

**Entsprechenserklärung
der**



CONCORDIA
Versicherungs-Gesellschaft a.G.

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



Entsprechenserklärung

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

Zur Umsetzung und Einhaltung dieses Verhaltenskodex hat die Concordia Versicherungs-Gesellschaft auf Gegenseitigkeit basierend auf ihrer seit 2012 bestehenden Compliance-Organisation ein vertriebsbezogenes Compliance-Management-System (CMS) implementiert. Mit der Verankerung des CMS in der Aufbau- und Ablauforganisation der Concordia Versicherungs-Gesellschaft auf Gegenseitigkeit wurden die notwendigen Strukturen zur Umsetzung und Einhaltung der Vorgaben des GDV-Verhaltenskodex geschaffen. Der Kodex ist für uns und unsere Mitarbeitenden verbindlich.

Die Beschreibung des CMS mit den diesbezüglichen Grundsätzen, Maßnahmen und Abläufen haben wir als Anlage dieser Erklärung beigefügt. Diese sind die Basis für ein regelkonformes Verhalten unseres Unternehmens und unserer Mitarbeitenden sowie gegebenenfalls Dritter.

Unsere Erklärung basiert auf den Erkenntnissen aus der nachfolgend beschriebenen Überprüfung des vertriebsbezogenen CMS.

Vorgehen bei der Überprüfung

Bei der Concordia Versicherungs-Gesellschaft auf Gegenseitigkeit ist sowohl ein Risikomanagement- als auch ein internes Kontrollsystem implementiert. Diese beinhalten umfangreiche Kontrollmaßnahmen sowie Überwachungshandlungen und Beratungen durch unsere unabhängigen Compliance- und Risikomanagementfunktionen, unseren Datenschutzbeauftragten sowie den unabhängigen Prüfungen unserer Internen Revision. Auch zur Einhaltung der Bestimmungen unseres CMS werden verschiedene Kontrollen durchgeführt.

Durch die Beauftragung der Internen Revision mit der Überprüfung der Angemessenheit der Umsetzung des GDV-Verhaltenskodex stellen wir sicher, dass die einzelnen Aspekte des CMS mindestens in einem dreijährigen Turnus überprüft werden.

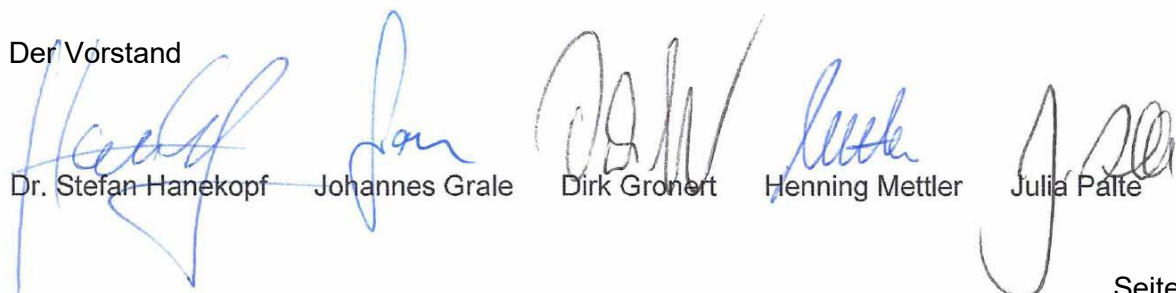
Ergebnis der Überprüfung

Bei der aktuellen Überprüfung, die im Zeitraum Oktober 2022 bis Februar 2023 erfolgt ist, wurde festgestellt, dass bei der Concordia Versicherungs-Gesellschaft auf Gegenseitigkeit die erforderlichen Grundsätze, Maßnahmen und Prozesse eingerichtet wurden, um die Vorgaben des GDV-Vertriebskodex 2018 in unseren Unternehmensgrundsätzen und -vorgaben zu verankern. Diese sind in der als Anlage beigefügten Beschreibung unseres CMS dargelegt.

Die Ergebnisse wurden an den gesamten Vorstand unseres Unternehmens berichtet. Soweit daraus Maßnahmen zur Optimierung resultieren, wird deren zeitgerechte Umsetzung von unserer Internen Revision bzw. der Compliance-Funktion überwacht. Hierdurch wird die Weiterentwicklung unseres CMS gewährleistet.

Hannover, 21. Februar 2023

Der Vorstand



Dr. Stefan Hanekopf

Johannes Grale

Dirk Gronert

Henning Mettler

Julia Palte

**Beschreibung
des Compliance-Management-Systems der**



**zur Einhaltung des Verhaltenskodex des
Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft
(GDV) für den Vertrieb von Versicherungsprodukten**

(Stand: 31.12.2022)

Inhaltsverzeichnis

I.	Concordia. Ein guter Grund.	3
II.	Das Compliance-Management-System (CMS) der Concordia Versicherungen zur Einhaltung des Verhaltenskodex des GDV für den Vertrieb von Versicherungsprodukten	4
1.	Compliance-Kultur	4
2.	Compliance-Ziele	5
3.	Compliance-Risiken	5
4.	Compliance-Programm	6
4.1	Die Bedürfnisse des Kunden stehen immer im Mittelpunkt.	6
4.2	Wer Versicherungen vermittelt, erklärt den Kunden seinen Status.	8
4.3	Jede Empfehlung berücksichtigt Ziele, Wünsche und Bedürfnisse der Kunden	8
4.4	Jede Empfehlung zu einem Vertragsabschluss wird nachvollziehbar begründet und dokumentiert.	10
4.5	Versicherungsprodukte werden bedarfsgerecht entwickelt und vertrieben.	11
4.6	Kunden werden nachhaltig betreut und bei gegebenem Anlass beraten.	12
4.7	Qualifikation ist die Basis von ehrlichem, redlichem und professionellem Vertrieb.	13
4.8	Die Unabhängigkeit von Versicherungsmaklern wird gewahrt.	15
4.9	Versicherungsunternehmen bieten Kunden ein systematisches Beschwerdemanagement und ein Ombudsmannsystem.	15
4.10	Die Versicherungsunternehmen geben sich Compliance-Vorschriften und kontrollieren deren Einhaltung.	16
4.11	Der Kodex ist verbindlich und transparent.	17
5.	Compliance-Organisation	18
6.	Compliance-Kommunikation	19
7.	Überwachung und Verbesserung	19

I. Concordia. Ein guter Grund.

Die Concordia Versicherungen mit Sitz in Hannover stehen seit über 150 Jahren im Dienste ihrer Kundinnen und Kunden (im Folgenden zusammenfassend als „Kunden“ bezeichnet). Zeitgemäße, lebensnahe Versicherungslösungen für Privatkunden, Gewerbebetriebe und die Landwirtschaft entstehen auch heute noch aus dem Gedanken der Gegenseitigkeit – für andere da zu sein, wenn das Unerwartete passiert. Mit bundesweit rund 1.200 Mitarbeitenden, 9 Vertriebsdirektionen sowie einem dichten Netz von Concordia Vertretungen (Ausschließlichkeitsvertreter) und Geschäftspartnern (Versicherungsmakler und Mehrfachvertreter) werden mehr als 1,3 Millionen Kunden betreut. Kunden der Concordia Versicherungen sind Menschen, die ihre Sicherheit und Vorsorge auf ein verlässliches Fundament stellen wollen. Auf einen *guten Grund*.

Der Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) hat im November 2012 durch seine Mitgliederversammlung einen **Verhaltenskodex für den Vertrieb von Versicherungsprodukten** beschlossen, welcher im Juli 2013 in Kraft getreten ist (Kodex 2013). Der Verhaltenskodex stellt in 11 Leitsätzen die Verhaltensmaßstäbe für den Vertrieb von Versicherungsprodukten an Privatkunden transparent dar und setzt für die Versicherungsunternehmen einen Rahmen von Normen und Werten, damit sie den Interessen ihrer Kunden gerecht werden. Durch die Umsetzung der EU-Richtlinie über den Versicherungsvertrieb (IDD) im Februar 2018 sind Anpassungen an dem Verhaltenskodex notwendig geworden, weshalb die Mitgliederversammlung des GDV im September 2018 eine überarbeitete Fassung beschlossen hat (Kodex 2018).

Dem Verhaltenskodex des GDV für den Vertrieb von Versicherungsprodukten sind die drei nachfolgend genannten Versicherungsunternehmen der Concordia Gruppe im Januar 2015 beigetreten. Der Beitritt erfolgte seinerzeit zum Kodex 2013, was laut Beschluss der Mitgliederversammlung des GDV aus September 2018 aber auch als Beitritt zum Kodex 2018 gilt.

Die **Concordia Versicherungs-Gesellschaft a.G.** wurde im Jahr 1864 in Hoya gegründet und ist die Muttergesellschaft der Concordia Gruppe. Sie gehört zu den mittelgroßen Versicherungsvereinen auf Gegenseitigkeit und betreibt die Schaden- und Unfallversicherung einschließlich der Rechtsschutzversicherung.

Die **Concordia oeco Lebensversicherungs-AG** ist im Jahr 2014 aus der Verschmelzung der Concordia Lebensversicherungs-AG (gegründet 1975) und der oeco capital Lebensversicherung AG (gegründet 1995) – dem ersten ökologischen Lebensversicherer Deutschlands – hervorgegangen. In ihrer Satzung hat sich die Concordia oeco Lebensversicherungs-AG zu einer nachhaltigen Unternehmensführung und für einen Teil ihrer Kapitalanlagen zu einer nachhaltigen Anlagepolitik verpflichtet. Diese Aktivitäten werden durch einen externen Nachhaltigkeits-Beirat überwacht.

Die **Concordia Krankenversicherungs-AG** wurde im Jahr 1988 gegründet und bietet verschiedene Möglichkeiten, die Gesundheit langfristig zu schützen - ganz gleich, ob es um eine Zusatzversicherung als Ergänzung der Leistungen der gesetzlichen Krankenversicherung oder um die umfangreichen Leistungen der privaten Kranken-Vollversicherung geht.

Der Beitritt der drei o.g. Gesellschaften – im Folgenden: "Concordia Versicherungen" – zum Verhaltenskodex des GDV für den Vertrieb von Versicherungsprodukten erfolgte aus *gutem Grund*. Denn es entspricht seit jeher dem Selbstverständnis der Concordia Versicherungen,

- das vertriebliche Handeln an den Interessen der Kunden auszurichten,
- geschäftliche Ziele nur in rechtlich und ethisch einwandfreier Weise zu verfolgen und
- bestehende Gesetze und sonstige rechtliche Vorschriften einzuhalten.

II. Das Compliance-Management-System (CMS) der Concordia Versicherungen zur Einhaltung des Verhaltenskodex des GDV für den Vertrieb von Versicherungsprodukten

Zur Umsetzung und Einhaltung des Verhaltenskodex des GDV für den Vertrieb von Versicherungsprodukten haben die Concordia Versicherungen – basierend auf ihrer seit 2012 bestehenden Compliance-Organisation – ein Compliance-Management-System (CMS) für den Teilbereich "GDV-Kodex im Vertrieb" implementiert. Dieses vertriebsbezogene CMS der Concordia Versicherungen orientiert sich an den Vorgaben des IDW-Prüfungsstandards 980 mit seinen sieben Grundelementen:

- Compliance-Kultur
- Compliance-Ziele
- Compliance-Risiken
- Compliance-Programm
- Compliance-Organisation
- Compliance-Kommunikation
- Überwachung und Verbesserung des CMS

Die nachfolgende Beschreibung dieses CMS für den Teilbereich "GDV-Kodex im Vertrieb" fasst die Verankerung der Regeln des Verhaltenskodex des GDV für den Vertrieb von Versicherungsprodukten in den internen Strukturen und Abläufen der Concordia Versicherungen zusammen. Sie berücksichtigt dabei auch die unternehmensindividuelle Ausrichtung des Versicherungsvertriebs der Concordia Versicherungen im Privatkundenbereich, welche sich primär auf zwei Vertriebswege stützt: zum einen die eigene Ausschließlichkeitsorganisation (mit ca. 500 hauptberuflichen und ca. 100 nebenberuflichen selbstständigen Versicherungsvertretern) und zum anderen zahlreiche Geschäftsverbindungen mit Versicherungsmaklern und Mehrfachvertretern. Etwaigen gesellschafts- oder vertriebswegespezifischen Besonderheiten wird bei der Beschreibung des CMS Rechnung getragen.

1. Compliance-Kultur

Die Vorstände der Concordia Versicherungen legen Wert auf die Förderung und Etablierung einer lebendigen Compliance-Kultur in allen Konzerngesellschaften und auf allen Unternehmensebenen. Durch den sog. "tone at the top" wird bei allen Führungskräften und Mitarbeitenden ein Bewusstsein und Verständnis für die Bedeutung und auch für den Mehrwert einer wirksamen Compliance geschaffen.

Bereits im Jahr 2010 wurde mit dem Aufbau einer unternehmensweiten Compliance-Organisation begonnen, welche im Frühjahr 2012 auf der Grundlage einer internen Compliance-Richtlinie ihren Regelbetrieb aufnahm und durch eine für alle Mitarbeitenden des Innen- und Außendienstes verbindliche Verhaltensrichtlinie flankiert wurde. In diesen von den Vorständen beschlossenen Richtlinien wurde u.a. ausdrücklich festgehalten, dass Unternehmensziele nur mit rechtlich einwandfreien Mitteln verfolgt werden, dass Rechtsverstöße im Unternehmen oder seitens für das Unternehmen tätiger Versicherungsvermittler nicht geduldet werden und dass die Concordia Versicherungen am Wettbewerb ausschließlich mit rechtmäßigen und fairen Mitteln teilnehmen. Compliance im Vertrieb hat mithin nicht erst seit dem Beitritt zum Verhaltenskodex des GDV für den Vertrieb von Versicherungsprodukten einen hohen Stellenwert für die Concordia Versicherungen.

Zur Förderung der Compliance-Kultur im Vertrieb wurden im Zuge der Umsetzung des Verhaltenskodex des GDV vielfältige Maßnahmen ergriffen. Zusätzlich zu der für die Mitarbeitenden geltenden Verhaltensrichtlinie wurde auch für die Ausschließlichkeitsorganisation der Concordia eine Verhaltensrichtlinie aufgestellt und der GDV-Verhaltenskodex wurde als sog.

"Concordia-Kodex" zum Gegenstand dieser beiden internen Verhaltensrichtlinien gemacht. Die Inhalte des Kodex und die mit seiner Umsetzung verbundenen Auswirkungen wurden und werden im Intranet der Concordia Versicherungen, in der Mitarbeitenden-Zeitschrift "Concordia Courier" sowie in diversen Informationsveranstaltungen ausführlich kommuniziert.

2. Compliance-Ziele

Die Concordia Versicherungen haben in ihrem im Jahr 2020 neu erarbeiteten Unternehmensleitbild für die Beziehung zu ihren Kunden u.a. folgende Ziele aufgestellt: *„Unsere Kunden erleben uns an jedem Ort und in jeder Situation als kompetent, fair, schnell und freundlich. Unsere Kunden fühlen sich bei uns rundum sicher und versorgt. Unsere Produkte, Dienstleistungen und Prozesse entwickeln wir konsequent aus Sicht des hybriden Kunden und seiner Lebenswelten. Unsere Kunden erwarten eine ganzheitliche Beratung und Betreuung. Dafür greifen wir alle auf dieselben Informationen zu. Die Kundenanforderungen und langfristige Kundenzufriedenheit werden regelmäßig über Kundenbefragungen ermittelt.“*

Außerdem wurden in dem neuen Unternehmensleitbild auch Ziele für die Beziehung der Concordia Versicherung zu ihren Vertriebspartnern formuliert, z.B. folgende: *„Die Vertriebspartner und die Concordia sind gemeinsam für den Kunden zuständig. Unsere Vertriebspartner werden mit größter Sorgfalt ausgewählt und handeln stets partnerschaftlich, kunden- und bedarfsorientiert. Die Concordia und ihre Vertriebspartner haben die gleichen Werte. Die Concordia vertraut auf das Handeln und Verantwortungsbewusstsein ihrer ehrbaren Vertriebspartner.“* In Ergänzung hierzu sieht die Vertriebsstrategie der Concordia Versicherungen u.a. vor, dass die Vertriebspartner der Concordia in der Ausschließlichkeit und im Maklervertrieb gut ausgebildete Versicherungsspezialisten sind, die eine hohe Beratungsqualität sicherstellen.

Ausgehend hiervon bezweckt die Einrichtung des Compliance-Management-Systems (CMS) für den Teilbereich „GDV-Kodex im Vertrieb“ primär die Erhaltung und Förderung der Kundenzufriedenheit und des Vertrauens in die Concordia Versicherungen durch die Sicherstellung der Qualität des Versicherungsvertriebs, insbesondere der Beratung der Kunden. Dies soll dadurch erreicht werden, dass mit dem CMS die aufbau- und ablauforganisatorischen Voraussetzungen dafür geschaffen werden, dass Verstöße gegen die Leitsätze des Verhaltenskodex des GDV für den Vertrieb von Versicherungsprodukten durch die Mitarbeiter der Concordia Versicherungen sowie durch ihre Ausschließlichkeitsvertreter und Geschäftspartner von vornherein vermieden oder jedenfalls frühzeitig erkannt und unterbunden werden können.

Darüber hinaus soll durch die Schaffung und Aufrechterhaltung von rechtssicheren Strukturen und Abläufen im Vertrieb dem Eintritt von Compliance-Risiken und den damit ggf. verbundenen nachteiligen Auswirkungen auf die Concordia Versicherungen, ihre Organe und Mitarbeitenden entgegengewirkt werden.

3. Compliance-Risiken

Als Compliance-Risiken im Sinne ihres vertriebsbezogenen CMS sehen die Concordia Versicherungen die negativen Folgen an, welche aus Verstößen gegen die Leitsätze des Verhaltenskodex des GDV für den Vertrieb von Versicherungsprodukten und die dem Kodex zugrunde liegenden gesetzlichen Vorschriften resultieren können. Dies können finanzielle Schäden, behördliche Eingriffe in den Geschäftsbetrieb oder Reputationsverluste sowie u.U. auch eine persönliche Haftung der handelnden Personen sein.

Diese Compliance-Risiken wurden im Zuge eines Projekts zur Umsetzung des GDV-Kodex systematisch identifiziert und analysiert. Hierzu wurden die 11 Leitsätze in konkrete Risikoszenarien unterteilt. Hinsichtlich der einzelnen Risikoszenarien wurde zunächst das jeweilige Brutto-Risiko – ungeachtet bereits vorhandener Maßnahmen – anhand von Schadenausmaß

und Eintrittswahrscheinlichkeit bewertet. Sowohl die bereits vorhandenen als auch die vielfältigen im Verlauf des Umsetzungsprojekts implementierten Maßnahmen zur Minderung der Brutto-Risiken wurden im Rahmen der abschließenden Netto-Risikoanalyse berücksichtigt, bei welcher die jeweiligen Restrisiken ermittelt wurden. An der Risikoanalyse waren neben der zentralen Compliance-Einheit die Interne Revision, das Risikomanagement sowie die betroffenen Fachbereiche, vertreten durch die zuständigen dezentralen Compliance-Beauftragten, beteiligt. Letztere sind innerhalb der Compliance-Organisation der Concordia Versicherungen auch für die jährlich durchzuführende Aktualisierung der Netto-Risikoanalyse der mit dem GDV-Kodex verbundenen Compliance-Risiken verantwortlich.

4. Compliance-Programm

Im Folgenden wird das Compliance-Programm der Concordia Versicherungen mit seinen wesentlichen Inhalten beschrieben. Es setzt sich aus den Maßnahmen zusammen, die auf die Minderung der aus den Leitsätzen des Verhaltenskodex des GDV abgeleiteten Compliance-Risiken gerichtet sind. Mit der Implementierung des Compliance-Programms in die Aufbau- und Ablauforganisation der Concordia Versicherungen wurden die notwendigen Strukturen zur Umsetzung und Einhaltung der Kodex-Vorgaben geschaffen.

Die Darstellung erfolgt anhand der 11 Leitsätze des GDV-Verhaltenskodex, wobei zu Beginn jedes Abschnitts zunächst der jeweilige Leitsatz wörtlich wiedergegeben wird.

4.1 Die Bedürfnisse der Kunden stehen immer im Mittelpunkt.

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.

Die Concordia Versicherungen legen Wert auf eine qualitativ hochwertige Beratung, die sich an den Wünschen und Bedürfnissen ihrer Kunden orientiert. Denn nur durch eine bedarfsgerechte Beratung kann auch eine nachhaltige, langfristige und auf Vertrauen basierende Geschäftsbeziehung begründet werden. Ziel einer jeden Beratung ist es, dem Kunden eine autonome Entscheidung hinsichtlich des angebotenen Produktes zu ermöglichen.

Beratungsansatz und Beratungsanlässe

Die Ausschließlichkeitsvertreter der Concordia Versicherungen und fakultativ ein Teil der Geschäftspartner (Makler und Mehrfachvertreter) werden bei der Kundenberatung durch einen ganzheitlichen elektronischen Beratungsansatz unterstützt, der ihnen ein strukturiertes und kundenorientiertes Beratungsgespräch ermöglicht. Ausgangspunkt des Beratungsgesprächs sind in der Regel die Bedürfnisse der Kunden. In Abhängigkeit von diesen Angaben und den Spezifika der Produkte werden die Vermittler über verschiedene Eingabemasken durch das Beratungsgespräch geleitet, wodurch die kundenorientierte Beratung gewährleistet und gefördert wird.

Unter Einbeziehung der zuständigen Fachabteilungen in den jeweiligen Sparten und unter Einbeziehung des "Arbeitskreises Beratungsprozesse e.V." wurden unter Risikogesichtspunkten und Wesentlichkeitsaspekten verschiedene produkt-, personen- und situationsbezogene Beratungsanlässe definiert, die an der Schwierigkeit und der Komplexität der Produkte, der Verständlichkeit für die Kunden sowie am Umfang der Geschäftstätigkeit der Gesellschaften ausgerichtet wurden. Diese Beratungsanlässe werden den Ausschließlichkeitsvertretern durch den ganzheitlichen Beratungsansatz bzw. Beratungsleitfaden sowie durch Schulungen und Rundschreiben vermittelt. Soweit erforderlich, werden auch Mehrfachvertreter und Versicherungsmakler über Beratungsanlässe informiert. Da diese jedoch ihren eigenen Beratungsverpflichtungen unterliegen, bildet die Information an Makler und Mehrfachvertreter die Ausnahme.

Vertriebssteuerung und Provisionssystem

Durch die Vertriebssteuerung und das Provisionssystem der Concordia Versicherungen wird gewährleistet, dass die Kundeninteressen Vorrang vor den Provisionsinteressen der Vermittler haben.

Die Höhen der Provisionen bzw. Courtagen werden in einem einheitlichen und transparenten Prozess unter Beteiligung der jeweiligen Fachabteilungen, der Vertriebsorganisation und des Vorstandes festgelegt. Gesetzliche Vorgaben werden hierbei selbstverständlich eingehalten.

Ausschließlichkeitsvertreter und Mehrfachvertreter erhalten bei Abschluss eines Vertrages eine Abschlussprovision und/oder für die Dauer des Bestehens des Vertrages eine Bestandspflegeprovision. Diese Abschluss- und Bestandspflegeprovisionen bilden die Grundlage für eine dauerhafte Geschäftsbeziehung. Sie bieten einen Anreiz, die Geschäftsbeziehung zu den Kunden aufrecht zu halten, zu pflegen und deren Versicherungsschutz regelmäßig zu prüfen und bedarfsgerecht aktuell zu halten. Die Verpflichtung zur Betreuung der Kunden ist für Ausschließlichkeitsvertreter und Mehrfachvertreter zudem vertraglich geregelt. Darüber hinaus sind Ausschließlichkeitsvertreter zur aktiven Erhaltung der Kundenbeziehungen verpflichtet. Makler unterliegen in diesem Bereich ihren eigenen Verpflichtungen und erhalten für ihre Vermittlungs- und Betreuungstätigkeit eine Courtage. Unterstützt wird die bedarfsgerechte Beratung außerdem durch die gesetzlichen und vereinbarten Provisionshaftungszeiten.

Wettbewerbe, sonstige Incentives, Bonifikations- und Leistungszusagen müssen in jeder Hinsicht im Einklang mit den Unternehmenszielen und dem Unternehmensleitbild der Concordia Versicherungen gestaltet werden. Fehlanreize zu vermeiden hat dabei eine hohe Priorität. Die Zulässigkeit und der Umfang von Wettbewerben sind in einer unternehmensweiten Incentive-Richtlinie geregelt. Alle Wettbewerbe müssen hiernach vor ihrem Beginn genehmigt und ausgeschrieben werden. Versicherungsmakler kommen als Teilnehmer von Wettbewerben nicht in Betracht; sie erhalten auch keine Bonifikations- oder Leistungszusagen. Durch einen nachgelagerten Kontrollprozess, in dem verschiedene Vertriebskennzahlen (wie z.B. Produktion und Stornogeschäft) ausgewertet werden, wird die Einhaltung der Vorgaben sichergestellt. Ergeben sich Anhaltspunkte, die darauf schließen lassen, dass Verträge nicht im Kundeninteresse abgeschlossen wurden, wird diesen nachgegangen. Entsprechende Regelungen für die Vertreter sind bereits Bestandteil der Wettbewerbsausschreibungen bzw. Bonifikations- oder Leistungszusagen.

Umsetzung der IDD-Regelungen

Aus Anlass der gesetzlichen Neuregelungen über die Vertriebsvergütung (insb. §§ 48a, 48b VAG) durch die Umsetzung der EU-Richtlinie über den Versicherungsvertrieb (IDD) wurden sämtliche Vergütungssysteme im Vertrieb überprüft und – soweit dies erforderlich war – an die Neuregelungen angepasst. Dies gilt insbesondere für Leistungsprovisionszusagen und Bonifikationsvereinbarungen, für welche auch ein erweitertes Controlling eingeführt wurde. Die Vermittler wurden über die Neuregelungen durch Rundschreiben und Fachinformationen in

Kenntnis gesetzt und es wurden die vertraglichen Vereinbarungen mit Ausschließlichkeits- und Mehrfachvertretern sowie die Courtagezusagen zugunsten von Versicherungsmaklern hinsichtlich der Vergütungsregelungen geändert.

4.2 Wer Versicherungen vermittelt, erklärt den Kunden seinen Status.

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.

Die Pflicht zur eindeutigen Legitimation gegenüber den Kunden beim Erstkontakt trifft sämtliche Vermittler bereits von Gesetzes wegen (§ 15 Versicherungsvermittlungsverordnung). In den vertraglichen Vereinbarungen mit ihren Vertretern weisen die Concordia Versicherungen hierauf nochmals ausdrücklich hin.

Ihren Ausschließlichkeitsvertretern stellen die Concordia Versicherungen darüber hinaus für den Erstkontakt Agenturprospekte zur Verfügung, mit denen die Statusinformationen ordnungsgemäß gegenüber den Kunden erteilt werden. In Umsetzung der Änderungen, welche die Versicherungsvermittlungsverordnung durch die Transformation der IDD in deutsches Recht erfahren hat, wurden die Agenturprospekte um einen Hinweis auf die Art und Quelle der Vergütung des Ausschließlichkeitsvertreters ergänzt ("Für meine Beratungs- und Vermittlungstätigkeit erhalte ich eine Provision und ggfls. sonstige Vergütungen, die in dem Versicherungsbeitrag enthalten sind.").

Zudem haben die Ausschließlichkeitsvertreter die Möglichkeit, unter der Homepage der Concordia Versicherungen eine eigene Internetpräsenz zu erhalten, mit der ebenfalls eine Legitimation gegenüber den Kunden erfolgt. Die Pflichtinformationen gemäß § 15 Versicherungsvermittlungsverordnung werden auch bei dieser Verfahrensweise vollständig erteilt.

Zur Unterstützung der Ausschließlichkeitsvertreter verfügen die Concordia Versicherungen über einen internen Leitfaden für E-Mail-Signaturen, in dem die unterschiedlichen Statusangaben enthalten sind.

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

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

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

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

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

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

Entsprechend dem in Ziffer 4.1 beschriebenen Beratungsansatz werden die Wünsche und Bedürfnisse der Kunden durch die Vermittler und/oder die Vertriebsmitarbeitenden ermittelt. Auf dieser Grundlage erfolgt die Beratung der Kunden, die durch klare und verständliche Produktinformationen begleitet und unterstützt wird. Auf die Entscheidung der Kunden, ob und wie sie beraten werden möchten, wird dabei Rücksicht genommen.

Produktentwicklungsprozess

Die Klarheit und Verständlichkeit der Versicherungsprodukte der Concordia Versicherungen bilden bei der Erstellung und Weiterentwicklung neuer Produkte einen besonderen Schwerpunkt. Die Versicherungsprodukte werden in einem standardisierten Prozess entwickelt, der in einer spartenübergreifenden Produktentwicklungsrichtlinie dokumentiert ist. Basis des Produktentwicklungsprozesses sind die Musterbedingungen und die Muster-Produktinformationsblätter des GDV (für die gesetzlich vorgegebenen Informationsblätter zu Versicherungsprodukten (IPID), für die Basisinformationsblätter zu Versicherungsanlageprodukten (BIB) und für Produktinformationsblätter zu sonstigen ausgewählten Produkten) sowie langjährig bewährte Branchenstandards, im Bereich der Krankenversicherung auch die PKV-Musterbedingungen und -Verbandsempfehlungen. Da bei der Erstellung der Musterbedingungen durch die Verbände regelmäßig ein Sprachwissenschaftler mitwirkt, kommen grundsätzlich allgemeinverständliche Formulierungen zum Einsatz.

Bei textlichen Abweichungen von den Muster-Produktinformationsblättern und den Musterbedingungen werden neben den GDV-/PKV-Verbandsformulierungen eigene definierte Kriterien und Maßstäbe herangezogen, welche die Sprache, die visuelle Darstellung und den strukturellen Aufbau betreffen; diese sind in einer Anlage zur Produktentwicklungsrichtlinie geregelt. Verständlichkeit und eine kundenorientierte Sprache waren und sind der Maßstab für die Entwicklung dieser Kriterien.

Die Vertragsunterlagen werden in interdisziplinären Teams und unter Beachtung der rechtlichen Vorgaben entwickelt. Ferner werden die Produktinhalte auch in Produktinformationsblättern anschaulich aufbereitet und für den Kunden zusammengefasst. Zusätzlich werden neu entwickelte oder geänderte Versicherungsbedingungen und Produktinformationsblätter auch nach ihrer Einführung in einem ständigen Prozess auf Übereinstimmung mit dem geltenden Recht geprüft und damit einhergehend einer Überprüfung der Einhaltung der Anforderungen an Klarheit und Verständlichkeit unterzogen. Dabei werden auch die aus dem Beschwerdemanagement gewonnenen Erkenntnisse berücksichtigt.

Empfehlungen zu Versicherungsanlageprodukten

Entsprechend der durch die Umsetzung der Versicherungsvertriebsrichtlinie (IDD) erfolgten Neuregelungen (insb. § 7c VVG) werden bei einer Beratung zu Versicherungsanlageprodukten die Kenntnisse und Erfahrungen des Kunden mit dem Produkttyp, die finanziellen Verhältnisse Kunden einschließlich seiner Fähigkeit, Verluste zu tragen sowie die Anlageziele einschließlich der Risikotoleranz des Kunden erfragt. Auf Basis dieser Informationen werden dem Kunden nur Versicherungsanlageprodukte empfohlen, die für diesen geeignet sind und insbesondere seiner Risikotoleranz und Verlusttragfähigkeit entsprechen. Die Tarifierungssoftware unterstützt diesen Beratungsprozess, indem durch eine Produktampel die für den Kunden geeigneten Produkte angezeigt und die nicht geeigneten Produkte gesperrt und damit nicht empfohlen werden können. Erhält der Vermittler nicht alle erforderlichen Informationen seitens des Kunden oder ist keines der Produkte für den Kunden geeignet, darf keine Produktempfehlung abgegeben werden.

Angaben über künftige Leistungen bei Altersvorsorgeprodukten

Die Darstellung möglicher künftiger Leistungen und Wertentwicklungen bei Lebensversicherungsprodukten der Concordia oeco Lebensversicherungs-AG erfolgt unter Beachtung der Empfehlungen des GDV und der gesetzlichen Vorgaben. Der Einfluss der im Vertrag enthaltenen Kosten auf die Wertentwicklung wird anhand der im Produkt- bzw. Basisinformationsblatt ausgewiesenen Effektivkosten dargestellt. Diese geben an, um wie viele Prozentpunkte die Wertentwicklung durch die Abschluss-, Vertriebs- und Verwaltungskosten gemindert wird. Bei fondsgebundenen Produkten werden zudem die laufenden Kosten des Fonds bei der Berechnung berücksichtigt. Die Berechnung der Effektivkosten folgt den gesetzlichen Vorgaben sowie den Empfehlungen des GDV.

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

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.

Beratungsdokumentation

Die Concordia Versicherungen legen großen Wert auf die Erstellung und Aushändigung einer ordnungsgemäßen und vollständigen Beratungsdokumentation, damit ihre Kunden die Inhalte des Beratungsgesprächs auch später noch nachvollziehen können.

Alle Versicherungsvermittler sind bereits gesetzlich zur Einhaltung der im VVG geregelten Beratungs- und Dokumentationspflichten verpflichtet. Die für die Concordia Versicherungen tätigen Ausschließlichkeits- und Mehrfachvertreter treffen darüber hinaus auch noch vertragliche Verpflichtungen zur Aufnahme und Aushändigung der Beratungsdokumentation.

Für die Ausschließlichkeitsvertreter wird die Beratungsdokumentation als Folge des IT-gestützten ganzheitlichen Beratungsansatzes elektronisch entsprechend den Inhalten des durchgeführten Beratungsgesprächs erzeugt, so dass die Beratungsdokumentation lediglich dem Kunden ausgehändigt werden muss. Mit seiner Unterschrift bestätigt der Kunde anschließend den Erhalt der Beratungsdokumentation. Um sicherzustellen, dass bei jeder Aufnahme eines Versicherungsantrages auch die erforderliche Beratungsdokumentation erstellt wird, ist eine elektronische Übermittlung des Versicherungsantrages von einem Ausschließlichkeitsvertreter an die Concordia Versicherungen technisch nur dann möglich, wenn zusammen mit dem Antrag auch eine unterzeichnete Beratungsdokumentation eingereicht wird. Ähnlich wird auch bei Versicherungsanträgen in Papierform verfahren; hier erfolgt nur dann eine Policierung des Antrages, wenn auch eine vollständige Beratungsdokumentation vorliegt. Die Ordnungsmäßigkeit der eingereichten Beratungsdokumentationen wird nachgelagert durch turnusmäßige Stichprobenkontrollen überprüft.

Beratungsdokumentation bei Versicherungsanlageprodukten

Bei der Vermittlung von Versicherungsanlageprodukten wird die abgegebene Empfehlung gemäß den durch die Versicherungsvertriebsrichtlinie (IDD) eingeführten gesetzlichen Vorgaben in einer Geeignetheitserklärung dokumentiert. Die Geeignetheitserklärung enthält Informationen dazu, inwieweit die Empfehlung den abgefragten Kenntnissen und Erfahrungen des Kunden, seinen finanziellen Verhältnissen, Anlagezielen, seiner Fähigkeit, Verluste zu tragen und seiner Risikotoleranz entspricht.

Kann keine Produktempfehlung gegeben werden, weil der Vermittler nicht alle erforderlichen Informationen seitens des Kunden erhalten hat oder keines der Produkte für den Kunden

geeignet ist, und entscheidet sich der Kunde gleichwohl für ein bestimmtes Versicherungsanlageprodukt, wird nach Durchführung der gesetzlich vorgeschriebenen Angemessenheitsprüfung in Form einer Angemessenheitserklärung dokumentiert, ob das gewählte Produkt anhand der angegebenen Kenntnisse für den Kunden angemessen ist. Ist dies nicht der Fall, wird ein Warnhinweis gegeben, dass das Produkt aufgrund der angegebenen Kenntnisse nicht angemessen ist.

Die Geeignetheits- oder die Angemessenheitserklärung nebst Warnhinweis wird von der Tarifierungssoftware automatisch auf der Grundlage der Angaben des Kunden erzeugt und in die Beratungsdokumentation integriert.

Die vorstehend beschriebenen Verfahren gelten nicht für Versicherungsmakler und nur bedingt für Mehrfachagenten, da diese regelmäßig nicht die von den Concordia Versicherungen zur Verfügung gestellten Beratungsdokumentationen, sondern eigene Beratungsunterlagen verwenden.

4.5 Versicherungsprodukte werden bedarfsgerecht entwickelt und vertrieben.

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.

Der in Ziffer 4.3 beschriebene Produktentwicklungsprozess wurde anlässlich des durch die IDD-Umsetzung in § 23 Absätze 1a bis 1c VAG integrierten Produktfreigabeverfahrens vollständig überprüft und in Teilen angepasst. In der unternehmensweiten Produktentwicklungsrichtlinie wurde zum einen festgelegt, dass bei der Konzeption neuer Versicherungsprodukte und bei wesentlichen Änderungen bestehender Versicherungsprodukte der Zielmarkt und die relevante Kundengruppe festgelegt wird, um sicherzustellen, dass bedarfsgerechter Versicherungsschutz entwickelt wird. Der jeweils zuständige spartenspezifische Arbeitskreis hat in diesem Zusammenhang eine Bedarfsanalyse vorzunehmen.

Zum anderen wurde in der Produktentwicklungsrichtlinie auch dafür Sorge getragen, dass regelmäßig überprüft wird, ob die Produkte weiterhin den Bedürfnissen, Merkmalen und Zielen des ermittelten Zielmarkts entsprechen und ob sie an den Zielmarkt oder Kunden außerhalb des Zielmarkts vertrieben werden. Sollte sich hier Handlungsbedarf ergeben, ist eine Anpassung des jeweiligen Produktes vorzunehmen. Hinweise darauf, dass Produkte nicht oder nicht mehr zum Zielmarkt passen, können die Vermittler über das unternehmensweite Beschwerdemanagementsystem geben.

Dass die Concordia Versicherungen auf einfache und verständliche Produktunterlagen besonderen Wert legen, wurde bereits in Ziffer 4.3 beschrieben.

4.6 Kunden werden nachhaltig betreut und bei gegebenem Anlass beraten.

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.

Mit der Police erhalten die Kunden der Concordia Versicherungen Informationen über den sie betreuenden Ausschließlichkeitsvertreter vor Ort, an den sie sich während der gesamten Vertragslaufzeit in sämtlichen Angelegenheiten rund um ihren Versicherungsschutz wenden können. Sofern die Verträge durch Makler oder Mehrfachvertreter vermittelt werden, enthalten die Policen deren Kontaktdaten.

Anlassbezogene Beratung nach Vertragsabschluss

Die Concordia Versicherungen haben standardisierte Beratungsanlässe definiert und in dem ganzheitlichen Beratungsleitfaden dokumentiert, welche sich sowohl vor als auch nach Vertragsschluss ergeben können. Damit die Vermittler auch nach Vertragsabschluss bei jedem Beratungsanlass in die Lage versetzt werden, die Kunden bedarfsgerecht beraten zu können, erhalten sie – unabhängig von ihrem Status – unter Beachtung datenschutzrechtlicher Vorgaben regelmäßig Kopien der Korrespondenz zwischen den vertragsbearbeitenden Abteilungen und den Kunden. Für den Fall, dass sich Kunden direkt an die Direktion der Concordia Versicherungen wenden und dabei ein Beratungsanlass erkennbar wird, wurde ein Prozess eingerichtet, mit dem der jeweils zuständige Vermittler von der vertragsbearbeitenden Abteilung per E-Mail über den Beratungsanlass informiert und zur Kontaktaufnahme mit dem Kunden aufgefordert wird.

Schaden- und Leistungsfall

Die Kunden haben die Möglichkeit, eingetretene Versicherungsfälle bei dem zuständigen Vermittler, einer Vertriebsdirektion bzw. einem Schadenzentrum oder direkt bei den zuständigen Abteilungen in der Direktion zu melden. Die Abwicklung der Schäden bzw. Leistungsfälle erfolgt regelmäßig über die regionalen Schadenzentren oder die zuständigen Abteilungen in der Direktion; in diesem Fall werden die Vermittler, soweit datenschutzrechtlich zulässig, über die Anlage der Schäden informiert, damit sie die Kunden bei einem im Zusammenhang mit dem Versicherungsfall entstehenden Beratungsanlass ordnungsgemäß beraten können.

Für einen Teil der Ausschließlichkeitsvertreter bestehen Schadenregulierungsvollmachten, kraft derer Schäden im Kompositbereich bis zu einer vorher in einer Zusatzvereinbarung zum Vertreter-Vertrag bestimmten Höhe direkt beglichen werden dürfen. Durch den persönlichen Kontakt zum Kunden werden die betreffenden Ausschließlichkeitsvertreter in die Lage versetzt, auf etwaige im Zusammenhang mit dem Schadensfall entstehende Beratungsanlässe eingehen zu können.

Durch die Einbindung in das unternehmensweite Beschwerdemanagement wird sichergestellt, dass bekanntwerdenden Verstößen gegen diese Vorgaben nachgegangen wird.

Aufklärung über evtl. Nachteile bei Abwerbungen

In ihren unternehmensweiten Verhaltensrichtlinien haben die Concordia Versicherungen ihre Mitarbeitenden und Ausschließlichkeitsvertreter dazu verpflichtet, am Wettbewerb ausschließ-

lich mit rechtmäßigen und fairen Mitteln teilzunehmen. Speziell für die Lebens- und Krankenversicherung ordnen zudem die Wettbewerbsrichtlinien der Versicherungswirtschaft, zu deren Einhaltung sich die Ausschließlichkeitsvertreter und Mehrfachvertreter der Concordia Versicherungen in ihren Vertreter-Verträgen verpflichten, das Verbot der Ausspannung von Versicherungsverträgen ohne Aufklärung über die damit verbundenen Nachteile an.

Daher sehen alle von den Concordia Versicherungen konzipierten Beratungsdokumentationen standardmäßig vor, den bestehenden Versicherungsschutz des Kunden zu erfassen und auch die etwaigen nachteiligen Folgen, die sich bei einer Kündigung der Vorversicherung ergeben können, zu dokumentieren. Interessenten, die sich gleichwohl zu einem Versichererwechsel entscheiden, werden somit umfänglich über etwaige Nachteile aufgeklärt und können dies in der Beratungsdokumentation nachvollziehen.

Vorgaben für die Vermittler in Bezug auf die Dokumentation des bestehenden Versicherungsschutzes und der potenziellen Nachteile eines Versichererwechsels sind in einem Beratungslitfadens niedergelegt und werden darüber hinaus in verschiedenen Informations- und Schulungsveranstaltungen vermittelt. Für die Mitarbeitenden enthält eine Bearbeitungsregel den Hinweis, dass Kunden über eventuelle Nachteile bei einem Versichererwechsel aufzuklären sind und dies einen Bestandteil der Beratungsdokumentation bildet. Neben dem Controlling der Beratungsdokumentation bietet insbesondere das Beschwerdemanagement die Möglichkeit, Verstöße in diesem Bereich zu erkennen und zu unterbinden.

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

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

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

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

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

Qualifikation und Zuverlässigkeit der Vermittler

Vor dem Abschluss eines Vertreter-Vertrages bzw. der Erteilung einer Courtagezusage fordern die Concordia Versicherungen von den Vermittlern verschiedene Unterlagen an, mit denen deren Zuverlässigkeit und Sachkunde überprüft werden. Grundlage hierfür sind die gewerbe- und aufsichtsrechtlichen Vorgaben. Hiernach ist Voraussetzung für eine Zusammenarbeit, dass Vermittler zuverlässig sind, in geordneten Vermögensverhältnissen leben, den Nachweis einer Berufshaftpflichtversicherung erbringen können und über die notwendige Sachkunde verfügen. Zum Nachweis dieser Voraussetzungen werden zumindest folgende Unterlagen angefordert, ohne welche die Vertreter-Verträge nicht ausgefertigt werden:

- IHK-Registrierung,
- AVAD-Auskunft,
- Einwilligung zur Einholung einer Creditreform-Auskunft und
- ggf. Handelsregisterauszug bei Gesellschaften.

Die Vorgaben zur Überprüfung bei Vertragsbeginn und während der Vertragslaufzeit sind in Checklisten und einer Bearbeitungsregel dokumentiert, in der verschiedene Fallgestaltungen definiert wurden, aus denen sich Hinweise auf ein Fehlverhalten ergeben können.

Vertretern, die noch nicht über die entsprechende Berufsqualifikation verfügen, wird die Möglichkeit zur Teilnahme an der Ausbildung zum/zur „Geprüften Versicherungsfachmann/-frau (IHK)“ gemäß dem vom Deutschen Industrie- und Handelskammertag (DIHK) e.V. in Kooperation mit dem Berufsbildungswerk der Deutschen Versicherungswirtschaft (BWV) e.V. veröffentlichten Rahmenplan geboten. Das dafür notwendige Wissen vermitteln interne Trainer in insgesamt 7 Fachmodulen. Die Sachkundeprüfung selbst ist vor der IHK abzulegen.

Laufende Weiterbildung der Vermittler

Die Concordia Versicherungen sind der Weiterbildungsinitiative „gut beraten“ des GDV und des BWV beigetreten. Die Verpflichtung zur stetigen Weiterbildung und zur Teilnahme an dieser Brancheninitiative ist Bestandteil der Vertreter-Verträge. Weigert sich ein Vertreter, an der Initiative teilzunehmen, wird ein Vertreter-Vertrag nicht ausgefertigt.

Da der persönlichen Qualifizierung der Versicherungsvermittler als Grundlage für eine hochwertige Kundenberatung ein hoher Stellenwert zukommt, arbeiten die Concordia Versicherungen nur mit Versicherungsvermittlern zusammen, die sich laufend fortbilden und dieses auch nachweisen können. Von ihren Ausschließlichkeitsvertretern und deren unmittelbar an der Beratung oder Vermittlung mitwirkenden Angestellten verlangen die Concordia Versicherungen insoweit als Mindestziel ein jährliches Weiterbildungspensum von 15 Zeitstunden, welches z.B. durch Seminare im Rahmen der Weiterbildungsinitiative "gut beraten" absolviert werden kann. Durch entsprechende Vertriebsinformationen (z.B. einen Leitfaden "Weiterbildung Agenturmitarbeiter") sowie durch einen mehrstufigen Controlling-Prozess wird darauf hingewirkt, dass dieses Mindestziel auch jeweils erreicht wird.

Gegenüber den Maklern und Mehrfachvertretern haben die Concordia Versicherungen die Erwartung formuliert, dass auch diese sich im Interesse der Kunden ständig weiterbilden und dies auf Verlangen auch entsprechend nachweisen.

Angestellter Werbeaußendienst

Personen, die sich bei den Concordia Versicherungen um Positionen im angestellten Werbeaußendienst bewerben, werden grundsätzlich nur eingestellt, wenn sie zumindest die Ausbildung zum/zur geprüften Versicherungsfachmann/-frau (IHK) erfolgreich absolviert haben oder über eine gleichwertige Qualifikation verfügen. Bei einer Einstellung, ohne dass dieser Sachkundenachweis vorliegt, erhalten die betreffenden Mitarbeitenden eine schriftliche Arbeitsanweisung, wonach es ihnen bis zum erfolgreichen Abschluss der Ausbildung zum/zur geprüften Versicherungsfachmann/-frau (IHK) untersagt ist, sich eigenverantwortlich, d.h. ohne fachlich qualifizierte Begleitung, unmittelbar am Versicherungsvertrieb zu beteiligen, insbesondere allein Kundengespräche bzw. -beratungen zu führen.

Anforderungen an Vertriebsmitarbeitende

Gemäß der durch die IDD-Umsetzung eingeführten Vorschrift des § 48 Abs. 2 VAG müssen die Concordia Versicherungen sicherstellen, dass ihre unmittelbar oder maßgeblich am Versicherungsvertrieb beteiligten Angestellten zuverlässig sind, in geordneten Vermögensver-

hältnissen leben und über die zur Vermittlung der jeweiligen Versicherung angemessene Qualifikation verfügen und sich regelmäßig fortbilden. Diesen Vorgaben wird dadurch entsprochen, dass sowohl bei der Einstellung neuer Mitarbeitender als auch im laufenden Arbeitsverhältnis anhand von Checklisten und einer Bearbeitungsregel eine Überprüfung der Zuverlässigkeit und der geordneten Vermögensverhältnisse, der Qualifikation und der laufenden Weiterbildung erfolgt. Für das Controlling der Fort- bzw. Weiterbildungsverpflichtung wurde im Rahmen des internen Concordia Competence Centers ein elektronischer Veranstaltungsplaner eingeführt.

Funktion gemäß § 48 Abs. 2a Satz 2 VAG

Zur Überwachung der Einhaltung der in dieser Ziffer genannten Anforderungen haben die Concordia Versicherungen eine Funktion gemäß § 48 Abs. 2a Satz 2 VAG eingerichtet.

4.8 Die Unabhängigkeit von Versicherungsmaklern wird gewahrt.

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.

Sowohl hinsichtlich der Vergütung als auch in Bezug auf die sonstige Zusammenarbeit mit Versicherungsmaklern wird Wert darauf gelegt, dass die Unabhängigkeit der Versicherungsmakler als Sachwalter der Kunden nicht beeinträchtigt wird.

Sämtliche bei den Concordia Versicherungen vorhandenen Zusatzvergütungsmodelle wurden im Zuge des Umsetzungsprojekts daraufhin untersucht, ob die Unabhängigkeit eines Versicherungsmaklers hierdurch tangiert werden kann. Den Ausgangspunkt bildete dabei die vom GDV herausgegebene „Unverbindliche Orientierungshilfe des GDV zu Maklervergütungen“. Als Resultat wurden einige in der Vergangenheit praktizierte Vergütungsvarianten abgeschafft und einige Vergütungsmodelle neu entwickelt. Eine nochmalige Überprüfung erfolgte anlässlich der gesetzlichen Neuregelung der Vertriebsvergütung (insb. §§ 48a, 48b VAG) durch die Umsetzung der EU-Richtlinie über den Versicherungsvertrieb (IDD), welche bereits in Ziffer 4.1 beschrieben wird.

Die konkreten Inhalte der Zusatzvergütungen für Versicherungsmakler sowie die Vorgaben für ihre Gewährung sind Bestandteil eines internen Regelwerks für die Führungskräfte im Außenvertrieb, welches im Jahr 2019 vollständig überarbeitet und zum 01.01.2020 und 01.01.2022 aktualisiert worden ist. Die Einhaltung dieser Vorgaben wird durch die Abteilung „Organisation/Vertrieb“ (ab 01.01.2023: den Bereich „Vertriebsstrategie und -steuerung“) mittels eines standardisierten Prozesses regelmäßig überwacht.

Ferner wird durch die unternehmensweite Incentive-Richtlinie Sorge dafür getragen, dass die Unabhängigkeit von Versicherungsmaklern auch nicht durch die Gewährung von Incentives beeinträchtigt wird.

4.9 Versicherungsunternehmen bieten Kunden ein systematisches Beschwerdemanagement und ein Ombudsmannsystem

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.

Systematisches Beschwerdemanagement

Die Concordia Versicherungen verfügen über ein unternehmensweites Beschwerdemanagement, welches in einer internen Richtlinie beschrieben ist und durch einen gesondert eingerichteten Prozess dazu beiträgt, Verstöße gegen den GDV-Verhaltenskodex zu identifizieren. Die Compliance-Risiken aus dem Kodex wurden insoweit verschiedenen Risikoverantwortlichen in ihrer Funktion als dezentrale Compliance-Beauftragte zugewiesen. Nach der Anpassung des GDV-Verhaltenskodex durch eine überarbeitete Fassung (Kodex 2018) wurde die entsprechende Zuordnung der Compliance-Risiken zu den Risikoverantwortlichen überprüft und geändert, wo dies erforderlich war.

Ergeben sich Hinweise aus eingegangenen Beschwerden, die auf Verstöße gegen die Kodex-Vorgaben schließen lassen, erhält der jeweilige Risikoverantwortliche eine entsprechende Nachricht aus dem zentralen Beschwerdemanagement, so dass er den Hinweisen nachzugehen und aufzuklären hat, ob tatsächlich ein Verstoß gegen den GDV-Verhaltenskodex vorliegt. Dieser Prozess greift grundsätzlich bei allen aus den 11 Leitsätzen des Kodex abgeleiteten Risikoszenarien ein.

Die durch die IDD-Umsetzung eingeführte gesetzliche Regelung des § 17 Versicherungsvermittlungsverordnung, nach der auch Versicherungsvermittler zur Beschwerdebearbeitung verpflichtet sind, wurde zum Anlass genommen, für die Ausschließlichkeitsvertreter eigene interne Leitlinien für die Beschwerdebearbeitung nebst eines Flyers einzuführen. Während die Leitlinien Vorgaben für den internen Ablauf der Beschwerdebearbeitung in einer Versicherungsagentur und im Verhältnis zu den Concordia Versicherungen enthalten, dient der Flyer der Information der Kunden und enthält u.a. Hinweise dazu, dass Beschwerden direkt beim Vertreter oder beim zentralen Beschwerdemanagement der Concordia Versicherungen eingereicht werden können.

Hinweis auf das Ombudsmannsystem

Die Kunden der Concordia Versicherungen werden im Verlauf des Versicherungsabschlusses mehrfach auf das in der Versicherungswirtschaft bestehende Ombudsmannsystem hingewiesen. Bereits in dem Agenturprospekt, den die Ausschließlichkeitsvertreter den Kunden beim Erstkontakt übergeben, ist ein Verweis auf das Ombudsmannsystem enthalten. Für sämtliche Vermittler ergibt sich eine entsprechende Verpflichtung aus der Versicherungsvermittlungsverordnung. Zudem enthalten verschiedene Kundeninformationen in allen Sparten entsprechende Hinweise sowie auch der oben erwähnte Flyer zum Beschwerdemanagement.

Seit der Einführung der maßgeblichen Vorschriften des Verbraucherstreitbeilegungsgesetzes werden Kunden auch anlässlich des Entstehens einer Streitigkeit über die Möglichkeit der Beschwerdeeinreichung beim Ombudsmann informiert.

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

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.

Die Concordia Versicherungen haben derartige Compliance-Vorschriften in verschiedenen unternehmensweiten Richtlinien geregelt, primär in einer Verhaltensrichtlinie für ihre Mitarbeitenden und einer Verhaltensrichtlinie für ihre Ausschließlichkeitsorganisation. In diesen Richtlinien werden u.a. Vorgaben zur Vermeidung von Interessenkonflikten, zur Ächtung von Korruption, Bestechung und Bestechlichkeit sowie zum Umgang mit Geschenken, zum Datenschutz, zum Verhalten im Wettbewerb und zu Incentive-Veranstaltungen gemacht. Durch die dezentrale Compliance-Funktion und insbesondere das in Ziffer 4.9 beschriebene systematische Beschwerdemanagementsystem wird die Einhaltung dieser Vorgaben kontrolliert.

Ergänzt werden diese Regelungen durch eine Incentive-Richtlinie sowie eine Datenschutz-Richtlinie, in welcher Vorgaben zum Umgang mit und zum Schutz von personenbezogenen Daten enthalten sind. Der Datenschutz wird auch dadurch gewährleistet, dass alle Angestellten und Vermittler vor Beginn ihres jeweiligen Vertragsverhältnisses auf das Datengeheimnis verpflichtet werden. Dem "Code of Conduct" (Verhaltensregeln für den Umgang mit personenbezogenen Daten durch die deutsche Versicherungswirtschaft) sind die Concordia Versicherungen im Jahr 2014 beigetreten und haben sich dadurch freiwillig diesen die Europäische Datenschutz-Grundverordnung und das Bundesdatenschutzgesetz konkretisierenden Regeln unterworfen.

Zur Einhaltung der wettbewerbsrechtlichen Vorschriften, insbesondere der Wettbewerbsrichtlinien der Versicherungswirtschaft, verpflichten sich die Ausschließlichkeits- und Mehrfachvertreter der Concordia Versicherungen zudem in den jeweiligen Vertreter-Verträgen. Zur Regelung des datenschutzrechtlichen Verhältnisses zwischen dem jeweiligen Vertreter und den Concordia Versicherungen wird eine gesonderte Vereinbarung zum Datenschutz geschlossen, welche die Einhaltung datenschutzrechtlicher Vorschriften gewährleistet.

4.11 Der Kodex ist verbindlich und transparent.

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.

Mit dem Beitritt zum Verhaltenskodex des GDV für den Vertrieb von Versicherungsprodukten haben sich die Concordia Versicherungen dazu verpflichtet, nur mit solchen Vermittlern zusammenzuarbeiten, welche die Anforderungen des Kodex für sich selbst als verbindlich anerkennen.

Für neue Ausschließlichkeitsvertreter ist die Einhaltung des GDV-Verhaltenskodex verpflichtender Bestandteil des Vertreter-Vertrages. Die bereits vertraglich an die Concordia Versicherungen gebundenen Ausschließlichkeitsvertreter wurden über den Beitritt zum Kodex und seine Inhalte informiert, wobei die Geltung des Kodex und der Verhaltensrichtlinie für die Ausschließlichkeitsorganisation zur Grundlage der weiteren Zusammenarbeit gemacht wurde. Die Anpassung des GDV-Verhaltenskodex durch die überarbeitete Fassung (Kodex 2018) wurde den Ausschließlichkeitsvertretern durch Vertriebsinformationen und durch die Aufnahme des Kodex 2018 als „Concordia-Kodex“ in die Verhaltensrichtlinie für die Ausschließlichkeitsorganisation bekannt gemacht.

Auch sämtliche Versicherungsmakler und Mehrfachvertreter, mit denen die Concordia Versicherungen bereits in Geschäftsbeziehung standen, wurden über den Beitritt zum GDV-Verhaltenskodex informiert. Aufgrund des Status dieser Geschäftspartner wurde mit den entsprechenden Informationsschreibern jedoch nicht der GDV-Kodex, sondern der von mehreren Vermittlerverbänden entwickelte sog. Basis-Kodex zur Grundlage der weiteren Geschäftsbeziehung gemacht. Für den Fall, dass ein Versicherungsmakler oder Mehrfachvertreter anstelle des Basis-Kodex einen anderen Kodex präferiert, erfolgt durch die Abteilung „Organisation/Vertrieb“ (ab 01.01.2023: den Bereich „Vertriebsstrategie und -steuerung“) eine Überprüfung der Gleichwertigkeit dieses Kodex mit dem GDV-Kodex anhand festgelegter Kriterien. Entsprechend wird auch bei der Anbindung von neuen Versicherungsmaklern und Mehrfachvertretern verfahren.

Die regelmäßige Prüfung der Umsetzung des GDV-Verhaltenskodex wird seit der im Jahr 2020 durchgeführten Folgeprüfung durch die Interne Revision der Concordia Versicherungen als interner unabhängiger Stelle vorgenommen.

5. Compliance-Organisation

Entsprechend der Organisation der Compliance-Funktion der Concordia Versicherungen ist auch das auf die Einhaltung des Verhaltenskodex des GDV für den Vertrieb von Versicherungsprodukten bezogene CMS in einer Form organisiert, die zentrale und dezentrale Elemente enthält.

Für die Überwachung der Einhaltung der Vorgaben des Verhaltenskodex sind primär die Leiter der einzelnen Organisations- und Vertriebseinheiten in ihrer Funktion als dezentrale Compliance-Beauftragte verantwortlich. In besonderem Maße gilt dies für die Spartenverantwortlichen, die Leiter der Abteilungen „Organisation/Vertrieb“ und „Vertrieb/Marketing“ (ab 01.01.2023: der Bereiche „Vertriebsstrategie und -steuerung“ und „Vertriebsmarketing“) sowie (ab 01.01.2023: die Vertriebswegeverantwortlichen und) die Vertriebsdirektoren.

Als zentrale Elemente der Compliance-Organisation fungieren die zentrale Compliance-Einheit und das Compliance-Komitee. Die unternehmensweite Compliance-Richtlinie der Concordia Versicherungen sieht u.a. für den Bereich des Verhaltenskodex des GDV vor, dass die zentrale Compliance-Einheit die Tätigkeit der dezentralen Compliance-Beauftragten zu überwachen hat. Die Überwachung erfolgt sowohl durch konkrete operative Überwachungsmaßnahmen als auch anhand vordefinierter Berichtswege und Berichtspflichten, die halbjährlich

von den dezentralen Compliance-Beauftragten zu erfüllen sind. Das Compliance-Komitee ist u.a. für die Erarbeitung von Vorschlägen für die kontinuierliche Weiterentwicklung und Optimierung der Compliance-Organisation zuständig, insbesondere bei Compliance-Themen von abteilungs-, sparten- oder gesellschaftsübergreifender Bedeutung.

6. Compliance-Kommunikation

Die Compliance-Kommunikation ist ein bedeutender Faktor für die Wirksamkeit des CMS. Sämtlichen betroffenen Mitarbeitenden und Vermittlern muss bewusst sein, welche konkreten Aufgaben von ihnen zu erfüllen sind, damit die einzelnen Vorgaben der Leitsätze des GDV-Kodex eingehalten werden können.

Aus diesem Grund wurden sämtliche betroffenen Organisationseinheiten bereits frühzeitig in das Projekt zur Umsetzung des Kodex integriert. Es erfolgte bei der Umsetzung auch eine Abstimmung mit dem Vertrieb, z.B. durch Einbeziehung von Vertriebsdirektoren und Mitgliedern der VVC (Vereinigung selbstständiger Versicherungskaufleute der Concordia Versicherungen e.V.).

Die aus dem Umsetzungsprojekt hervorgegangenen neuen Handlungsvorgaben wurden den betroffenen Mitarbeitenden durch ihre jeweiligen Führungskräfte und sämtlichen Vermittlern durch zentrale Vertriebs- und Fachbereichsinformationen mitgeteilt. Begleitet wurden und werden diese Informationen durch zahlreiche Vertriebsschulungen und -veranstaltungen. Eine übergreifende Information erfolgte im Intranet der Concordia Versicherungen und ist dort dauerhaft für sämtliche Mitarbeitenden und Ausschließlichkeitsvertreter abrufbar. Dies gilt auch für die Verhaltensrichtlinien für Mitarbeitende bzw. für die Ausschließlichkeitsorganisation sowie für weitere relevante interne Richtlinien. Auch in der hauseigenen Zeitschrift "Concordia Courier" wurde über die Umsetzung der Kodex-Vorgaben ausführlich berichtet.

Die Einhaltung der Kodex-Vorgaben wird im Rahmen der Compliance-Organisation von den zuständigen dezentralen Compliance-Beauftragten und der zentralen Compliance-Einheit nach eigens definierten Vorgaben überwacht. Insoweit bestehen konkrete Berichtswege und Berichtspflichten, insbesondere für den Fall von Verstößen gegen die Leitsätze des Kodex.

Die zentrale Compliance-Einheit erstellt für den Vorstand einen jährlichen Compliance-Bericht, der auch Ausführungen zum CMS für den Teilbereich "GDV-Kodex im Vertrieb" enthält.

7. Überwachung und Verbesserung

Die Überwachung und Verbesserung des vertriebsbezogenen CMS obliegt entsprechend der Ausrichtung der Compliance-Organisation der Concordia Versicherungen in erster Linie den dezentralen Compliance-Beauftragten in den einzelnen Organisations- und Vertriebseinheiten. Ergibt sich ein Änderungs- oder Anpassungsbedarf, entscheiden die dezentralen Compliance-Beauftragten innerhalb ihres Verantwortungsbereiches eigenständig über die Implementierung entsprechender Verbesserungsmaßnahmen.

Die zentrale Compliance-Einheit überwacht die Einhaltung der Anforderungen durch die dezentralen Compliance-Beauftragten nach risikoorientierten Aspekten und berücksichtigt hierzu einzelne Bereiche bzw. Themen des GDV-Kodex bei Bedarf in ihrem jährlichen Compliance-Plan. Etwaige Verbesserungsempfehlungen richtet sie direkt an die betroffenen dezentralen Compliance-Beauftragten. Bei Themen von übergreifender Bedeutung wird ggf. das Compliance-Komitee eingeschaltet.

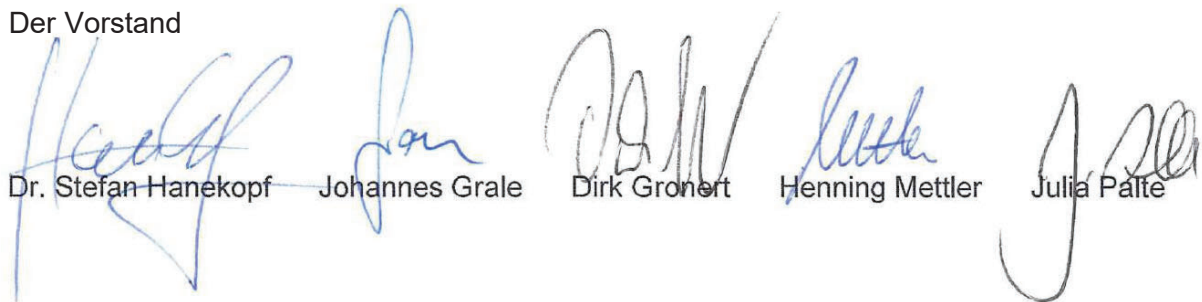
Die Concordia Versicherungen haben ein zentrales Beschwerdemanagement etabliert, dem im Rahmen der Überwachung und Verbesserung eine besondere Bedeutung zukommt.

Eingehende Beschwerden werden durch eine zentrale Beschwerdestelle an dezentrale Beschwerdemanager verteilt und von diesen bearbeitet. Zudem werden die dezentralen Compliance-Beauftragten und die zentrale Compliance-Einheit über Beschwerden mit Bezug zu den einzelnen Leitsätzen des GDV-Kodex in monatlichem Turnus informiert, um hieraus Überwachungs- und Verbesserungsmaßnahmen ableiten zu können.

Zudem haben die Mitarbeitenden der Concordia Versicherungen auf der Grundlage der unternehmensweiten Verhaltensrichtlinie die Möglichkeit, den Verdacht eines Verstoßes gegen die Vorgaben des GDV-Kodex an die zentrale Compliance-Einheit oder die Interne Revision zu melden. Für den Fall festgestellter Verstöße existiert ein Eskalations- und Sanktionssystem, durch welches dafür Sorge getragen wird, dass Verstöße im Einzelfall angemessen geahndet werden.

Hannover, den 1. Februar 2023

Der Vorstand



Dr. Stefan Hanekopf Johannes Grale Dirk Gronert Henning Mettler Julia Palte