

Entsprechenserklärung zum Verhaltenskodex des Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft für den Vertrieb von Versicherungsprodukten

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

Dieser Verhaltenskodex ist von den Gesellschaften unserer Gruppe in den jeweiligen Unternehmensgrundsätzen und -vorgaben verankert worden und somit für uns und unsere Mitarbeiter verbindlich. Die diesbezüglichen Grundsätze und Vorgaben (im Folgenden auch vertriebsbezogenes Compliance Management System oder vertriebsbezogenes CMS) haben wir als Anlage dieser Erklärung beigelegt. Sie sind die Grundlage für ein regelkonformes Verhalten der Unternehmen unserer Gruppe und der Mitarbeiter sowie gegebenenfalls Dritter.

Die vorliegende Erklärung erstreckt sich auf folgende Gesellschaften unserer Gruppe:

- SV SparkassenVersicherung Gebäudeversicherung AG,
- SV SparkassenVersicherung Lebensversicherung AG.

Unsere Erklärung basiert auf den Erkenntnissen aus der nachfolgend beschriebenen Überprüfung des vertriebsbezogenen CMS. Die Erklärung umfasst den Zeitraum vom 01.10.2020 bis 30.09.2023.

Vorgehen bei der Überprüfung

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

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

Wir stellen sicher, dass die einzelnen Aspekte des vertriebsbezogenen CMS entsprechend dem Risikogehalt zeitgerecht und mindestens in einem dreijährigen Turnus überprüft wurden. Die Ergebnisse dieser Prüfungen wurden an den gesamten Vorstand aller betroffenen Gesellschaften unserer Gruppe berichtet. Soweit daraus Maßnahmen zur Optimierung des Systems resultieren, wird deren zeitgerechte Umsetzung von unserer Compliance-Organisation in Zusammenarbeit mit der Internen Revision überwacht. Dadurch haben wir die Weiterentwicklung unseres vertriebsbezogenen CMS sichergestellt.

Ergebnis der Überprüfung

Auf der Basis unserer Überprüfung im Zeitraum vom April 2023 bis Juli 2023 kommen wir für die oben genannten Gesellschaften zu folgendem Ergebnis:

Wir haben die notwendigen Maßnahmen ergriffen, um den Regeln des GDV-Vertriebskodex 2018 zu entsprechen und diese in unserem Unternehmen zu leben. Unsere Grundsätze sind in der beigefügten Anlage dokumentiert, die unser vertriebsbezogenes Compliance Management System beschreibt.

Unsere Bewertung stützt sich vor allem auf die Überwachungs-, Prüfungs- und Beratungsaktivitäten unserer umfassenden Compliance-Organisation in Zusammenarbeit mit der Internen Revision sowie auf die von uns auf Vorschlag dieser unabhängigen unternehmensinternen Stellen beschlossenen Maßnahmen.

Stuttgart, 26. Oktober 2023



Dr. Andreas Jahn
Vorsitzender des Vorstands



Markus Reinhard
Vorstand Ressort Vertrieb

Anlage

Beschreibung des Compliance Management Systems für den Teilbereich Vertrieb der SV Sparkassenversicherung

Verhaltenskodex des GDV für den Vertrieb von Versicherungsprodukten

Beschreibung des Compliance Management Systems für
den Teilbereich Vertrieb der SV SparkassenVersicherung



Inhaltsverzeichnis

1. Einführung.....	3
2. Compliance-Kultur	5
3. Compliance-Ziele.....	6
4. Compliance-Risiken	8
5. Compliance-Programm.....	10
5.1 Leitsatz 1 - Die Bedürfnisse der Kunden stehen immer im Mittelpunkt	12
5.2 Leitsatz 2 - Wer Versicherungen vermittelt, erklärt den Kunden seinen Status.....	14
5.3 Leitsatz 3 - Jede Empfehlung berücksichtigt Ziele, Wünsche und Bedürfnisse der Kunden	16
5.4 Leitsatz 4 - Jede Empfehlung zu einem Vertragsabschluss wird nachvollziehbar begründet und dokumentiert.....	21
5.5 Leitsatz 5 - Versicherungsprodukte werden bedarfsgerecht entwickelt und vertrieben	23
5.6 Leitsatz 6 - Kunden werden nachhaltig betreut und bei gegebenem Anlass beraten..	26
5.7 Leitsatz 7 - Qualifikation ist die Basis von ehrlichem, redlichem und professionellem Vertrieb	29
5.8 Leitsatz 8 - Die Unabhängigkeit von Versicherungsmaklern wird gewahrt.....	33
5.9 Leitsatz 9 - Versicherungsunternehmen bieten Kunden ein systematisches Beschwerdemanagement und ein Ombudsmannsystem.	34
5.10 Leitsatz 10 - Die Versicherungsunternehmen geben sich Compliance-Vorschriften und kontrollieren deren Einhaltung	35
5.11 Leitsatz 11 - Der Kodex ist verbindlich und transparent.....	39
6. Compliance-Organisation	41
7. Compliance-Kommunikation und -Training.....	45
8. Überwachung und Verbesserung	47

1. Einführung

Der Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) hat seinen 2010 entwickelten Verhaltenskodex Ende 2012 überarbeitet, um die Qualität der Versicherungsprodukte und des Versicherungsvertriebs sicherzustellen.

Die SV Sparkassenversicherung (SV) hat die Weiterentwicklung des GDV-Verhaltenskodex ausdrücklich begrüßt. Sie entspricht dem Selbstverständnis der SV als in der Region verwurzelter Serviceversicherer mit einem ausgedehnten Netz an Geschäftsstellen. Als Folge dieses Selbstverständnisses ist die SV mit ihren Gesellschaften

- SV Sparkassenversicherung Gebäudeversicherung AG
- SV Sparkassenversicherung Lebensversicherung AG

am 1. April 2014 dem weiterentwickelten GDV-Verhaltenskodex beigetreten.

Die Mitgliederversammlung des GDV hat am 25. September 2018 die Anpassung und Überarbeitung des Kodex beschlossen. Die Neufassung war notwendig geworden, weil mit der Umsetzung der europäischen Vertriebsrichtlinie (IDD) ein neuer Rechtsrahmen in Kraft getreten ist. Ziel, Anspruch und grundsätzlicher Inhalt des Kodex sind hierbei unverändert geblieben.

Das Compliance Management System für den Vertrieb umfasst folgende Vertriebswege:

- Eigene Ausschließlichkeitsorganisation
- Agentur- und Kooperationsparkassen
- Mehrfachagenten und Makler

Die SV bietet den Menschen in ihrem Geschäftsgebiet ein komplettes Angebot an Schaden/Unfall- und Lebensversicherungen an. Als Marktführer in der Gebäudeversicherung versichert die SV in Baden-Württemberg und Hessen rund zwei Drittel aller Häuser und kann dabei auf eine über 260-jährige Tradition zurückblicken. Die eigenen Geschäftsstellen sowie die Sparkassen mit ihren Filialen schaffen ein flächendeckendes Betreuungsnetz im satzungsgemäßen Geschäftsgebiet Baden-Württemberg, Hessen, Thüringen und Teilen von Rheinland-Pfalz.

Das Compliance Management System für den Vertrieb beschreibt die Verankerung der im Folgenden näher beschriebenen Normen und Werte und die Interpretation des GDV-Verhaltenskodex in der SV. Dieses für den Vertrieb gültige Wertesystem wurde an alle Mitarbeiter im Unternehmen sowie an alle Vertriebsmitarbeiter und Vertriebspartner kommuniziert. Die eigene Ausschließlichkeitsorganisation wurde per Nachtrag zum Vermittlervertrag mit Gegenzeichnung auf den GDV-Verhaltenskodex verpflichtet.

Darüber hinaus hat die SV eine Compliance-Organisation für den Vertrieb entwickelt und eingeführt. Deren Arbeitsschwerpunkte sind die Überwachung der Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen, des GDV-Verhaltenskodex sowie der von der SV gesetzten Verhaltensnormen für den Vertrieb. Der Compliance-Beauftragte Vertrieb ist in das Gesamt-Compliance-System im Haus eingebunden und berichtet direkt an den Vorstand.

In den Jahren 2015 und 2017 hat sich die SV Sparkassenversicherung der Prüfung eines unabhängigen Wirtschaftsprüfers sowie 2020 und 2023 der Prüfung durch die interne Revision auf Angemessenheit und Implementierung des Compliance Management Systems zur Einhaltung des Verhaltenskodex für den Vertrieb von Versicherungsprodukten des Gesamtverbands der Deutschen Versicherungswirtschaft gestellt. Zur Sicherstellung der Angemessenheit der Weiterentwicklungen in Prozessen und Richtlinien wird sich die SV Sparkassenversicherung regelmäßig einer Prüfung durch ihre Revisionsabteilung stellen. Die nächste planmäßige Prüfung erfolgt im Jahr 2026.

2. Compliance-Kultur

Compliance-Kultur bezeichnet die Grundeinstellung und Verhaltensweisen, die von der Unternehmensleitung vermittelt werden.

Die SV hat sich bereits im Jahr 2009 auf freiwilliger Basis ein Compliance-System für den gesamten Konzern gegeben, um in strukturierter Form auf die Einhaltung aller für sie relevanten Rechtsvorschriften hinzuwirken. Sie hat sich damit nochmals zu einem rechtmäßigen und an ethischen Grundsätzen orientiertem Handeln als Grundvoraussetzung ihrer geschäftlichen Tätigkeit bekannt.

Compliance im Vertrieb und Verbraucherschutz haben für die SV einen hohen Stellenwert. Das Ziel des GDV-Verhaltenskodex, das Kundeninteresse in den Mittelpunkt des Handelns zu rücken, ist bereits integraler Bestandteil sowohl der Unternehmenskultur als auch der Unternehmensstrategie der SV. So bilden etwa der faire Umgang mit Kunden und die kontinuierliche Weiterbildung der Mitarbeiter zwei der neun "SV Grundsätze" zur Führung und Zusammenarbeit, in denen sich die Unternehmenskultur der SV konkretisiert. Darüber hinaus sind Nachhaltigkeit, Kundenorientierung, Verantwortungsbewusstsein und Zuverlässigkeit als Werte fest im Leitbild der SV verankert und somit Grundlage der Unternehmensstrategie.

Weiterer zentraler Baustein der Compliance der SV sind die "Allgemeinen Verhaltensgrundsätze" für den Innendienst und den Außendienst. Die Verhaltensgrundsätze begründen für Vorstand, Führungskräfte, Mitarbeiter und Vertreter Leitsätze für ein rechtskonformes, verlässliches und an ethischen Werten orientiertes Verhalten.

Die Grundwerte Ehrlichkeit, Integrität, Loyalität, Fairness und Vertragstreue sind für alle Beschäftigten auf allen Ebenen - einschließlich Vorstand - der SV Richtschnur ihres Handelns.

Durch Informationen im Intranet, auf Vertriebsveranstaltungen und Schulungen stärkt die SV das Verständnis für die Compliance-Regelungen im Vertrieb.

Der Vorstand der SV hat daher den Beitritt zum GDV-Verhaltenskodex sowie die Entwicklung und Umsetzung der Maßnahmen für das Compliance Management System für den Vertrieb initiiert, verabschiedet und die notwendigen Mittel zur Implementierung, Umsetzung und Weiterentwicklung bereitgestellt. Die ständige Verfügbarkeit und ggf. notwendige Aktualisierungen der Compliance-Regelungen im Vertrieb für alle Mitarbeiter und Vertriebspartner gewährleisten darüber hinaus eine kontinuierliche und aktuelle Information.

In den folgenden Kapiteln werden die entsprechenden Maßnahmen aufgezeigt und erläutert.

3. Compliance-Ziele

Ziel des Compliance Management Systems für den Vertrieb ist es, in der SV die systematischen und organisatorischen Voraussetzungen zu schaffen, damit die Compliance-Ziele im Vertrieb erreicht, Verstöße gegen die Compliance-Anforderungen vermieden und eingetretene Verstöße erkannt, aufgegriffen, wo erforderlich, sanktioniert und zukünftig vermieden werden können. Die Einhaltung gesetzlicher und interner Regelungen im Funktionsbereich Vertrieb steht dabei im Fokus.

Daraus ergeben sich die folgenden Ziele für die SV:

- die Beratung und Betreuung der Kunden erfolgen fachgerecht und individuell; die Bedürfnisse des Kunden stehen hierbei im Mittelpunkt.
- die Vermittler der SV informieren zu Beginn der Kundenbeziehung über ihren Vermittlerstatus.
- die Ziele, Wünsche und Bedürfnisse des Kunden zum Versicherungsschutz werden vom Versicherungsvermittler ermittelt, strukturiert analysiert und bewertet.
- die SV wirkt auf eine nachvollziehbare Beratungsdokumentation hin, die fest in den Angebotsprozess integriert ist.
- die Produkte werden bedarfsgerecht entwickelt und Produktinformationen der SV sind klar und verständlich.
- es erfolgt auch nach Vertragsschluss eine anlassbezogene Beratung und Betreuung der Kunden.
- bei Umdeckungen im Bereich Vorsorge erfolgt ein ausdrücklicher Hinweis auf die damit verbundenen Risiken; die schriftliche Beratungsdokumentation enthält einen entsprechenden Warnhinweis.
- die SV legt großen Wert auf Aus- und Weiterbildung und arbeitet nur mit zuverlässigen und gut qualifizierten Vermittlern zusammen, die die Grundsätze des GDV-Verhaltenskodex anerkennen.
- die SV vermeidet eine Einflussnahme auf Makler, die deren Unabhängigkeit einschränken könnte.
- die Kunden werden in schriftlicher Form auf das Ombudsmannsystem hingewiesen, so dass etwaige Konflikte zeitnah und zufriedenstellend gelöst werden können.
- alle Mitarbeiter der SV verhalten sich rechtskonform, sind verlässlich und orientieren sich an ethischen Werten, die in den "Allgemeinen Verhaltensgrundsätzen" der SV verankert sind. Diese beinhalten unter anderem strenge Regeln zu Antikorruption, Interessenskonflikten und Datenschutz

Die Einhaltung der Leitsätze des GDV-Verhaltenskodex ist Grundlage der Compliance-Ziele der SV. Die Ziele finden auf den Privatkunden / Verbraucher im Versicherungsvertrieb Anwendung.

Die Ziele wurden im Selbstverständnis der SV (vgl. Kap. 5 - Compliance-Programm) fixiert und interpretiert. Die Compliance-Ziele wurden vom Vorstand in Zusammenarbeit mit dem Compliance-Koordinator sowie dem Compliance-Beauftragten Vertrieb erarbeitet und beschlossen. Bei der Definition der Ziele wurde der GDV-Verhaltenskodex zu Grunde gelegt. Die Kernaussagen des GDV-Verhaltenskodex finden sich auch in den "Allgemeinen Verhaltensgrundsätzen" für Innendienst- und Außendienstmitarbeiter wieder.

4. Compliance-Risiken

Unter Compliance-Risiken ist die Gefahr von Schäden zu verstehen, die einem Unternehmen und weiteren Beteiligten, z.B. den privaten Verbrauchern von Versicherungsprodukten, drohen, wenn Verhaltensweisen nicht den geltenden internen und externen Normen entsprechen. Compliance-Verstöße können finanzielle Folgen, Reputationsschäden oder rechtliche Konsequenzen nach sich ziehen.

Mitarbeiter des Innendienstes, Vertriebsmitarbeiter und Vertriebspartner müssen daher die relevanten Gesetze und Vorschriften für das Versicherungsgeschäft und die damit verbundenen Tätigkeiten im Vertrieb beachten. Auch die unternehmensinternen Regeln und Anweisungen, insbesondere die "Allgemeinen Verhaltensgrundsätze" für den Innendienst und Außendienst, sind einzuhalten.

Gemessen an den Compliance-Zielen der SV und der gelebten Unternehmenskultur, ist die Einführung des Compliance Management Systems für den Vertrieb mit Fokus auf den GDV-Verhaltenskodex eine zwingende und gewollte geschäftspolitische Entscheidung. Ziel ist die systematische Risikoerkennung und -bewertung, bezogen auf den GDV-Verhaltenskodex.

Der Compliance-Beauftragte für den Vertrieb arbeitet hierbei eng mit dem Zentralen Risikomanagement der SV zusammen. Um das Risiko von Verstößen zu minimieren, werden Risiken bei der SV systematisch erhoben und dokumentiert.

Das konzernweit einheitliche Risikomanagementsystem der SV dient der Identifikation, Bewertung, Steuerung und Überwachung eingegangener Risiken sowie deren Berichterstattung und entspricht damit den gesetzlichen Vorgaben, insbesondere aus Solvency II. Der hierfür entwickelte Risikokontrollprozess umfasst alle Aktivitäten zum systematischen Umgang mit Risiken im SV-Konzern.

Im Rahmen der vom Zentralen Risikomanagement koordinierten Risikoinventur wird eine Abfrage der aktuellen Risikosituation bei den dezentralen Risikomanagern durchgeführt. Flankiert wird die Risikoinventur von der ebenfalls gesetzlich vorgeschriebenen jährlichen Analyse des internen Kontrollrahmens.

Die erste Bewertung der Risiken nach Auswirkungshöhe und Eintrittswahrscheinlichkeit auf Basis eines konkreten Szenarios erfolgt durch den zuständigen dezentralen Risikomanager. In einem zweiten Schritt werden die gemeldeten Risiken in der Risikokernteamsitzung überprüft und überschneidungsfrei in die Konzernsicht überführt, das heißt in zwölf festgelegten Handlungsfeldern aggregiert. Im letzten Schritt werden die Ergebnisse der unternehmenseigenen Risiko- und Solvabilitätsbeurteilung im jährlichen ORSA-Bericht (Own Risk and Solvency Assessment) dokumentiert. Weiterhin sind die dezentralen Risikomanager aufgefordert, zu den jeweiligen Risiken auch Frühwarnindikatoren zu benennen. Anhand dieser Vorschläge werden die derzeitigen Frühwarnindikatoren überprüft und das Frühwarnsystem bei Änderungsbedarf aktualisiert.

Eines der Handlungsfelder ist das Compliance-Risiko, also das Risiko eines Verstoßes gegen Rechtsvorschriften und Compliance-Regeln.

Ein Verstoß gegen gesetzliche und regulatorische Vorschriften kann zur Verhängung von Bußgeldern, zu Schadensersatzforderungen sowie zum Ansehensverlust der SV führen.

Darüber hinaus stellen das Beschwerdemanagement sowie regelmäßige Kunden- und Vertriebspartnerbefragungen und die Interne Meldestelle wichtige Bestandteile der Risikoidentifikationen dar.

Um sicherzustellen, dass das Compliance Management System für den Vertrieb den aktuellen Werten und Normen entspricht, überprüft der Compliance-Beauftragte für den Vertrieb anlassbezogen, ob das Compliance Management System für den Vertrieb aktualisiert werden muss. Daneben unterstützen die Vertriebsmitarbeiter und Vertriebspartner sowie die Führungskräfte das kontinuierliche Verbessern und Optimieren des Compliance Management Systems für den Vertrieb. Der Compliance-Beauftragte für den Vertrieb der SV nimmt dabei als zentraler Ansprechpartner und Koordinator eine gesonderte Stellung ein.

5. Compliance-Programm

Ein Compliance-Programm legt Regeln fest und stellt Mittel und Maßnahmen bereit, um das Einhalten der Regeln systematisch und effizient zu überprüfen.

Die wesentlichen Inhalte des Compliance-Programms der SV wurden allen Vertriebsmitarbeitern der eigenen Ausschließlichkeitsorganisation sowie den Vertriebspartnern Sparkassen im Rahmen von Workshops und Veranstaltungen durch die Führungskräfte der SV kommuniziert und erläutert.

Wir achten darauf, dass die Vertriebsmitarbeiter und Vertriebspartner die Grundsätze des GDV-Verhaltenskodex anerkennen und praktizieren:

- Für die eigenen Ausschließlichkeitsvertreter der SV sind die Compliance-Regelungen verbindlich geregelt. Neue Vertriebsmitarbeiter werden auf die Einhaltung verpflichtet: Die Leitlinien des GDV-Verhaltenskodex sowie deren Einhaltung müssen als Anlage zum Vermittlervertrag gegengezeichnet werden. An alle bereits bei der SV beschäftigten Vermittler wurden entsprechende Nachträge zu den Vermittlerverträgen mit Gegenzeichnungspflicht versandt. Für die Einhaltung der Compliance-Regelungen sind die Führungskräfte und der Compliance-Beauftragte Vertrieb verantwortlich.
- Die Sparkassen wurden durch Informationsschreiben an die Regionalverbände im Geschäftsgebiet der SV (Sparkassenverband Baden-Württemberg, Sparkassen- und Giroverband Hessen-Thüringen, Sparkassenverband Rheinland-Pfalz) mit Gegenzeichnung entsprechend eingebunden. Zusätzlich haben alle Sparkassen im gesamten Geschäftsgebiet Informationsschreiben zum GDV-Verhaltenskodex erhalten. Die Identifizierung, Prüfung und Ahndung von Verstößen erfolgt über das Beschwerdemanagement der SV sowie den jeweiligen Regionalverband als Vertreter der angeschlossenen Sparkassen. Die SV kann ferner über den jeweiligen Regionalverband Kenntnis über Verstöße und mögliche Risiken erlangen.

Darüber hinaus wurde das „Selbstverständnis der SV zum Vertrieb von Versicherungsprodukten“ mit dem Deutschen Sparkassen- und Giroverband (DSGV) diskutiert und vom DSGV formal anerkannt. Die dort verankerten Regeln gelten auch für den Versicherungsvertrieb der Sparkassen.

- Die Makler wurden im Rahmen einer sogenannten Widerspruchslösung schriftlich darüber informiert, dass die SV zukünftig nur mit Versicherungsvermittlern zusammenarbeitet, welche die im GDV-Verhaltenskodex formulierten Ziele in ihrer Tätigkeit als Versicherungsvermittler berücksichtigen. Zusätzlich wurden die Makler darauf hingewiesen, dass die SV die verbandseigenen Kodizes der großen Maklerverbände anerkennt (vgl. Verständnis der SV zum Leitsatz 11).

Der Compliance-Beauftragte für den Vertrieb wird insbesondere unter Berücksichtigung von BaFin-, Ombudsmann- und Kundenbeschwerden Risiken identifizieren und notwendige Maßnahmen neu in das Compliance-Programm aufnehmen.

Das Beschwerdemanagement liefert hierzu halbjährlich einen internen Bericht. Aus diesen gehen die Beschwerdehintergründe und -inhalte hervor. Mit Hilfe dieser Informationen kann der Compliance-Beauftragte Vertrieb die Einhaltung der Grundsätze nachhalten.

Bei Verstößen können angemessene Konsequenzen gezogen werden, die in einem mehrstufigen Verfahren in letzter Konsequenz zur Beendigung der Geschäftsbeziehung führen können.

Das Selbstverständnis zum Vertrieb von Versicherungsprodukten im Privatkundengeschäft im Detail:

5.1 Leitsatz 1 - Die Bedürfnisse der Kunden stehen immer im Mittelpunkt

Anforderung des GDV

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

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

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

Verständnis der SV zum Leitsatz 1

Hohe Kundenzufriedenheit zu erreichen und das Vertrauen der Kunden zu rechtfertigen, ist der Anspruch der SV. Wir sind nah beim Kunden und sehen eine langfristige und beiderseitig vorteilhafte Geschäftsbeziehung als die Maxime unseres Handelns.

Im Mittelpunkt der Beratung stehen daher die Ziele und Bedürfnisse des Kunden. Mit Hilfe einer ganzheitlichen oder anlassbezogenen, strukturierten Beratung können wir die individuellen Bedürfnisse, Ziele und bestehenden Absicherungen unserer Kunden erfassen. Dies wurde bei der Konzeption des Beratungsansatzes "SV PrivatKonzept" entsprechend berücksichtigt. Sowohl optisch als auch im Beratungsprozess selbst werden die Ziele und Bedürfnisse des Kunden in den Mittelpunkt gestellt. Die Beratung zu den erforderlichen Absicherungen erfolgt somit auf Basis der Ziele und Bedürfnisse des Kunden (vgl. Verständnis der SV zum Leitsatz 3).

Der faire Umgang mit Kunden und die kontinuierliche Weiterbildung der Mitarbeiter sind als "SV Grundsätze" zur Führung und Zusammenarbeit Teil der Unternehmenskultur der SV. Nachhaltigkeit, Kundenorientierung, Verantwortungsbewusstsein und Zuverlässigkeit sind zudem als Werte fest im Leitbild der SV verankert und finden sich als konkrete Handlungsanweisung auch in den "Allgemeinen Verhaltensgrundsätzen" der SV wieder.

Vertriebssteuerung

Die SV vermeidet in ihrer Vertriebssteuerung Anreizsysteme, die dem Kundeninteresse entgegenstehen können. Die Vertriebssteuerung enthält keine kurzfristigen Anreize, sondern beinhaltet unterschiedliche Vergütungskomponenten, wie etwa den auf Bestandspflege und Servicequalität ausgerichteten Qualitäts- und Service-Bonus. Die jährlichen Geschäftspläne

zur Vertriebssteuerung basieren auf der vom Vorstand verabschiedeten Konzern-Geschäftsplanung und sind nach Kundengruppen ausgerichtet. Die Vertriebssteuerung beinhaltet grundsätzlich keine auf spezielle Produkte ausgerichteten Vorgaben oder Wettbewerbe. Ausnahmsweise können bei der Einführung neuer Produkte spezielle Wettbewerbe durchgeführt werden.

Da Interessenkonflikte der Professionalität und Vertrauenswürdigkeit der Vertriebspartner schaden können, müssen potenzielle Interessenkonflikte erkannt, gemanagt, vermieden und als letzte Möglichkeit offengelegt werden. Im Zuge des bereichsübergreifenden Projekts zur Umsetzung der neuen Versicherungsvertriebsrichtlinie IDD wurde das bestehende Anreiz- und Vergütungssystem der SV auf potenzielle Interessenkonflikte geprüft. Die entsprechende IDD-Konformität wurde durch einen unabhängigen Wirtschaftsprüfer bestätigt.

Durch entsprechende Anpassungen am Produktentwicklungsprozess (PeP) der SV wurde für die Zukunft sichergestellt, dass bei jeder Produktneuentwicklung bereits in der Produktkonzeptionsphase eine entsprechende Prüfung der angedachten Vergütungsregelung auf mögliche Interessenkonflikte erfolgt.

Darüber hinaus müssen sowohl Versicherungsunternehmen als auch Versicherungsvermittler auf Dauer wirksame organisatorische Vorkehrungen treffen, um zu verhindern, dass Interessenkonflikte den Kundeninteressen schaden. Daher sollte ein regelmäßiger, sich wiederholender Prozess implementiert werden. Die SV hat hierfür gemeinsam mit einem unabhängigen Wirtschaftsprüfer und dem VöV eine Interessenkonfliktmanagement-Policy erarbeitet. Diese beinhaltet neben Informationen auch konkrete Handlungsempfehlungen zum Umgang mit Interessenkonflikten. Zudem sollen Interessenkonflikte, die nicht gemanagt oder vermieden werden können, an den Compliance-Beauftragten des Vertriebs der SV gemeldet werden.

Der Compliance-Beauftragte für den Vertrieb prüft sowohl die Ausschreibungsunterlagen als auch die angedachten Vergütungsregeln bei Produktneuentwicklungen auf die Vereinbarkeit mit dem GDV-Verhaltenskodex.

5.2 Leitsatz 2 - Wer Versicherungen vermittelt, erklärt den Kunden seinen Status.

Anforderung des GDV

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

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

Verständnis der SV zum Leitsatz 2

Die Vertriebspartner der SV informieren zu Beginn der Kundenbeziehung über ihren Vermittlerstatus und im Auftrag welches Versicherungsunternehmens bzw. welcher Vertriebsorganisation sie tätig werden.

Die SV betrachtet diese Informationen auch im Sinne des Verbraucherschutzes als wichtige Hinweise für den Kunden. Sie sind dem Anspruch der SV an Transparenz geschuldet und dienen dem Aufbau eines Vertrauensverhältnisses zu den Kunden.

Die Legitimation erfolgt mit Hilfe geeigneter Unterlagen, z. B. der standardisierten Visitenkarte, für die entsprechende Vordrucke über das SV-Intranet abrufbar sind. Diese enthalten alle notwendigen Angaben:

- Name und Geschäftsanschrift des Vermittlers
- Vermittlerstatus
- Vermittlerregisternummer
- Art und Quelle der Vergütung
- Auskunft darüber, ob das Angebot einer Beratung besteht
- Angaben von unmittelbaren oder mittelbaren Beteiligungen von über 10 Prozent an den Stimmrechten oder am Kapital eines Versicherungsunternehmens
- Angaben von unmittelbaren oder mittelbaren Beteiligungen von Versicherungsunternehmen oder Mutterunternehmen eines Versicherungsunternehmens von über 10 Prozent an den Stimmrechten oder am Kapital des Vermittlers
- Hinweis auf den Ombudsmann als Schlichtungsstelle

Im standardisierten Beratungsprozess des SV PrivatKonzepts (vgl. Verständnis der SV zum Leitsatz 3) ist die Vorstellung des Vermittlers mit allen genannten Informationen als erster Schritt hinterlegt. Die sogenannte Legitimationsunterlage wird dem Kunden somit beim Erstkontakt übermittelt.

Auch über die E-Mail-Signatur und über die Antrags- und Vertragsunterlagen erhält der Kunde die notwendigen Angaben über den Vermittler. Verstöße werden durch das Beschwerdemanagement aufgedeckt (vgl. auch Kap. 8 - Überwachung und Verbesserung).

Schulungen sowie die Auswertung des Beschwerdemanagements dienen der Einhaltung des Leitsatzes.

5.3 Leitsatz 3 - Jede Empfehlung berücksichtigt Ziele, Wünsche und Bedürfnisse der Kunden

Anforderung des GDV

"Wer Versicherungen vertreibt, muss die Ziele, Wünsche und Bedürfnisse der Kunden zum Versicherungsschutz dem Anlass entsprechend ermitteln, analysieren und bewerten. Auf dieser Basis werden dem Kunden die wichtigsten Merkmale des 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."

Verständnis der SV zum Leitsatz 3

Verbraucherschutz und Kundenorientierung sind bei der SV, die als Dienstleister, Arbeitgeber sowie als sozialer und gesellschaftlicher Förderer in ihrem Geschäftsgebiet tätig ist, fest in der Unternehmensstrategie verankert und sind Gegenstand regelmäßiger Kundenbefragungen (siehe Kap. 8 - Überwachung und Verbesserung).

Im Rahmen des Beratungsgesprächs erläutert der Berater das empfohlene Produkt in einer Art und Weise, dass dieses in seiner Wirkung, Chance und seinem Risiko verstanden werden kann. Die Vermittler der SV vermeiden die Verwendung von Fachjargon in der Beratung. Falls Fachbegriffe verwendet werden müssen, werden diese im Beratungsgespräch verständlich erläutert.

In den Verkaufs- und Persönlichkeitsseminaren der SV trainieren die Teilnehmer anhand praktischer Fälle eine verständliche und kundengerechte Kommunikation. Die jeweiligen Gesprächssituationen werden mit den Teilnehmern analysiert und Verbesserungspotenziale aufgezeigt.

Ausführliche Produktschulungen für die Vertriebsmitarbeiter sind Grundlage für eine fachlich fundierte Beratung des Kunden. Die persönliche Beratung anhand von Produktunterlagen unterstützt das Verständnis für das Produkt beim Kunden. Die wesentlichen Punkte werden im Beratungsprotokoll dokumentiert (vgl. Verständnis der SV zum Leitsatz 4).

Alle relevanten Informationen werden den Kunden in verständlicher Form erläutert und zur Verfügung gestellt. Im Kundengespräch werden anlassbezogen neben den Vorteilen auch die möglichen Ausschlüsse aufgezeigt und Rückfragen umfassend beantwortet.

SV PrivatKonzept

Um die Transparenz sowie die klare Linie in der ganzheitlichen Beratung zu stärken, hat die SV gemeinsam mit dem Vertrieb einen standardisierten Beratungsansatz, das SV PrivatKonzept, mit einer unterstützenden Beratungs-App entwickelt.

Das SV PrivatKonzept bietet standardisierte Vorgaben, die dem Berater als Werkzeug für eine individuelle, umfassende und ganzheitliche Beratung des Kunden dienen und dadurch die Vertrauensbasis zwischen Kunde und Berater stärken.

Grundlage ist die systematische und nach Themenfelder/Sparten gegliederte Analyse der Absicherungen des Kunden in den Bereichen Sicherheit und Vorsorge unter Berücksichtigung der individuellen Ziele und Wünsche sowie des bestehenden Versicherungsschutzes des Kunden. Aus dieser Analyse folgt jeweils eine Empfehlung mit Erläuterung des Mehrwertes für den Kunden. Die entsprechenden Formularvordrucke (insbesondere das Lösungskonzept) werden im Angebotssystem SVIS erstellt und sind durch grafische und farbliche Elemente besonders anschaulich und kundenfreundlich gestaltet. Die Nutzung der Beratungs-App ist keine verpflichtende Vorgabe an die Vertriebspartner. Für eine ganzheitliche Beratung können auch die standardisierten Beratungsprotokolle und Unterlagen verwendet werden, welche sich inhaltlich mit der App decken.

Das SV PrivatKonzept steht dem gesamten Außendienst der SV und den Versicherungsagenturen der Agentursparkassen (SV Hardware vorausgesetzt) einheitlich und flächendeckend im gesamten Geschäftsgebiet zur Verfügung. Individuelle Beratungsansätze im Privatkundensegment wurden im Frühjahr 2015 vom SV PrivatKonzept abgelöst. Durch die auf dieser Grundlage durchgeführte Beratung werden die Kunden in die Lage versetzt, eine selbstbestimmte Entscheidung treffen zu können.

Mit dem SV PrivatKonzept wird die Qualität der ganzheitlichen Beratung in der SV durch standardisierte Vorgaben immer im selben Maß gewährleistet. Verbraucherempfehlungen (d.h. welche Absicherungen sind existenziell wie wichtig) wurden bei der Bedarfspriorisierung - ein wesentlicher Bestandteil des Beratungskonzepts - integriert.

Die ganzheitliche oder anlassbezogene, strukturierte Beratung in Verbindung mit dem Beratungsprotokoll bei Abschluss gewährleistet, dass die Bedürfnisse des Kunden bei der Privatkundenberatung der SV immer im Mittelpunkt stehen. Die Analysetools der Beratungs-App für die Alters- und Risikovorsorge stehen den Vermittlern in der Beratung zur Verfügung.

Regelmäßige Kundenbefragungen und Stichprobenkontrollen im Antragsprozess sowie Auswertungen im Rahmen des Beschwerdemanagements ermöglichen die Überprüfung des Beratungsprozesses. Neben diesen Kundenmeinungen fließen auch die Rückmeldungen der Vertriebspartner der SV in die Weiterentwicklung des SV PrivatKonzepts ein.

Geeignetheitsprüfung bei Versicherungsanlageprodukten

Speziell im Rahmen einer Beratung zu einem Versicherungsanlageprodukt führt die SV eine gesonderte Geeignetheitsbeurteilung durch. Mit Implementierung des speziellen Beratungsmoduls "SV VorsorgeProfil" in den Beratungsprozess für Versicherungsanlageprodukte können anhand von zentral von der SV vorgegebenen Fragestellungen Informationen über die Kenntnisse und Erfahrungen, die finanziellen Verhältnisse sowie die Anlageziele des Kunden eingeholt werden. Seit Mai 2022 wird im Rahmen des "SV VorsorgeProfils" zusätzlich auch

die Nachhaltigkeitspräferenz des Kunden abgefragt und im Beratungsprotokoll ergänzt. Auf Basis dieser Informationen erfolgt im nächsten Schritt die Prüfung, ob das Versicherungsanlageprodukt so beschaffen ist, dass der Kunde mit seinen Kenntnissen und Erfahrungen die mit dem Produkt einhergehenden Risiken verstehen kann, die finanziellen Risiken, gemessen an den finanziellen Verhältnissen des Kunden, tragbar sind und es den Anlagezielen des Kunden entspricht. Mit dem SV VorsorgeProfil gelingt es, in nur vier Schritten, das individuell passende Versicherungsanlageprodukt für den Kunden zu ermitteln. Die Versicherungsanlageprodukte der SV werden im Ergebnis des SV VorsorgeProfils drei Klassen zugeordnet:

- 1) **"Sicherheit"**: Klassische Lebens- und Rentenversicherungsprodukte
- 2) **"Ausgewogen"**: Indexprodukte
- 3) **"Chance"**: Fondsprodukte

Um die Verbindlichkeit der Empfehlung zu erhöhen, können lediglich Produkte abgeschlossen werden, die sich im Ergebnis des SV VorsorgeProfils in der ermittelten (oder einer geringeren) Klasse befinden. Die Inhalte und das Ergebnis des SV VorsorgeProfils werden abschließend automatisch verarbeitet und in die Beratungsdokumentation integriert. Zur Erhöhung der Rechtssicherheit für den Kunden und den Versicherungsvermittler hat sich die SV entschieden, die Beratungsdokumentation für Versicherungsanlageprodukte sowohl vom Kunden als auch vom Versicherungsvermittler unterzeichnen zu lassen (vgl. Verständnis der SV zum Leitsatz 4).

Marketingunterlagen

Über die Bestellplattform SEG sowie über das SV-Intranet stehen den Vertriebspartnern der Ausschließlichkeitsorganisation sowie den Sparkassen ein breites Angebot an zentralen Berater- und Kundenmedien zur Verfügung. Deren Inhalt und Gestaltung sind vom Marketingbereich bzw. vom Bereich Unternehmenskommunikation vorgegeben und mit den jeweiligen Fachbereichen abgestimmt.

Individuelle Werbe- und Verkaufsunterlagen, die vom Basissortiment abweichen, dürfen nur in Abstimmung mit der Marketingabteilung erstellt werden. Fachliche Inhalte müssen, sofern Texte, Grafiken oder Fotos von den Standarddruckstücken abweichen, von den Ansprechpartnern in den Fachbereichen freigegeben werden. Bei allen rechtlichen Fragen ist die Rechtsabteilung hinzuzuziehen.

Bei allen Unterlagen (zentral und individuell) gilt: Bei der Erstellung (inhaltlich und gestalterisch) liegen unsere internen Gestaltungsrichtlinien (Corporate Design) zugrunde und es wird auf die Einhaltung der Wettbewerbsrichtlinien der Versicherungswirtschaft, insbesondere der Regelungen zur Werbung, geachtet. Es dürfen ausschließlich die von der SV Sparkassen-Versicherung erworbenen Rating- und Testsiegel verwendet

Produktinformationen und Versicherungsbedingungen

Im Rahmen eines Beratungsgesprächs werden alle relevanten Informationen mit den Kunden besprochen, um so eine kundengerechte und individuelle Produktauswahl zu gewährleisten. Dazu werden die auf Grundlage der gesetzlichen Vorgaben in den jeweiligen Fachbereichen entwickelten gesetzlichen Produktinformationsblätter ausgehändigt. Diese werden in der Beratungssoftware automatisch angedruckt. So werden den Kunden z. B. über das Basisinformationsblatt für Lebensversicherungsprodukte zusätzliche Informationen zu den

Gesamtrisikoindikatoren, Performanceszenarien sowie Kostenangaben des jeweiligen Produkts dargestellt.

Im Rahmen des Produktentwicklungsprozesses wird bei der Erstellung von Produktinformationen für neue Produkte unter Berücksichtigung der gesetzlichen Vorgaben darauf geachtet, dass diese für den Kunden klar und verständlich formuliert werden.

Angaben über mögliche künftige Leistungen in der Lebensversicherung

Die Informationserteilung bei der Angabe über mögliche künftige Leistungen und Wertentwicklungen erfolgt gemäß den gesetzlichen Vorgaben des § 154 Versicherungsvertragsgesetz (VVG) und der Verordnung über Informationspflichten bei Versicherungsverträgen (VVG-InfoV). Zusätzlich zu den garantierten Leistungen ist im Angebot und im Versicherungsschein auch eine Darstellung der möglichen zukünftigen Gesamtleistungen enthalten.

Klassische Lebens- und Rentenversicherung

Bei klassischen Lebens- und Rentenversicherungen werden die garantierten Renten- und Kapitalleistungen aufgeführt. Darüber hinaus werden auch die möglichen zukünftigen Gesamtleistungen auf Basis von drei beispielhaften Szenarien dargestellt.

Eine normierte Modellrechnung zeigt dem Versicherungsnehmer im Angebot und im Versicherungsschein, welche Leistungen bei drei unterschiedlichen Zinssätzen möglich sind, deren Höhe vom Gesetzgeber vorgegeben ist. So werden die Gesamtleistungen unter Zugrundelegung der aktuell gültigen Überschussbeteiligung hochgerechnet. Darüber hinaus erfolgt eine beispielhafte Hochrechnung für den Fall, dass der Zinsüberschuss ein Prozent niedriger oder ein Prozent höher ausfallen würde.

Daraus ergeben sich die dargestellten Leistungen aus der Überschussbeteiligung und die hieraus resultierenden Gesamtleistungen.

Das Angebot und der Versicherungsschein enthalten den Hinweis, dass sich in der Realität jährlich schwankende Überschussbeteiligungen ergeben können, die Modellrechnung ausschließlich Illustrationszwecken dient und die Leistungen nicht garantiert werden können.

IndexGarant

Beim Rentenversicherungsprodukt "IndexGarant" werden im Angebot eine garantierte Rente und eine garantierte Kapitalabfindung ausgewiesen. Die Höhe richtet sich nach der vereinbarten Beitragsgarantie.

Darüber hinaus werden auch die möglichen zukünftigen Gesamtleistungen auf Basis von drei beispielhaften Szenarien dargestellt. Grundlage für die Berechnungen sind drei unterschiedliche Indexentwicklungen.

Eine normierte Modellrechnung zeigt dem Versicherungsnehmer auch hier, welche Leistungen bei drei unterschiedlichen gesetzlich vorgegebenen Zinsentwicklungen möglich sind. Die Gesamtleistungen werden unter Zugrundelegung der ausgewählten Indexentwicklung hochgerechnet. Darüber hinaus erfolgt eine beispielhafte Hochrechnung für den Fall, dass der Zinsüberschuss ein Prozent niedriger oder ein Prozent höher ausfallen würde. Daraus ergeben sich die dargestellten Leistungen aus der Indexentwicklung und die hieraus resultierenden Gesamtleistungen.

Das Angebot und der Versicherungsschein enthalten den Hinweis, dass sich in der Realität jährlich schwankende Indexentwicklungen ergeben und die Leistungen nur beispielhaft hochgerechnet sind.

Fondsgebundene Produkte

Bei fondsgebundenen Produkten erfolgt eine beispielhafte Darstellung der möglichen Leistungen auf Basis der für das aktuelle Jahr gültigen Überschussbeteiligung und einer konstanten zukünftigen Wertentwicklung der zugrunde liegenden Fonds. Die entsprechenden Überschussanteile werden hierbei in die Fondsanteile umgerechnet.

In einer Modellrechnung werden fiktiv drei mögliche Szenarien unter Berücksichtigung von gleichbleibenden Wertsteigerungen der Fondsanteile dargestellt. Bisherige oder künftige Wertsteigerungen der Fondsanteile können daraus nicht abgeleitet werden. Der Kunde wird auf die Chancen und Risiken der Fondsanlage hingewiesen.

Auch hier enthalten das Angebot und der Versicherungsschein den Hinweis, dass sich in der Realität jährlich schwankende Fondsentwicklungen ergeben können und die Modellrechnung ausschließlich Illustrationszwecken dient.

Preis- Leistungsverhältnis in der Lebensversicherung

In den Angebots- und Vertragsunterlagen werden die Effektivkosten des Vertrags angegeben. Auf Grundlage der aktuellen Überschussbeteiligung wird dargestellt, um wieviel Prozent Abschluss- und Vertriebskosten die Wertentwicklung bis zum Beginn der Auszahlphase mindern.

Kontrolle der Verständlichkeit

Die Auswertung von Kundenbefragungen und des Beschwerdemanagements ermöglichen eine anlassunabhängige Kontrolle der Beratungsqualität und der Verständlichkeit der Versicherungsprodukte der SV. Die Auswahl erfolgt hierbei zufällig und unter Einbeziehung der Vertriebspartner.

Darüber hinaus werden die Formulierungen der Versicherungsvertragsunterlagen durch den Bereich Produktmanagement auf Verständlichkeit geprüft und bei Bedarf überarbeitet.

5.4 Leitsatz 4 - Jede Empfehlung zu einem Vertragsabschluss wird nachvollziehbar begründet und dokumentiert

Anforderung des GDV

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

Verständnis der SV zum Leitsatz 4

Jeder Kunde, der ein Versicherungsprodukt der SV erwirbt, erhält eine Beratungsdokumentation auf Basis der persönlichen Beratung.

Im Fokus der Gespräche mit unseren Kunden stehen die ganzheitliche oder anlassbezogene Beratung und die Ermittlung der individuellen Kundenbedürfnisse. Auf dieser Basis erfolgt eine Produktempfehlung. Der Vermittler ist verpflichtet, das Beratungsergebnis bei Abschluss zu dokumentieren und dem Kunden zur Verfügung zu stellen.

Kommunikation zur Beratungsdokumentation

Zusätzlich zu umfangreichen Vermittlerschulungen durch die SV Vertriebsakademie, die auch das Thema Beratungsdokumentation zum Gegenstand haben, wurden die Vermittler über diverse Rundschreiben auf die Pflicht zur Erstellung einer Beratungsdokumentation hingewiesen.

Entsprechend ihrer Bedeutung gibt es im SV Intranet im VertriebsPortal eine eigene Rubrik zur Beratungsdokumentation. Hier finden die Vertriebspartner der SV zusätzlich zu einer Übersicht der zur Verfügung stehenden Formulare zur Dokumentation eines Beratungsgesprächs auch entsprechende Hilfestellungen, z. B. in Form eines Frage-Antwort-Katalogs und entsprechende Leitfäden zur Erstellung einer rechtskonformen Beratungsdokumentation.

Sowohl für den standardisierten ganzheitlichen Beratungsprozess, SV PrivatKonzept, als auch für die produktbezogene Beratungsdokumentation wurden ausführliche Ausfüllanleitungen erstellt und entsprechend im SV Intranet veröffentlicht. Je nach Umfang des Beratungsgesprächs (ganzheitlich oder produktbezogen) enthält der jeweilige Leitfaden umfangreiche Hinweise zu den einzelnen Punkten des zur Verfügung gestellten Formulars, wie z. B.:

- Basisdaten zu Vermittler / Kunde
- Angaben bzw. aktuelle Situation des Kunden
- Priorisierung des Versicherungsbedarfs
- Empfehlung der SV, einschließlich Begründung
- Ergänzende Hinweise bei Abwerbungen bzw. Umdeckungen von Versicherungsverträgen im Bereich Vorsorge

- Entscheidung des Kunden, einschließlich Begründung
- Sonstige Hinweise und Anmerkungen
- Unterschriftenzeile

Formulare für die Beratungsdokumentation sind fest in den Beratungs- sowie den Antragsprozess der SV integriert und ein Exemplar der Beratungsdokumentation muss dem Kunden ausgehändigt werden.

Das Unterschreiben der Beratungsdokumentation sowohl vom Vermittler als auch vom Kunden ist grundsätzlich nicht vorgeschrieben. Es wird jedoch ausdrücklich empfohlen, um so eine hinreichende Verbindlichkeit für den Kunden und den Vermittler zu schaffen. Mit Umsetzung der elektronischen Unterschrift (ELU/QES) bietet die SV inzwischen auch eine digitale Unterstützung bei diesem Prozess. Damit der komplette Prozess digital, ohne den Ausdruck von zusätzlichen Dokumenten durchgeführt werden kann, entfällt die Empfehlung der zusätzlichen Beraterunterschrift auf der Beratungsdokumentation bei Nutzung der QES (Qualifizierte elektronische Unterschrift).

Die mit dem "SV VorsorgeProfil" zusätzlich zur Beratungsdokumentation gesondert durchgeführte Geeignetheitsbeurteilung im Rahmen einer Beratung zu einem Versicherungsanlageprodukt muss sowohl vom Kunden als auch vom Versicherungsvermittler unterzeichnet werden.

Archivierung / Qualitätskontrolle

Die Beratungsdokumente sind vom Vermittler zur zentralen Archivierung bei der SV einzureichen. Über die unterschiedlichen Möglichkeiten der Einreichung, in der Regel auf elektronischem Weg, wurde in einem Rundschreiben informiert.

Mit den Agentursparkassen wurde vereinbart, dass diese die Beratungsdokumentationen in deren Systemen archivieren und der SV auf Anfrage zur Verfügung stellen.

Im Rahmen der regelmäßig durchgeführten Revisionsprüfungen werden sowohl das Vorliegen der Beratungsdokumentation an sich als auch die ordnungsgemäße Archivierung geprüft.

Auch aus Auswertungen des Beschwerdemanagements mit einer eigenen Beschwerdeklassifikation zur Beratungsdokumentation gewinnt die SV Indizien zur Qualität der Beratungsdokumentation. Schließlich liefern auch Befragungen von Kunden und Vertriebspartnern wichtige Erkenntnisse zur Einhaltung des Leitsatzes. Verstöße innerhalb der eigenen Ausschließlichkeitsorganisation können arbeits- bzw. vertragsrechtliche Konsequenzen nach sich ziehen.

5.5 Leitsatz 5 - Versicherungsprodukte werden bedarfsgerecht entwickelt und vertrieben

Anforderung des GDV

"Die Entwicklung von Versicherungsprodukten wird am Bedarf der Kunden ausgerichtet. Schon bei der Konzeption neuer Produkte achten die Versicherungsunternehmen darauf, bedarfsgerechten Versicherungsschutz zu entwickeln. Das spiegelt sich auch in der Festlegung des 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."

Verständnis der SV zum Leitsatz 5

Kundenbedarf und Produktentwicklung

Ein Produktverkauf unter Berücksichtigung der Bedürfnisse des Kunden gehört zur Philosophie der SV und hat Vorrang vor den Provisionsinteressen des Vermittlers. Langfristige Kundenbeziehungen und Verantwortungsbewusstsein stehen im Vordergrund. Auf dieser Basis bietet die SV dem Kunden geeignete und qualitativ hochwertige Produkte an. Die Einbindung der Vertriebspartner in die Produktentwicklung unterstützt dies.

Standardisierter Produktentwicklungsprozess

Entsprechend dieser Philosophie hat die SV einen standardisierten Produktentwicklungsprozess (PeP) implementiert. Dieser PeP definiert bei einer Produktneuentwicklung zentral für das ganze Unternehmen die Prozesse, Zuständigkeiten und Zusammenhänge der einzelnen Produktentwicklungsschritte.

Im Sinne einer kundenorientierten Produktentwicklung werden Vertreter der Ausschließlichkeitsorganisation der SV und der Sparkassen in den Entwicklungsprozess eingebunden. Der Compliance-Beauftragte Vertrieb prüft die Beachtung des einheitlich definierten Kundennutzens anhand eines im Produktentwicklungsprozess verankerten Prüfpunkts. Ebenso stellt der Produktentwicklungsprozess die Beachtung gesetzlicher und sonstiger regulatorischer Vorgaben sicher, wobei neben anderen Stellen auch der Compliance-Beauftragte für den Vertrieb einzubinden ist.

Der Produktentwicklungsprozess durchläuft folgende Entwicklungsphasen:

Produktidee

In einer ersten Phase werden Produktideen aus verschiedenen Quellen (Arbeitskreise, Marktforschung, Fachbereiche, Vertrieb) gesammelt und bewertet. Mit den Geschäftsfeldverantwortlichen werden diese abgestimmt und mit der Produktstrategie der SV abgeglichen.

Es erfolgt eine grobe Produktbeschreibung, in die Erkenntnisse aus Marktanalysen zur Berücksichtigung des Kundenbedarfs einfließen. Zielgruppen und Vertriebswege sowie Vor- und eventuelle Nachteile des Produkts werden analysiert und die strategische Bedeutung des Produktes beschrieben.

Produktkonzept

Mit Beginn der eigentlichen Produktentwicklung werden in einer weiteren Phase ausführliche Marktanalysen zur Ermittlung des Kundenbedürfnisses durchgeführt. Das Neuprodukt wird in die Produktlandschaft der SV eingeordnet, priorisiert und nochmals die Vereinbarkeit mit der Strategie der SV geprüft und der spezifische Kundennutzen definiert. Unter Berücksichtigung aller verpflichtenden Anforderungen wird dies der Geschäftsführung zur finalen Entscheidung vorgelegt.

Umsetzungsprojekt

Im dritten Prozessschritt - nach entsprechender Freigabe durch den Vorstand - beginnt dann die Produktentwicklung. Dieser Prozessschritt ist in die folgenden Teilschritte untergliedert:

- **Projektplanung/-auftrag**

Gestaltung und Finalisierung der Projektstruktur inkl. Projektlenkungsausschuss: Der Projektauftrag inkl. Zeitplan ist erstellt und genehmigt. Über einen Projekt-Kick-off sind alle Beteiligte informiert und die Schnittstellen und Abhängigkeiten sind definiert.

- **Ausarbeitung Produktkonzept inkl. Neukalkulation Produkte**

In dieser Phase erfolgen umfassende Definitionen zu den Produktinhalten bzw. den Tarifierungen und den technischen Anforderungen sowie die entsprechende Erstellung der Fachkonzepte. Im Rahmen des Produktfreigabeverfahrens dokumentiert die SV schriftlich gegenüber ihren Versicherungsvertreibern sowohl den Zielmarkt als auch die entsprechende Vertriebsstrategie des neuen Produkts. Begleitend zu diesen Tätigkeiten wird auch schon ein Schulungs- und Markteinführungskonzept erarbeitet.

- **Produktumsetzung**

In der Produktumsetzungsphase erfolgt die Implementierung in die DV-Systeme und die Formulierung von Marketingunterlagen. Darüber hinaus werden die fachlichen und technischen Anforderungen umgesetzt. Das Produkt wird fachlich und technisch umgesetzt sowie intern kommuniziert.

Produkteinführung

Nach Abschluss der jeweiligen Phasen und des Produktfreigabeverfahrens erfolgt die Einführung im Vertrieb und am Markt.

Produktbetreuung

Nach der erfolgreichen Einführung werden die Tätigkeiten in die Linie übergeben und das Projekt abgeschlossen. Das Produkt wird in allen betroffenen Bereichen laufend controlled, die Ergebnisse an den Projektleiter kommuniziert und ggf. erforderliche steuernde Maßnahmen eingeleitet. Dabei erfolgt u. a. eine regelmäßige Überprüfung des Zielmarkts und des zielmarktkonformen Vertriebs.

Marketingunterlagen

Über eine zentrale Bestellplattform, das SV-Intranet, das Marketingportal und die DSV Kommunikationswelt steht den Vertriebspartnern der Ausschließlichkeitsorganisation sowie der Sparkassen ein umfangreicher Leistungskatalog für ihren Marktauftritt zur Verfügung.

Inhalt und Gestaltung sind zentral vom Marketingbereich bzw. vom Bereich Unternehmenskommunikation vorgegeben und mit den jeweiligen Fachbereichen abgestimmt.

Individuelle Werbe- und Verkaufsunterlagen, die vom Basissortiment abweichen, dürfen nur in Abstimmung mit der Marketingabteilung erstellt werden. Hierbei sind die internen Gestaltungsrichtlinien zu beachten. In diesen wird nochmals auf die Einhaltung der Wettbewerbsrichtlinien der Versicherungswirtschaft, insbesondere der Regelungen zur Werbung, hingewiesen und diese im Einzelnen erläutert.

Es dürfen ausschließlich die offiziellen Ratings und Testsiegel, die im SV-Intranet hinterlegt sind, verwendet werden. Fachliche Inhalte müssen, sofern Texte, Grafiken oder Fotos von den Standarddruckstücken abweichen, von den Ansprechpartnern in den Fachbereichen freigegeben werden. Bei allen rechtlichen Fragen ist die Rechtsabteilung hinzuzuziehen.

5.6 Leitsatz 6 - Kunden werden nachhaltig betreut und bei gegebenem Anlass beraten

Anforderung des GDV

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

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

Verständnis der SV zum Leitsatz 6

Langfristige Geschäftsbeziehungen zu den Kunden stehen im Zentrum der Geschäftspolitik der SV. Daher steht die dauerhafte Begleitung der Kunden im Fokus der Beratung. Nach einer ganzheitlichen oder einer anlassbezogenen strukturierten Beratung ist es Pflicht und Verantwortung des Vermittlers - unterstützt durch den Versicherer - den Kunden weiterhin anlassbezogen zu beraten und zu betreuen.

Auch während der Laufzeit des Versicherungsvertragsverhältnisses stehen die Ziele und Bedürfnisse des Kunden im Mittelpunkt. Auf seinen Wunsch oder bei erkennbarem Anlass wird der Versicherungsnehmer erneut interessengerecht beraten.

Die SV bietet ihren Kunden bedarfsgerechte Risikoabsicherungen an. Dennoch können auch passgenaue Lösungen für den Kunden im Laufe der Zeit durch sich ändernde Rahmenbedingungen, Ereignisse und neue Lebensabschnitte des Kunden eine Überprüfung und Veränderung des Versicherungsschutzes erforderlich machen. Daher sind die Kundenzufriedenheit und die nachhaltige Kundenbetreuung – nach Maßgabe des Kundenwunsches – Grundlage des Handelns der SV. Dazu gehören Hilfestellungen für Kunden und Vertriebspartner sowie für die anlassbezogene, zielgerichtete Ansprache des Kunden bei passenden Ergänzungsprodukten.

Erhält der SV-Innendienst Kenntnis über wichtige Ereignisse des Kunden, die eine Beratung nach sich ziehen sollte, wird ein entsprechender elektronischer Hinweis an den Vermittler abgesetzt.

Zu der von den Vermittlern der SV in der Kundenberatung angestrebten Risikobewertung gehört auch eine Abfrage im Hinblick auf bereits bestehende Versicherungen.

Zu bestehendem Versicherungsschutz erfolgt eine angemessene und sachgerechte Beratung, sofern der Kunde eine Beratung hierzu wünscht. Vermittlungen erfolgen mit Rücksicht auf bereits abgesicherte Risiken und stets wettbewerbskonform, insbesondere sofern damit die Aufgabe von Versicherungsschutz bei einem fremden Risikoträger verbunden ist. Der Kunde wird rechtzeitig und im Rahmen der Beratungsdokumentation auf wesentliche Nachteile eines Versichererwechsels, besonders in der Kranken- und Lebensversicherung, hingewiesen.

Für diesen Fall enthält die Beratungsdokumentation einen ausdrücklichen Warnhinweis. Sobald die Empfehlung im Bereich Vorsorge - in seltenen Ausnahmefällen - auf Umdeckung eines Risikos lautet, ist zusätzlich ein Feld vor der entsprechenden Erläuterung in der Beratungsdokumentation anzukreuzen, um dem Kunden im Vorfeld einer Kündigung die größtmögliche Transparenz hinsichtlich der Reichweite seiner zu treffenden Entscheidung zu bieten.

Interne Handlungsanweisungen unterstützen die Vertriebsmitarbeiter und Vertriebspartner der SV. Der Erfolg der Maßnahmen wird auf jeweils geeignete Weise durch regelmäßige Revisionsprüfungen und das Befragen von Kunden und Vertriebspartnern gemessen. Auch aus dem Beschwerdemanagement gewonnene Erkenntnisse fließen in die weitere Optimierung der Prozesse ein.

Servicevereinbarung

Das SV PrivatKonzept sieht bei jedem Beratungsgespräch das Angebot einer sogenannten "Servicevereinbarung" vor. Dies kann z.B. ein regelmäßiges persönliches Betreuungsgespräch sein oder eine Kontaktaufnahme des Vermittlers mit dem Kunden, wenn es etwas "Neues" gibt. Die Servicevereinbarung ist grundsätzlich im Rahmen des Beratungsgesprächs unter Anwendung des SV PrivatKonzept oder im Rahmen des CRM-Systems von der jeweiligen Agentur zu nutzen. Die prozessuale Flexibilität muss hierbei gewährleistet sein, um die agenturinternen Prozesse optimal zu unterstützen und Zielkonflikte zu vermeiden.

In Schulungen zum Beratungsprozess (vgl. Verständnis der SV zum Leitsatz 3) wird die Bedeutung der nachgelagerten Beratung vermittelt.

Schadenmanagement

Darüber hinaus ist die Betreuung und Beratung der Kunden im Schaden- und Leistungsfall eine Selbstverständlichkeit für die SV und ihre Vermittler. Die SV ist im Schaden- und Leistungsfall schnell und zuverlässig erreichbar. In Notsituationen oder im Schadenfall unterstützt die SV bei Bedarf vor Ort. Das Schadenmanagement der SV sichert dabei eine hohe Bearbeitungsqualität.

Durch die Organisation von Handwerkern, Regulierern und Sachverständigen bei Feuer-, Leitungswasser-, Elementar- und Einbruchdiebstahlschäden im Bereich der Sachversicherung stellt die SV bei Bedarf eine fachkundige Sanierung aus einer Hand zur Verfügung.

Zudem stärkt unsere Tochtergesellschaft, die "PGI Sanierung GmbH", unser erfolgreiches Schadenmanagement mit dem Kauf von fünf eigenen Schadensanierungsunternehmen. Es ist unser Ziel, allen Versicherungsnehmern eine Sanierung durch die PGI mit eigenen Mitarbeitern als Handwerksdienstleistern zu ermöglichen. Dadurch stellen wir Kapazitäten zur Verfügung, die der freie Markt derzeit nur eingeschränkt bietet.

Mittels unseres innovativen Systems ProfClaim können viele Schäden sofort vor Ort reguliert und direkt bezahlt werden. Zusätzliche Sicherheit bietet die Smartphone-App "SV Haus & Wetter", indem sie die Kunden der SV zuverlässig und rechtzeitig über aufziehende Unwetter informiert.

Insbesondere bei Massenelementarschadenereignissen leben wir gemeinsam im Schadenmanagement den kompetenten Kundenservice. Dies hat sich in der Zusammenarbeit mit den

Landesinnungsverbänden des Dachdeckerhandwerks in Baden-Württemberg, Hessen, Thüringen wie auch in Teilen von Rheinland-Pfalz gezeigt. Die Zusammenarbeit wurde in Baden-Württemberg auf Betriebe aus dem Landesinnungsverband des Zimmerer- und Holzbaugewerbes Baden-Württemberg ausgedehnt.

Das SV Schadenmanagement bietet den Kunden eine 24-Stunden-Soforthilfe über die Schadenhotline an 365 Tagen im Jahr.

Ebenfalls im Sinne des Kundenservices bietet die SV im Privatkundenbereich, speziell in der Sach- und Kraftfahrtsparte, inzwischen auch ein Schadentracking an. Der Kunde oder der Anspruchsteller wird hierbei immer aktuell über die wichtigsten Bearbeitungsschritte per Mail informiert. Eine erste elektronische Information erhält der Kunde oder der Anspruchsteller nach der erfolgten Schadenanlage. Weitere Informationen zum aktuellen Bearbeitungsstand werden versandt, wenn z.B. ein Sachverständiger beauftragt wird oder wenn die SV die Zahlung des Schadens veranlasst.

Weitere Serviceleistungen bietet die SV mit der Smartphone-App "SV Auto" mit vielen Tools und Hilfsfunktionen, wie Notrufnummern, Schadenhotlines und Tipps für das richtige Verhalten am Unfallort, schnellem Pannenservice - beispielsweise zur Vermittlung eines Abschleppdienstes - Schadenmeldungen mit Fotos direkt von der Unfallstelle sowie Standortbestimmung für Helfer bei Unfällen oder Pannen.

Durch das qualifizierte Partnerwerkstatt-Netz der SV erhält der Kunde zusätzliche kostenfreie Leistungen, wie ein Hol- und Bring-Service, ein Ersatzfahrzeug und eine Fahrzeugreinigung.

Die Informationen, die die Vermittler der SV über den Schadenfall erhalten, können bei Bedarf für eine anlassbezogene Beratung des Kunden genutzt werden.

Überwachung

Das Beschwerdemanagement sowie Privatkundenbefragungen, die ein externes Marktforschungsinstitut im Auftrag der SV durchführt, liefern dabei Optimierungsansätze. Neben der marktvergleichenden "KUBUS"-Studie zur Gesamtzufriedenheit und insbesondere zur Zufriedenheit mit den Vermittlern der Ausschließlichkeitsorganisation der SV werden anhand von Stichproben spezifische Kundenbefragungen zur Zufriedenheit mit den Prozessen "Neuvertrag", "Vertragsänderung" und "Schadenfall" durchgeführt. Gegenstand der Befragung sind auch die Häufigkeit und Qualität des durch den Vermittler erfolgten Nachkontaktes gegenüber dem Kunden.

Aus den Ergebnissen der Studien folgen operative Handlungsempfehlungen für den Vertrieb zu quantitativen und qualitativen Optimierungsansätzen (vgl. auch Kap. 8 - Überwachung und Verbesserung).

5.7 Leitsatz 7 - Qualifikation ist die Basis von ehrlichem, redlichem und professionellem Vertrieb

Anforderung des GDV

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

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

Versicherungsunternehmen sorgen dafür, dass alle unmittelbar oder maßgeblich am Vertrieb beteiligten Personen für ihre Tätigkeit angemessen qualifiziert sind und sich weiterbilden. Darüber hinaus verpflichten sich die Versicherungsunternehmen, auch den angestellten Werbeaufsendienst 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- / Bausparkassenaufsendienst und Versicherungsmakler in Deutschland e. V. (AVAD) als Pflicht.

Verständnis der SV zum Leitsatz 7

Zuverlässigkeit, eine hochwertige Ausbildung und eine regelmäßige Weiterbildung sind bei allen Vermittlern Voraussetzung für die Zusammenarbeit mit der SV. Die SV arbeitet nur mit zuverlässigen Vermittlern zusammen, die gut qualifiziert sind und stellt dieses durch die sorgfältige Wahl der Vertriebspartner sicher.

Gegenstand des Compliance-Programms für den Vertrieb ist die Berücksichtigung gesetzlicher und aufsichtsrechtlicher Vorgaben bei der Auswahl der Vertriebsmitarbeiter und Vertriebspartner.

Die SV versetzt ihre Vertriebsmitarbeiter und Vertriebspartner in die Lage, die jeweils von ihnen angebotenen Produkte umfassend kennen und beurteilen zu können. Die SV arbeitet nur mit Vermittlern zusammen, die sich regelmäßig weiterbilden. Dazu bietet die SV unterstützend ein regelmäßiges Schulungs- und Weiterbildungsangebot.

Sachkundenachweis

Die SV arbeitet entsprechend den gesetzlichen Vorgaben nur mit qualifizierten Vermittlern zusammen, die eine ausreichende Sachkunde durch den Nachweis einer bestandenen IHK-Prüfung zum Fachmann / zur Fachfrau für Versicherungsvermittlung oder eines vergleichbaren Abschlusses gemäß § 4 Versicherungsvermittlungsverordnung nachweisen können.

Das Vorliegen des Nachweises über eine bestandene IHK-Sachkundeprüfung oder einen gleichgestellten Abschluss wird im Rahmen des Einstellungsprozesses anhand einer Checkliste geprüft. Auszubildende in der SV werden im Rahmen ihrer Ausbildung zum Kaufmann/-kauffrau für Versicherungen und Finanzanlagen oder zum Finanzassistenten ausgebildet. Des Weiteren qualifiziert die SV Vertriebsakademie Quereinsteiger mit einer Basisausbildung zum Fachmann / zur Fachfrau für Versicherungsvermittlung (IHK).

Zuverlässigkeitsprüfung

Die SV arbeitet nur mit Vermittlern zusammen, die ihren guten Leumund und ihre Zuverlässigkeit nachgewiesen haben. Anhand einer Checkliste prüft der zuständige Personalreferent im Rahmen des Einstellungsprozesses das Vorliegen der folgenden Nachweise:

- AVAD-Einwilligungserklärung
- SCHUFA-Einwilligungserklärung
- Polizeiliches Führungszeugnis
- Auszug aus dem Schuldnerverzeichnis
- Auszug aus dem Vollstreckungsportal
- Auszug aus dem Gewerberegister.

Weitere Voraussetzung für eine Anstellung bei der SV als Vermittler ist für jeden Bewerber die erfolgreiche Teilnahme an einem internen Auswahlverfahren, bestehend aus einem Online-Assessment-Center und einem strukturierten Interview. Der mehrstufige Bewerber-Auswahlprozess der SV ist in einem Handbuch beschrieben. Das im Rahmen des Auswahlverfahrens stattfindende Online-Assessment-Center ermöglicht eine eingehende Einschätzung der Persönlichkeit des Bewerbers.

Darüber hinaus wird jedem Neueinsteiger im Vertrieb, der bereits über die gesetzlich geforderte Grundqualifikation verfügt, bei der SV die Teilnahme am "SV Startseminar" der internen SV Vertriebsakademie angeboten. Im Rahmen der Einarbeitung werden dem Vertriebspartner dabei unter anderem die Inhalte der "Allgemeinen Verhaltensgrundsätze" der SV und die Leitlinien des GDV-Verhaltenskodex vermittelt.

Weiterbildung / Brancheninitiative gut beraten

Die SV verfügt im Aus- und Weiterbildungsbereich über hohe Standards und bietet ihren Mitarbeitern ein großes Spektrum an Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten. Der Beitritt zur Brancheninitiative "gut beraten" konkretisiert diesen Anspruch der SV an das hohe Niveau der Weiterbildung.

Der Mitarbeiter ist zudem verpflichtet, in eigener Verantwortung die gesetzlich geforderten Weiterbildungszeiten zu erreichen und sich selbständig über den Stand seines Weiterbildungskontos informiert zu halten. Alle Informationen zum aktuellen Weiterbildungsstand können die Vermittler dann auch im SV-internen Lern-, Entwicklungs- und Organisationssystem LEOS einsehen.

LEOS steht darüber hinaus als zentrale Lernplattform für den Vertrieb, den SV Innendienst und die SV Informatik zur Verfügung.

Über LEOS wird auch die Bildungsbiografie des Anwenders dokumentiert.

Die SV bietet allen Mitarbeitern/Mitarbeiterinnen ein umfangreiches Angebot an Individual- und Spezialseminaren sowie teilweise auch web-basierte Fach- und Produktschulungen. In enger Abstimmung zwischen der SV und dem SVBW steht auch die Sparkassenakademie Baden-Württemberg als Bildungsdienstleister zur Verfügung. Für ausgewählte, im Programm der Sparkassenakademie speziell gekennzeichnete Angebote kann IDD-Weiterbildungszeit erlangt werden.

Zur Sicherstellung der Erfüllung der gesetzlich geforderten Weiterbildungspflicht wurden entsprechende Prozesse für die Versicherungsvertreiber der SV entwickelt und implementiert.

Die Qualitätsbausteine für den Vertrieb

In den Bereichen Schulung, Marketing und Vertrieb der SV wurden zwei zentrale Maßnahmen zur Optimierung der Agenturabläufe und zur Steigerung der Kundenzufriedenheit entwickelt: Die Agenturentwicklung mit dem Institut Ritter und das SV Qualitätsmanagement im Vertrieb.

Agenturentwicklung mit dem Institut Ritter

Die SV kooperiert hier mit dem auf die Qualitätsentwicklung im Vermittlungsbetrieb spezialisierten "Institut Ritter". Ziel der modular aufgebauten Ausbildungsreihe „Agenturentwicklung“ ist die Entwicklung von effizienten individuellen Prozessen für die teilnehmenden Agenturen. Die Teilnehmer werden in drei Seminarmodulen zu den Themen Ertrag und Finanzen, Aufgaben und Abläufe sowie Personal und Führung fachlich begleitet.

Qualitätsmanagement im Vertrieb

Neben ausgezeichneten Produkten, der hohen Beratungsqualität und dem erlebbaren Service setzen unsere SV Agenturen auf reibungslose Prozessabläufe, um die Kundenzufriedenheit und die eigene Wettbewerbsfähigkeit zu verbessern. Diese Prozessqualität wird durch das SV Qualitätsmanagement gezielt gefördert.

Durch die Einführung von Qualitätskoordinatoren in allen Vertriebsdirektionen wurde das Thema Qualitätsmanagement auf ein breites Fundament gestellt, von dem SV Agenturen langfristig profitieren sollen. Gemeinsam mit dem übergreifenden Qualitätskoordinator in der SV Vertriebsakademie wird im Sinne des kontinuierlichen Verbesserungsprozesses laufend im Austausch mit den Agenturen, dem organisierenden Außendienst und den Fachbereichen, an der Verbesserung von Prozessen gearbeitet. Basis hierfür ist die SV Qualitätsanalyse mit ihren Standards, zu denen unseren Agenturen im SharePoint-Raum "Qualität im Vertrieb" vielfältige hilfreiche Muster und Vorlagen zur Verfügung gestellt werden.

Unsere Agenturen durchlaufen einen mehrstufigen qualitativen Entwicklungsprozess: das Konzept "Entwicklungspfad", an dessen Ende jeweils eine Einstufung in eine SV-Qualitätspartnerstufe steht. Der Entwicklungspfad beschreibt die Schritte von der Selbsteinschätzung der Agentur über die drei Qualitätsstufen der SV Qualitätsanalyse bis hin zum SV Qualitäts-Siegel.



Dieses exklusive SV QualitätsSiegel kann schließlich durch das Bestehen des externen DEKRA-Audits erworben werden. Das SV QualitätsSiegel bescheinigt auch nach außen, dass höchste Qualitätsstandards in allen Geschäftsprozessen eingehalten werden. Das Fortbestehen dieses hohen Qualitäts-Levels in einer Agentur wird regelmäßig in Wiederholungsaudits geprüft. Darüber hinaus gibt es eine SV-eigene jährliche Auszeichnung, den SV Quality Award. Mit dem SV QualityAward Award werden Agenturen ausgezeichnet, die sich dauerhaft weiterentwickeln, kontinuierlich verbessern und damit wegweisend für andere Agenturen sind.

5.8 Leitsatz 8 - Die Unabhängigkeit von Versicherungsmaklern wird gewahrt

Anforderung des GDV

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

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

Verständnis der SV zum Leitsatz 8

Eine Einflussnahme auf Maklerverbindungen, die darauf zielt, deren Unabhängigkeit in der Produktempfehlung bzw. Versichererempfehlung über Zusatzvergütungen zu steuern, entspricht nicht den Grundsätzen der SV.

Sollten Zusatzvergütungen vereinbart werden, sind sie daher so gestaltet, dass davon auszugehen ist, dass die Unabhängigkeit des Versicherungsmaklers gewahrt bleibt und er nicht in Konflikt zum Kundeninteresse gerät.

Die Vorgaben für Zusatzvergütungen sind dazu in internen Richtlinien dokumentiert und wurden an die zuständigen Mitarbeiter kommuniziert.

Bestehende Vereinbarungen wurden auf Konformität mit dem GDV-Verhaltenskodex überprüft und bei Bedarf angepasst. Neue Vereinbarungen werden im Vorfeld auf Konformität mit dem GDV-Verhaltenskodex überprüft und richten sich nach der Orientierungshilfe für Maklervergütungen des GDV.

Die SV hat keine produktionsabhängigen Provisionssätze, sondern nur ertragsabhängige Vereinbarungen, die ebenfalls unter Kodex-Gesichtspunkten geprüft wurden. Die SV veranstaltet keine Wettbewerbe oder Incentives für Makler.

5.9 Leitsatz 9 - Versicherungsunternehmen bieten Kunden ein systematisches Beschwerdemanagement und ein Ombudsmannsystem

Anforderung des GDV

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

Kunden werden explizit auf das Ombudsmannsystem hingewiesen."

Verständnis der SV zum Leitsatz 9

Für die SV ist es von hoher Bedeutung, dass Konflikte zeitnah im gegenseitigen Einverständnis zufriedenstellend gelöst werden.

Der Kunde wird beim ersten Geschäftskontakt auf das bestehende Ombudsmannsystem für Versicherungen hingewiesen.

Das Ombudsmannverfahren ist ein unabhängiges und für Verbraucher kostenfreies Schlichtungsverfahren, das als unbürokratisches System zur Beilegung von Meinungsverschiedenheiten mit Versicherungsunternehmen und -vermittlern eingerichtet wurde. Es hat für Verbraucher große Bedeutung, da es schnelle, außergerichtliche und für die SV verbindliche Streitentscheidungen ermöglicht und damit auch im Hinblick auf die Vermeidung von Gerichts- und Anwaltskosten für alle Parteien vorteilhaft ist.

Der Hinweis auf den Ombudsmann ist sowohl in den Vordrucken für die standardisierten Visitenkarten enthalten als auch in den Produktinformationsblättern-/ Antrags- und Vertragsunterlagen.

Durch regelmäßige Kundenbefragungen sowie das Auswerten der Erkenntnisse aus dem Beschwerdemanagement wird das Einhalten dieses Grundsatzes überprüft.

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

Anforderung des GDV

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

Inhalt der Compliance-Vorschriften sind insbesondere auch die Beachtung der wettbewerbsrechtlichen Vorschriften, die Ächtung von Korruption, Bestechung und Bestechlichkeit; klare Regeln für den Umgang mit Geschenken 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."

Verständnis der SV zum Leitsatz 10

Die SV hat sich bereits im Jahr 2009 auf freiwilliger Basis ein Compliance-System für den gesamten Konzern gegeben, um in strukturierter Form auf die Einhaltung aller für sie relevanten Rechtsvorschriften hinzuwirken. Die SV hat sich damit nochmals zu einem rechtmäßigen und an ethischen Grundsätzen orientierten Handeln als Grundvoraussetzung ihrer geschäftlichen Tätigkeit bekannt.

Um das Vertrauen der Kunden, Eigentümer, Träger, Mitarbeiter und der Öffentlichkeit zu festigen, gibt die SV ihren Mitarbeitern im Innendienst und im eigenen Außendienst (Ausschließlichkeitsvertreter) Verhaltensregeln verbindlich vor. Im Sparkassenvertrieb akzeptiert die SV die regionalen Verhaltensregeln der Verbände und Sparkassen, die den Anforderungen des GDV-Verhaltenskodex vollumfänglich entsprechen. Gleiches gilt im Maklervertrieb, bei dem die SV die Kodizes der großen Maklerverbände anerkennt (vgl. dieses Kap. - Compliance bei externen Vertriebspartnern).

Die SV und alle Vertriebsmitarbeiter und Vertriebspartner bekennen sich so zur Beachtung aller einschlägigen gesetzlichen Vorschriften. Insbesondere dulden die SV und alle ihre Vertriebsmitarbeiter und Vertriebspartner weder Diskriminierung noch Korruption, Verstöße gegen Datenschutzvorschriften oder sonstige illegalen Handlungen. Das Einhalten wettbewerbsrechtlicher Vorgaben ist selbstverständlich.

Allgemeine Verhaltensgrundsätze

Zentraler Baustein der Compliance der SV sind die "Allgemeinen Verhaltensgrundsätze" für den Innendienst und den Außendienst. Die Grundwerte Ehrlichkeit, Integrität, Loyalität, Fairness und Vertragstreue sind für alle Beschäftigten auf allen Ebenen einschließlich Vorstand bzw. Geschäftsführung der SV Richtschnur ihres Handelns.

Die Verhaltensgrundsätze enthalten unter anderem strenge Regelungen zu folgenden Bereichen:

- Annahme von Geschenken und andere Vergünstigungen
- Annahme von Einladungen
- Gewährung von Geschenken und anderen Vergünstigungen
- Einladungen zu Unterhaltungsveranstaltungen
- Zuwendungen an Vertreter öffentlicher Institutionen
- Potenzielle Interessenkonflikte zwischen Unternehmen und Beschäftigten
- Vertraulichkeit und Datenschutz
- Schutz natürlicher Ressourcen
- Potenzielle Interessenkonflikte zwischen Kunden und Beschäftigten
- Annahme von und Umgang mit Geldern und Wertsachen von Kunden
- Beschwerdemanagement
- Vergabe von Spenden und
- Prävention gegen Geldwäsche, Terrorismusfinanzierung und gesetzeswidrige Aktivitäten Dritter

Die SV beugt damit Situationen vor, die geeignet sind, die Integrität des Verhaltens ihrer Mitarbeiter und eigenen Vermittlern in Frage zu stellen. Dabei können die Verhaltensgrundsätze zwar nicht für alle Situationen Handlungsanweisungen geben, bilden aber den Rahmen, der gegebenenfalls durch weitere, spezielle Regelungen in der SV ergänzt wird. Sie sind die Basis für die (Weiter-) Entwicklung aller sonstigen Leitlinien zur Zusammenarbeit und Führung in der SV.

Der Vorstand, die Führungskräfte bzw. die zuständigen Mitarbeiter des organisierenden Außendienstes üben eine Vorbildfunktion aus. Der Einhaltung der Verhaltensgrundsätze durch diesen Personenkreis kommt daher eine besondere Bedeutung zu. Die zuständigen Mitarbeiter des organisierenden Außendienstes achten zudem im Rahmen ihrer Führungsverantwortung darauf, dass die Außendienstmitarbeiter in ihrem Verantwortungs- und Betreuungsbereich diese Verhaltensgrundsätze einhalten.

Durch eine Betriebsvereinbarung bzw. entsprechende Vertragsnachträge sind die Allgemeinen Verhaltensgrundsätze verbindlicher Bestandteil der Arbeitsverträge aller Mitarbeiter des angestellten und selbständigen SV-Außendienstes. Die Betriebsvereinbarung und die Verhaltensgrundsätze sind im SV-Intranet einsehbar.

Durch Information im Intranet, auf Vertriebsveranstaltungen - wie etwa den Jahresauftakt-Tagungen - und speziellen Compliance-Schulungen stärkt die SV das Verständnis für die Compliance-Regelungen im Vertrieb. Aktuelle Änderungen werden per Rundschreiben oder in anderer Form über das SV-Intranet kommuniziert.

Wettbewerbsrichtlinien

Die Verbände der Versicherungswirtschaft haben mit den Verbänden des Versicherungsaußendienstes Wettbewerbsrichtlinien formuliert. Diese sind Bestandteil des Arbeits-, Vertreter- oder Agenturvertrags der SV-Außendienstmitarbeiter und enthalten Regelungen zum Schutz des Verbrauchers vor unlauterem Wettbewerbsverhalten - insbesondere unlauterer Werbung - vor unlauterem Geschäftsgebahren sowie Regeln zur Gewährleistung der Qualität der Vermittlung und Beratung. Ergänzt und konkretisiert werden diese durch die SV-internen Richtlinien und Vorgaben, wie z.B. der Richtlinie für die Gestaltung der Werbe- und Verkaufsunterlagen, die im SV-Intranet veröffentlicht ist.

Datenschutz - Code of Conduct

Der Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) hat gemeinsam mit Daten- und Verbraucherschützern Verhaltensregeln für die Datenverarbeitung in der Versicherungsbranche entwickelt, die vom Berliner Beauftragten für Datenschutz und Informationsfreiheit genehmigt wurden. Diesem im März 2013 veröffentlichten Datenschutzkodex ("Code of Conduct") ist die SV zum 01.10.2013 offiziell beigetreten. Eine Anpassung des Code of Conduct an die Inhalte der Datenschutzgrundverordnung und das modifizierte Bundesdatenschutzgesetz erfolgte im Jahr 2018.

Die Regeln, die wir uns im Rahmen dieser freiwilligen Selbstverpflichtung auferlegt haben, erhöhen den Datenschutz und schaffen gleichzeitig mehr Transparenz für unsere Kunden. Die Inhalte des Code of Conduct werden von den Datenschutzaufsichtsbehörden mitgetragen.

Die Mitarbeiter des Innen- und Außendienstes werden über das Intranet sowie über Rundschreiben über das Thema Datenschutz und insbesondere den Code of Conduct informiert.

Alle Vermittler der Ausschließlichkeitsorganisation der SV werden über die datenschutzrechtlichen Vorgaben informiert und bestätigen dies per Unterschrift. Ein umfangreiches Merkblatt mit allen relevanten datenschutzrechtlichen Regelungen ist Bestandteil der Vermittlerverträge.

Um die Wichtigkeit des Datenschutzes und der Informationssicherheit nochmal hervorzuheben und um den entsprechenden Wissensstand bei den Mitarbeitern aktuell zu halten, wurde im Jahr 2018 hierzu ein entsprechendes Web-based-Training (WBT) zusammen mit externen Experten entwickelt. Dieses WBT muss sowohl von den Innen- als auch den Außendienstmitarbeitern (für den angestellten Außendienst verpflichtend, für den selbstständigen Außendienst auf freiwilliger Basis) absolviert werden. Des Weiteren wurde die Empfehlung ausgesprochen, dieses laufend aktualisierte WBT jährlich erneut durchzuführen.

Kartellrechts-Compliance-Organisation

Die Kartellrechts-Compliance-Organisation der SV wirkt auf die Beachtung der wettbewerbs- und kartellrechtlichen Vorgaben hin. Zentraler Ansprechpartner für alle Fragestellungen rund um das Thema ist der Kartellrechtsbeauftragte der SV. Ein ausführlicher "Handlungsleitfaden Kartellrecht" steht allen Mitarbeitern im Intranet (Unternehmen>Compliance-Organisation>Kartellrecht) zur Verfügung. Ergänzt werden diese Informationen durch eine für Führungskräfte obligatorische, für alle anderen Mitarbeiter freiwillige bzw. nur auf Weisung der Führungskraft verbindliche Schulung im LEOS-Portal sowie durch Informationsveranstaltungen.

Compliance bei externen Vertriebspartnern

Sparkassen

Die Sparkassen unterliegen weitreichenden eigenen regulatorischen Anforderungen an ihre Compliance. Die SV akzeptiert aus diesem Grund die Compliance-Regelungen der Sparkassen, die im Einklang mit den Regelungen der SV stehen. Die dort verankerten Regeln werden regelmäßig durch die Compliance-Beauftragten der Sparkassen weiterentwickelt und durch die Verbandsprüfer der Regionalverbände überprüft.

Darüber hinaus wurde das „Selbstverständnis der Sparkassen zum Vertrieb von Versicherungsprodukten“ mit dem Deutschen Sparkassen- und Giroverband (DSGV) diskutiert und von der SV formal anerkannt. Die dort verankerten Regeln gelten auch für den Versicherungsvertrieb der Sparkassen. Die SV kann über die Regionalverbände Kenntnis über Verstöße erlangen.

Makler

Alle mit der SV kooperierenden Makler wurden in einem Schreiben darauf hingewiesen, dass die SV zukünftig nur mit Versicherungsvermittlern zusammenarbeiten kann, welche die im GDV-Verhaltenskodex formulierten Ziele, darunter die Beachtung von Compliance-Vorschriften, in ihrer Tätigkeit als Versicherungsvermittler berücksichtigen und die SV davon ausgeht, dass dies beim jeweiligen Makler der Fall ist. Weiterhin wurden alle Makler informiert, dass die SV die verbandseigenen Kodizes der großen Maklerverbände anerkennt (vgl. Verständnis der SV zu Leitsatz 11).

Überwachung

Über flankierende Maßnahmen, wie das Beschwerdemanagement, können Verstöße erkannt und entsprechend behoben werden.

5.11 Leitsatz 11 - Der Kodex ist verbindlich und transparent

Anforderung des GDV

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

Die Mitgliedsunternehmen erklären ihren Beitritt zum Kodex gegenüber dem GDV, der auf seiner Website veröffentlicht, welche Versicherungsunternehmen diesen Kodex als für sich verbindlich anerkennen.

Die beigetretenen Versicherungsunternehmen lassen die Umsetzung der Regelungen des Kodex regelmäßig, mindestens alle drei Jahre von unabhängigen Stellen prüfen. Die Beschreibung der Umsetzung und die Ergebnisse der Prüfung werden auf der Website des GDV e. V. veröffentlicht."

Verständnis der SV zum Leitsatz 11

Die SV ist dem GDV-Verhaltenskodex für die Versicherungsvermittlung aus Überzeugung beigetreten. Die SV arbeitet daher nur mit Versicherungsvermittlern zusammen, die die Grundsätze des GDV-Verhaltenskodex anerkennen und praktizieren.

Alle Vertriebsmitarbeiter und Vertriebspartner der SV kennen das "Selbstverständnis der SV zum Vertrieb von Versicherungsprodukten" und arbeiten im Geschäftsverkehr nach dessen Maßgaben und Rahmenbedingungen.

Durch einen Vertragsnachtrag mit Gegenzeichnungspflicht wurden alle Vermittler der SV auf die Einhaltung des GDV-Verhaltenskodex verpflichtet. Die Leitlinien des GDV-Verhaltenskodex mit erläuternden Hinweisen wurden jedem Außendienstmitarbeiter per Vertragsnachtrag übersandt und im Rahmen eines Rücklaufreportings nachgehalten. Im Falle der Nichtunterzeichnung greift ein definierter Prozess unter Einbeziehung des Führungsaußendienstes und - bei Bedarf - der Rechtsabteilung. Bei neuen Vertragsabschlüssen (Neueintritt Vermittler) werden die Vermittler mit den Leitlinien des GDV-Verhaltenskodex und erläuternden Hinweisen ausgestattet und sind zur Gegenzeichnung verpflichtet.

Die Sparkassen wurden durch Informationsschreiben an die Verbände (Sparkassenverband Baden-Württemberg, Sparkassen- und Giroverband Hessen-Thüringen, Sparkassenverband Rheinland-Pfalz) mit Gegenzeichnung entsprechend eingebunden. Zusätzlich haben alle Sparkassen im gesamten Geschäftsgebiet Informationsschreiben zum GDV-Verhaltenskodex erhalten.

Alle mit der SV kooperierenden Makler wurden in einem Schreiben darauf hingewiesen, dass die SV zukünftig nur mit Versicherungsvermittlern zusammenarbeiten kann, welche die im GDV-Verhaltenskodex formulierten Ziele in ihrer Tätigkeit als Versicherungsvermittler berücksichtigen und die SV davon ausgeht, dass dies beim jeweiligen Makler der Fall ist.

Weiterhin wurden alle Makler informiert, dass die SV die verbandseigenen Kodizes folgender Maklerverbände anerkennt:

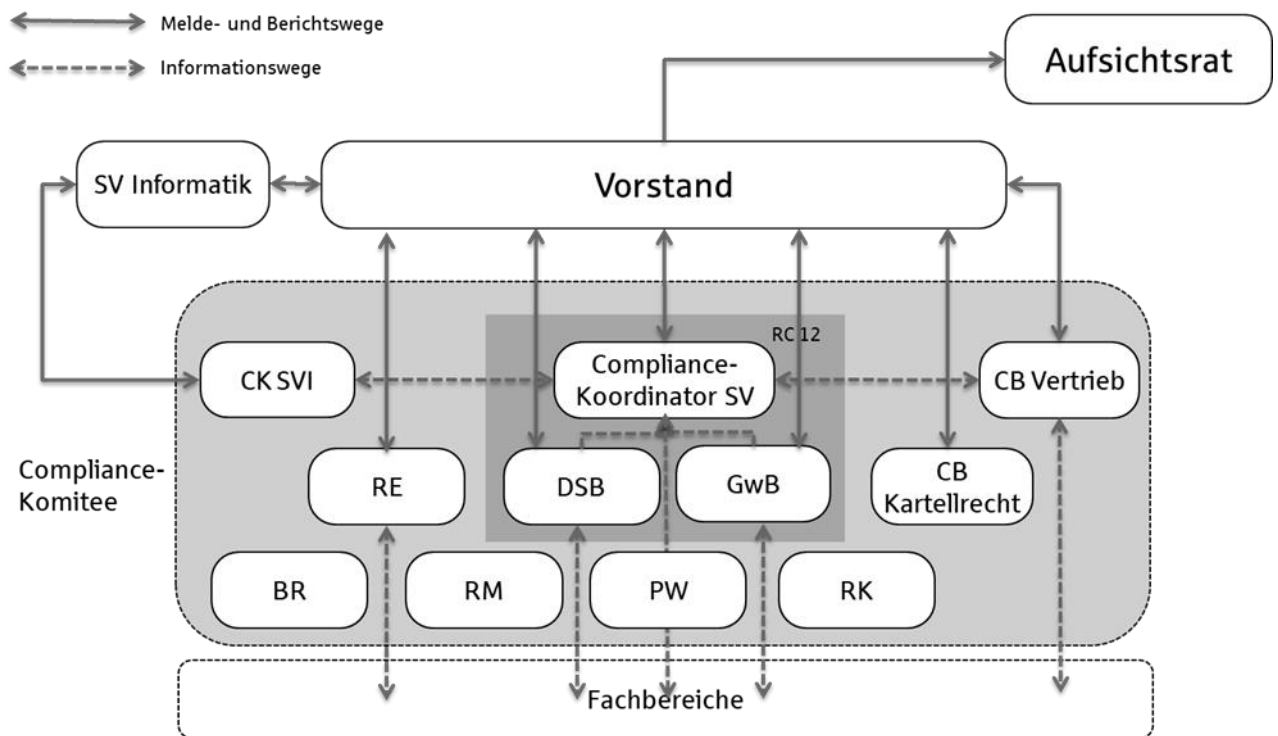
- Bundesverband Deutscher Versicherungskaufleute e.V. (BVK)
- Verband Deutscher Versicherungsmakler e.V. (VDVM)
- Verband unabhängiger Finanzdienstleistungsunternehmen in Europa e.V. (VOTUM-Verband)
- VEMA Versicherungs-Makler-Genossenschaft eG
- AfW - Bundesverband Finanzdienstleistung e.V.

bzw. dass der Makler, im Fall der Nichtmitgliedschaft in einem dieser Verbände, mindestens nach den Maßgaben des dem Schreiben beigefügten Compliance-Basis-Kodex handelt, der von den Verbänden BVK, VDVM und VOTUM verfasst wurde. Die Makler wurden darauf hingewiesen, dass es im Fall von vermehrt eingehenden berechtigten Beschwerden oder Verstößen gegen die jeweiligen Kodizes oder den GDV-Verhaltenskodex in einem mehrstufigen Prozess in letzter Konsequenz zu einer Beendigung der Zusammenarbeit kommen kann.

Im Sinne der Transparenz und zur kontinuierlichen Verbesserung der Prozesse lässt die SV ihre Beschreibung des Compliance Management Systems für den Vertrieb, deren Eignung zur Erkennung und Vermeidung des Risikos von Rechtsverletzungen sowie die praktische Implementierung des Compliance Management Systems für den Vertrieb im Dreijahresturnus durch ihre interne Revision prüfen und testieren. Dies kann auf der GDV-Homepage öffentlich nachvollzogen werden.

6. Compliance-Organisation

Ziel der Compliance-Organisation der SV als Aufbau- und Ablauforganisation ist die systematisierte Zusammenfassung und Weiterentwicklung aller bereits bestehenden Instrumente und Reglementarien, die Regelung struktureller Verfahrensaspekte (Zuständigkeiten, Melde- / Berichtswesen etc.) sowie der Umgang mit Verstößen und Interessenkonflikten. Um den Grundsätzen der SV zu ihrer praktischen Wirksamkeit zu verhelfen, verfügt die SV über eine in Leitlinien definierte Compliance-Organisation, die unabhängig und bereichsübergreifend agiert. Die Compliance-Organisation für den Vertrieb ist Bestandteil dieser unternehmensübergreifenden Compliance-Funktion der SV.



Vorstand

Der Vorstand trägt unabhängig von den internen Zuständigkeitsregelungen die Gesamtverantwortung für die ordnungsgemäße Geschäftsorganisation der SV und somit auch die Verantwortung für eine funktionsfähige Compliance-Funktion (Vgl. § 23 VAG).

Der Vorstand berichtet den Aufsichtsräten oder dort eingerichteten Ausschüssen mindestens einmal jährlich zur Tätigkeit der Compliance-Funktion. Über aktuelle Compliance-Themen wird in den Sitzungen der Aufsichtsräte, im Einzelfall im Rahmen der gesetzlichen Berichtspflichten auch unterjährig, informiert.

Der Vorstand informiert ferner außerhalb der Sitzungen der Aufsichtsräte die Aufsichtsratsvorsitzenden zeitnah über wesentliche Compliance-Vorfälle. Die gemeldeten Sachverhalte werden - gem. § 4 Abs. 1 der Geschäftsordnung des Vorstandes - im Anschluss dem Gremium ebenfalls unverzüglich zur Kenntnis gebracht.

Compliance-Koordinator

Gemäß den Compliance-Leitlinien steht der Compliance-Koordinator an der Spitze der Compliance-Organisation der SV. Der Compliance-Koordinator wird vom Vorstand bestellt, ist fachlich direkt dem Vorstandsvorsitzenden unterstellt und berichtet an diesen sowie an den Gesamtvorstand.

Mit Wirkung zum 01.01.2015 hat der Vorstand eine Geschäftsordnung für den Compliance-Koordinator erlassen. Diese regelt die Aufgaben und Rechte des Compliance-Koordinators. Insbesondere wird allen Beschäftigten die Möglichkeit eröffnet, den Compliance-Koordinator vertraulich anzusprechen.

Compliance-Beauftragte

Die SV hat seit 2009 Compliance-Beauftragte bestellt, die für spezielle Compliance-Themen zuständig sind. Ihre ggf. gesetzlichen Aufgaben bleiben von dieser Bestellung unberührt.

Derzeit sind für folgende Bereiche spezielle Beauftragte bestellt:

- Compliance-Beauftragter Datenschutz,
- Compliance-Beauftragter Geldwäsche,
- Compliance-Beauftragter Kartellrecht,
- Compliance-Beauftragter Vertrieb.

Die Compliance-Beauftragten sind in ihrem Compliance-Feld hierarchisch unabhängig und müssen sich fachlich außer dem Vorstand bzw. der Geschäftsführung keiner anderen Organisationseinheit verantworten. Sie berichten direkt an den Vorstand. Gegenüber dem Compliance-Koordinator haben sie eine Informationspflicht.

Die SV hat zum 01.01.2015 einen Compliance-Beauftragten für den Vertrieb bestellt, der im Rahmen ihrer Compliance-Organisation mitwirkt. Der Compliance-Beauftragte für den Vertrieb ist für die Koordinierung übergreifender Themenstellungen mit den sonstigen (Compliance-) Funktionen (verantwortliche Beauftragte, Interne Revision und Risikomanagement) verantwortlich.

Um seinen Aufgaben bestmöglich nachzukommen, erhält der Compliance-Beauftragte für den Vertrieb Informations- und Mitwirkungsrechte, die in einer Geschäftsordnung definiert wurden.

Compliance-Komitee

Unterstützt wird der Compliance-Koordinator durch ein Compliance-Komitee. Dort treffen sich unter der Leitung des Compliance-Koordinators regelmäßig die Compliance-Beauftragten der SV, der Compliance-Beauftragte für IT, als Vertreter des IT-Dienstleisters SV Informatik GmbH, sowie weitere Vertreter aus den Bereichen Vertrieb, Recht, Revision, Personal (Innendienst und Außendienst) und Risikomanagement. Vertreter der Betriebsräte nehmen beratend an den Sitzungen teil, um die Belange der Mitarbeiter einzubringen.

Das Compliance-Komitee ist ein beratendes und unterstützendes Gremium zur Sicherstellung rechtskonformen Handelns durch das Unternehmen und seine Mitarbeiter.

Es berät Compliance-relevante Sachverhalte und unterstützt den Compliance-Koordinator des Konzerns beim Aufbau, der Implementierung und der Weiterentwicklung der Compliance Organisation sowie bei der Koordinierung aller hierzu erforderlichen Maßnahmen.

Compliance-Felder und Zuordnung

Um die Zuständigkeiten für die Einhaltung der externen Anforderungen und der diesbezüglichen internen Vorgaben deutlich herauszuarbeiten, definiert die SV sogenannte Compliance-Felder. Als Compliance-Felder werden Kategorien rechtlicher Vorgaben verstanden, die fachlich zusammengehörig sind und daher bestimmten Personen bzw. Personengruppen zur besonderen Zuständigkeit zugeordnet werden. Die besondere Zuständigkeit vollzieht sich durch das Setzen von Impulsen, die Beratung und die Kontrolle. Die Zuordnung lässt die Verantwortung jedes einzelnen Beschäftigten für die Umsetzung sowie die Einhaltung aller rechtlichen Vorgaben in seinem Tätigkeitsbereich unberührt. Die Definition der Compliance-Felder berücksichtigt, welche rechtliche Bereiche und Themenstellungen für die SV als Versicherungsunternehmen besondere Bedeutung haben.

In der Abteilung Compliance liegt die systemische Verantwortung für das Compliance-Managementsystem in der SV. Sie hat die Aufgabe, die Risiken und Maßnahmen zur Verhinderung von Rechtsverstößen gesamthaft zu steuern. In dieser Abteilung werden unter Leitung des Compliance-Koordinators der SV der Geldwäschebeauftragte, der Datenschutzbeauftragte, der Business Continuity Manager, die Ausgliederungsmanager und der Informationssicherheitsbeauftragte zusammengefasst.

Fachbereiche

Die Fachbereiche der SV nehmen Compliance-Aufgaben für ihren jeweiligen Zuständigkeitsbereich wahr. Jede Einheit ist für die Einhaltung der für ihren Handlungsbereich maßgeblichen Rechtsvorschriften zuständig. Die Fachbereiche sind verpflichtet, festgestellte Compliance-Sachverhalte, insbesondere Verstöße, in ihrem Zuständigkeitsbereich auch an den zuständigen Compliance-Beauftragten und den Compliance-Koordinator zu melden.

In dem Bestreben, allen Mitarbeitern einen konkreten Handlungsspielraum zu bieten, sind je nach Bedarf Reglementarien erarbeitet worden. Diese enthalten themenspezifische Handlungsanweisungen sowie Verfahrensregeln - unter anderem Bewertungen durch spezielle Compliance-Verantwortliche oder Vorlagepflichten - und stehen im Intranet zur Verfügung. Alle Informationen zum Thema Compliance sind im SV-Intranet an prominenter Stelle, gegliedert nach den Unterrubriken

- Verhaltensgrundsätze
- Informationssicherheit
- Business Continuity Management (BCM)
- Datenschutz
- FATCA (Foreign Account Tax Compliance Act)
- Geldwäsche
- Informations- und Meldepflichten
- Kartellrecht

- IDD
- GDV Verhaltenskodex

für alle Mitarbeiter einsehbar. Die Intranet-Auftritte der internen Revision und des Risikomanagements ergänzen die Informationen.

Jeder Mitarbeiter kann sich mit Fragen und Hinweisen zu den einschlägigen Regularien an seine Führungskraft oder an den jeweiligen verantwortlichen Compliance-Beauftragten oder den Compliance-Koordinator der SV wenden.

Interne Meldestelle-Hinweisgebersystem

Die SV hat eine Interne Meldestelle implementiert, welche es Beschäftigten der SV Sparkassenversicherung und außenstehenden Dritten (z. B. Kunden, Geschäftspartner...) ermöglicht sowohl nationale als auch internationale Gesetzes- sowie Compliance-Verstöße vertrauensvoll zu melden und zu deren Aufklärung einen wesentlichen Beitrag zu leisten.

Die Interne Meldestelle hat insbesondere die Funktion einer unabhängigen, (internen) Anlaufstelle, um auf Missstände aufmerksam zu machen und eine nachhaltige Compliance Kultur zu fördern. Ferner erfüllt sie dabei auch die verschiedenen gesetzlichen Anforderungen (VAG, GwG, LkSG, HinSchG) an ein Hinweisgebersystem. Die Interne Meldestelle ermöglicht es den meldenden Personen Hinweise, auch anonym und immer unter Schutz der Identität abzugeben. Die Verantwortlichkeiten und Rechte bzw. Befugnisse der Internen Meldestelle werden, soweit erforderlich, in einer Geschäftsordnung festgehalten, die der Vorstand bzw. die Geschäftsführung erlässt.

Die Verantwortung für die Interne Meldestelle sowie deren Betrieb wird vom Compliance-Koordinator der SV wahrgenommen.

7. Compliance-Kommunikation und -Training

Das Compliance- System der SV wurde in der vorliegenden Form im Jahr 2009 eingeführt.

Ziel der Compliance-Kommunikation ist die Information der relevanten Compliance-Inhalte innerhalb der SV und gegenüber den Vertriebsmitarbeitern und Vertriebspartnern. Den Mitarbeitern stehen hierfür ausführliche Informationen im SV-Intranet zur Verfügung.

Der jeweilige Compliance-Beauftragte informiert das zuständige Vorstandsmitglied und den Compliance-Koordinator regelmäßig über relevante Compliance-Entwicklungen. Dies sind insbesondere notwendige Anpassungen im Compliance Management System für den Vertrieb sowie relevante Verstöße gegen die Compliance-Richtlinien. Hierfür finden einmal jährlich oder bei Bedarf Meldungen statt.

Dem Gesamtvorstand berichten die jeweiligen Compliance-Beauftragten einmal pro Geschäftsjahr oder bei Bedarf sofort. Dazu wird ein Jahresbericht erstellt. Dieser beinhaltet auch geplante Compliance-Maßnahmen und Verbesserungsvorschläge für das Compliance Management System für den Vertrieb.

Darüber hinaus informieren die Compliance-Beauftragten als Mitglieder des Compliance-Komitees (vgl. Kap. 6 - Compliance-Organisation) die übrigen Mitglieder des Komitees in den regelmäßig stattfindenden Sitzungen fallbezogen über Themenstellungen aus ihren Aufgabenbereichen.

Der Compliance-Koordinator erstellt jährlich einen Bericht über die Compliance-Aktivitäten des SV Konzerns. In diesem berichtet er auch über die Beratungen des Compliance-Komitees im abgelaufenen Geschäftsjahr.

Alle Mitarbeiter der SV, Vertriebsmitarbeiter und Vertriebspartner können auf eingetretene oder möglicherweise drohende Gefahren oder Rechtsverstöße, die einen finanziellen Schaden oder sonstigen Nachteil für das Unternehmen bewirken könnten, den jeweiligen Compliance-Beauftragten in einem persönlichen Gespräch hinweisen. Der Compliance- Beauftragte ist zur Verschwiegenheit berechtigt. Er wird den Hinweisgeber beraten und den Hinweis – falls erforderlich – weiterverfolgen.

Bei Verdacht eines schwerwiegenden Verstoßes ist nach pflichtgemäßem Ermessen entlang der Berichtstruktur der Compliance-Organisation zu informieren, die gegebenenfalls in Abstimmung mit der Internen Revision weitere Maßnahmen ergreift. Festgestellte Rechtsverstöße im Bereich der Vertriebs-Compliance werden von allen Einheiten der SV an den Compliance-Beauftragten für den Vertrieb gemeldet, damit dieser die notwendigen Konsequenzen - unter anderem für die Verbesserung des Compliance Management Systems für den Vertrieb - treffen kann.

Compliance ist Gegenstand der Ausbildung und von Schulungen der Vertriebsmitarbeiter und Vertriebspartner. Die wesentlichen Inhalte zur Compliance wurden allen Vertriebsmitarbeitern sowie Vertriebspartnern kommuniziert und erläutert.

Neben Anschreiben an Makler und Sparkassen sowie den Nachträgen zu den Vermittler- und Vertreterverträgen (vgl. Kap. 5 - Compliance-Programm sowie speziell die Umsetzung des Leitsatzes 11 bei der SV) gewährleisten zielgruppengerechte Compliance-Schulungen und -Veranstaltungen eine umfassende Information aller Mitarbeiter der SV:

- Der Vorstandsvorsitzende der SV hat die Inhalte des GDV-Verhaltenskodex in den Jahresauftakttagungen 2015 präsentiert und erläutert.
- Neben einem Rundschreiben an alle Vertriebsmitarbeiter und -partner wurden die Führungskräfte des Innen- und Außendienstes in Workshops über die Inhalte des GDV-Verhaltenskodex informiert.
- Den Auszubildenden und Neueinsteigern im Vertrieb werden die Inhalte der Allgemeinen Verhaltensgrundsätze der SV und der Leitlinien des GDV-Verhaltenskodex im Rahmen des "SV Startseminars" der internen SV Vertriebsakademie vermittelt (siehe Leitsatz 8 - hoher Stellenwert der Vermittlerqualifikation).
- Interessierte Mitarbeiter des Innen- und Außendienstes erhalten in der SV-internen Vortragsreihe "Wissen to go" mit dem Titel "Verhaltensgrundsätze & Co. - Compliance in der SV" einen Überblick über das Thema.
- Neuen Innendienst-Mitarbeitern werden die "Allgemeinen Verhaltensgrundsätze" für den Innendienst der SV Sparkassenversicherung von ihrer Führungskraft übergeben und erläutert.
- Für alle SV-Mitarbeiter stehen umfangreiche Informationen zum Thema Compliance und GDV-Verhaltenskodex im Intranet zur Verfügung. Aktuelle Neuerungen werden über Rundschreiben kommuniziert.

8. Überwachung und Verbesserung

Ziel einer kontinuierlichen Prüfung der Einhaltung der Compliance-Regelungen ist die Sicherstellung von Compliance und die Überwachung und Verbesserung insbesondere auch des Compliance Management Systems für den Vertrieb.

Damit die Regeln der SV von allen Betroffenen verbindlich anerkannt und konsequent angewendet werden, werden Zuwiderhandlungen entsprechend den jeweils geltenden, allgemeinen rechtlichen Regularien angemessen und konsequent sanktioniert.

Compliance-Fragen werden bei der Überarbeitung, Optimierung und Installation neuer Prozesse im Vertrieb berücksichtigt. Anlassbezogen wird der Compliance-Beauftragte Vertrieb einbezogen, um so bereits frühzeitig die Rahmenbedingungen abstimmen zu können.

Neben den im Compliance-Programm beschriebenen Maßnahmen (vgl. Kap. 5) dienen interne Revisionsberichte sowie die Prüfung der Revision im Sinne des 11. Leitsatzes des GDV-Verhaltenskodex der regelmäßigen Überwachung und Verbesserung des Compliance Management Systems für den Vertrieb.

Darüber hinaus können das Beschwerdemanagement sowie Kunden- und Mitarbeiterbefragungen und die Interne Meldestelle / das Hinweisgebersystem Hinweise zur Verbesserung liefern und somit den Anstoß für die Weiterentwicklung geben.

Beschwerdemanagement

Mit dem Beschwerdemanagement bezweckt die SV einen systematischen Umgang mit Beschwerden und schafft zugleich eine Grundlage für wertvolle statistische Auswertungen. Hierzu gehört auch die Erfassung und Auswertung von Beschwerden mit Vertriebsbezug. So können Verbesserungsmöglichkeiten erkannt, genutzt und bei der laufenden Überprüfung und Anpassung des Compliance Management Systems für den Vertrieb berücksichtigt werden.

Ein wesentlicher Punkt des Beschwerdemanagements der SV ist die regelmäßige Berichterstattung durch die zentrale Beschwerdemanagementfunktion. Berechtigten Personen - z.B. Beschwerdekoordinatoren, Führungskräfte - werden im zentralen Managementsystem der SV monatliche Auswertungen bereitgestellt. Die Bereitstellung der Daten sichert die Analyse von gegebenenfalls häufig wiederkehrenden Beschwerdeanlässen und ermöglicht so die Einleitung von Optimierungsmaßnahmen. Der Beschwerdemanager für Vertriebsbeschwerden befindet sich in regelmäßigem Austausch mit dem Compliance-Beauftragten für den Vertrieb.

Revision

Neben der Einhaltung gesetzlicher und aufsichtsrechtlicher Normen ist die Einhaltung von externen und internen Vorgaben, Richtlinien und Vorschriften ein wesentlicher Bestandteil der Prüfungen durch die interne Revision.

Die Ergebnisse dieser Prüfungen werden zusätzlich vom Compliance-Beauftragten für den Vertrieb analysiert und fließen in die Überwachung und Verbesserung des Compliance Management Systems für den Vertrieb ein.

Die Compliance-Funktion erhält die Revisionsberichte zur Kenntnis, soweit sich diese auf Compliance-relevante Bereiche und Fragestellungen beziehen. Die interne Revision greift ihrerseits bei der Prüfungsplanung auf die Beurteilung durch die Compliance-Funktion zurück und legt sie als Ausgangspunkt ihrer eigenen, unabhängigen Bewertung zugrunde.

Kundenbefragungen

Im Auftrag der SV führt ein externer Dienstleister laufende Messungen in Form von Kundenbefragungen zur Zufriedenheit mit den relevanten Versicherungsprozessen durch. Einer der Schwerpunkte liegt auf der Kundenbetreuung durch die SV-Vermittler - und hier insbesondere auf der Beratungsqualität. Detailanalysen, unter anderem zu den Themen

- Beratungsdokumentation
- Verständlichkeit von Angebots- und Produktunterlagen
- Schadenabwicklung

liefern wichtige Anhaltspunkte für kontinuierliche Qualitätsverbesserungen im Vertrieb.

Die Ergebnisse der Kundenbefragungen werden zunächst dem Gesamtvorstand der SV vorgestellt und anschließend auch den Vertriebsdirektionen zur Verfügung gestellt. Die Auswertung der Ergebnisse fließt in die Aktivitäten zum Qualitätsmanagement des Vertriebs ein.

Stuttgart, 26. Oktober 2023



Dr. Andreas Jahn
Vorsitzender des Vorstands



Markus Reinhard
Vorstand Ressort Vertrieb