtliche und verständliche Vorsorge- und Vermögensanalyse zu seiner aktuellen und geplanten Lebenssituation neben konkreten Vorschlägen zur Schließung potentieller Versorgungslücken. Die Anwendung des LVM-Kompass® beinhaltet zudem eine entsprechende Beratungsdokumentation.

Vertriebsassistent

Mit dem „Vertriebsassistenten“ in der LAS-Anwendung werden die LVM-Agenturen bei der anlassbezogenen Beratung und Betreuung der Kunden unterstützt. Der Vertriebsassistent analysiert anhand von vorgegebenen Parametern laufend die Kundensituation und gibt Hinweise und Tipps, welche Punkte der Berater zu einem bestimmten Anlass mit dem Kunden besprechen sollte. So weist das System beispielsweise auf längere Zeit nicht veränderte Kundendaten sowie veraltete Vertragsstände hin. Aber auch offenkundiger Bedarf, der sich aus den hinterlegten Kundendaten ergibt, wird angezeigt und zur Beratung vorgeschlagen. Bei Anlässen wie bspw. Umzug, Wechsel der Berufsstellung oder des Familienstandes wird der Berater direkt in den passenden Beratungsprozess geführt. Auch überprüft der Vertriebsassistent die Logik vorhandener Kundendaten und ermöglicht dem Berater eine schnelle Änderung. Hat der Kunde aufgrund der veränderten persönlichen Situation Beratungsbedarf gleich zu mehreren Themen, empfiehlt der Vertriebsassistent in der Regel eine spartenübergreifende Beratung mit dem LVM-Kompass®. Zudem unterstützt der Vertriebsassistent den Berater mit zahlreichen Servicetipps für den Kunden. Auch die Simulation einer sich verändernden Kundensituation lässt sich in dem Vertriebsassistenten abbilden, so dass der Berater den Kunden zu allen Zielen, Wünschen und Bedürfnissen umfassend beraten kann.

Qualifikations- und Weiterbildungsangebote

In zahlreichen Qualifikations- und Weiterbildungsangeboten legt die LVM Versicherung neben Produktschulungen insbesondere Wert auf die Vermittlung von Informationen zum Zielmarkt an die Vermittler sowie aller an der Vermittlung/am Vertrieb beteiligten Personen sowie deren Sensibilisierung auf das bestmögliche Kundeninteresse.

Geeignetheitsprüfung gemäß § 7c VVG

Um gerade im sensiblen Bereich der Versicherungsanlageprodukte eine möglichst bedarfsgerechte Beratung zu gewährleisten, hat die LVM Versicherung eine unabdingbare Geeignetheitsprüfung im Rahmen der Beratung und Information (die Anlageziele des Kunden, seine Erfahrungen im Anlagebereich, seine finanziellen Verhältnisse etc.), ergänzt um die Abfrage der Nachhaltigkeitspräferenzen, eingeführt. Hierdurch ist sichergestellt, dass bei der Ermittlung der Ziele, Wünsche und Bedürfnisse des Kunden auch seine Situation bzw. seine Vorkenntnisse die notwendige Berücksichtigung finden. Die LVM Versicherung hat diese Geeignetheitsprüfung im LAS implementiert; eine Beantragung ohne durchgeführte Geeignetheitsprüfung ist nicht möglich. Sofern der Kunde einzelne erfragte Informationen nicht erteilen möchte, erhält er einen entsprechenden Hinweis dahingehend, dass eine qualifizierte Produktempfehlung in Ermangelung der erforderlichen Angaben nicht erteilt werden kann.

Angaben über mögliche zukünftige Gesamtleistungen basieren auf standardisierten Verfahren

LVM Lebensversicherungs-AG und LVM Pensionsfonds-AG

Die LVM Lebensversicherungs-AG erfüllt bei der Darstellung möglicher künftiger Leistungen aus einer Lebens- oder Rentenversicherung die Vorgaben der VVG-InfoV und der VAG-InfoV.

Für mögliche künftige Leistungen aus sog. Riester- oder Basisrentenversicherungen hält die LVM Lebensversicherungs-AG die einschlägigen Bestimmungen des AltZertG ein.

Darüber hinaus erstellt sie die möglichen Kapitalverläufe ebenfalls auf Grundlage der für der aktuell deklarierten Gewinnanteile sowie einer um einen Prozentpunkt höheren bzw. niedrigeren Gesamtverzinsung.

Die LVM Pensionsfonds-AG stellt die möglichen Kapitalverläufe ebenfalls auf Grundlage der für die jeweilige Rückdeckungsversicherung aktuell deklarierten Gewinnanteile sowie einer um einen Prozentpunkt höheren bzw. niedrigeren Gesamtverzinsung dar.

Die Abteilung Aktuariat Leben verantwortet die Anpassung der Modellrechnungen an die aktuellen Zinssätze. Für diese und ähnliche Arbeiten sind jährlich wiederkehrende Kapazitäten in der Abteilung DV-Organisation reserviert.

Für die Darstellung möglicher künftiger Leistungen bei den fondsgebundenen Rentenversicherungen verwendet die LVM Lebensversicherungs-AG abhängig vom Fonds möglichst realistische Szenarien in den Modellrechnungen.

Unfallversicherung

Das Neugeschäft der Unfallversicherung mit Beitragsrückgewähr wurde zum 01.07.2017 ausgesetzt. Bis dahin galt: Bei der Unfallversicherung mit Beitragsrückgewähr wurde durch ein mehrstufiges System sichergestellt, dass die Versicherungsnehmer sich über die mögliche Entwicklung der Kapitalversicherung frühzeitig informieren konnten. Bereits mit dem Angebot/Antrag für eine Unfallversicherung mit Beitragsrückgewähr erhielt der potenzielle Kunde eine Modellrechnung, die für jedes Jahr die garantierten Leistungen bei Rückkauf bzw. Beitragsfreistellung auswies. Zusätzlich erhielt der Versicherungsnehmer vor Abgabe seiner Vertragserklärung eine allgemeine Verbraucherinformation und die Allgemeinen Versicherungsbedingungen sowie bei Vertragsabschluss mit dem Versicherungsschein eine Garantiewerttabelle. In der individuellen Garantiewerttabelle. In der individuellen Garantiewerttabelle war die Entwicklung der Kapitalversicherung im Detail dargestellt. Die laufende Anpassung der Garantiewerttabelle an die aktuellen Rechnungsgrundlagen wurde sichergestellt durch den Bereich Unfall Mathematik. Das standardisierte Produktinformationsblatt entsprach den diese Sparte betreffenden Vorgaben der VVG-InfoV. Technisch war sichergestellt, dass die Antragsdokumente das Produktinformationsblatt beinhalten. Für bestehende Verträge gilt weiterhin: Jeder Kunde erhält eine jährliche Mitteilung über den Stand der Gewinnbeteiligung.

3.4 Controlling

3.4.1 Beschwerdemanagement

Die LVM Versicherung, als transparent und offen kommunizierendes Unternehmen, hat die aufsichtsrechtlichen Anforderungen des BaFin-Rundschreibens 3/2013 umgesetzt und ihr konzernübergreifendes Beschwerdemanagement entsprechend angepasst. Sie hat die Begriffe Beschwerde und Beschwerdeführer einheitlich und verbindlich definiert, Leitlinien zur Beschwerdebearbeitung erstellt, Prozesse implementiert und eine zentrale Beschwerdemanagementstelle in der Abteilung Kommunikation eingerichtet.

Sämtliche im Innen- und Außendienst eingehenden Beschwerden werden einheitlich registriert. Hierfür steht im LAS mit der Kundenkontakthistorie (KKH) eine übergreifende Plattform zur Verfügung, um Beschwerden zentral zu erfassen.

Die Abteilung Kommunikation wertet die Beschwerden im wöchentlichen Rhythmus aus. Die Standardberichte können selbstständig von allen Abteilungen über ein Statistikportal im Intranet des Unternehmens abgerufen werden. Darüber hinaus verantwortet die zentrale Beschwerdemanagementfunktion weitere interne Berichtsflüsse an die Abteilungen und Außendienstgebiete.

So werden Ergebnisse im Rahmen eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses ausgewertet, wie z.B. Berichte über entwickelte Maßnahmen zur Behebung von Grundursachen. Das zentrale Beschwerdemanagement wurde in das Gesamtrisikomanagement der LVM Versicherung eingebettet.

Um potenzielle Fehlerquellen und Risiken für das Unternehmen bestmöglich identifizieren zu können, wurden Multiplikatoren für die Beschwerdebearbeitung in den Sparten und Fachabteilungen benannt. Die Multiplikatoren sind erster Ansprechpartner für die zentrale Beschwerdemanagementfunktion, geben Informationen zum Thema Beschwerde innerhalb ihrer Sparte und Fachabteilung weiter und stellen die Einhaltung der internen Leitlinien zur Beschwerdebearbeitung sicher. Zwischen dem zentralen Beschwerdemanagement und den Multiplikatoren findet zweimal im Jahr und mit den Abteilungsleitern jährlich ein übergreifender Austausch statt. Zudem führt die zentrale Beschwerdemanagementstelle mit der Abteilungsleitung jeder Sparte und den jeweiligen Multiplikatoren ein Jahresgespräch bzw. bei besonderen Auffälligkeiten auch ad hoc ein Gespräch.

Ein wichtiges Instrument zur Identifizierung von möglichen Verstößen gegen den Verhaltenskodex ist das Registrieren und Auswerten der kodexrelevanten Beschwerdegründe im Rahmen des Beschwerdemanagements.

Anforderungen einzelner Regelungspunkte des Verhaltenskodex wurden in das Beschwerdemanagement-System aufgenommen, indem die Liste der Beschwerdegründe um entsprechende kodexrelevante Beschwerdegründe erweitert wurde. Alle Vertrauensleute und Mitarbeiter wurden über diese Verfahrensweise informiert und entsprechend geschult.

Die kodexrelevanten Beschwerdegründe lauten u. a. „Fachliche Beratung/ Qualität der Beratung“, „Persönliches Fehlverhalten des Vermittlers“ sowie „Klarheit und Verständlichkeit des Versicherungsproduktes“. Klarheit bedeutet für die LVM Versicherung in diesem Kontext Einfachheit.

Die Abteilung Kommunikation stellt der Abteilung Außenorganisation Auswertungen zu den kodexrelevanten Beschwerdegründen -„Produkt-Klarheit/Produkt-Verständlichkeit“ und „Fachliche Beratungsqualität“- sowie Auswertungen zum Beschwerdeaufkommen zu den Vertrauensleuten zur Verfügung. Zudem nimmt die Abteilung Außenorganisation an den regelmäßig stattfindenden Multiplikatoren-Treffen zum Beschwerdemanagement teil und überprüft Auffälligkeiten und gestiegenes Beschwerdeaufkommen zum Thema „Klarheit/Verständlichkeit einzelner Produkte“ sowie „Fachliche Beratungsqualität/ Qualität der Beratung“. Aus den Erkenntnissen der Auswertungen sowie aus den Rückmeldungen der Beschwerde-Multiplikatoren entscheidet die Abteilung Außenorganisation über Handlungsbedarf und gibt im Bedarfsfall entsprechende Hinweise oder konkrete Vorgaben an die betroffenen Abteilungen und an den angestellten Außendienst bzw. an die Vermittler.

Im Fall eines erhöhten Aufkommens von Beschwerden mit Vermittlerbezug ergreift die Abteilung Außenorganisation Maßnahmen entsprechend der unter Kodexziffer 11 beschriebenen Eskalationsstufen. Die LVM Versicherung wertet auch diese Ergebnisse im Rahmen eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses aus, um ihren

Service und ihr Handeln noch näher am Interesse und an den Bedürfnissen ihrer Kunden auszurichten.

3.4.2 Kundenbefragungen

Als weiteres Controlling-Instrument steht die Auswertung von Kundenbefragungen zur Verfügung. Die Abteilung Kommunikation führt anlassbezogen Befragungen der Kunden der LVM Versicherung durch, die auch Erkenntnisse zum Themenkomplex „Verständlichkeit der Versicherungsprodukte“ liefern. Die Antworten der Kunden sind über längere Zeitreihen abbildbar, da entsprechende Daten aus vergangenen Kundenbefragungen zur Verfügung stehen. Die Auswertungen dienen als Indikator für Veränderungen. Für die Zukunft können die Kundenbefragungen bei Bedarf um kodexspezifischere Fragestellungen ergänzt werden. Die Abteilung Kommunikation führt die Befragungen durch bzw. kauft bestehende Studien ein und stellt die Inhalte allen Abteilungen im Intranet firmenintern zur Verfügung. Die Abteilungen werden dadurch in die Lage versetzt, zielgerichtet Prozesse und Produkte anzupassen oder zu verändern. Die Abteilung Außenorganisation wertet die Ergebnisse aus und entscheidet über Handlungsbedarf und gibt im Bedarfsfall entsprechende Hinweise oder konkrete Vorgaben an den angestellten Außendienst bzw. die Vermittler.

3.4.3 Marktstudien

Die Abteilung Kommunikation wertet ebenfalls im jährlichen Rhythmus verschiedene Marktstudien aus. Auch diese Studien werden im Intranet des Unternehmens bereitgestellt. Die Abteilung Außenorganisation entscheidet über Handlungsbedarf und gibt im Bedarfsfall entsprechende Hinweise oder konkrete Vorgaben an die betroffenen Abteilungen und an den angestellten Außendienst bzw. die Vermittler.

3.4.4 Laufende Beobachtung durch die Spartenabteilungen

Ein weiteres Controlling-Instrument ist die laufende Beobachtung des Produktes bei und nach der Markteinführung durch die Spartenabteilung. Stornoentwicklungen, Rückmeldungen aus dem Außendienst, Befragungen der Vertrauensleute und Ergebnisse von Arbeitskreisen werden auf Hinweise im Hinblick auf die „Klarheit und Verständlichkeit des Versicherungsproduktes“ beobachtet und gegebenenfalls untersucht.

4 Jede Empfehlung zu einem Vertragsabschluss wird nachvollziehbar begründet und dokumentiert.

4.1 Inhalt

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.

4.2 Risiken

Eine unzureichende Beratungsdokumentation birgt die Gefahr, dass die Entscheidungsgrundlage des Kunden, also der Informations- und Beratungsstand, der während des Beratungsgesprächs gegeben war, später verloren geht. Sei es, dass der Kunde seine Entscheidung bis zum Ende der Widerrufsfrist nicht mehr überprüfen oder später, während der Vertragslaufzeit, nicht mehr nachvollziehen kann.

Weiterhin besteht für den Kunden das Risiko, dass die im Rahmen der Beratung und Information zu Versicherungsanlageprodukten eingeführte Geeignetheitsprüfung als solche oder auch die in diesem Rahmen erteilte Empfehlung unzureichend dokumentiert werden und dem Kunden ein ungeeignetes Produkt empfohlen wird. Somit könnte nicht im bestmöglichen Kundeninteresse agiert werden. Für die LVM Versicherung als auch für die Vermittler droht hierdurch zudem das Risiko, mit einem hohen Bußgeld sanktioniert zu werden.

Als weiteres Risiko hat das Unternehmen identifiziert, dass die Beratungsdokumentationen bei Produktneuerungen/-veränderungen nicht angepasst werden und so eine nicht sachgerechte Entscheidungsgrundlage für den Kunden bilden.

Ferner besteht das Risiko, dass dem Kunden vorschnell ein Verzicht auf Beratung und Dokumentation zum Zwecke einer Prozessbeschleunigung aufgedrängt wird und somit der Umstand, dass der Gesetzgeber die Möglichkeit des Verzichts auf Dokumentation als Ausnahme vorgesehen hat, missachtet wird.

4.3 Maßnahmen

Vorlagen Beratungsdokumentation

Die Verantwortung für die Gestaltung der Beratungsdokumentationen liegt bei den Spartenabteilungen. Bei der LVM Versicherung sind alle Beratungsdokumentationen so gestaltet, dass sie die gesetzlichen Vorgaben erfüllen. Die hiesige Beratungsdokumentation soll der Effektivität der Beratung dienen und disziplinierend auf die Vermittler wirken.

Die Vertrauensleute der LVM Versicherung sind nach dem Beitritt der LVM Versicherung zum GDV-Verhaltenskodex im Rahmen einer entsprechenden Außendienstinformation über die Bedeutung dieser Vorschrift informiert worden. In diesem Zusammenhang wurde darauf hingewiesen, dass der Verzicht auf eine Beratungsdokumentation ausdrücklich als Ausnahme vorgesehen ist.

Die Vertrauensleute und alle unmittelbar vertrieblich tätigen Mitarbeiter im Außen- sowie Innendienst erfassen in der Beratungsdokumentation jeweils das Datum des Gesprächs, den Kontaktweg und die Gesprächsteilnehmer. Danach werden die Wünsche des Kunden dokumentiert. Abschließend folgen die Empfehlungen des Vermittlers mit einer kurzen Begründung sowie der Entscheidung des Kunden für oder gegen die entsprechende Empfehlung.

Die Freigabe von Anträgen im LVM-Anwendungssystem (LAS) ohne das Erstellen einer entsprechenden Beratungsdokumentation oder Verzichtserklärung ist technisch nicht möglich. Anträge im Privatkundengeschäft, die nicht mittels LAS übermittelt werden, policiert die LVM Versicherung nur bei Vorliegen einer entsprechenden Beratungsdokumentation oder einer vom Kunden unterschriebenen Verzichtserklärung.

Die Spartenabteilungen passen die Beratungsdokumentationen bei Produkteinführungen oder Produktveränderungen entsprechend an. Diese Verantwortlichkeit ist im Internen Kontrollsystem der jeweiligen Spartenabteilung verankert. Im Bereich der Versicherungsanlageprodukte ist eine Antragstellung ohne die obligatorisch durchzuführende und zu archivierende Geeignetheitsprüfung nicht möglich.

4.3 Controlling

4.3.1 Toleranzgrenze für Verzichtserklärungen

Als maßgebliches Controlling-Instrument erstellt die Abteilung Außenorganisation jährlich eine Auswertung zur Häufigkeit des Beratungsdokumentationsverzichts. Die LVM Versicherung hat für sich eine Toleranzgrenze für Beratungsdokumentationsverzichte von 10 Prozent aller Kundenberatungen festgelegt. Sollte diese Quote überschritten werden, wird die Abteilung Außenorganisation die Vermittler auf das Überschreiten dieser Quote hinweisen und die Einhaltung der Grundsätze zur Beratungsdokumentation anmahnen. Bei regionalen Auffälligkeiten erfolgt das Anschreiben ebenfalls regional. Bei Auffälligkeiten einzelner Vertrauensleute gibt die Abteilung Außenorganisation dem angestellten Außendienst einen Hinweis mit dem Auftrag, ein klärendes Gespräch mit dem Inhaber der betreffenden Agentur zu führen, um eine Verhaltensänderung zu bewirken. Sollten diese Maßnahmen nicht ausreichen, greifen individuell die unter Kodexziffer 11 näher ausgeführten Eskalationsprozesse, die für alle möglichen Verstöße gegen den Verhaltenskodex vorgesehen sind.

4.3.2 Beschwerdemanagement

Das ausführlich unter Ziffer 3 dargestellte Beschwerdemanagement dient vorliegend ebenfalls als Controlling-Instrument, da hierüber sowohl Beschwerden über persönliches Fehlverhalten der Vermittler als auch Beschwerden zur Beratung erfasst, ausgewertet und ggf. sanktioniert werden.

5 Versicherungsprodukte werden bedarfsgerecht entwickelt und vertrieben.

5.1 Inhalt

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.

5.2 Risiken

Es besteht das Risiko, dass Versicherungsprodukte aus Kundensicht nicht „einfach und verständlich“ sind und der Kunde daher Gefahr läuft, ein nicht seinen Wünschen sowie etwaigen nachhaltigkeitsbezogenen Zielen und Bedürfnissen entsprechendes Versicherungsprodukt zu erwerben (Fehlvorstellung über Inhalt des Versicherungsschutzes).

Weiterhin könnten die Kunden durch schwer verständliche Produktinformationen und Werbematerialien Gefahr laufen, keine individuelle und bewusste Entscheidung zu treffen und stattdessen ein nicht zu ihrem Bedarf passendes Versicherungsprodukt zu erwerben.

Als weiteres Risiko wurde ein Verstoß gegen die Vorgaben zum Produktfreigabeverfahren erkannt, hier ist insbesondere eine unterbliebene oder falsche Zielmarktfestlegung bei der Produktkonzeption zu nennen mit der Folge, dass die LVM Versicherung nicht bedarfsgerechte Produkte konzipiert und vertreibt oder dass die an der Konzeption und Herstellung von Versicherungsprodukten beteiligten Mitarbeiter nicht über die notwendigen Fähigkeiten, Kenntnisse und Erfahrungen verfügen, um die verkauften Versicherungsprodukte sowie die Interessen, Ziele, einschließlich etwaiger nachhaltigkeitsbezogener Ziele, und Merkmale der zum Zielmarkt gehörenden Kunden richtig zu verstehen.

Daneben kommt für die LVM Versicherung das Risiko der Unterlassung der geforderten Produktprüfungen in Betracht. Auch eine Nichtberücksichtigung von Rückmeldungen zur Nichterreichung des ursprünglich festgelegten Zielmarktes aus dem Vertrieb stellt ein relevantes Risiko dar.

5.3 Maßnahmen

5.3.1 Produktfreigabeverfahren

Für Produktkonzeption, insbesondere auch für die Einfachheit und Verständlichkeit der Produkte, sind die Sparten verantwortlich. In den Sparten gibt es klare Wege und Zuständigkeiten, wie ein neues Produkt zu erstellen ist. Zur Erfüllung der gesetzlichen Anforderungen an das Produktfreigabeverfahren hat sich die LVM Versicherung eine vom Vorstand verabschiedete Leitlinie gegeben, die das Rahmenwerk der Produktkonzeption, der Markteinführung sowie der Produktüberwachung verbindlich vorgibt. Kernstück der Produktkonzeption stellt die Festlegung des Zielmarktes dar.

Als Zielmarkt in diesem Sinne wird eine Gruppe von Kunden verstanden, die auf einer allgemeinen und abstrakten Ebene gleiche Merkmale aufweisen und daher ein entsprechendes Interesse bzw. Bedürfnis an dem zu konzipierenden Produkt haben könnten. Die produktentwickelnden Sparten sind aufgefordert, den Zielmarkt in ausreichender Detailtiefe und unter Berücksichtigung der Merkmale, des Risikoprofils, der Komplexität und der Art des Versicherungsproduktes sowie seiner Nachhaltigkeitsfaktoren im Sinne von Artikel 2 Nummer 24 der Verordnung (EU) 2019/2088 zu ermitteln. Sofern die Produktkonzeption es zulässt, sollen zudem soziodemografische Aspekte in die Zielmarktdefinition einfließen.

Zu Beginn der Konzeption neuer Versicherungsprodukte bzw. bei einer geplanten wesentlichen Änderung bestehender Versicherungsprodukte ist zwingend das implementierte Instrument des Projektauftrages zu füllen, das bereits den Zielmarkt des geplanten Produktes bzw. der wesentlichen Änderung abfragt. So wird sichergestellt, dass bereits bei Beginn der Konzeptionsphase eine ausreichende Berücksichtigung der Zielmarktanforderungen gewährleistet. Darüber hinaus sind die Mitarbeiter der Abteilung Risikoüberwachung & Compliance (RüC) zwingend einzubinden, sofern bestehende Produkte geändert werden sollen. Ihnen obliegt in letzter Instanz die endgültige Entscheidung über die Wesentlichkeit der geplanten Änderung.

Hierdurch ist sichergestellt, dass keine wesentlichen Produktänderungen dem Produktfreigabeverfahren entzogen werden können. Die Produktkonzeption schließt mit einem obligatorisch zu füllenden Abschlussbericht, in dem wiederum Fragen zum Zielmarkt und zum Kundenbedürfnis zu beantworten sind. Der Abschlussbericht ist der Abteilung RüC spätestens zwei Wochen vor der geplanten Vorstandsentscheidung durch die jeweilige Sparte zu übermitteln. RüC führt anschließend eine unabhängige Risikobeurteilung des Neuproduktes mittels der vier Balanced Scorecard Perspektiven anhand der Angaben im Abschlussbericht durch. RüC beurteilt anschließend, ob das neue Produkt unter Risikogesichtspunkten tragbar für die jeweilige Gesellschaft ist.

RüC informiert im Anschluss die Abteilungsleitung der produktkonzipierenden Sparte sowie den zuständigen Ressortvorstand über das Ergebnis der unabhängigen Risikobeurteilung. Eine Entscheidung über die Einführung des neuen Produkts bzw. der geplanten Änderung entscheidet letztlich der Vorstand unter Berücksichtigung der Risikobeurteilung.

Rechtzeitig vor Produkteinführung übermittelt die LVM Versicherung den Vermittlern alle relevanten Produktinformationen. Diese Informationen ermöglichen den Vertreibern, das Produkt zu verstehen und es an die dem Zielmarkt angehörenden Kunden verkaufen zu können. Die LVM Versicherung überwacht, dass die Vermittler entsprechend den Zielen des Produktfreigabeverfahrens handeln.

5.3.2 Einfache und verständliche Versicherungsprodukte der LVM Versicherung

Ziel der LVM Versicherung ist es, für den Kunden einfache und verständliche Versicherungsprodukte anzubieten. Unter Einfachheit versteht die LVM Versicherung Klarheit. Die LVM Versicherung hat die Begriffe „einfach und verständlich“ wie folgt für sich definiert: Die Produkte werden dem Kunden im Zusammenspiel aus Versicherungsbedingungen, Produktinformationsblättern, Angeboten und Prospekten klar und verständlich dargelegt. Klar bzw. einfach und verständlich bedeutet dabei, dass der durchschnittliche (potenzielle) Kunde die Aussagen leicht nachvollziehen kann. Dies erreicht die LVM Versicherung durch eine Wortwahl, die sich nicht hinter Fachbegriffen und Versicherungsjargon versteckt, übersichtliche Strukturen und anschauliche Beispiele.

Aus diesem Grund sind nicht nur die Produktmerkmale, sondern auch die Formulierungen der Allgemeinen Versicherungsbedingungen, der Produktinformationsblätter, der Angebote und der Prospekte auf Klarheit und Verständlichkeit zu prüfen.

Die o.g. Unterlagen werden mit den gesetzlichen Vorschriften und - soweit vorhanden - mit den unverbindlichen Empfehlungen des Verbandes, wie z.B. GDV-Musterbedingungen, abgeglichen. Es wird nur zu Gunsten des Kunden bzw. bei LVM-Besonderheiten von den Empfehlungen abgewichen. Außerdem werden bei der Erstellung der Unterlagen interne Regelwerke und Kommunikationsleitfäden berücksichtigt.

5.3.3 Fähigkeiten, Kenntnisse und Erfahrungen im POG-Prozess

Um sicherzustellen, dass die Interessen, Ziele, einschließlich etwaiger nachhaltigkeitsbezogener Ziele und der Merkmale der zum Zielmarkt gehörenden Kunden richtig verstanden werden, wirkt an der Produktentwicklung ein interdisziplinäres Projektteam (bspw. aus Verkaufsförderung, Produktmanagement, Marktforschung, Mathematik, Vertrieb etc.) mit. Hierdurch werden die notwendigen Erfahrungen, Kenntnisse und Fähigkeiten mit einbezogen.

5.4 Controlling

5.4.1 Auswertung der Rückmeldung zum Zielmarkt

Zur Meldung von Zielmarktabweichungen steht den Vertrauensleuten sowie allen an der Beratung und Vermittlung mitwirkenden Personen ein Gruppenbriefkasten zur

Verfügung (zielmarkt.idd@lvm.de) zur Verfügung. Dieser ist durch die Abteilung Kommunikation regelmäßig auszuwerten. Bei Auffälligkeiten sind die betroffenen Sparten durch die Abteilung Kommunikation zu informieren. Zusätzliche Indizien zur Zielmarkterreichung ergeben sich aus dem Beschwerdeprozess, der Stornoquote und der Beobachtung der Rahmenbedingungen.

5.4.2 Beschwerdemanagement

Ein zusätzliches Controlling-Instrument stellt das unter Ziffer 3 eingehend beschriebene Beschwerdemanagement da. Der zu dieser Kodexziffer besonders relevante Beschwerdegrund lautet „Klarheit und Verständlichkeit des Versicherungsproduktes“. Klarheit bedeutet für die LVM Versicherung in diesem Kontext Einfachheit. Es ist für die LVM von großer Bedeutung, dass die von ihr vertriebenen Produkte einfach und verständlich sind. Beschwerden hierzu werden wie unter Ziffer 3 detailliert dargestellt systematisch erfasst und ausgewertet, bei Handlungsbedarf werden die entsprechenden Maßnahmen eingeleitet.

5.4.3 Kundenbefragungen

Als weiteres Controlling-Instrument steht die Auswertung von Kundenbefragungen zur Verfügung. Die Abteilung Kommunikation führt regelmäßig Befragungen der Kunden der LVM Versicherung durch, die auch Erkenntnisse zum Themenkomplex „Verständlichkeit der Versicherungsprodukte“ liefern. Die Antworten der Kunden sind über längere Zeitreihen abbildbar, da entsprechende Daten aus vergangenen Kundenbefragungen zur Verfügung stehen. Die Auswertungen dienen als Indikator für Veränderungen. Für die Zukunft können die Kundenbefragungen bei Bedarf um kodexspezifischere Fragestellungen ergänzt werden. Die Abteilung Kommunikation führt die Befragungen durch bzw. kauft bestehende Studien ein und stellt die Inhalte allen Abteilungen im Intranet firmenintern zur Verfügung. Die Abteilungen werden dadurch in die Lage versetzt, zielgerichtet Prozesse und Produkte anzupassen oder zu verändern. Die Abteilung Außenorganisation wertet die Ergebnisse aus und entscheidet über Handlungsbedarf und gibt im Bedarfsfall entsprechende Hinweise oder konkrete Vorgaben an den angestellten Außendienst bzw. die Vermittler.

5.4.4 Marktstudien

Die Abteilung Kommunikation wertet ebenfalls im jährlichen Rhythmus verschiedene Marktstudien aus. Auch diese Studien werden im Intranet des Unternehmens bereitgestellt. Die Abteilung Außenorganisation entscheidet über Handlungsbedarf und gibt im Bedarfsfall entsprechende Hinweise oder konkrete Vorgaben an die betroffenen Abteilungen und an den angestellten Außendienst bzw. die Vermittler.

5.4.5 Laufende Beobachtung durch die Spartenabteilungen

Ein weiteres Controlling-Instrument ist die laufende Beobachtung des Produktes bei und nach der Markteinführung durch die Spartenabteilung. Stornoentwicklungen,

Rückmeldungen aus dem Außendienst, Befragungen der Vertrauensleute und Ergebnisse von Arbeitskreisen werden auf Hinweise im Hinblick auf die „Klarheit und Verständlichkeit des Versicherungsproduktes“ beobachtet und gegebenenfalls untersucht.

5.4.6 Maßnahmen zur Sicherstellung der durchzuführenden Produktprüfung

Die jeweilige produktentwickelnde Sparte hat die Häufigkeit der regelmäßigen Überprüfungen eines Produktes eigenverantwortlich festzulegen. Die Überprüfungsintervalle haben sich dabei an Größe, Umfang, Vertragsdauer und Komplexität des entsprechenden Versicherungsprodukts zu orientieren und berücksichtigen auch relevante externe Faktoren wie etwa Änderungen der geltenden Rechtsvorschriften, technologische Entwicklungen, Änderungen der Marktlage sowie den Einklang des Vertriebs mit dem Produktgenehmigungsverfahren. Der Zeitabstand der Überprüfungen sollte maximal drei Jahre betragen.

5.4.7 Auswertung des Erstjahresstornos

Auch ein erhöhtes Aufkommen kurz nach Vertragsschluss durch den Kunden wieder stornierter Verträge kann ein Indiz dafür sein, dass neue bzw. wesentlich geänderte Produkte nicht dem Kundenbedürfnis entsprechen und ggf. der zuvor festgelegte Zielmarkt unzutreffend ermittelt wurde. Die Abteilung Außenorganisation wertet das Erstjahresstorno regelmäßig aus und informiert bei erkennbaren Auffälligkeiten die betreffende Sparte. Diese entscheidet je nach Ausprägung über potenziellen Handlungsbedarf.

6 Kunden werden nachhaltig betreut und bei gegebenem Anlass beraten.

6.1 Inhalt

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.

6.2 Risiken

Die LVM Versicherung setzt in ihrer Unternehmensstrategie auf langfristige und vertrauensvolle Vertragsbeziehungen zu ihren Kunden. Die Beratung nach Vertragsschluss und während der gesamten Vertragslaufzeit unterliegt demselben Anspruch wie die Beratung vor Vertragsschluss. Das Unternehmen sieht das Risiko, dass seine Kunden nach Vertragsschluss nicht mehr ausreichend betreut und beraten werden oder der Vermittler Anlässe, die eine Beratung nach sich ziehen sollten, nicht erkennt. Dadurch könnte sich beim Kunden die Gefahr realisieren, dass Verträge nicht dem aktuellen Bedarf anhand der sich verändernden Lebenssituation angepasst werden bzw. nicht auf neue Bedarfe hingewiesen wird.

Auch die nicht angemessene oder fehlende Unterstützung des Kunden im Schadens- und Leistungsfall wurde als Risiko erkannt. Hier besteht die Gefahr, dass der Kunde nicht oder nicht rechtzeitig die Versicherungsleistungen erhält, die ihm zustehen.

Als weitere Risiken hat die LVM Versicherung identifiziert, dass die Abwerbung und Umdeckung nicht mit wettbewerbskonformen Mitteln erfolgen könnte, der Kunde nicht zu bereits bestehenden Versicherungsverträgen befragt wird sowie in der Beratungsdokumentation kein Hinweis auf mögliche Nachteile bei der Kündigung eines bestehenden Vertrages gegeben werden könnte. Insbesondere gilt dies für Agenturen, die Lebens- oder Krankenversicherungsverträge abwerben, ohne auf mögliche Nachteile hinzuweisen. Durch die Verwirklichung dieser Risiken könnten dem Kunden wirtschaftliche Nachteile entstehen, die schwerwiegend und nicht oder nur unter besonderen Anstrengungen zu kompensieren sind.

6.3 Maßnahmen

6.3.1 Betreuungsstandards/ Beratungsprozess

Die unter Kodexziffer 3 beschriebenen Beratungs- und Servicestandards gelten auch für die laufende Beratung und Betreuung der Kunden nach Vertragsschluss. Ein zentraler Punkt der laufenden Betreuung ist die Eigenschaft der Vertrauensleute als Ansprechpartner im Schadensfall.

Die Beachtung des Kundeninteresses ist in den Beratungs- und Servicestandards der LVM Versicherung implementiert. Wie unter der Kodexziffer 3 beschrieben, ist die Klärung von bereits bestehendem Versicherungsschutz ein wesentlicher Aspekt der Bedarfsermittlung beim Kunden. Daran orientieren sich die Lösungsvorschläge des Vermittlers.

Die Grundsätze der LVM-Beratungs- und Servicestandards und die daraus resultierende Struktur des Beratungsgesprächs spiegeln sich auch im Hinblick auf Abwerbungen oder Umdeckungen im gesamten Beratungsprozess wider. Das Einhalten dieser Grundsätze bildet gleichzeitig das Fundament von vertrieblichen Trainings und Seminaren. Auch die IT-Unterstützung des Vertriebs, z. B. durch das LVM-Anwendungssystem (LAS) einschließlich des LVM-Kompasses®, ist in ihrem Aufbau an die Phasen des Beratungsprozesses gekoppelt. So ist gewährleistet, dass die besondere Sensibilität beim Thema Abwerbung und Umdeckungen durchgängig eingehalten wird.

6.3.2 Verpflichtung der Vertrauensleute und Angestellten auf Wettbewerbsrichtlinien und Hinweis auf wettbewerbsrechtliche Regelungen

Die LVM Versicherung nimmt unter diesem Gesichtspunkt die Beachtung des Kundeninteresses besonders ernst. Alle Vertrauensleute und alle Mitarbeiter im betreuenden und vermittelnden angestellten Außendienst sowie die Mitarbeiter des LVM-Vorsorge- und Vermögens-Services werden auf die Einhaltung der Wettbewerbsrichtlinien der Versicherungswirtschaft und die Einhaltung der wettbewerbsrechtlichen Regelungen verpflichtet. Diese enthalten neben den allgemeinen Grundsätzen konkrete Hinweise für den Fall der Abwerbung oder Umdeckung in der Kranken- und Lebensversicherung. Bei neuen Agenturen erfolgt die Verpflichtung durch eine entsprechende Passage im Agenturvertrag. Bei neuen Mitarbeitern oder bei Mitarbeitern mit einem Tätigkeitswechsel im betreuenden und vermittelnden angestellten Außendienst sowie des LVM-Vorsorge- und Vermögens-Services wird dies durch einen automatisierten Workflow im DV-System nach Tätigkeitsbeginn- bzw. Tätigkeitswechsel sichergestellt.

6.3.3 Technische Unterstützung

Die Beratungs- und Servicestandards und der definierte Beratungsprozess sehen die Überführung eines Neukunden in die ständige Betreuung des Kunden vor (s.o.). Da-

zu stehen den Vertrauensleuten und dem angestellten Außendienst zahlreiche Vertriebsinstrumente im LVM-Anwendungssystem (LAS) zur Verfügung.

Unterstützung durch Vertriebsassistenten in laufender Beratung

Mit dem „Vertriebsassistenten“ im LAS werden die Vertrauensleute bei der Betreuung und Beratung des Kunden auch nach Vertragsschluss unterstützt. Der Vertriebsassistent analysiert anlassbezogen anhand von vorgegebenen Parametern die Kundensituation und gibt Hinweise und Tipps, welche Punkte der Berater in einer bestimmten Situation mit dem Kunden besprechen sollte. Das System gibt einen Hinweis an den Vertrauensmann, wenn Kundendaten längere Zeit nicht angepasst wurden oder sich die Lebenssituation des Kunden für das System erkennbar verändert hat. Aber auch ein sich aus den hinterlegten Kundendaten ergebender offenkundiger Bedarf wird angezeigt und zur Besprechung vorgeschlagen.

Kennzeichnung von zu aktualisierenden Verträgen, Bedarfen oder Produktverbesserungen im LAS

Des Weiteren markiert das LAS selbstständig solche Verträge der Kunden, die aktualisiert oder verbessert werden können. Außerdem signalisiert das System aus zeitlichen Gründen eine Überprüfung der Situation des Kunden, um neue Bedarfe ermitteln zu können. Dadurch werden dem Berater die laufende Betreuung im Hinblick auf diese Kriterien deutlich vereinfacht und etwaige Versäumnisse weitgehend ausgeschlossen.

Kundenbetreuungsprogramm in LAS

Die Vertrauensleute legen kundenindividuelle Betreuungsstandards fest. Auch dabei unterstützt sie das LVM-Anwendungssystem technisch. Im LAS können sie Betreuungsfrequenzen und -ziele festlegen, Kundenkontakte dokumentieren und ihr Kundenbetreuungsprogramm selbst controllen.

Kundenkontakthistorie

Die Kundenkontakthistorie ist das gemeinsame Informationsmedium zwischen Innendienst und Außendienst zu kundenbezogenen Informationen. Falls sich Kunden direkt mit der Direktion in Verbindung setzen, werden entsprechende Kontakte durch den Innendienst im LAS vermerkt. Sofern vom Innendienst Beratungsbedarf erkannt wird, werden entsprechende anlassbezogene Informationen an den Vertrauensmann vor Ort weitergeleitet.

Schadenregulierung

Innen- und Außendienst nutzen dieselbe Anwendung zur Schadenbearbeitung. Zusätzlich können im Rahmen der Sofortregulierung Schäden durch die Agentur vor Ort aufgenommen werden, im LAS verarbeitet und in den allermeisten Fällen mittels

Überweisungen direkt reguliert werden. Die Sofortregulierung stellt einen zentralen Punkt des Markenversprechens der LVM Versicherung dar.

6.3.4 Laufende Betreuung durch die Direktion in Münster

Neben der Betreuung durch die Vertrauensleute vor Ort informiert die LVM Versicherung ihre Kunden im Durchschnitt sechs bis acht Mal pro Jahr durch Direktmailings über Produktneuerungen. Zusätzlich erhalten über 1,1 Millionen Kunden zweimal jährlich einen Kundenbrief (postalisch oder digital), der auf aktuelle Themen mit Bezug zu Versicherungsleistungen eingeht.

6.3.5 Bestandsbetreuungs- und Vertragsänderungsprovision

Wie unter Kodexziffer 1 beschrieben, erhalten die Vertrauensleute eine Bestandsbetreuungs- und Vertragsänderungsprovision. Diese vergüten ebenfalls die laufende Beratung nach Vertragsschluss und Anpassung des Versicherungsschutzes an den sich verändernden Bedarf des Kunden während der Vertragslaufzeit. Sie fördern zugleich die Aktualität der laufenden Verträge.

6.3.6 Sensibilisierung des Außendienstes und Hinweis in Beratungsdokumentation

Im Zuge der Umsetzung des Verhaltenskodex bei der LVM Versicherung hat die Abteilung Außenorganisation alle Vermittler und die am Beratungsprozess unmittelbar beteiligten Personen nochmals durch eine gesonderte Außendienstinformation schriftlich für dieses Thema sensibilisiert. Die Außendienstinformation enthält neben dem Hinweis auf die korrekte Verhaltensweise bei Abwerbung und Umdeckungen auch konkrete Fallbeispiele für die jeweiligen Sparten, in denen wir eine besondere Aufklärung des Kunden für geboten halten.

Die Spartenabteilungen passen die Beratungsdokumentationen für ihre Versicherungssparte an. Die Vorgaben für die jeweiligen Beratungsdokumentationen enthalten spezifische Hinweise auf mögliche Nachteile bei der Kündigung eines bestehenden Vertrags.

6.4 Controlling

6.4.1 Kundenbefragungen

Die LVM Versicherung fragt in ihren regelmäßig durchgeführten Kundenbefragungen neben den Bewertungen der Erstberatung auch Bewertungen zu den Standards der Beratung und Betreuung nach Vertragsschluss ab. Beispielsweise mit Fragen zur Kundenkontaktfrequenz und ihrer Zufriedenheit mit der Betreuung nach Vertragsschluss. Die Abteilung Kommunikation übermittelt die Inhalte der Studien an die Abteilung Außenorganisation.

Zudem nimmt die Abteilung Außenorganisation an den regelmäßig stattfindenden Multiplikatoren-Treffen zum Beschwerdemanagement teil und überprüft Auffälligkei-

ten und gestiegenes Beschwerdeaufkommen zum Thema „Fachliche Beratung/Qualität der Beratung“.

Aus den Erkenntnissen der Auswertungen sowie aus den Rückmeldungen der Beschwerde-Multiplikatoren entscheidet die Abteilung Außenorganisation über Handlungsbedarf und gibt im Bedarfsfall entsprechende Hinweise oder konkrete Vorgaben an die betroffenen Abteilungen und an den angestellten Außendienst bzw. an die Vermittler.

6.4.2 Beschwerdemanagement

Als ein weiteres Controlling-Instrument ist auch hier das unter Kodexziffer 3 eingehend dargestellte Beschwerdemanagement vorgesehen. Mit seiner Hilfe werden fachliche Beschwerdegründe (Fachliche Beratung/ Qualität der Beratung, Produktklarheit und -verständlichkeit) sowie Beschwerden über persönliches Fehlverhalten der Vermittler auch für die Zeit nach Vertragsschluss erfasst und ausgewertet. Bei entsprechendem Handlungsbedarf werden die unter Ziffer 3 avisierten Prozesse initialisiert und umgesetzt.

6.4.3 Überwachung des Erstjahresstornos

Ein Indiz für eine Falschberatung in Bezug auf die Abwerbung oder Umdeckung bestehender Verträge kann das Erstjahresstornoverhalten der Kunden sein. Die Abteilung Außenorganisation erstellt monatlich einen Ergebnisbericht, der Daten zum Erstjahresstorno enthält. Dieser Ergebnisbericht ist für alle Abteilungen und den angestellten Außendienst in einer unternehmensinternen Onlineanwendung einsehbar. Bis auf Agenturebene können die berechtigten Personenkreise so Auffälligkeiten erkennen, die gegebenenfalls Rückschlüsse auf das Beratungsverhalten zulassen. Bei Unregelmäßigkeiten gibt die Abteilung Außenorganisation einen Hinweis an den angestellten Außendienst mit dem Auftrag, ein klärendes Gespräch mit dem Inhaber der betreffenden Agentur zu führen, um eine entsprechende Verhaltensänderung zu bewirken. Insgesamt ist das Stornoaufkommen bei der LVM Versicherung jedoch sehr gering.

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

7.1 Inhalt

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.

7.2 Risiken

Sicherheit, Vertrauen und Verantwortung sind die zentralen Werte, die die LVM Versicherung nach innen und nach außen prägen und die Grundlage ihres Handelns bilden. Das Leitbild beinhaltet wesentliche Elemente der Unternehmensstrategie und ist die Verbindung zwischen der LVM Unternehmenskultur und der künftigen Unternehmensentwicklung. Es dokumentiert die Werte der LVM Versicherung, die beschreiben, worauf sie baut und wie sie handelt. Vor diesem Hintergrund ist es ein gesetztes Zielbild der LVM Versicherung, dass ihr gesamter Vertrieb von Ehrlichkeit, Redlichkeit und Professionalität geprägt ist.

Die LVM Versicherung hat in diesem Kontext als schwerwiegende Risiken identifiziert, dass bei der Einstellung neuer Vermittler keine ausreichenden Auskünfte eingeholt werden mit der Folge, dass nicht zuverlässige oder aus anderen Gründen

nicht geeignete Vermittler für die LVM Versicherung tätig werden. Hiermit droht zugleich ein möglicher Verstoß gegen die Vorgaben aus dem BaFin-Rundschreiben 11/2018 vom 17.07.2018. Zudem könnten Vermittler und alle an Vermittlungs- und Beratungsgesprächen beteiligte Mitarbeiter der LVM Versicherung, das sind insbesondere Außendienstleiter, Vertriebsleiter, Direktionsbeauftragte für Organisation und Personal, Sparten-Direktionsbeauftragte, Mitarbeiter des Bereiches AO-Training, Mitarbeiter des LVM-Vorsorge- und Vermögens-Services, der Zentralen Kundenbetreuung, des Service-Centers und LVM-Kundenberater, nicht ausreichend qualifiziert sein oder sich nicht hinreichend fortbilden. Dies könnte zur Folge haben, dass Kunden nicht ausreichend qualifiziert beraten werden und nachteilige Entscheidungen in der Auswahl ihres Versicherungsschutzes treffen.

Des Weiteren müssen Versicherungsunternehmen gemäß § 48 Abs. 2 VAG sicherstellen, dass ihre unmittelbar oder maßgeblich am Versicherungsvertrieb beteiligten Angestellten zuverlässig sind, in geordneten Vermögensverhältnissen leben und über die zur Vermittlung der jeweiligen Versicherung angemessene Qualifikation verfügen und sich regelmäßig fortbilden. Hier droht für die LVM Versicherung zunächst das Risiko, dass Mitarbeiter, die unmittelbar oder maßgeblich am Versicherungsvertrieb beteiligt sind, nicht als solche erkannt werden. Als Folgerisiko droht hier, dass die betroffenen Personen für die konkret ausgeübte Tätigkeit nicht ausreichend qualifiziert sind, keine oder nur unzureichende Weiterbildung absolvieren und hierdurch unqualifizierte Beratungen durchführen. Auch ist ein ordnungsgemäßer Umgang mit Interessenkonflikten ggf. gefährdet, sofern insbesondere beim Vertrieb von Versicherungsanlageprodukten Personen agieren, die nicht die geforderten Voraussetzungen erfüllen.

7.3 Maßnahmen

7.3.1 Anbindung neuer Vermittler

Die LVM Versicherung stellt einen hohen Anspruch an die Qualifikation und Beleumundung ihrer Vertrauensleute.

Voraussetzung für die Anbindung eines neuen Vermittlers ist, dass die dem BaFin-Rundschreiben 11/2018 vom 17.07.2018 entsprechenden „geeigneten Auskünfte“ Führungszeugnis, AVAD-Auskunft, Gewerbezentralregisterauszug und Auszug aus dem Schuldnerverzeichnis vorliegen und geprüft worden sind. Ersatzweise für den Auszug aus dem Schuldnerverzeichnis können aktuelle Auskünfte über private Auskunftsdienste eingeholt werden, sofern sie mindestens die Vorgaben des § 34d Abs. 5 S. 3 GewO erfüllen. Über diese gesetzlich vorgeschriebenen Nachweise hinaus verlangt die LVM Versicherung noch weitere Unterlagen wie z.B. Lebensläufe, Gewerbeanmeldungen, Einkommensteuerbescheide sowie Bestands- und Produktionsnachweise der letzten Jahre sowie Nachweise geeigneter Kranken- und Krankentagegeldversicherungen, um die Zuverlässigkeit potenzieller neuer Agenturen zu überprüfen.

Besonderer Wert wird auch auf die Qualifikation des Vermittlers gelegt. Vertrauensmann der LVM Versicherung kann in der Regel nur werden, wer als Mindestqualifikation eine Ausbildung zum Versicherungsfachmann (IHK) vorweisen kann und über ausreichende Berufserfahrung verfügt. Darüber hinaus akzeptiert die LVM Versicherung die gesetzlichen Ausnahmeregelungen des § 5 VersVermV (Gleichstellung anderer Berufsqualifikationen) und des § 2 Abs. 3 VersVermV („Alte Hasen Regelung“).

Der Anbindungsprozess erfolgt unter Beteiligung des Direktionsbeauftragten und Außendienstleiters vor Ort und des für die Region zuständigen Abteilungsleiters in der Direktion. Neben der Einschätzung der fachlichen und persönlichen Eignung durch die vorgenannten Personen werden weitere formelle Anforderungen durch die VM-Betreuung im Innendienst der Abteilung Außenorganisation geprüft.

7.3.2 Einstellung von neuen Mitarbeitern im betreuenden angestellten Außendienst

Die LVM Versicherung stellt ebenfalls einen hohen Anspruch an die Qualifikation ihres betreuenden angestellten Außendienstes (Direktionsbeauftragte).

Für alle im Versicherungsbereich beratend tätigen Mitarbeiter (z.B. Spartenspezialisten) gilt als Mindestqualifikation die Ausbildung zum Versicherungsfachmann (IHK). Idealerweise verfügen diese Mitarbeiter über eine Ausbildung zum Kaufmann für Versicherungen und Finanzen oder zum Versicherungsfachwirt (IHK). Anerkannt wird auch eine über den § 5 VersVermV gleichgestellte Berufsqualifikation. Daneben verlangt die LVM Versicherung sehr gute Sparten- und Marktkenntnisse sowie ausreichende Berufserfahrung.

Bei Bedarf stellt die LVM Versicherung den Erwerb der Berufserfahrung durch Einstiegs- und Qualifizierungsprogramme vor Tätigkeitsbeginn sicher.

Der Auswahlprozess ist durch festgelegte Abläufe und vergleichbare Inhalte, Aufgaben, Arbeitsproben und einheitliche Bewertungsschemata gekennzeichnet und erfolgt in einem mehrstufigen Prozess und nach dem Mehraugenprinzip. Für die Einarbeitungszeit werden Einarbeitungspläne mit verbindlicher zeitlicher und inhaltlicher Festlegung vereinbart.

Erstgespräche mit dem Bewerber erfolgen als strukturiertes Interview durch den zuständigen Außendienstleiter vor Ort. Bei Spartenspezialisten erfolgt in einem zweiten Schritt die Beurteilung der Fachkompetenz durch eine Einbindung der zuständigen Vertriebsleiter.

In einem weiteren Schritt prüfen der für das Vertriebsgebiet zuständige Abteilungsleiter und ein Vertreter der Abteilung Personal die fachliche und persönliche Qualifikation des Bewerbers in einem Gespräch in der Direktion. Aufgrund der besonderen Bedeutung des betreuenden angestellten Außendienstes findet im Auswahlprozess auch ein abschließendes Gespräch mit dem Vorstandsvorsitzenden oder dem Vertriebsvorstand statt.

7.3.3 Einstellung von neuen Mitarbeitern im vermittelnden angestellten Außendienst

Die LVM Versicherung stellt einen ebenso hohen Anspruch an die Qualifikation ihres vermittelnden angestellten Außendienstes (LVM-Kundenberater).

Für LVM-Kundenberater gilt ebenfalls als Mindestqualifikation die Ausbildung zum Versicherungsfachmann (IHK). Idealerweise verfügen diese Mitarbeiter über eine Ausbildung zum Kaufmann für Versicherungen und Finanzen oder zum Versicherungsfachwirt (IHK). Anerkannt wird auch eine über den § 5 VersVermV gleichgestellte Berufsqualifikation. Die dort dargestellten Regelungen zur Berufserfahrung sind hierbei nicht von Bedeutung, da sich diese nur auf die selbstständigen Versicherungsvermittler beziehen.

Die Einstellung erfolgt in einem mehrstufigen Prozess und nach dem Mehraugenprinzip. Erstgespräche mit dem Bewerber erfolgen als strukturiertes Interview durch den zuständigen Direktionsbeauftragten für Personal in Agenturen vor Ort. In einem weiteren Schritt erfolgt die Prüfung der fachlichen und persönlichen Qualifikation in einem Bewerbungsgespräch in der Direktion unter Beteiligung des für das Vertriebsgebiet zuständigen Abteilungsleiters und eines Vertreters der Abteilung Personal.

Der Auswahlprozess ist durch festgelegte Abläufe und vergleichbare Inhalte, Aufgaben, Arbeitsproben und einheitliche Bewertungsschemata gekennzeichnet und erfolgt in einem mehrstufigen Prozess und nach dem Mehraugenprinzip. Für die Einarbeitungszeit werden Einarbeitungspläne mit verbindlicher zeitlicher und inhaltlicher Festlegung vereinbart.

7.3.4 Einstellung von an der Vermittlung von Versicherungsprodukten mitwirkenden Mitarbeitern in Agenturen

Direkt bei der Vermittlung mitwirkende Personen dürfen nur dann beschäftigt werden, wenn sichergestellt ist, dass sie über die für die Vermittlung der jeweiligen Versicherung angemessene Qualifikation und die erforderliche Zuverlässigkeit verfügen. Die LVM Versicherung hat ihre Vertrauensleute auf ihre hieraus resultierenden Verpflichtungen hingewiesen und ihnen entsprechende Checklisten zur Verfügung gestellt, in denen die für eine Einstellung erforderlichen Unterlagen aufgeführt sind. Über diese Vorgaben hat die LVM Versicherung die Agenturen im Wege eines Außendienst-Rundschreibens gesondert informiert.

7.3.5 Unmittelbar vertrieblich tätige oder maßgeblich am Versicherungsvertrieb beteiligte Mitarbeiter im LVM-Innendienst

Auch im LVM-Innendienst finden vertriebliche Tätigkeiten im Sinne der IDD statt. Zur Sicherstellung, dass auch die vertrieblich tätigen Mitarbeiter im LVM-Innendienst die entsprechenden Anforderungen erfüllen, hat die LVM Versicherung die „Leitlinie Berufszugang, Qualifikation und Weiterbildung vertrieblich Tätiger bei der LVM Versicherung“ erstellt und vom Vorstand verabschieden lassen. Die Leitlinie enthält Prozessbeschreibungen, wie eine Identifikation der vertrieblich tätigen Mitarbeiter vorzu-

nehmen ist und welche Anforderungen von den verschiedenen Personengruppen zu erfüllen sind. Daneben werden Verantwortlichkeiten und Eskalationsprozesse festgelegt.

Für eine Zuordnung zum IDD-relevanten Personenkreis kommt es zunächst darauf an, wie der konkrete Kundenkontakt bzw. die Tätigkeit selbst ausgestaltet ist. Sofern der Mitarbeiter im Rahmen seines Kontaktes zum Kunden eine beratende Rolle einnimmt, in der Wünsche und Bedürfnisse des Kunden erhoben werden, eine Empfehlung ausgesprochen wird oder aber bestehender Versicherungsschutz auf Wunsch des Kunden materiell geändert wird, besteht eine Zugehörigkeit zum Kreise der unmittelbar vertrieblich Tätigen mit der sich anknüpfenden Pflicht zur Weiterbildung sowie den weiteren in § 48 Abs. 2 VAG genannten Anforderungen. Sofern ein Mitarbeiter einen steuernden Einfluss auf den Vertrieb innehat, gilt er als „maßgeblich am Versicherungsvertrieb beteiligt“ und hat ebenfalls die genannten Anforderungen zu erfüllen.

Im Einstellungsverfahren werden die notwendige Qualifikation, die Zuverlässigkeit und die geordneten Vermögensverhältnisse des Bewerbers für die konkret ausgeübte Tätigkeit bzw. die zu besetzende Stelle eingeschätzt und geprüft. Diese Bewertung nehmen die am Einstellungsverfahren beteiligten Mitarbeiter der Abteilung Personal mit der zuständigen Fachabteilung gemeinsam vor.

Kommt es zu Störungen der Voraussetzungen während der Dauer des Vertragsverhältnisses mit dem Mitarbeiter, wirkt die Abteilung Personal zusammen mit dem Vorgesetzten auf die Erfüllung der Pflichten hin und ergreift ggf. weitere Maßnahmen.

7.3.6 Weiterbildung

Versicherungs- und insbesondere Vorsorgeprodukte sind beratungsintensiv und teilweise stark erklärungsbedürftig. Die LVM Versicherung legt deshalb neben der zuvor beschriebenen Einstiegsqualifikation hohen Wert auf eine kontinuierliche fachliche und persönliche Weiterbildung ihrer Vermittler, deren an der Beratung und Vermittlung mitwirkenden Beschäftigten als auch ihren eigenen unmittelbar oder vertrieblich tätigen und maßgeblich am Versicherungsvertrieb beteiligten Mitarbeitern, damit diese den aktuellen und künftigen Anforderungen an eine umfassende und bedarfsgerechte Beratung bzw. den aufsichtsrechtlichen Anforderungen gerecht werden.

Die LVM Versicherung bietet deshalb allen vertrieblich tätigen Personen, unerheblich ob sie zum Personenbereich in den Agenturen zählen oder im Innen- oder angestellten Außendienst tätig sind, ein umfangreiches Aus- und Weiterbildungsangebot an. Das Bildungsangebot reicht von der Einarbeitung und Ausbildung über die Weiterbildung bis zur Spezialisierung. Neben der Vermittlung von fachlichen, vertrieblichen und methodischen (DV-Anwendung) Kompetenzen, stehen Themen wie Beratung, Persönlichkeit und Führung im Mittelpunkt der Weiterbildungen. Die Möglichkeit zu individuellen Coachings und Praxisbegleitungen vor Ort runden das Angebot ab.

Neben den Weiterbildungsmöglichkeiten über die zentralen Bildungsbereiche haben die weiterbildungspflichtigen Personen im Vertrieb, im Innen- sowie Außendienst die

Möglichkeit, sich im Rahmen von Tagungen, Workshops, Seminaren und Arbeitskreisen des angestellten Außendienstes weiterzubilden.

Die LVM Versicherung sieht eine laufende Weiterbildung aller weiterbildungspflichtigen Personen als wesentlichen Punkt ihres künftigen Erfolgs an. Daher ist sie der Brancheninitiative „Gut beraten“ beigetreten.

Die vorstehende Zielgruppe absolviert 15 Weiterbildungsstunden pro Kalenderjahr. Berücksichtigt werden nur Weiterbildungen, die den Anrechnungsregeln der Brancheninitiative „Gut beraten“ entsprechen; im Bereich der Fach- und Beratungskompetenz zählen hierzu vorrangig die Themenfelder: Kundenberatung und Verkauf, Bestandskundenbetreuung, Schadenservice und Beschwerdemanagement, Schaden und Leistungsbearbeitung sowie Sicherstellung der Beratungsprozesse.

Die LVM Versicherung ist als Bildungsdienstleister akkreditiert. Die Bildungsanbieter innerhalb der LVM, das sind die Abteilungen und Bereiche Personal, AO-Training, DVS und der angestellte Außendienst, sind durch entsprechende Schulungen auf die Einhaltung der qualitativen Anforderungen im Rahmen der Durchführung und Dokumentation von Weiterbildungsmaßnahmen im Sinne der Initiative vorbereitet worden. Sämtliche Bildungsangebote werden den Regeln der Brancheninitiative entsprechend ihrer anrechenbaren Weiterbildungszeit qualitativ und quantitativ bewertet und einheitlich in den Trainingsverwaltungssystemen erfasst.

Die LVM Versicherung hat sich auch als Trusted Partner akkreditieren lassen. Als Trusted Partner beantragt sie für alle weiterbildungspflichtigen Personen im Vertrieb, im Innen- und Außendienst die Eröffnung eines Weiterbildungskontos im Sinne der Initiative „Gut beraten“. Die LVM stellt ihren Vermittlern im LVM-Anwendungssystem (LAS) entsprechende Oberflächen für den Registrierungsprozess in der Datenbank „Gut beraten“ zur Verfügung. Alle Vermittler sind durch die LVM Versicherung registriert worden und haben die Möglichkeit, ihre persönlichen Daten in der Weiterbildungsdatenbank einzusehen. Die LVM Versicherung hat mit den Vermittlern gleichzeitig die sogenannte Trusted Partner Funktion vereinbart. Das bedeutet, dass das Unternehmen die Pflege und Verwaltung der Konten für die Vermittler übernimmt. Unter anderem wird die LVM Versicherung für die Vermittler die im Kalenderjahr bereits absolvierte Weiterbildungszeit aus der Datenbank im LAS-System tagesaktuell anzeigen. Für weiterbildungspflichtige Mitarbeiter im Innen- und Außendienst hat die LVM Versicherung technische Unterstützung eingerichtet, um den Weiterbildungsstand der betroffenen Personen durch die unmittelbare Führungskraft jederzeit aktuell einsehen lassen zu können.

7.3.7 Laufende Aufsicht / anlassbezogene Prüfung gemäß BaFin-Rundschreiben 11/2018

Ausweislich ihres Rundschreibens 11/2018 vom 17.07.2018 hält es die BaFin für erforderlich, dass auch während der laufenden Zusammenarbeit die Einstellungsvoraussetzungen (Zuverlässigkeit, geordnete Vermögensverhältnisse und eine angemessene Qualifikation) für Vermittler und deren unmittelbar vertrieblich tätigen Mitarbeiter weiterhin vorliegen. Dies ist durch entsprechende Verfahren und Anweisungen

für die Vermittler-Betreuung und die Mitarbeiter im angestellten Außendienst sichergestellt.

7.4 Controlling

7.4.1 Anbindungs-/ Einstellungsprozesse

Die Anbindungsprozesse der Vertrauensleute der LVM Versicherung erfolgen nach dem Mehraugenprinzip. Der Prozess der Unterlagenprüfung eines Sachbearbeiters wird durch einen weiteren Sachbearbeiter nochmals geprüft. Der Prüfprozess ist so redundant ausgelegt, dass nur kollusives oder vorsätzliches Verhalten von Sachbearbeitern zur Einstellung eines nicht oder nicht ausreichend qualifizierten Vermittlers führen kann.

Für den Personenkreis der vertrieblich tätigen LVM-Mitarbeiter sind im Einstellungsverfahren die notwendige Qualifikation, Zuverlässigkeit und geordneten Vermögensverhältnisse des Bewerbers für die konkret ausgeübte Tätigkeit bzw. die zu besetzende Stelle einzuschätzen und zu prüfen. Diese Bewertung nehmen die am Einstellungsverfahren beteiligten Mitarbeiter der Abteilung Personal mit der zuständigen Fachabteilung gemeinsam vor. Auch hier greift zur Sicherstellung der einzuhaltenden Anforderungen das Vier-Augen-Prinzip.

7.4.2 Qualität der Weiterbildungszeit

Ein interner Qualitätssicherungs-Ausschuss gewährleistet die Einhaltung der Branchenregeln zur Initiative „Gut beraten“. Dieser Ausschuss besteht aus den Bildungsverantwortlichen der zentralen Bildungsbereiche und Vertretern der Abteilung Außenorganisation. Er stellt die regelkonforme Durchführung und Dokumentation der Weiterbildungsmaßnahmen sicher. Die inhaltlichen und organisatorischen Vorgehensweisen werden abgestimmt und gemeinsam dokumentiert. Abgestimmte Prozessvorgaben sowie jährlich durchzuführende Zufallsstichproben von durchgeführten Weiterbildungen vervollständigen die Qualitätssicherungsmaßnahmen. Bei diesen Zufallsstichproben überprüft der Qualitätssicherungs-Ausschuss u.a. die Eignung zur qualitativen Weiterbildungs-maßnahme, den quantitativen Zeitwert einer Weiterbildungsmaßnahme sowie die tatsächliche Teilnahme an den Weiterbildungsmaßnahmen.

7.4.3 Entwicklung der Weiterbildungszeit

Durch die zusätzliche Funktion als „Trusted Partner Service“ ist die LVM Versicherung in der Lage, den aktuellen Stand der erreichten Weiterbildungszeit auszuwerten. Der Bereich Vertriebscontrolling der Abteilung Außenorganisation wertet den Stand der Weiterbildungszeit von Vertrauensleuten, deren vertrieblich tätigen Beschäftigten sowie der LVM-Mitarbeiter im angestellten Außendienst im monatlichen Rhythmus aus. Die Ergebnisse werden an die Abteilungsleitung der Außenorganisa-

tion kommuniziert und den berechtigten Personenkreisen in einer Online-Anwendung zur Verfügung gestellt. Die Abteilungsleitung der Außenorganisation informiert den betreuenden angestellten Außendienst über die Entwicklung der Weiterbildungszeit der Vertrauensleute. Die Führungskräfte im angestellten Außendienst erhalten zusätzlich die entsprechenden Informationen zu ihren Mitarbeitern. Auch den Führungskräften der weiterbildungspflichtigen Personen im Innendienst steht ein technisches Hilfsmittel zur laufenden Beobachtung der erreichten Weiterbildungszeit zur Verfügung. Sollten die Vorgaben hinsichtlich der erreichten Weiterbildungszeiten nicht erfüllt werden, greift der in der „Leitlinie Berufszugang, Qualifikation und Weiterbildung vertrieblich Tätiger bei der LVM Versicherung“ beschriebene Eskalationsprozess.

8 Die Unabhängigkeit von Versicherungsmaklern wird gewahrt.

Die LVM Versicherung arbeitet nicht mit Versicherungsmaklern zusammen.

9 Versicherungsunternehmen bieten Kunden ein systematisches Beschwerdemanagement und ein Ombudsmannsystem.

9.1 Inhalt

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.

9.2 Risiken

Aus Sicht der LVM Versicherung können sich Risiken aus einem fehlenden Hinweis auf den Ombudsmann in den Versicherungsbedingungen sowie auf ausgelassene Hinweise auf das Ombudsmannsystem bei der Beantwortung von Beschwerden ergeben. Das Risiko liegt darin, dass der Kunde sich dieses Eskalationsweges nicht bewusst ist und ihn deshalb nicht beschreitet. Dadurch könnte der Kunde die Durchsetzung eines tatsächlich gegebenen Anspruchs versäumen und ihm ein wirtschaftlicher Nachteil entstehen.

9.3 Maßnahmen

Der LVM-Kodex verpflichtet die Vermittler, bei jedem Erstkontakt mit einem potentiellen Kunden ihre Visitenkarten zu übergeben. Die LVM stellt allen Vertrauensleuten und deren Mitarbeitern kostenlos Visitenkarten zur Verfügung, die einen Hinweis auf das bestehende Ombudsmannsystem enthalten (sog. „Große Visitenkarte“ sowie die 4-seitige Visitenkarte).

Zusätzlich findet sich der Hinweis auf das Ombudsmannsystem im Vorwort zu allen Versicherungsbedingungen, unter jedem Versicherungsantrag und auf der Homepage der LVM Versicherung.

In den Leitlinien des übergreifenden Beschwerdemanagements ist geregelt, dass der Beschwerdeführer bei einer Entscheidung, die den Forderungen des Beschwerdeführers nicht vollständig nachkommt, auf das Ombudsmannverfahren aufmerksam zu machen ist. Die Leitlinien wurden allen Vermittlern und Angestellten bekannt gemacht und sind im Intranet unter dem Punkt Beschwerdemanagement hinterlegt.

9.4 Controlling

Die LVM Versicherung stellt hier das unter Kodexziffer 3 näher beschriebene Beschwerdemanagement als Controlling-Instrument zur Verfügung. Wie zuvor bereits erläutert sind sogenannte Multiplikatoren in den Abteilungen benannt worden, um potenzielle Fehlerquellen und Risiken bestmöglich identifizieren zu können. Die Multiplikatoren sind erster Ansprechpartner für die zentrale Beschwerdemanagementfunktion, geben Informationen zum Thema Beschwerde innerhalb ihrer Sparte und Fachabteilung weiter und stellen die Einhaltung der internen Leitlinien zur Beschwerdebearbeitung sicher. Das zentrale Beschwerdemanagement und die Multiplikatoren treffen sich in regelmäßigen Abständen, um zu verschiedenen Themen aus den Fachabteilungen und Sparten zu berichten.

Ein Punkt der Agenda behandelt die Frage, ob gemäß der oben unter Ziffer genannten Leitlinien zum Beschwerdemanagement entsprechende Hinweise auf das Ombudsmannsystem gegeben worden sind. So wird sichergestellt, dass Kunden durch die vorgesehenen Hinweise auf diesen Eskalationsweg hingewiesen werden.

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

10.1 Inhalt

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 sonstige 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.

10.2 Risiken

Die LVM Versicherung hat unter dem Gesichtspunkt dieser Kodexziffer folgende Risiken identifiziert:

Vermittler sowie deren Angestellte und Untervertreter und Mitarbeiter der LVM Versicherung könnten sich korrupt verhalten (Vorteilsannahme/Vorteilsgewährung, Bestechlichkeit und Bestechung im Verhältnis zu Amtsträgern bzw. privatwirtschaftlichen Geschäftspartnern) oder bei dienstlichen Entscheidungen von privaten Interessen leiten lassen.

Des Weiteren bestehen Risiken für das Unternehmen selbst aus Verstößen gegen

die gesetzlichen Vorschriften, der Wettbewerbsrichtlinien, Reputationsrisiken aus Veranstaltungen und Incentives sowie Haftungs- und Reputationsrisiken aus der ungenügenden Beachtung datenschutzrechtlicher Bestimmungen.

10.3 Maßnahmen

Die LVM Versicherung hat ihre bestehenden Compliance-Vorschriften und Verhaltensleitsätze überarbeitet und entsprechend den Vorgaben des GDV-Verhaltenskodex ergänzt.

10.3.1 Verhaltensleitsätze für Vertrauensleute

Neben dem Verhaltenskodex hat die LVM Versicherung für die Vermittler auch Leitlinien zur Ächtung von Korruption, Bestechung und Bestechlichkeit sowie für den Umgang mit Geschenken, Einladungen und sonstigen Zuwendungen herausgegeben.

Diese Regelungen stehen im engen Zusammenhang mit unserem Unternehmensleitbild und sind an folgenden Grundsätzen ausgerichtet: Das Kundenbedürfnis und die Zufriedenheit unserer Kunden stehen im Mittelpunkt unserer Tätigkeit und alle Vertrauensleute trennen klar zwischen Geschäfts- und Privatinteressen. Die Verhaltensleitsätze enthalten einen expliziten Hinweis darauf, dass Verstöße zu Sanktionen bis hin zur Beendigung des Agenturvertrages führen und die Vermittler für Schäden, die durch ihr pflichtwidriges Handeln entstanden sind, in Regress genommen werden können.

Die Vertrauensleute der LVM Versicherung haben sich neben ihrer Zustimmung zum Verhaltenskodex auch verpflichtet, die Regelungen der Verhaltensleitsätze einzuhalten und sind verantwortlich dafür, dass diese auch von ihren Mitarbeitern und selbstständigen Untervertretern beachtet werden. Zukünftige Vertrauensleute erkennen den Verhaltenskodex und die Verhaltensleitsätze mit einer entsprechenden Erklärung im Agenturvertrag an.

10.3.2 Verhaltensleitsätze für LVM-Angestellte

Für die Angestellten der LVM Versicherung gibt es entsprechende Verhaltensleitsätze zur Ächtung von Korruption, Bestechung und Bestechlichkeit sowie klare Regelungen für den Umgang mit Geschenken, Einladungen und sonstigen Zuwendungen. Alle Mitarbeiter sind auf diese Richtlinien verpflichtet. Durch einen automatisierten Workflow hat die Abteilung Personal sichergestellt, dass neue Mitarbeiter sich unmittelbar nach Tätigkeitsbeginn auf diese Leitlinien verpflichten.

10.3.3 Richtlinie Veranstaltungen

Neben dem Kodex selbst und den Verhaltensleitsätzen hat die LVM Versicherung die „Richtlinie für die Ausgestaltung von Veranstaltungen der Abteilung Außenorganisation“ herausgegeben. Diese Richtlinie gibt allen LVM-Mitarbeitern, die Incentives oder Tagungen planen, organisieren oder sonst an der Vor- oder Nachbereitung mitwirken, eine klare Vorgabe und somit Hilfestellung, was bei der Ausschreibung und Ausgestaltung von Incentives zu beachten ist. Ziel ist es, diese Veranstaltungen im Einklang mit dem Leitbild der LVM Versicherung und den Unternehmenszielen zu

gestalten. Die Abteilung Außenorganisation hat die Richtlinie allen betroffenen Mitarbeitern vorgestellt und erläutert.

10.3.4 Datenschutz

Der Gesamtverband der deutschen Versicherungswirtschaft GDV hat mit seinen Mitgliedern, den deutschen Datenschutzbehörden und der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) einen Datenschutzkodex („Code of Conduct“) entwickelt. Diese Selbstverpflichtung konkretisiert die allgemeinen Regeln des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) sowie der DSGVO für die Versicherungswirtschaft und schafft Transparenz über die Datenerhebung, -verarbeitung und -nutzung sowie die Datensicherung in Versicherungsunternehmen. Die LVM Versicherung ist dem Datenschutzkodex „Code of Conduct“ am 1. Februar 2013, im ersten Monat nach dessen Einführung, beigetreten. Seit dem 1. August 2018 liegt ein an die Vorgaben der DSGVO angepasster Code of Conduct vor.

Die Vermittler unterliegen ebenfalls den Regelungen des BDSG, der europäischen DSGVO und weiteren Gesetzen, die Datenschutzvorgaben beinhalten. Dies betrifft insbesondere die Zulässigkeit der Verarbeitung, Speicherung, Weitergabe und Nutzung personenbezogener Daten für die Akquisetätigkeit und Werbemaßnahmen im Rahmen der selbstständigen Tätigkeit als Versicherungsvermittler. Für Agenturen mit mehr als neun Beschäftigten, die regelmäßig mit personenbezogenen Daten umgehen, ist ein Datenschutzbeauftragter zu benennen. Für die Agenturen übernimmt diese Aufgabe der Konzerndatenschutzbeauftragte der LVM Versicherung.

Die Angestellten der LVM Versicherung werden in ihren Arbeitsverträgen auf die Einhaltung der Regelungen des BDSG bzw. der DSGVO verpflichtet. In Abteilungen mit Zugang zu besonders sensiblen Daten und Informationen (wie z.B. Personalabteilung, Lebens- und Krankenversicherung) gibt es darüberhinausgehende Verpflichtungen.

10.3.5 Wettbewerbsvorschriften

Alle Vertrauensleute und Angestellte (sofern vertrieblich tätig) der LVM Versicherung wurden auf die Einhaltung der Wettbewerbsrichtlinien der Versicherungswirtschaft und der wettbewerbsrechtlichen Regelungen verpflichtet. Bei neuen Agenturen erfolgt dies durch eine entsprechende Passage im Agenturvertrag. Bei vertrieblich tätigen LVM-Mitarbeitern wird dies durch einen automatisierten Workflow im DV-System nach Tätigkeitsbeginn- bzw. Tätigkeitswechsel sichergestellt.

10.3.6 Meldewesen

Die LVM Versicherung hat zur wirksamen Umsetzung der Compliance-Vorschriften ein Meldewesen etabliert, mit dem Vermittler und Angestellte der LVM Versicherung vermutete oder tatsächliche Verstöße melden können. Falls die zuvor genannten Personengruppen von einem Verstoß gegen die Compliance-Vorschriften Kenntnis

erlangen oder diese nur vermuten, können sie den zuständigen Außendienstleiter oder den Compliance-Beauftragten der LVM Versicherung (Abteilung Risikoüberwachung/Compliance, RüC) informieren. Kein Vermittler oder Angestellter, der in redlicher Absicht eine Mitteilung macht, muss Nachteile befürchten. Auch dann nicht, wenn sich die Mitteilung als unbegründet herausstellen sollte.

10.3.7 Meldungen an die BaFin gemäß Sammelverfügung vom 10.12.2015

Die LVM Versicherung hat die Vorgaben der BaFin-Sammelverfügung vom 10.12.2015 zur Meldung von Unregelmäßigkeiten im Versicherungsaußen- und Versicherungsinnendienst umgesetzt. Über Unregelmäßigkeiten erstellt die Abteilung Außenorganisation bereits bei Vorliegen von Tatsachen, die eine Strafanzeige rechtfertigen können, bzw. bei Verdacht einer unredlichen Provisionserschleichung, eine entsprechende Meldung an die BaFin. Als Unregelmäßigkeiten in diesem Sinne gelten alle strafbaren Handlungen einschließlich strafbarer Versuche aus Eigentums- und Vermögensdelikten, wie z.B. Diebstahl, Betrug, Untreue, Unterschlagung von Inkasso-Geldern und Computermanipulationen. Neben der obligatorischen Jahresmeldung über Unregelmäßigkeiten des vorangegangenen Kalenderjahres erstellt die Abteilung Außenorganisation eine unverzügliche Meldung an die BaFin, sofern Sachverhalte festgestellt werden, in denen eine Person einen Schaden in Höhe von mindestens 50.000 Euro verursacht hat. Unregelmäßigkeiten aus dem Bereich des Versicherungsinnendienstes meldet die Abteilung Personal an die Abteilung Außenorganisation. Von dort aus werden potenzielle Unregelmäßigkeiten des Versicherungsinnen- und Außendienstes zentral der BaFin mitgeteilt.

10.4 Controlling

Compliance-Management-System der LVM Versicherung

Die Kodex-relevanten Inhalte und Maßnahmen werden im Rahmen des LVM Compliance-Management-Systems berücksichtigt (bspw. in einer entsprechenden Compliance-Anwendung oder im Rechtsänderungsmonitoring). Potenzielle Verstöße gegen interne oder externe Vorgaben werden durch verschiedene Dokumentationserfordernisse identifiziert und überwacht.

Zunächst sind im Rahmen des monatlich zu erstellenden Compliance-Berichts Verstöße gegen interne oder externe Regelungen von den jeweils verantwortlichen Abteilungen zu benennen. Der Verstoß als solcher ist zu beschreiben und es muss erläutert werden, welcher abteilungsspezifische Prozess von diesem Verstoß konkret betroffen ist. Im Folgenden ist weiterhin anzugeben, ob für den relevanten Prozess eine interne Kontrolle besteht oder ob ggf. eine zusätzliche Kontrolle einzurichten ist und welche weitere Maßnahmen ergriffen werden, um eine Wiederholung für die Zukunft wirksam auszuschließen.

Sofern der LVM Versicherung ein messbarer Schaden oberhalb einer festgelegten Bagatellgrenze oder ein Schaden mit erkennbarer negativer Auswirkung auf die

überregionale Reputation (Branchenweit, Fachzeitschrift, Behörde etc.) entsteht, ist die verantwortliche Abteilung zudem verpflichtet, diesen Schadenfall in einer hierfür eingerichteten Vorfallsdatenbank zu erfassen und zu melden. Auch in diesem Rahmen wird geprüft, ob Prozesse fehlerhaft ausgestaltet oder ob zusätzliche Maßnahmen oder Kontrollen erforderlich sind. Über den Fortgang des Verfahrens ist mindestens quartalsmäßig zu berichten. Die Abteilung Risikoüberwachung & Compliance (RüC) überprüft zudem risikoorientiert (bspw. im Rahmen von Compliance-Prüfungen) die von den Abteilungen zur Sicherstellung der Einhaltung der jeweiligen Vorschrift eingerichteten Verfahren, Maßnahmen und Kontrollen. Bei identifizierten Feststellungen gibt die Abteilung RüC Empfehlungen zur Ausbesserung.

11 Der Kodex ist verbindlich und transparent.

11.1 Inhalt

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 drei Jahre, von unabhängigen Stellen prüfen.

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

11.2 Risiken

Für die LVM Versicherung besteht im Zusammenhang mit dieser Kodex-Ziffer das Risiko, dass der Kodex von den Vertrauensleute und allen unmittelbar vertrieblich tätigen Mitarbeiter im Außen- und Innendienst nicht anerkannt wird und/ oder diese nicht entsprechend der Grundsätze des Kodex praktizieren.

Daneben existiert für die LVM Versicherung das Risiko, keine ausreichenden Maßnahmen getroffen zu haben, um die Verbindlichkeit des Kodex zu schaffen.

11.3 Maßnahmen

11.3.1 Verbindlichkeit für Vertrauensleute und Angestellte

Die LVM Versicherung hat sich entschieden, nur mit Vertrauensleuten als Vertriebspartnern zusammenzuarbeiten und nur unmittelbar vertrieblich tätige Mitarbeiter im Außen- und Innendienst zu beschäftigen, die die Grundsätze des Verhaltenskodex als Verhaltensstandards anerkennen und sich verpflichten, in ihrer täglichen Arbeit nach diesen zu handeln.

Mit der Verankerung der Grundsätze des modifizierten GDV-Verhaltenskodex in einen inhaltsgleichen LVM-Verhaltenskodex hat die LVM Versicherung gezeigt, dass sie die Orientierung der Vermittlung und Beratung am bestmöglichen Kundeninteresse auch weiterhin sehr ernst nimmt. Die Vertrauensleute werden über den aktualisierten Inhalt des Kodex informiert. Die Abteilung Außenorganisation verpflichtet zu-

künftige Vertrauensleute mit einer entsprechenden Erklärung im Agenturvertrag zur Anerkennung des Verhaltenskodex.

Bereits bei dem damaligen Beitritt zum Verhaltenskodex hat die LVM Versicherung den GDV-Verhaltenskodex inhaltsgleich in einen LVM-Verhaltenskodex übertragen und dabei Verantwortlichkeiten festgelegt. Die Vertrauensleute wurden über den Inhalt des Kodex informiert und dessen Inhalt zum Standard erklärt. Bereits damals haben die Vertrauensleute diesen für sich als verbindlich erklärt und sich verpflichtet, dessen Grundsätze einzuhalten sowie auch ihre Mitarbeiter entsprechend anzuweisen. Ebenso hat die LVM Versicherung seinerzeit alle Mitarbeiter im betreuenden und vermittelnden angestellten Außendienst auf den Verhaltenskodex verpflichtet. Inzwischen hat die LVM Versicherung den Personenkreis überprüft und erweitert. Sie stellt sicher, dass alle betroffenen Personenkreise die aus dem modifizierten Kodex resultierenden Verpflichtungen kennen und anwenden. So hat die Abteilung Personal einen automatisierten Workflow eingerichtet, in dem jeder neue Mitarbeiter in den o.g. Bereichen oder Mitarbeiter, die innerhalb der LVM Versicherung in die o.g. Bereiche wechseln, eine entsprechende Verpflichtung abgibt. Dazu erhält der Mitarbeiter innerhalb der ersten Arbeitstage eine E-Mail mit einer entsprechenden Erläuterung und dem Kodextext. Er verpflichtet sich mittels eines Bestätigungs-Clicks zur Einhaltung des LVM-Verhaltenskodex. Sowohl der Kodextext selbst als auch der Workflow enthalten einen Hinweis auf die möglichen Konsequenzen eines Verstoßes gegen den LVM-Verhaltenskodex.

11.3.2 Meldewesen

Die LVM Versicherung hat zur Umsetzung des Verhaltenskodex im Unternehmen ein Meldewesen etabliert, mit dem Vermittler und Angestellte der LVM Versicherung vermutete oder tatsächliche Verstöße anzeigen können. Falls Vertrauensleute oder Angestellte der LVM Versicherung von einem Verstoß gegen die Grundsätze des Verhaltenskodex Kenntnis erlangen oder diese nur vermuten, können sie den zuständigen Außendienstleiter oder den Compliance-Beauftragten der LVM Versicherung (Abteilung Risikoüberwachung/Compliance) informieren. Kein Vermittler oder Angestellter, der in redlicher Absicht Mitteilung macht, muss Nachteile befürchten, auch dann nicht, wenn sich die Mitteilung als unbegründet herausstellen sollte.

11.4 Controlling

Sanktionsmechanismen

Die LVM Versicherung ist überzeugt, dass ihre Vertrauensleute und alle unmittelbar vertrieblich tätigen Mitarbeiter im Innen- und Außendienst sich grundsätzlich den Regeln des Verhaltenskodex entsprechend verhalten. Dennoch hat sie für den Fall eines Verstoßes Aufklärungs- und Sanktionsmechanismen festgelegt:

Bei einem vermuteten Verstoß wird ein Gespräch geführt, um den Sachverhalt zu klären und eine Stellungnahme der betreffenden Person einzuholen. Sollte sich im

Verlauf dieses Klärungsprozesses herausstellen, dass das Verhalten der betreffenden Person als Verstoß gegen den Verhaltenskodex einzustufen ist, erfolgt eine Sanktionierung in Abhängigkeit des Verschuldensgrades. Die Unternehmensleitung der LVM Versicherung hat sich bewusst entschieden, in letzter Konsequenz auf die Zusammenarbeit mit einem Vermittler oder Angestellten des Unternehmens zu verzichten, wenn die betreffende Person schwerwiegend oder wiederholt gegen die Grundsätze des Verhaltenskodex verstößt oder diesen umfassend ablehnt.

Elektronische Kopie

Allgemeine Auftragsbedingungen
für
Wirtschaftsprüfer und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften
vom 1. Januar 2017

DokID:

1. Geltungsbereich

(1) Die Auftragsbedingungen gelten für Verträge zwischen Wirtschaftsprüfern oder Wirtschaftsprüfungsgesellschaften (im Nachstehenden zusammenfassend „Wirtschaftsprüfer“ genannt) und ihren Auftraggebern über Prüfungen, Steuerberatung, Beratungen in wirtschaftlichen Angelegenheiten und sonstige Aufträge, soweit nicht etwas anderes ausdrücklich schriftlich vereinbart oder gesetzlich zwingend vorgeschrieben ist.

(2) Dritte können nur dann Ansprüche aus dem Vertrag zwischen Wirtschaftsprüfer und Auftraggeber herleiten, wenn dies ausdrücklich vereinbart ist oder sich aus zwingenden gesetzlichen Regelungen ergibt. Im Hinblick auf solche Ansprüche gelten diese Auftragsbedingungen auch diesen Dritten gegenüber.

2. Umfang und Ausführung des Auftrags

(1) Gegenstand des Auftrags ist die vereinbarte Leistung, nicht ein bestimmter wirtschaftlicher Erfolg. Der Auftrag wird nach den Grundsätzen ordnungsmäßiger Berufsausübung ausgeführt. Der Wirtschaftsprüfer übernimmt im Zusammenhang mit seinen Leistungen keine Aufgaben der Geschäftsführung. Der Wirtschaftsprüfer ist für die Nutzung oder Umsetzung der Ergebnisse seiner Leistungen nicht verantwortlich. Der Wirtschaftsprüfer ist berechtigt, sich zur Durchführung des Auftrags sachverständiger Personen zu bedienen.

(2) Die Berücksichtigung ausländischen Rechts bedarf – außer bei betriebswirtschaftlichen Prüfungen – der ausdrücklichen schriftlichen Vereinbarung.

(3) Ändert sich die Sach- oder Rechtslage nach Abgabe der abschließenden beruflichen Äußerung, so ist der Wirtschaftsprüfer nicht verpflichtet, den Auftraggeber auf Änderungen oder sich daraus ergebende Folgerungen hinzuweisen.

3. Mitwirkungspflichten des Auftraggebers

(1) Der Auftraggeber hat dafür zu sorgen, dass dem Wirtschaftsprüfer alle für die Ausführung des Auftrags notwendigen Unterlagen und weiteren Informationen rechtzeitig übermittelt werden und ihm von allen Vorgängen und Umständen Kenntnis gegeben wird, die für die Ausführung des Auftrags von Bedeutung sein können. Dies gilt auch für die Unterlagen und weiteren Informationen, Vorgänge und Umstände, die erst während der Tätigkeit des Wirtschaftsprüfers bekannt werden. Der Auftraggeber wird dem Wirtschaftsprüfer geeignete Auskunftspersonen benennen.

(2) Auf Verlangen des Wirtschaftsprüfers hat der Auftraggeber die Vollständigkeit der vorgelegten Unterlagen und der weiteren Informationen sowie der gegebenen Auskünfte und Erklärungen in einer vom Wirtschaftsprüfer formulierten schriftlichen Erklärung zu bestätigen.

4. Sicherung der Unabhängigkeit

(1) Der Auftraggeber hat alles zu unterlassen, was die Unabhängigkeit der Mitarbeiter des Wirtschaftsprüfers gefährdet. Dies gilt für die Dauer des Auftragsverhältnisses insbesondere für Angebote auf Anstellung oder Übernahme von Organfunktionen und für Angebote, Aufträge auf eigene Rechnung zu übernehmen.

(2) Sollte die Durchführung des Auftrags die Unabhängigkeit des Wirtschaftsprüfers, die der mit ihm verbundenen Unternehmen, seiner Netzwerkunternehmen oder solcher mit ihm assoziierten Unternehmen, auf die die Unabhängigkeitsvorschriften in gleicher Weise Anwendung finden wie auf den Wirtschaftsprüfer, in anderen Auftragsverhältnissen beeinträchtigen, ist der Wirtschaftsprüfer zur außerordentlichen Kündigung des Auftrags berechtigt.

5. Berichterstattung und mündliche Auskünfte

Soweit der Wirtschaftsprüfer Ergebnisse im Rahmen der Bearbeitung des Auftrags schriftlich darzustellen hat, ist alleine diese schriftliche Darstellung maßgebend. Entwürfe schriftlicher Darstellungen sind unverbindlich. Sofern nicht anders vereinbart, sind mündliche Erklärungen und Auskünfte des Wirtschaftsprüfers nur dann verbindlich, wenn sie schriftlich bestätigt werden. Erklärungen und Auskünfte des Wirtschaftsprüfers außerhalb des erteilten Auftrags sind stets unverbindlich.

6. Weitergabe einer beruflichen Äußerung des Wirtschaftsprüfers

(1) Die Weitergabe beruflicher Äußerungen des Wirtschaftsprüfers (Arbeitsergebnisse oder Auszüge von Arbeitsergebnissen – sei es im Entwurf oder in der Endfassung) oder die Information über das Tätigwerden des Wirtschaftsprüfers für den Auftraggeber an einen Dritten bedarf der schriftlichen Zustimmung des Wirtschaftsprüfers, es sei denn, der Auftraggeber ist zur Weitergabe oder Information aufgrund eines Gesetzes oder einer behördlichen Anordnung verpflichtet.

(2) Die Verwendung beruflicher Äußerungen des Wirtschaftsprüfers und die Information über das Tätigwerden des Wirtschaftsprüfers für den Auftraggeber zu Werbezwecken durch den Auftraggeber sind unzulässig.

7. Mängelbeseitigung

(1) Bei etwaigen Mängeln hat der Auftraggeber Anspruch auf Nacherfüllung durch den Wirtschaftsprüfer. Nur bei Fehlschlagen, Unterlassen bzw. unberechtigter Verweigerung, Unzumutbarkeit oder Unmöglichkeit der Nacherfüllung kann er die Vergütung mindern oder vom Vertrag zurücktreten; ist der Auftrag nicht von einem Verbraucher erteilt worden, so kann der Auftraggeber wegen eines Mangels nur dann vom Vertrag zurücktreten, wenn die erbrachte Leistung wegen Fehlschlagens, Unterlassung, Unzumutbarkeit oder Unmöglichkeit der Nacherfüllung für ihn ohne Interesse ist. Soweit darüber hinaus Schadensersatzansprüche bestehen, gilt Nr. 9.

(2) Der Anspruch auf Beseitigung von Mängeln muss vom Auftraggeber unverzüglich in Textform geltend gemacht werden. Ansprüche nach Abs. 1, die nicht auf einer vorsätzlichen Handlung beruhen, verjähren nach Ablauf eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn.

(3) Offenbare Unrichtigkeiten, wie z.B. Schreibfehler, Rechenfehler und formelle Mängel, die in einer beruflichen Äußerung (Bericht, Gutachten und dgl.) des Wirtschaftsprüfers enthalten sind, können jederzeit vom Wirtschaftsprüfer auch Dritten gegenüber berichtigt werden. Unrichtigkeiten, die geeignet sind, in der beruflichen Äußerung des Wirtschaftsprüfers enthaltene Ergebnisse infrage zu stellen, berechtigen diesen, die Äußerung auch Dritten gegenüber zurückzunehmen. In den vorgenannten Fällen ist der Auftraggeber vom Wirtschaftsprüfer tunlichst vorher zu hören.

8. Schweigepflicht gegenüber Dritten, Datenschutz

(1) Der Wirtschaftsprüfer ist nach Maßgabe der Gesetze (§ 323 Abs. 1 HGB, § 43 WPO, § 203 StGB) verpflichtet, über Tatsachen und Umstände, die ihm bei seiner Berufstätigkeit anvertraut oder bekannt werden, Stillschweigen zu bewahren, es sei denn, dass der Auftraggeber ihn von dieser Schweigepflicht entbindet.

(2) Der Wirtschaftsprüfer wird bei der Verarbeitung von personenbezogenen Daten die nationalen und europarechtlichen Regelungen zum Datenschutz beachten.

9. Haftung

(1) Für gesetzlich vorgeschriebene Leistungen des Wirtschaftsprüfers, insbesondere Prüfungen, gelten die jeweils anzuwendenden gesetzlichen Haftungsbeschränkungen, insbesondere die Haftungsbeschränkung des § 323 Abs. 2 HGB.

(2) Sofern weder eine gesetzliche Haftungsbeschränkung Anwendung findet noch eine einzelvertragliche Haftungsbeschränkung besteht, ist die Haftung des Wirtschaftsprüfers für Schadensersatzansprüche jeder Art, mit Ausnahme von Schäden aus der Verletzung von Leben, Körper und Gesundheit, sowie von Schäden, die eine Ersatzpflicht des Herstellers nach § 1 ProdHaftG begründen, bei einem fahrlässig verursachten einzelnen Schadensfall gemäß § 54a Abs. 1 Nr. 2 WPO auf 4 Mio. € beschränkt.

(3) Einreden und Einwendungen aus dem Vertragsverhältnis mit dem Auftraggeber stehen dem Wirtschaftsprüfer auch gegenüber Dritten zu.

(4) Leiten mehrere Anspruchsteller aus dem mit dem Wirtschaftsprüfer bestehenden Vertragsverhältnis Ansprüche aus einer fahrlässigen Pflichtverletzung des Wirtschaftsprüfers her, gilt der in Abs. 2 genannte Höchstbetrag für die betreffenden Ansprüche aller Anspruchsteller insgesamt.

Alle Rechte vorbehalten. Ohne Genehmigung des Verlages ist es nicht gestattet, die Vordrucke ganz oder teilweise nachzudrucken bzw. auf fotomechanischem oder elektronischem Wege zu vervielfältigen und/oder zu verbreiten.
© IDW Verlag GmbH · Tersteegenstraße 14 · 40474 Düsseldorf

Lizensiert für/Licensed to: Ebner Stolz GmbH & Co. KG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Steuerberatungsgesellschaft | 4385435

Elektronische Kopie

DokID:

(5) Ein einzelner Schadensfall im Sinne von Abs. 2 ist auch bezüglich eines aus mehreren Pflichtverletzungen stammenden einheitlichen Schadens gegeben. Der einzelne Schadensfall umfasst sämtliche Folgen einer Pflichtverletzung ohne Rücksicht darauf, ob Schäden in einem oder in mehreren aufeinanderfolgenden Jahren entstanden sind. Dabei gilt mehrfaches auf gleicher oder gleichartiger Fehlerquelle beruhendes Tun oder Unterlassen als einheitliche Pflichtverletzung, wenn die betreffenden Angelegenheiten miteinander in rechtlichem oder wirtschaftlichem Zusammenhang stehen. In diesem Fall kann der Wirtschaftsprüfer nur bis zur Höhe von 5 Mio. € in Anspruch genommen werden. Die Begrenzung auf das Fünffache der Mindestversicherungssumme gilt nicht bei gesetzlich vorgeschriebenen Pflichtprüfungen.

(6) Ein Schadensersatzanspruch erlischt, wenn nicht innerhalb von sechs Monaten nach der schriftlichen Ablehnung der Ersatzleistung Klage erhoben wird und der Auftraggeber auf diese Folge hingewiesen wurde. Dies gilt nicht für Schadensersatzansprüche, die auf vorsätzliches Verhalten zurückzuführen sind, sowie bei einer schuldhaften Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit sowie bei Schäden, die eine Ersatzpflicht des Herstellers nach § 1 ProdHaftG begründen. Das Recht, die Einrede der Verjährung geltend zu machen, bleibt unberührt.

10. Ergänzende Bestimmungen für Prüfungsaufträge

(1) Ändert der Auftraggeber nachträglich den durch den Wirtschaftsprüfer geprüften und mit einem Bestätigungsvermerk versehenen Abschluss oder Lagebericht, darf er diesen Bestätigungsvermerk nicht weiterverwenden.

Hat der Wirtschaftsprüfer einen Bestätigungsvermerk nicht erteilt, so ist ein Hinweis auf die durch den Wirtschaftsprüfer durchgeführte Prüfung im Lagebericht oder an anderer für die Öffentlichkeit bestimmter Stelle nur mit schriftlicher Einwilligung des Wirtschaftsprüfers und mit dem von ihm genehmigten Wortlaut zulässig.

(2) Widerruft der Wirtschaftsprüfer den Bestätigungsvermerk, so darf der Bestätigungsvermerk nicht weiterverwendet werden. Hat der Auftraggeber den Bestätigungsvermerk bereits verwendet, so hat er auf Verlangen des Wirtschaftsprüfers den Widerruf bekanntzugeben.

(3) Der Auftraggeber hat Anspruch auf fünf Berichtsausfertigungen. Weitere Ausfertigungen werden besonders in Rechnung gestellt.

11. Ergänzende Bestimmungen für Hilfeleistung in Steuersachen

(1) Der Wirtschaftsprüfer ist berechtigt, sowohl bei der Beratung in steuerlichen Einzelfragen als auch im Falle der Dauerberatung die vom Auftraggeber genannten Tatsachen, insbesondere Zahlenangaben, als richtig und vollständig zugrunde zu legen; dies gilt auch für Buchführungsaufträge. Er hat jedoch den Auftraggeber auf von ihm festgestellte Unrichtigkeiten hinzuweisen.

(2) Der Steuerberatungsauftrag umfasst nicht die zur Wahrung von Fristen erforderlichen Handlungen, es sei denn, dass der Wirtschaftsprüfer hierzu ausdrücklich den Auftrag übernommen hat. In diesem Fall hat der Auftraggeber dem Wirtschaftsprüfer alle für die Wahrung von Fristen wesentlichen Unterlagen, insbesondere Steuerbescheide, so rechtzeitig vorzulegen, dass dem Wirtschaftsprüfer eine angemessene Bearbeitungszeit zur Verfügung steht.

(3) Mangels einer anderweitigen schriftlichen Vereinbarung umfasst die laufende Steuerberatung folgende, in die Vertragsdauer fallenden Tätigkeiten:

a) Ausarbeitung der Jahressteuererklärungen für die Einkommensteuer, Körperschaftsteuer und Gewerbesteuer sowie der Vermögensteuererklärungen, und zwar auf Grund der vom Auftraggeber vorzulegenden Jahresabschlüsse und sonstiger für die Besteuerung erforderlicher Aufstellungen und Nachweise

b) Nachprüfung von Steuerbescheiden zu den unter a) genannten Steuern

c) Verhandlungen mit den Finanzbehörden im Zusammenhang mit den unter a) und b) genannten Erklärungen und Bescheiden

d) Mitwirkung bei Betriebsprüfungen und Auswertung der Ergebnisse von Betriebsprüfungen hinsichtlich der unter a) genannten Steuern

e) Mitwirkung in Einspruchs- und Beschwerdeverfahren hinsichtlich der unter a) genannten Steuern.

Der Wirtschaftsprüfer berücksichtigt bei den vorgenannten Aufgaben die wesentliche veröffentlichte Rechtsprechung und Verwaltungsauffassung.

(4) Erhält der Wirtschaftsprüfer für die laufende Steuerberatung ein Pauschalhonorar, so sind mangels anderweitiger schriftlicher Vereinbarungen die unter Abs. 3 Buchst. d) und e) genannten Tätigkeiten gesondert zu honorieren.

(5) Sofern der Wirtschaftsprüfer auch Steuerberater ist und die Steuerberatervergütungsverordnung für die Bemessung der Vergütung anzuwenden ist, kann eine höhere oder niedrigere als die gesetzliche Vergütung in Textform vereinbart werden.

(6) Die Bearbeitung besonderer Einzelfragen der Einkommensteuer, Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer, Einheitsbewertung und Vermögensteuer sowie aller Fragen der Umsatzsteuer, Lohnsteuer, sonstigen Steuern und Abgaben erfolgt auf Grund eines besonderen Auftrags. Dies gilt auch für

a) die Bearbeitung einmalig anfallender Steuerangelegenheiten, z.B. auf dem Gebiet der Erbschaftsteuer, Kapitalverkehrsteuer, Grunderwerbsteuer,

b) die Mitwirkung und Vertretung in Verfahren vor den Gerichten der Finanz- und der Verwaltungsgerichtsbarkeit sowie in Steuerstrafsachen,

c) die beratende und gutachtliche Tätigkeit im Zusammenhang mit Umwandlungen, Kapitalerhöhung und -herabsetzung, Sanierung, Eintritt und Ausscheiden eines Gesellschafters, Betriebsveräußerung, Liquidation und dergleichen und

d) die Unterstützung bei der Erfüllung von Anzeige- und Dokumentationspflichten.

(7) Soweit auch die Ausarbeitung der Umsatzsteuerjahreserklärung als zusätzliche Tätigkeit übernommen wird, gehört dazu nicht die Überprüfung etwaiger besonderer buchmäßiger Voraussetzungen sowie die Frage, ob alle in Betracht kommenden umsatzsteuerrechtlichen Vergünstigungen wahrgenommen worden sind. Eine Gewähr für die vollständige Erfassung der Unterlagen zur Geltendmachung des Vorsteuerabzugs wird nicht übernommen.

12. Elektronische Kommunikation

Die Kommunikation zwischen dem Wirtschaftsprüfer und dem Auftraggeber kann auch per E-Mail erfolgen. Soweit der Auftraggeber eine Kommunikation per E-Mail nicht wünscht oder besondere Sicherheitsanforderungen stellt, wie etwa die Verschlüsselung von E-Mails, wird der Auftraggeber den Wirtschaftsprüfer entsprechend in Textform informieren.

13. Vergütung

(1) Der Wirtschaftsprüfer hat neben seiner Gebühren- oder Honorarforderung Anspruch auf Erstattung seiner Auslagen; die Umsatzsteuer wird zusätzlich berechnet. Er kann angemessene Vorschüsse auf Vergütung und Auslagenersatz verlangen und die Auslieferung seiner Leistung von der vollen Befriedigung seiner Ansprüche abhängig machen. Mehrere Auftraggeber haften als Gesamtschuldner.

(2) Ist der Auftraggeber kein Verbraucher, so ist eine Aufrechnung gegen Forderungen des Wirtschaftsprüfers auf Vergütung und Auslagenersatz nur mit unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Forderungen zulässig.

14. Streitschlichtungen

Der Wirtschaftsprüfer ist nicht bereit, an Streitbeilegungsverfahren vor einer Verbraucherschlichtungsstelle im Sinne des § 2 des Verbraucherstreitbeilegungsgesetzes teilzunehmen.

15. Anzuwendendes Recht

Für den Auftrag, seine Durchführung und die sich hieraus ergebenden Ansprüche gilt nur deutsches Recht.

Lizensiert für/Licensed to: Ebner Stolz GmbH & Co. KG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Steuerberatungsgesellschaft | 4385435

Elektronische Kopie