

## **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 beigefügt. 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:

- uniVersa Lebensversicherung a.G.
- uniVersa Krankenversicherung a.G.
- uniVersa Allgemeine Versicherung AG

Unsere Erklärung basiert auf den Erkenntnissen aus der nachfolgend beschriebenen Überprüfung des vertriebsbezogenen CMS. Die Erklärung umfasst den Zeitraum vom 01.02.2017 bis 30.04.2019.

### **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 Internen Revision überwacht. Dadurch haben wir die Weiterentwicklung unseres vertriebsbezogenen CMS sichergestellt.

## **Ergebnis der Überprüfung**

Auf der Basis unserer Überprüfung im Zeitraum vom 01.02.2017 bis 30.04.2019 kommen wir für die oben genannten Gesellschaften zu folgendem Ergebnis:

Wir haben die notwendigen Maßnahmen ergriffen, um die Regeln des GDV-Vertriebskodex 2018 in den Grundsätzen unseres Unternehmens zu verankern. 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 der Internen Revision sowie auf die von uns auf Vorschlag dieser unabhängigen unternehmensinterner Stelle beschlossenen Maßnahmen.

Nürnberg, 29.04.2019



Michael Baulig  
(Vorstandsvorsitzender)



Frank Sievert  
(Vorstandsmitglied)

## **Anlage**

Beschreibung des Compliance-Managementsystems zur Einhaltung des Verhaltenskodex des Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) für den Vertrieb von Versicherungsprodukten

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

für die

uniVersa Lebensversicherung a. G.  
uniVersa Krankenversicherung a. G.  
uniVersa Allgemeine Versicherung AG



## **Inhaltsverzeichnis:**

1	Einleitung .....	1
2	Compliance-Kultur .....	2
3	Compliance-Ziele.....	2
4	Compliance-Risiken.....	2
5	Compliance-Programm .....	3
5.1	Leitsatz 1: Die Bedürfnisse der Kunden stehen immer im Mittelpunkt.....	3
5.2	Leitsatz 2: Wer Versicherungen vermittelt, erklärt den Kunden seinen Status. ....	5
5.3	Leitsatz 3: Jede Empfehlung berücksichtigt Ziele, Wünsche und Bedürfnisse der Kunden.....	5
5.4	Leitsatz 4: Jede Empfehlung zu einem Vertragsabschluss wird nachvollziehbar begründet und dokumentiert.....	6
5.5	Leitsatz 5: Versicherungsprodukte werden bedarfsgerecht entwickelt und vertrieben.....	7
5.6	Leitsatz 6: Kunden werden nachhaltig betreut und bei gegebenem Anlass beraten.....	8
5.7	Leitsatz 7: Qualifikation ist die Basis von ehrlichem, redlichem und professionellem Vertrieb.....	10
5.8	Leitsatz 8: Die Unabhängigkeit von Versicherungsmaklern wird gewahrt.....	12
5.9	Leitsatz 9: Versicherungsunternehmen bieten Kunden ein systematisches Beschwerdemanagement und ein Ombudsmannsystem.....	12
5.10	Leitsatz 10: Die Versicherungsunternehmen geben sich Compliance-Vorschriften und kontrollieren deren Einhaltung.....	13
5.11	Leitsatz 11: Der Kodex ist verbindlich und transparent.....	14
6	Compliance-Organisation .....	15
7	Compliance-Kommunikation .....	16
8	Compliance-Überwachung und Verbesserung .....	16

## 1 Einleitung

Die deutsche Versicherungswirtschaft hat den GDV-Verhaltenskodex für den Vertrieb von Versicherungsprodukten entwickelt und ihrem Selbstverständnis von hoher Qualität der Kundenberatung und umfassender Kundenbetreuung im Wege einer freiwilligen Selbstverpflichtung Ausdruck verliehen. Das Compliance-Managementsystem der uniVersa zur Einhaltung des GDV-Verhaltenskodex beschreibt die Verankerung der Kodex-Inhalte im Unternehmen sowie deren unternehmensspezifische Interpretation. Bei der Konzeption wurde der GDV-Verhaltenskodex in der Fassung vom 25.09.2018 zugrunde gelegt.

Die Struktur der uniVersa Versicherungsunternehmen und deren Partner ergibt sich aus folgendem Diagramm:



Folgende Unternehmen der uniVersa Versicherungsgruppe sind dem GDV-Verhaltenskodex für den Vertrieb von Versicherungsprodukten beigetreten.

- uniVersa Lebensversicherung a.G.
- uniVersa Krankenversicherung a.G.
- uniVersa Allgemeine Versicherung AG

Soweit in dieser Beschreibung von „uniVersa“ gesprochen wird, sind damit stets die „uniVersa Lebensversicherung a. G.“, die „uniVersa Krankenversicherung a. G.“, sowie die „uniVersa Allgemeine Versicherung AG“ gemeint.

Die uniVersa nutzt unterschiedliche Vertriebswege. Dazu zählen der Ausschließlichkeitsvertrieb (Stammorga) und der Vertrieb über Makler und Mehrfachgeneralagenten (MGA).

Gegenüber Maklern und MGA bestehen für ein Versicherungsunternehmen nur eingeschränkte Kontrollmöglichkeiten, um deren Unabhängigkeitsstatus nicht zu gefährden. Die Umsetzung der Grundsätze des GDV-Verhaltenskodex erfolgte unter Berücksichtigung dieser Umstände.

## 2 Compliance-Kultur

Die Compliance-Kultur ist die Grundlage für die Angemessenheit und Wirksamkeit des CMS. Wichtig ist dabei die Einstellung und das Verhalten des Managements („tone at the top“). Dieses besitzt Vorbildfunktion für die Mitarbeiter und hat die Aufgabe alles dafür zu tun, dass Compliance erfolgreich umgesetzt wird. Compliance ist Bestandteil der Geschäftsstrategie, zielt dabei gerade auf ethische und rechtliche Wertvorstellungen ab. Zudem ist das Thema Werte im uniVersa-Führungsverständnis verankert, welches für alle Führungskräfte des Hauses gilt. Compliance soll beratend sowie schützend agieren und den Mitarbeitern Orientierung geben.

Zentrales Element einer hausweiten Compliance-Kultur ist dabei die Compliance-Leitlinie. In dieser wird das CMS erläutert und dargestellt. Relevant ist in diesem Zusammenhang die Kommunikation der Leitlinie an alle Mitarbeiter. Darüber hinaus wird Compliance in einem gesonderten Internet-Auftritt kommuniziert. Ziel dabei ist es, auch externen Interessengruppen die Compliance-Kultur der uniVersa transparent zu machen.

Compliance als gelebte Unternehmenskultur bildet zudem eine feste Grundlage für vertrauensvolle und von Zufriedenheit geprägte Kundenbeziehungen. Durch den Beitritt zum GDV-Verhaltenskodex achtet und stärkt die uniVersa beim Vertrieb ihrer Versicherungsprodukte die Kundeninteressen und den Verbraucherschutz.

Unternehmens-Compliance im Allgemeinen und Vertriebs-Compliance im Besonderen sind für die uniVersa von großer Bedeutung. Unser Verständnis von Compliance bezieht sich dabei in erster Linie auf „Regeltreue“. Zu wissen, was man wann und wie machen darf, ist eine wichtige Grundlage für unser tägliches Arbeiten.

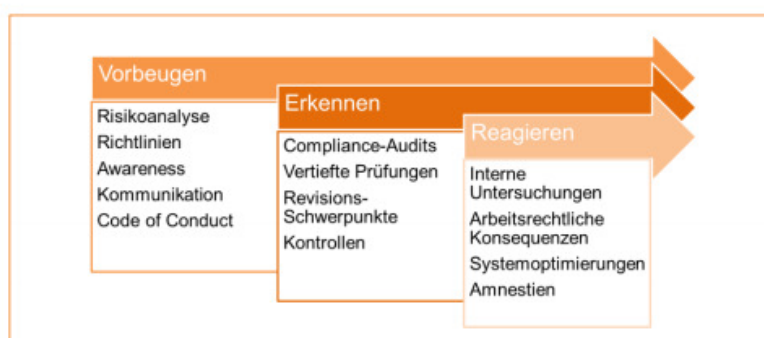
## 3 Compliance-Ziele

Compliance liefert einen wichtigen Beitrag zum unternehmerischen Gelingen (gemäß Geschäftsstrategie). Eine angemessene Geschäftsorganisation wird u.a. auch durch ein funktionierendes CMS sichergestellt. Ziel des CMS ist es vor allem, aufbauend auf der frühzeitigen Risikoerkennung (gerade wesentlicher Risiken) Fehlverhalten und Verstöße - soweit möglich - zu vermeiden und dadurch Reputationsrisiken zumindest zu begrenzen. Vorrangiges Ziel des CMS ist somit die Risikominimierung, gerade durch Optimierung der Rahmenbedingungen und vorhandener Kontrollmechanismen.

Mit dem Beitritt zum GDV-Verhaltenskodex ist als weiteres Compliance-Ziel hinzugekommen, den Branchenstandard einzuhalten und unternehmensindividuell umzusetzen. Der uniVersa ist es neben der Erfüllung der gesetzlichen und aufsichtsrechtlichen Vorschriften wichtig, mögliche Interessenkonflikte zwischen Unternehmens- und Kundeninteressen zu verhindern und dabei das Kundenbedürfnis in den Mittelpunkt zu stellen.

## 4 Compliance-Risiken

Unter Berücksichtigung der Compliance-Ziele sollen insbesondere wesentliche Compliance-Risiken erkannt werden, die in monetärer oder reputativer Hinsicht großes Schadenpotential beinhalten. Das Identifizieren, Erfassen, Handeln und Bewerten von Compliance-Risiken ist einer der zentralen Aspekte des CMS. Aufgrund der Wichtigkeit dieses Themas existiert hierzu eine Verfahrensbeschreibung, die jedem Mitarbeiter zur Verfügung steht.



Die Identifikation von Compliance-Risiken ist kein einmaliger Prozess, es handelt sich um eine laufende Aufgabe aller am CMS mitwirkenden Personen. Dabei gibt es nicht die eine Maßnahme, die bzgl. Identifikation hier Relevanz besitzt. Vielmehr ist es ein Zusammenspiel aus einer Vielzahl an Maßnahmen.

U.a. spielt dabei die Frühwarnfunktion eine wichtige Rolle. Diese identifiziert und beurteilt mögliche Auswirkungen von Änderungen des Rechtsumfelds auf die Tätigkeit des betreffenden Unternehmens und sorgt zudem für eine frühzeitige Information des Vorstands zu möglichen Folgen. Die Frühwarnfunktion wird durch die Abteilung Recht wahrgenommen und informiert monatlich über relevante Themengebiete. Darüber hinaus ist ein Hinweisgebersystem implementiert. Dieses ermöglicht jedem Mitarbeiter Regelverstöße zu melden. Zu diesem Zweck wird ein standardisiertes Meldeformular im Haus zur Verfügung gestellt. Die jährlich durch die Compliance- sowie Unternehmensbeauftragten zu erstellenden Berichte sind zudem ein Ansatzpunkt, neue oder veränderte Compliance-Risiken zu identifizieren. Die Berichte werden zu Beginn des Folgejahres für das jeweils vorhergehende Kalenderjahr erstellt und dem Compliance Officer zur Verfügung gestellt.

Zentraler Bestandteil der Identifikation von Compliance-Risiken bildet die regelmäßige Durchführung von Compliance-Audits für die Abteilungen der uniVersa (inkl. Außendienst). Im Rahmen dieser Audits werden neben der Risikoanalyse auch weitere Compliance-relevante Themen wie z.B. die Einhaltung des Verhaltenskodex für den Vertrieb von Versicherungsprodukten besprochen.

Compliance-Risiken werden nach dem Grundsatz der Wesentlichkeit in einer abteilungsbezogenen Risikoanalyse nach bestimmten Parametern erfasst. Die Erfassung findet in einem zentralen, revisions-sicheren Tool statt, auf das der Compliance Officer sowie die Compliance- bzw. Unternehmensbeauftragten jederzeit zugreifen können.

Das Handling von Compliance-Risiken ist festzulegen und zu dokumentieren. Maßnahmen und Kontrollen / kontrollierende Tätigkeiten sind dabei elementar. Im Anschluss daran erfolgt eine Bewertung des Compliance-Risikos.

## 5 Compliance-Programm

Die uniVersa hat unter Berücksichtigung der elf Leitsätze des GDV-Verhaltenskodex ein Compliance-Programm erstellt. Es beschreibt die unternehmensindividuelle Ausgestaltung und Konkretisierung mit Blick auf das von der uniVersa festgelegte Anspruchsniveau. Das Compliance-Programm stellt somit das zentrale Instrument zur Integration des Verhaltenskodex in die Geschäftsprozesse der uniVersa dar.

### 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.

### **Umsetzung bei der uniVersa**

Bereits in unserer Geschäftsstrategie und der damit verbundenen Qualitätspolitik stehen die Kundenanforderungen, der langfristige Kundennutzen und damit die Bedürfnisse der Kunden im Mittelpunkt unseres Handelns.

In der Ausschließlichkeitsorganisation erfolgt der Absatz unserer Produkte unter Verwendung eines speziell hierfür entwickelten Beratungstool, dem „Versicherungs- und Vorsorgecheck“ (kurz VVC). Im Rahmen der Beratungsgespräche werden insbesondere folgende Punkte vom Kunden vorab erfragt:

- Jeweilige persönliche Situation
- Bedürfnisse
- Ziele und Wünsche
- Soziodemografische Merkmale
- Bestehende Absicherungen
- Deckungslücken
- Krankenversicherungsspezifische Merkmale (u.a. Versicherungsstatus, Beihilfeanspruch ja / nein)

Über den Einsatz des VVC stellt die uniVersa eine hochwertige, individuelle und bedarfsgerechte Beratung und Dokumentation sicher, bei der die empfohlenen Versicherungsprodukte zur aktuellen Lebenssituation und –planung passen. Neben der Analyse der aktuellen Versicherungssituation, des individuellen Absicherungsbedarfs und der langfristigen Vorsorgeziele können für die komplexen Versicherungsanlageprodukte, elektronisch unterstützt, die Kenntnisse und Erfahrungen, die finanziellen Verhältnisse und die Risikotragfähigkeit des Kunden (Geeignetheitsprüfung) ermittelt werden.

In der Vertriebspartnerorganisation hat die uniVersa nur begrenzten Einfluss auf die Art und Weise der Beratung, da Versicherungsmakler Sachwalter des Kunden sind. Ähnliches gilt für die MGA, die zwar grundsätzlich im Lager des Versicherers stehen, aber wesentlich weniger stark in dessen Vertrieb eingebunden sind als die Ausschließlichkeitsvermittler. Insbesondere kann den MGA kein standardisierter Beratungsprozess vorgeschrieben werden. MGA werden jedoch vertraglich verpflichtet, ihren gesetzlichen Informations-, Beratungs- und Dokumentationspflichten nachzukommen sowie uniVersa auf Verlangen entsprechende Unterlagen (z.B. Beratungsdokumentation, Geeignetheitsklärung für Versicherungsanlageprodukte etc.) vorzulegen.

Unabhängig davon stellt die uniVersa auch Maklern und MGA mit der unternehmenseigenen Angebotssoftware UWE-Online eine Beratungsdokumentation sowie für die komplexen Versicherungsanlageprodukte ein separates Online-Tool zur Geeignetheitsprüfung zur Verfügung.

Die Ausschließlichkeitsvermittler und MGA werden vertraglich verpflichtet, unabhängig von der für ihre Tätigkeit gewährten Vergütung (z.B. Provisionen, Aktionen etc.) stets im bestmöglichen Interesse des Kunden zu handeln. Im Falle des Bestehens eines Interessenkonflikts ist der Kunde darauf hinzuweisen.

Alle Vergütungen und Vergütungskomponenten sowohl in der Ausschließlichkeitsorganisation als auch in der Vertriebspartnerorganisation sind darauf ausgerichtet, keine Anreize zu setzen, welche eine redliche und professionelle Beratung gefährden.

In Bezug auf Geschäftspläne, Zielvereinbarungen, überregionale Wettbewerbe und Veranstaltungen mit Incentive-Anteil hat sich die uniVersa mit der „Richtlinie für Incentives im Außendienst der uniVersa“ klare Regeln zur Vermeidung von Fehlanreizen und Interessenskonflikten gegeben.

Zur Sicherstellung einer bedarfsgerechten Kundenberatung werden ab bestimmten Beitragshöhen oder beim Verdacht auf Unregelmäßigkeiten Neuansprüche durch die regional zuständige Führungskraft nach einem vorgegebenen Schema recherchiert.

Zur Aufdeckung von Missständen bei der Beratung bzw. der unzureichenden Berücksichtigung der Kundenbedürfnisse dient das unternehmensweite Beschwerdemanagement mit zentraler Beschwerdemanagementfunktion der uniVersa. Sollten in diesem Zusammenhang Auffälligkeiten bei den Beschwerden der Kunden zur Beratung festgestellt werden, so werden diese in der zuständigen Ver-



trieb/Personal- und Vertragsabteilung bearbeitet. Dabei wird insbesondere eine detaillierte Analyse vorgenommen und sofern erforderlich, angemessene Maßnahmen ergriffen.

Die Erstellung von Agenturverträgen, die Erteilung von Courtagezusagen und aller damit in Verbindung stehenden Unterlagen sowie die laufende Bearbeitung von Vertragsänderungen erfolgt ausschließlich in der Unternehmenszentrale. Gleiches gilt für die Auszahlung von Vergütungen jeglicher Art.

## **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.

### **Umsetzung bei der uniVersa**

Jeder Vermittler der uniVersa-Ausschließlichkeitsorganisation hat die Pflicht, den Kunden beim ersten Geschäftskontakt die gesetzlich vorgeschriebenen Angaben klar und verständlich in Textform mitzuteilen. Die Legitimation gegenüber den Kunden erfolgt in erster Linie über die durch uniVersa zur Verfügung gestellten Visitenkarten, die alle gesetzlich geforderten Informationen enthalten. Auch die E-Mail Signaturen sowie die Agentur-Homepages beinhalten die erforderlichen Erstinformationen. Zur Verwendung dieser Visitenkarten, E-Mail Signaturen und Agentur-Homepages werden die Ausschließlichkeitsvermittler vertraglich verpflichtet. Die Bereitstellung erfolgt ausschließlich durch die Unternehmenszentrale.

Den Erhalt der Visitenkarte bestätigt der Kunde auf dem durch die uniVersa zur Verfügung gestellten Beratungsprotokoll.

Versicherungsmakler haben eigenverantwortlich die gesetzlichen Informationspflichten gemäß Versicherungsvermittlerverordnung zu beachten. Sie erfüllen diese Pflichten in der Praxis regelmäßig durch die Überlassung ihrer Visitenkarte an den Kunden.

MGA werden vertraglich zur Einhaltung der gesetzlich geforderten Informationspflichten verpflichtet.

Die uniVersa stellt den Maklern und MGA mit der unternehmenseigenen Angebotssoftware UWE-Online ein Beratungsprotokoll zur Verfügung über welches Sie sich ebenfalls den Erhalt der Visitenkarte bestätigen lassen können.

Die Führungskräfte des Außendienstes sind angehalten, die Einhaltung der Legitimation und der gesetzlichen Informationspflichten mit zu überwachen. Darüber hinaus dient das unternehmensweite Beschwerdemanagement zur Erkennung von Missständen bei der Legitimation der Vermittler.

## **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 lang laufender Altersvorsorgeprodukte werden transparent, nachvollziehbar und objektiv auf standardisierten, vergleichbaren, branchenweit akzeptierten Verfahren dargestellt.

### **Umsetzung bei der uniVersa**

Bei der uniVersa werden bei der Einführung aller neuen Versicherungsprodukte und bei einer wesentlichen Änderung eines bestehenden Versicherungsproduktes alle rechtlichen und vertraglichen Bestandteile verständlich formuliert. Bei der Erstellung der Vertragsdokumente (Versicherungsbedingungen, Verbraucherinformationen, Produktinformationsblättern und Darstellung der möglichen künftigen Leistungen in der Lebensversicherung) werden zur Orientierung die unverbindlichen Empfehlungen des GDV und PKV-Verbandes herangezogen. Die Inhalte des Produktinformationsblattes (BIB / IPID) entsprechen den gesetzlichen Vorgaben. Sichergestellt wird dies durch das Produktfreigabeverfahren für das der festgelegte Produktentwicklungsprozess (PEP) Anwendung findet.

Alle Angebots- und vor der Antragstellung auszuhändigenden Unterlagen werden über die unternehmenseigene Angebotssoftware UWE-Online zur Verfügung gestellt. Hierüber wird sichergestellt, dass dem Kunden die wichtigsten Merkmale des Versicherungsproduktes einschließlich Ausschlüsse vom Versicherungsschutz verständlich aufgezeigt und rechtzeitig ausgehändigt werden.

Im Rahmen des Produktüberwachungsverfahrens, welches in der Leitlinie Produktaufsichts- / Produktentwicklungsregelungen geregelt ist, erfolgt eine jährliche Überprüfung und Beurteilung der Produkte dahingehend, ob sie weiterhin den Bedürfnissen, Merkmalen und Zielen des ermittelten Zielmarktes entsprechen. Dabei werden auch Produktbeschwerden in die Betrachtung einbezogen. Sofern dabei mit dem Versicherungsprodukt verbundene Umstände festgestellt werden, die nachteilige Auswirkungen auf den Kunden des betreffenden Versicherungsproduktes haben können, werden angemessene Maßnahmen und Handlungsempfehlungen erarbeitet, um die Auswirkungen zu begrenzen und ein erneutes Auftreten zu verhindern. Darüber hinaus stellt das unternehmensweite Beschwerdemanagement sicher, dass Produktbeschwerden berücksichtigt werden.

## **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.

### **Umsetzung bei der uniVersa**

Die uniVersa legt großen Wert auf die Beratungsdokumentation.

In der Ausschließlichkeitsorganisation erfolgt der Absatz unserer Produkte auf Basis des speziell hierfür entwickelten Beratungstools, dem „Versicherungs- und Vorsorgecheck“ (VVC). Im Rahmen der Beratungsgespräche wird systemgestützt der individuelle Vorsorgebedarf unter Berücksichtigung der persönlichen Situation, der bestehenden Vorsorge bzw. Absicherung und den Zielen und Wünschen des Kunden erhoben. Neben der Analyse des individuellen Risikobedarfs und der langfristigen Vorsorgeziele werden für die komplexen Versicherungsanlageprodukte die Kenntnisse und Erfahrungen, die finanziellen Verhältnisse und die Risikotragfähigkeit des Kunden (Geeignetheitsprüfung) ermittelt. Die daraus resultierende Erklärung zum Versicherungsanlageprodukt wird Bestandteil des Beratungsprotokolls. Auf Basis dieser Analyse erfolgt eine Produktempfehlung, welche zusammen mit der Be-

gründung und Entscheidung des Kunden im Beratungsprotokoll dokumentiert und dem Kunden zur Verfügung gestellt wird.

Bei Tätigkeitsaufnahme erhalten alle Ausschließlichkeitsvermittler im Rahmen eines mehrtägigen „welcome-Seminars“ neben intensiven Produktschulungen auch eine umfangreiche Unterweisung in der Anwendung des VVC. Anschließend wird der Einsatz durch die angestellten Außendienstführungskräfte regelmäßig geschult. Darüber hinaus werden die Ausschließlichkeitsvermittler vertraglich zur Einhaltung ihrer gesetzlichen Beratungs- und Dokumentationspflichten verpflichtet.

Über den Einsatz des VVC stellt die uniVersa innerhalb der Ausschließlichkeitsorganisation eine hochwertige, individuelle und bedarfsgerechte Beratung und Dokumentation sicher, bei der die empfohlenen Versicherungsprodukte zur aktuellen Lebenssituation und –planung passen. Alle Ausschließlichkeitsvermittler sind zur Dokumentation jeder Beratung verpflichtet. Versicherungsanträge ohne entsprechende Beratungsdokumentation werden nicht gezeichnet.

Ein Controlling der Beratungsprotokolle erfolgt in den Geschäftsstellen. Für die Erklärung zum Versicherungsanlageprodukt und den damit verbundenen Beratungsprotokollen erfolgt ein zentrales Controlling in der Unternehmenszentrale.

In der Vertriebspartnerorganisation hat die uniVersa nur begrenzten Einfluss auf die Art und Weise der Beratung und Beratungsdokumentation, da Versicherungsmakler Sachwalter des Kunden sind. Ähnliches gilt für die MGA, die zwar grundsätzlich im Lager des Versicherers stehen, aber wesentlich weniger stark in dessen Vertrieb eingebunden sind als die Ausschließlichkeitsvermittler. Insbesondere kann den MGA kein standardisierter Beratungsprozess vorgeschrieben werden. MGA werden jedoch vertraglich verpflichtet, ihren gesetzlichen Informations-, Beratungs- und Dokumentationspflichten nachzukommen sowie uns auf Verlangen entsprechende Unterlagen (z.B. Beratungsdokumentation, Erklärung zum Versicherungsanlageprodukt etc.) vorzulegen.

Unabhängig davon stellt die uniVersa auch Maklern und MGA mit der unternehmenseigenen Angebotssoftware UWE-Online ein Beratungsprotokoll zur Beratungsdokumentation sowie für die komplexen Versicherungsanlageprodukte ein separates Online-Tool zur Geeignetheitsprüfung zur Verfügung. Die so entstandene Erklärung zum Versicherungsanlageprodukt kann der eigenen Beratungsdokumentation beigelegt werden.

Zur Aufdeckung von Missständen bei der Beratung bzw. Beratungsdokumentation dient das unternehmensweite Beschwerdemanagement mit zentraler Beschwerdemanagementfunktion bei der uniVersa. Sollten in diesem Zusammenhang Auffälligkeiten bei den Beschwerden der Kunden zur Beratung festgestellt werden, so werden diese in der zuständigen Abteilung Vertrieb/Personal und Vertragsabteilung bearbeitet. Dabei wird insbesondere eine detaillierte Analyse vorgenommen und sofern erforderlich, angemessene Maßnahmen ergriffen.

## **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.

## **Umsetzung bei der uniVersa**

Bereits in der Geschäftsstrategie ist festgelegt, dass wir besonderen Wert auf qualitativ hochwertige Produktlösungen legen und das Leistungsspektrum jedes Produkts verständlich darzustellen ist.

Mit unserem Produktfreigabeverfahren stellen wir eine bedarfsgerechte Entwicklung und einen bedarfsgerechten Vertrieb von Versicherungsprodukten sicher. Es handelt sich dabei um ein Verfahren für die interne Freigabe zum Vertrieb und die regelmäßige Überprüfung eines jeden einzelnen Versicherungsproduktes oder jeder wesentlichen Änderung eines bestehenden Versicherungsproduktes. Die Beschreibung des Produktfreigabeverfahrens und die Maßnahmen zur Einhaltung der in diesem Zusammenhang geltenden gesetzlichen und aufsichtsrechtlichen Anforderungen finden sich in der uniVersa Leitlinie Produktaufichts- / Produktentwicklungsregelungen wieder. Die Leitlinie hat u.a. die Sicherstellung zum Ziel, dass die Versicherungsprodukte so konzipiert sind, dass sie alle nachfolgenden Kriterien erfüllen:

- sie tragen den Zielen, Interessen und Merkmalen der Kunden Rechnung;
- es wird negativen Auswirkungen auf die Kunden vorgebeugt;
- eine Benachteiligung der Kunden wird vermieden beziehungsweise gemindert und
- der ordnungsgemäße Umgang mit Interessenkonflikten wird unterstützt.

Im Rahmen des Produktüberwachungsverfahrens, welches ebenfalls in der Leitlinie Produktaufichts- / Produktentwicklungsregelungen geregelt ist, erfolgt eine jährliche Überprüfung und Beurteilung der Produkte dahingehend, ob sie weiterhin den Bedürfnissen, Merkmalen und Zielen des ermittelten Zielmarktes entsprechen und ob sie innerhalb desselben vertrieben werden.

Zur Sicherstellung des Vertriebs der Versicherungsprodukte an den definierten Zielmarkt wird im Rahmen einer Vorstudie festgelegt, welche laufenden Kontrollmaßnahmen in Abhängigkeit des bestimmten Zielmarktes jeweils vorgesehen sind. Die Vorstudie ist Bestandteil des Produktfreigabeverfahrens und wird für jedes neue Versicherungsprodukt und jede wesentliche Änderung eines bestehenden Versicherungsproduktes durchgeführt.

Einfache und verständliche Produktunterlagen erreichen wir durch das Knowhow der Produktentwickler, welche die Fähigkeiten, das Wissen und die Expertise besitzen, die notwendig sind, um die wesentlichen Charakteristika und Merkmale des Produktes sowie die Interessen, Ziele und Charakteristika des Zielmarktes richtig zu verstehen. Eine Beschreibung des erforderlichen Knowhow und die am Produktentwicklungsprozess beteiligten Personen sind in der Leitlinie Produktaufichts- / Produktentwicklungsregelungen beschrieben.

Um evtl. Fehler bei der Produktentwicklung aufzudecken, wurden die Berücksichtigung von Produktbeschwerden und Hinweise von Vertreibern explizit in der Leitlinie Produktaufichts- / Produktentwicklungsregelungen aufgenommen. Hinweise von Vertreibern können z. B. beinhalten, dass ein Produkt nicht mehr im Einklang mit dem Zielmarkt steht oder das produktbezogene Umstände bekannt werden, die nachteilige Auswirkungen auf den Kunden haben können.

Sofern dabei mit dem Versicherungsprodukt verbundene Umstände festgestellt werden, die nachteilige Auswirkungen auf den Kunden des betreffenden Versicherungsproduktes haben können, werden angemessene Maßnahmen und Handlungsempfehlungen erarbeitet, um die Auswirkungen zu begrenzen und ein erneutes Auftreten zu verhindern. Darüber hinaus stellt das unternehmensweite Beschwerdemanagement sicher, dass Produktbeschwerden Berücksichtigung finden.

## **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.

### **Umsetzung bei der uniVersa**

Auch nach Vertragsabschluss während der Laufzeit des Versicherungsvertrages stehen die Kundenanforderungen, der langfristige Kundennutzen und damit die Bedürfnisse der Kunden im Mittelpunkt unseres Handelns.

Eine Überprüfung und Veränderung des Versicherungsschutzes wird insbesondere bei sich ändernden Rahmenbedingungen, bestimmten Ereignissen und neuen Lebensabschnitten des Kunden während der Vertragslaufzeit erforderlich. Daher ist die nachhaltige Kundenbetreuung – nach Maßgabe des Kundenwunsches – Grundlage des Handelns der uniVersa. Regelmäßig erfolgt diese Beratung und Betreuung durch den zuständigen Vermittler. Wird ein Beratungsanlass durch einen Kundenkontakt im Innendienst bekannt, wird der zuständige Betreuer in geeigneter Weise und unter Berücksichtigung datenschutzrechtlicher Vorgaben über derartige Ereignisse informiert. Handelt es sich um einen Anlass, der ohne Kundenkontakt entsteht, wird der Kunde unmittelbar oder der zuständige Betreuer in Kenntnis gesetzt.

In der Ausschließlichkeitsorganisation sieht die systemgesteuerte Beratung mit dem VVC und dem daraus resultierenden Kundendokument den Hinweis vor, den persönlichen Versicherungs- und Vorsorge-Check in regelmäßigen Abständen aktualisieren zu lassen. Daher wird im Kundendokument vereinbart, die Aktualität der persönlichen Situation des Kunden spätestens nach Ablauf von 12 Monaten erneut zu überprüfen.

Die Ausschließlichkeitsvermittler und MGA sind vertraglich dazu verpflichtet, die Betreuung des Bestandes sowie die Verlängerung, Anpassung und Aktualisierung von Versicherungsverträgen aufgrund geänderter Richtlinien und / oder Bedarfssituationen der Kunden vorzunehmen. Darüber hinaus werden sie verpflichtet im Schaden- und Leistungsfall mitzuwirken.

Bei Maklern hat die uniVersa nur begrenzten Einfluss auf die Art und Weise der Beratung nach Vertragsabschluss, da Versicherungsmakler Sachwalter des Kunden sind.

Im Schaden- und Leistungsfall ist uns eine kundenorientierte Leistungsbearbeitung besonders wichtig. In der Geschäftsstrategie sind hierzu strategische Ansätze und Erfolgsfaktoren verankert. Bei der Schadenbearbeitung setzen wir auf eine hohe Bearbeitungsgeschwindigkeit und -qualität. Wir setzen deshalb auf schnelle Reaktionszeiten gegenüber allen am Versicherungsfall Beteiligten und fördern dies mit technischer Unterstützung, z. B. der RechnungsApp und eAbrechnung in der Krankenversicherung. Wir setzen auf eine verständliche und wertschätzende Kommunikation auf dem vom Kunden gewählten Weg. Dort wo es sinnvoll ist, bieten wir über die vertraglichen Ansprüche hinaus zusätzliche Services im Leistungsfall an, die keinen Mehrbeitrag erfordern. In der Krankenversicherung ist das z. B. die Möglichkeit, eine ärztliche Zweitmeinung einzuholen oder Unterstützung bei der Suche nach Ärzten und Krankenhäusern, die auf seltene oder schwere Erkrankungen spezialisiert sind. Im Bereich der Allgemeinen Versicherung ist das u. a. die Beratung und Unterstützung unserer Kunden über die eigentliche Schadenzahlung hinaus („Case Management“). Unser Ziel ist es, den Kunden im Schadenfall zu begleiten.

Zur Aufdeckung von Missständen bei der Beratung und Betreuung nach Vertragsabschluss insbesondere bei der Schaden- und Leistungsbearbeitung, dient das unternehmensweite Beschwerdemanagement mit zentraler Beschwerdemanagementfunktion bei der uniVersa. Sollten in diesem Zusammenhang Auffälligkeiten bei den Beschwerden der Kunden festgestellt werden, so werden diese in der jeweils zuständigen Fachabteilung bearbeitet.

Abwerbungen von Versicherungsverträgen sind per se nicht negativ für den Kunden. Eine Abwerbung bzw. Umdeckung kann den bestehenden Versicherungsschutz auf den neuesten Stand bringen oder gegebenenfalls Versicherungs- / Versorgungslücken schließen. Abwerbungen bzw. Umdeckungen sind daher nicht grundsätzlich ausgeschlossen. Sie sind immer nur unter Beachtung wettbewerbskonformer Mittel zulässig. Hierzu haben der GDV und der PKV-Verband zusammen mit Verbänden des Versicherungsaußendienstes die „Wettbewerbsrichtlinien der Versicherungswirtschaft“ formuliert.

Ausschließlichkeitsvermittler werden in ihren Verträgen ausdrücklich auf die Beachtung wettbewerbsrechtlicher Vorschriften, insbesondere auf die Wettbewerbsrichtlinien der Versicherungswirtschaft, hingewiesen. Diese werden zusammen mit den Agenturverträgen ausgehändigt. Eine Ausspannung von Versicherungen und der Versuch der Ausspannung werden dabei untersagt. Für durch Ausspannung gewonnene Verträge besteht kein Anspruch auf Vergütung. Sollte eine Umdeckung auf Kundenwunsch erfolgen, so ist dies in das Beratungsprotokoll aufzunehmen einschließlich des Hinweises, dass sich die Umdeckung nachteilig auswirken könnte.

MGA werden ebenfalls in Ihren Verträgen ausdrücklich auf die Beachtung wettbewerbsrechtlicher Vorschriften, insbesondere auf die Wettbewerbsrichtlinien der Versicherungswirtschaft, hingewiesen. Eine Ausspannung von Versicherungen und der Versuch der Ausspannung werden untersagt. Für durch Ausspannung gewonnene Verträge besteht kein Anspruch auf Vergütung.

Bei Maklern hat die uniVersa nur begrenzten Einfluss auf die Art und Weise der Beratung und Beratungsdokumentation, da Versicherungsmakler Sachwalter des Kunden sind. Der Makler ist gegenüber dem Kunden im Falle einer Falsch- oder fehlerhaften Beratung zum Schadensersatz verpflichtet.

Zur Sicherstellung einer bedarfsgerechten Kundenberatung werden ab bestimmten Beitragshöhen oder bei sonstigen Verdachtsmomenten Versicherungsanträge durch die jeweilige Führungskraft recherchiert. In diesem Zusammenhang ist die Prüfung vorgesehen, ob bereits gleichartige Versicherungen der Kunden bei anderen Gesellschaften bestehen oder bestanden.

Darüber hinaus werden im Rahmen des unternehmensweiten Beschwerdemanagements Beschwerden von Kunden zu unzulässigen Abwerbungen / Umdeckungen berücksichtigt. Bei Verstößen werden alle Einzelfallumstände individuell beurteilt und angemessene Konsequenzen gezogen.

## **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 Werbeaufendienst zu Beginn ihrer Tätigkeit eine IHK-Prüfung ablegen zu lassen.

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

### **Umsetzung bei der uniVersa**

Bei der Anbindung von Vermittlern, unabhängig vom Vertriebsweg werden alle gesetzlichen und aufsichtsrechtlichen Vorgaben berücksichtigt. Die Kriterien für eine Zuverlässigkeitskontrolle ergeben sich

aus den gesetzlichen Grundlagen des Versicherungsaufsichtsgesetzes (VAG), der Gewerbeordnung (GewO) und der darauf beruhenden Verwaltungsvorschriften. Die Erfüllung der Zuverlässigkeitskriterien wird jeweils vor Beginn der Zusammenarbeit geprüft. Während der Zusammenarbeit erfolgt die Prüfung anlassbezogen bzw. im Rahmen eines monatlichen Stichprobenverfahrens. Sofern sich im Ergebnis Zweifel an der Zuverlässigkeit ergeben, werden Maßnahmen ergriffen, die bis zur Beendigung der Zusammenarbeit mit dem betroffenen Vermittler führen können.

Bei der Überprüfung der geordneten Vermögensverhältnisse werden Wirtschafts- und Bonitätsauskünfte eingeholt und daher auf die Vorlage von Auszügen aus dem Schuldnerverzeichnis bewusst verzichtet, da es sich hierbei unserer Auffassung nach nicht um geeignete Auskünfte handelt.

Zusätzlich nimmt die uniVersa am Auskunftsverfahren der Auskunftsstelle über Versicherungs-/Bausparkassenaußendienst und Versicherungsmakler in Deutschland e.V. (AVAD) teil.

Für die Ausschließlichkeitsorganisation werden gemäß aufsichtsrechtlicher Vorgaben vor Vertragsbeginn Führungszeugnis und der Auszug aus dem Gewerbezentralregister im Original eingesehen und im Hinblick auf die Zulässigkeit der Zusammenarbeit bewertet.

Für die Einhaltung der erforderlichen Qualifikation werden die Maßgaben der Versicherungsvermittlungsverordnung (VersVermV) zu Grunde gelegt. Vermittler die nicht im Besitz der notwendigen Sachkunde sind, werden vertraglich dazu verpflichtet diese innerhalb einer angemessenen Frist zu erwerben. Die Organisation erfolgt über die interne Schulungsabteilung uniAKAD.

Die vorgenannten Vorgehensweisen gelten ohne Ausnahme auch für die angestellten Führungskräfte und Mitarbeiter der Geschäftsstellen.

Die für die uniVersa tätigen Vermittler verpflichten sich im Rahmen ihrer Anbindung auch für ihre vertriebsnahen Mitarbeiter zur Einhaltung und Überprüfung der gesetzlichen Vorgaben zur Zuverlässigkeit, den geordneten Vermögensverhältnissen, Qualifikation und Weiterbildung.

Seit 23.02.2018 sind alle Vermittler, unabhängig vom Vertriebsweg und alle unmittelbar oder maßgeblich am Vertrieb beteiligten Personen gesetzlich verpflichtet, sich in einem Umfang von 15 Stunden je Kalenderjahr weiterzubilden.

Als akkreditierter Bildungsdienstleister der Brancheninitiative „gut Beraten“ bietet die uniVersa allen Vermittlern und am Vertrieb beteiligten Personen für die laufende Weiterbildung eigene Schulungsveranstaltungen z. B. in Form von Präsenzveranstaltungen, Zertifizierungen oder Webinaren zu unterschiedlichen Themen zur Sicherstellung der laufenden Qualifikation und zur Qualifikation in Bezug auf Produktneuerungen an. Im Rahmen dieser Initiative legt die uniVersa als Trusted Partner Weiterbildungskonten für Versicherungsvermittler bei der Trusted German Insurance Cloud (TGIC) an und meldet als akkreditierter Bildungsdienstleister Bildungszeiten an die Weiterbildungsdatenbank des Berufsbildungswerks der Deutschen Versicherungswirtschaft e. V.

Die Rahmenbedingungen für die Organisation und Durchführung von Schulungsveranstaltungen inkl. Weiterbildungsmaßnahmen sind in einer internen Schulungsrichtlinie verankert.

Alle Vermittler der Ausschließlichkeitsorganisation der uniVersa werden vertraglich verpflichtet ihre gesetzlich vorgeschriebene Weiterbildungszeit durch das von der uniVersa angebotene Bildungsprogramm zu generieren. Damit soll ein möglichst einheitlicher Stand bei der laufenden Weiterbildung innerhalb der Ausschließlichkeitsorganisation sichergestellt werden.

Die Erfüllung der gesetzlichen Weiterbildungszeiten wird laufend überprüft. Das monatliche Weiterbildungscontrolling gibt dabei regelmäßig einen Überblick über den Stand der Bildungszeiten innerhalb der Ausschließlichkeitsorganisation. Eine Zusammenarbeit erfolgt mit erlaubnispflichtigen und erlaubnisbefreiten Vermittlern nur dann, wenn die gesetzlichen Weiterbildungszeiten in vollem Umfang generiert wurden.

Bei Maklern und MGA obliegt die Überprüfung der Erfüllung der gesetzlichen Weiterbildungspflichten der Industrie- und Handelskammer als erlaubniserteilende Behörde. Prüfungen durch die uniVersa erfolgen anlassbezogen.

Werden die Voraussetzungen nicht mehr erfüllt, erfolgt eine Beendigung der Zusammenarbeit.

## **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.

### **Umsetzung bei der uniVersa**

Die uniVersa achtet darauf, die Unabhängigkeit des Maklers zu wahren. Die Zusammenarbeit erfolgt auf Basis standardisierter Courtagezusagen, deren Erteilung und aller damit in Verbindung stehender Unterlagen inkl. deren Anpassung ausschließlich durch die Unternehmenszentrale erfolgt.

Die Vergütung der uniVersa entspricht den gesetzlichen Vorgaben und stellt keinen Anreiz dar, der den Makler in seiner Eigenschaft als Sachwalter des Kunden beeinflusst. Ebenso wenig begründen die Vergütungen Fehlanreize für den Makler im bestmöglichen Kundeninteresse zu handeln.

Die uniVersa führt keine Incentives und Wettbewerbe für Vertriebspartner (Makler und MGA) durch. Dies ist in der „Richtlinie für Incentives im Außendienst der uniVersa“ geregelt.

Die Beauftragung eines Maklers als Dienstleister und dessen Vergütung durch die uniVersa erfolgt nur dann, wenn bei der Erbringung der Dienstleistung ein Interessenkonflikt für den Makler ausgeschlossen ist und kein unmittelbarer Zusammenhang zum Abschluss eines Versicherungsvertrages besteht. Weitere Voraussetzung hierfür ist eine aus der Dienstleistung resultierende Kostenersparnis für die uniVersa.

## **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.

### **Umsetzung bei der uniVersa**

Als Serviceversicherer zeichnen uns Kundenorientierung, Kompetenz und Qualität aus. Dies wird auch im Umgang mit einer Unzufriedenheit unserer Kunden gelebt. Wir nehmen Anliegen jederzeit ernst, um stets ein fairer und verlässlicher Partner zu sein.

Um einen unternehmensweiten Standard bei der Bearbeitung von Kundenbeschwerden sicherzustellen wurde die „Leitlinie zur Kundenzufriedenheit“ etabliert. Diese beinhaltet neben dem Prozess zur Beschwerdebearbeitung auch die Festlegung von Zuständigkeiten und Bearbeitungsfristen. Alle Beschwerden werden in einer zentralen Beschwerdedatenbank erfasst und zur stetigen Verbesserung der Kundenzufriedenheit regelmäßig ausgewertet. Dadurch erhalten wir einen Einblick in die Sichtwei-



se der Kunden, erfahren unser Entwicklungspotenzial, aber auch unsere Stärken. Auf der uniVersa-Homepage ist im Bereich Kundenservice eine Rubrik Kundenzufriedenheit hinterlegt. Dort finden Kunden sämtliche Kommunikationswege über die sie eine Beschwerde an die uniVersa richten können. Des Weiteren ist dort ein Merkblatt mit allen relevanten Informationen zu möglichen Beschwerdestellen u.a. zum Ombudsmannsystem hinterlegt.

Unabhängig davon werden alle uniVersa Kunden in den Verbraucherinformationen, die Bestandteil der Angebotsunterlagen sind, auf das bestehende Ombudsmannsystem hingewiesen. Der Hinweis auf den Ombudsmann findet sich ebenso auf den Visitenkarten der Ausschließlichkeitsvermittler sowie auf den Agentur-Homepages im Impressum und auf dem Merkblatt „Kundenzufriedenheit“ im Bereich Kundenservice.

## **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.

### **Umsetzung bei der uniVersa**

Wir verstehen uns als Serviceversicherer und legen Wert auf kompetenz- und serviceorientierte Bearbeitung. Qualität ist ein Wert, der für uns oberste Priorität besitzt. Wir richten unser Handeln an hohen ethischen und rechtlichen Standards aus. Diesen Ansprüchen in jeder Situation gerecht zu werden, ist unser Ziel. Denn nur wer weiß, welche (u.a. gesetzlichen) Rahmenbedingungen gelten, kann auch eine hohe Qualität gegenüber Kunden und Vertrieb erbringen. Compliance setzt bei uns genau da an und liefert so einen wertvollen Beitrag für uns als Qualitätsversicherer. Unser Verständnis von Compliance bezieht sich dabei in erster Linie auf „Regeltreue“. Zu wissen, was man wann und wie machen darf, ist eine wichtige Grundlage für unser tägliches Arbeiten.

Mit Wirkung zum 01.03.2014 wurde erstmals die "Leitlinie zur Compliance-Funktion der uniVersa - Schlüsselfunktion" vom Vorstand beschlossen. Diese Leitlinie regelt im Wesentlichen den Aufbau der Compliance-Funktion und enthält zudem alle wichtigen und wesentlichen Aufgaben und Zuständigkeiten der Compliance-Funktion. Verbindliche Compliance-Vorschriften zur Beachtung der wettbewerbsrechtlichen Vorschriften, zur 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 sind in folgenden Unternehmens-Richtlinien geregelt:

- Richtlinie zu Zuwendungen von Dritten an Mitarbeiter (Richtiger Umgang mit Geschenken und Einladungen)
- Richtlinie für Incentives im Außendienst
- Richtlinie für die Organisation und Durchführung von Tagungen und Schulungen im Außendienst
- Richtlinie für Zuwendungen im Außendienst

Die Versicherungsvertreter der uniVersa sind vertraglich zur Einhaltung der geltenden gesetzlichen Regelungen und Vorschriften verpflichtet. Überprüfungen hierzu erfolgen anlassbezogen. Verstöße gegen Compliance-Vorschriften werden nicht toleriert und entsprechend sanktioniert.

Der Datenschutz ist für die uniVersa Versicherungsunternehmen ein vorrangiges Anliegen. Zur Sicherung der in den uniVersa Versicherungsunternehmen zusammenfließenden personenbezogenen Daten ist das uniVersa-Datenschutz-Konzept erstellt worden. Das Datenschutzkonzept berücksichtigt die nach BSI (Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik) erforderlichen Aspekte bei der Erstellung eines Datenschutzkonzepts. Das Datenschutzkonzept und die Anlage (technische und organisatorische Maßnahmen der uniVersa Versicherungen zur Einhaltung der Anlage zu § 9 BDSG) sind am 01.07.2011 in Kraft getreten.

Zum 01.01.2014 sind die uniVersa Versicherungsgesellschaften den Verhaltensregeln für den Umgang mit personenbezogenen Daten durch die Versicherungswirtschaft, dem sog. Code of Conduct (CoC) beigetreten.

Auf Grund in Kraft treten der europäischen Datenschutzgrundverordnung (EU-DSGVO) wurde das bestehende Datenschutz-Management-System (DMS) erweitert und an die damit einhergehenden Neuerungen angepasst. Alle Datenschutz- und CoC-relevanten Themen finden sich in den nachfolgenden Richtlinien wieder:

- Datenschutzrichtlinie Testverfahren und Incidents
- Datenschutzrichtlinie Verarbeitung personenbezogener Daten
- Datenschutzrichtlinie Zugriffsrechte
- Datenschutzrichtlinie Meldeverfahren bei Datenschutzverletzungen
- Datenschutzrichtlinie Risikobewertung von Datenschutzverletzungen
- Datenschutzrichtlinie Bußgeldverfahren
- Datenschutzrichtlinie Sperren und Löschen: E-mail-Accounts und Laufwerke
- Datenschutzrichtlinie Beauftragung externer Dienstleister
- Datenschutzrichtlinie Automatisierte Einzelfallentscheidung einschl. Profiling

Alle neuen Mitarbeiter im Innen- und Außendienst erhalten zu Vertragsbeginn eine intensive Unterweisung zu den Themen Datenschutz und Compliance. Darüber hinaus wird in regelmäßigen Abständen über diese Themen informiert und geschult. Dies ist fester Bestandteil des unternehmensweiten Compliance- und Datenschutzmanagementsystems.

## **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.

### Umsetzung bei der uniVersa

Die uniVersa arbeitet nur mit Vertriebspartnern zusammen, welche die gesetzlichen Rahmenbedingungen einhalten. Bei Verstößen wird die uniVersa unter Berücksichtigung aller Einzelfallumstände angemessene Konsequenzen ziehen, die letztlich bis zur Beendigung der Zusammenarbeit führen können.

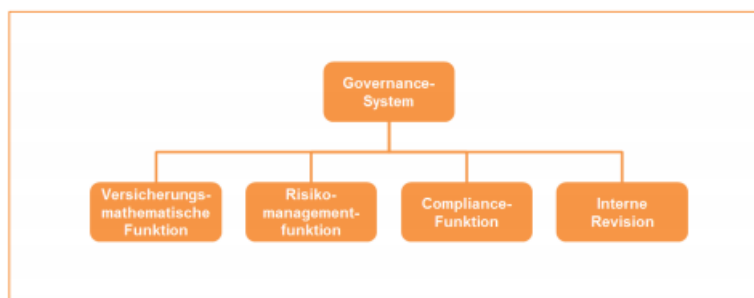
Zur Qualitätssicherung und zur kontinuierlichen Verbesserung der Prozesse lässt die uniVersa alle drei Jahre durch eine unabhängige interne Stelle prüfen, ob die Grundsätze des GDV-Verhaltenskodex angemessen umgesetzt wurden.

Der Verhaltenskodex ist Bestandteil der Agenturverträge und ist auf der uniVersa-Homepage veröffentlicht.

## 6 Compliance-Organisation

Die Compliance-Organisation regelt die Rollen und Verantwortlichkeiten sowie die Ablauf- und Aufbauorganisation des CMS in der uniVersa. Diese ist damit relevanter Bestandteil der Unternehmensorganisation.

Die Compliance-Funktion ist Teil des Governance-Systems und fügt sich wie folgt ein:



Quelle: Eigene Darstellung

Wesentliche Geschäftsprozesse der Compliance-Funktion sind im unternehmensweiten Geschäftsprozessmanagementsystem abgebildet und unterliegen einer mindestens jährlichen Überprüfung. Bei den Prozessen handelt es sich insbesondere um:

- Jährlicher Compliance-Bericht
- Jährliche Audits
- Verfahren bei Compliance-Verstößen

Die Aufgaben der Compliance-Funktion ergeben sich dabei aus den zugrunde liegenden gesetzlichen sowie regulatorischen Rahmenbedingungen. Darüber hinaus können in Anlehnung an die Compliance-Ziele weitere Tätigkeiten in den Fokus rücken. Stellenbeschreibungen für den Compliance-Officer (sowie Stellvertreter) sowie die Compliance-Mitarbeiter im Compliance-Team sind regelmäßig zu überprüfen.

Compliance ist dabei dezentral organisiert. Im Innendienst sieht die Aufbauorganisation wie folgt aus: Bei den Compliance-Beauftragten handelt es sich in der Regel um die F1-Führungskräfte unterhalb des Vorstandes, da diese zusätzlich zumeist auch die Risiko- und Prozessverantwortung für ihren Bereich übernehmen. Die Compliance Beauftragten werden von Seiten Compliance ernannt. Daneben sind auch die Unternehmensbeauftragten Bestandteil der Compliance-Aufbauorganisation. Stellenbeschreibungen existieren auch für die Compliance- und Unternehmensbeauftragten. Die Schnittstellen (gerade auch zu den Unternehmensbeauftragten) werden in einem gesonderten Schnittstellenpapier hinterlegt.



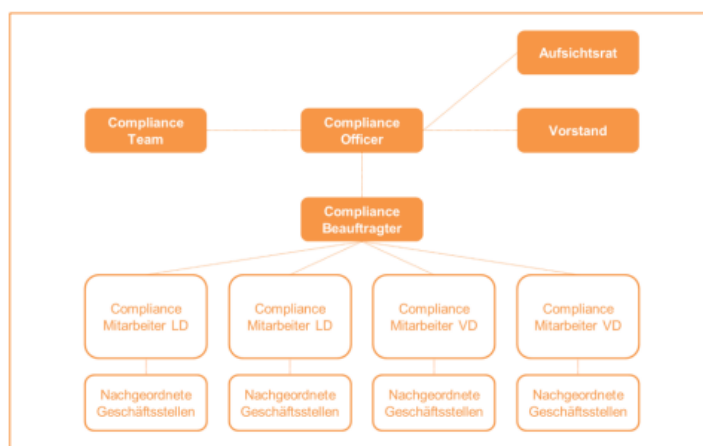
Quelle: Eigene Darstellung

Der Compliance-Beauftragte der Abteilung Vertrieb, Personal und Vertragsabteilung (VPV) ist zudem Compliance-Beauftragter für den Außendienst (Aufbauorganisation nachfolgend). Dabei wird dieser von Compliance-Mitarbeitern in den Vertriebs- und Landesdirektionen unterstützt. Die Compliance-Mitarbeiter sind in jeder Landes- sowie Vertriebsdirektion implementiert. Deren Stellenbeschreibung ist dabei regelmäßig zu aktualisieren. Die Compliance-Mitarbeiter sind auch für die jeweils nachgeordneten Geschäftsstellen zuständig.

## 7 Compliance-Kommunikation

Die Verhaltensregeln werden sowohl intern als auch extern kommuniziert. Intern werden alle Mitarbeiter über die Verhaltensmaßstäbe und Grundsätze durch Intranet-Veröffentlichungen informiert. Die wesentlichen Inhalte finden Mitarbeiter dauerhaft im speziell dafür eingerichteten Bereich im uniVersa-Intranet.

Ein Hinweis auf die Gültigkeit der Grundsätze des GDV-Verhaltenskodex ist in den Agenturverträgen der Ausschließlichkeitsvermittler enthalten.



Quelle: Eigene Darstellung

## 8 Compliance-Überwachung und Verbesserung

Die Angemessenheit und Wirksamkeit des CMS wird regelmäßig überwacht und dementsprechend dokumentiert. Etwaige Schwachstellen oder Verbesserungspotentiale sollen im Sinne eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses (KVP) identifiziert und deren Umsetzung geplant werden. Werden Regelverstöße festgestellt, sind diese je nach Wesentlichkeit zu dokumentieren, zu melden und zu beseitigen. Wichtig ist hierbei, geeignete Maßnahmen zu ergreifen, um das zukünftige Eintreten des Regelverstößes zu vermeiden bzw. das Risiko des Eintretens zu reduzieren.

Die interne Überprüfung des CMS ist jährlich zu planen und anhand einer hierfür entwickelten Checkliste vorzunehmen. Zu ergreifende Maßnahmen sind zu beschreiben und deren Umsetzung zu planen.

Auch die dem CMS zugrunde liegenden Geschäftsprozesse werden jährlich überprüft und im Bedarfsfall an geänderte Verfahren angepasst. Auch unterliegen die Compliance-Beauftragten, die Mitarbeiter des Compliance-Teams (Compliance-Officer, stv. Compliance-Officer sowie Compliance-Mitarbeiter) und die Compliance-Mitarbeiter im Außendienst einer Interessenkonfliktprüfung. Diese hat jährlich zu erfolgen und wird dem Compliance-Officer übermittelt. Die fachliche Eignung („fit“) des Compliance-Officer, dessen Stellvertreter und der Compliance-Mitarbeiter im Compliance-Team wird durch jährliche Weiterbildungsmaßnahmen gewährleistet. Neben dem Thema Fortbildung spielt hierbei auch das Thema Informationsbeschaffung, z.B. durch die Teilnahme an Kongressen bzw. Sichtung von Literatur (u.a. Newsletter oder Journals), eine große Rolle.