

Prüfungsbericht

Prüfung der Angemessenheit des Compliance-
Management-Systems zur Umsetzung geeigne-
ter Grundsätze und Maßnahmen zur Einhaltung
des Verhaltenskodex für den Vertrieb von Versi-
cherungsprodukten des Gesamtverbands der
Deutschen Versicherungswirtschaft e.V. (GDV)
zum 1. Februar 2024

Uelzener Allgemeine Versicherungs-
Gesellschaft a. G.

Uelzen

Inhaltsverzeichnis

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

Anlagenverzeichnis

Das Compliance-Management-System (CMS) der Uelzener Allgemeine Versicherungs-Gesellschaft a. G. zur Einhaltung des GDV-Verhaltenskodex für den Vertrieb von Versicherungsprodukten 2023	Anlage 1
Allgemeine Auftragsbedingungen	Anlage 2

1. Prüfungsauftrag

Mit Schreiben vom 3. April 2023 haben die gesetzlichen Vertreter der

Uelzener Allgemeine Versicherungs-Gesellschaft a. G.
(im Folgenden: „Uelzener“)

die Ebner Stolz GmbH & Co. KG (jetzt: RSM Ebner Stolz GmbH & Co. KG), Stuttgart, Zweigniederlassung Frankfurt am Main, beauftragt, zum Stichtag 1. Februar 2024 eine Prüfung der in nachstehender Anlage 1 beigefügten Beschreibung zur Angemessenheit ihres Compliance-Management-Systems mit Stand vom 13. Dezember 2023 (im Folgenden: „CMS-Beschreibung“) im Hinblick auf die Umsetzung der Anforderungen aus dem Verhaltenskodex für den Vertrieb von Versicherungsprodukten des Gesamtverbands der Deutschen Versicherungswirtschaft e.V. (GDV) - mit Stand vom 25. September 2018 - (im Folgenden auch: „GDV-Verhaltenskodex“) durchzuführen.

Unter einem Compliance-Management-System sind die Grundsätze und Maßnahmen eines Unternehmens zu verstehen, die auf die Sicherstellung eines regelkonformen Verhaltens des Unternehmens und seiner Mitarbeiter sowie ggf. Dritten abzielen, d.h. auf die Einhaltung bestimmter Regeln und damit auf die Verhinderung von wesentlichen Verstößen gegen Regeln in abgegrenzten Teilbereichen (Regelverstöße). Unser Auftrag bezog sich auf die Beurteilung der Angemessenheit der in der als Anlage 1 beigefügten CMS-Beschreibung aufgeführten Grundsätze und Maßnahmen für die Umsetzung der Anforderungen aus dem GDV-Verhaltenskodex. Die Prüfung der Angemessenheit erstreckt sich auch darauf, ob die dargestellten Grundsätze und Maßnahmen tatsächlich zum 1. Februar 2024 implementiert waren. Weitergehende Prüfungen, insbesondere zu Beurteilung der Wirksamkeit der dargestellten Grundsätze und Maßnahmen, haben wir auftragsgemäß nicht vorgenommen.

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

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

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

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

2. Gegenstand, Art und Umfang der Prüfung

Gegenstand unserer Prüfung waren die in der als Anlage 1 beigefügten CMS-Beschreibung vom 13. Dezember 2023 enthaltenen Aussagen über die Umsetzung der Anforderungen aus dem GDV-Verhaltenskodex unter Beachtung der in Ziffer 1 genannten Begrenzungen. Der Vorstand der Uelzener hat die als Anlage 1 beigefügte CMS-Beschreibung am 13. Dezember 2023 beschlossen. Bei der Konzeption der CMS-Beschreibung hat die Gesellschaft den GDV-Verhaltenskodex in der Version vom 25. September 2018 sowie als weitere Konkretisierung der Anforderungen des GDV-Verhaltenskodex die vom GDV seinen Mitgliedsunternehmen empfohlenen Verfahrensregelungen zum angepassten Verhaltenskodex des GDV für den Vertrieb von Versicherungsprodukten vom 25. September 2018 und die FAQs zum Verhaltenskodex 2018 des GDV zum Vertrieb von Versicherungsprodukten vom 25. September 2018 zugrunde gelegt.

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

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

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

Wir haben unsere Prüfung auf der Grundlage der für Wirtschaftsprüfer geltenden Berufspflichten unter Beachtung des IDW Prüfungsstandards: Grundsätze ordnungsmäßiger Prüfung von Compliance Management Systemen (IDW PS 980) durchgeführt (der IDW Prüfungshinweis: Einzelfragen zur Prüfung des Verhaltenskodex des Gesamtverbands der Deutschen Versicherungswirtschaft für den Vertrieb von Versicherungsprodukten (IDW PH 9.980.1) wurde zwischenzeitlich aufgehoben). Nach dem IDW Prüfungsstandard PS 980 haben wir die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass wir mit hinreichender Sicherheit beurteilen können, ob die in der CMS-Beschreibung enthaltenen Aussagen über die Grundsätze und Maßnahmen des CMS in allen wesentlichen Belangen angemessen dargestellt sind, dass die dargestellten Grundsätze und Maßnahmen in Übereinstimmung mit den angewandten CMS-Grundsätzen geeignet sind, mit hinreichender Sicherheit sowohl Risiken für wesentliche Verstöße gegen den GDV-Verhaltenskodex mit Stand vom 25. September 2018 einschließlich der in der CMS-Beschreibung dargestellten Konkretisierungen rechtzeitig zu erkennen als auch solche Regelverstöße zu verhindern und dass die Grundsätze und Maßnahmen bei der Uelzener zum 1. Februar 2024 implementiert waren.

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

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

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

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

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

Wir haben unsere Prüfung (mit Unterbrechungen) in der Zeit vom 3. November 2023 bis zum 28. Februar 2024 durchgeführt.

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

3. Feststellung zum CMS

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

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

Die Uelzener vertreibt ihre Versicherungsprodukte über Vertriebspartner in Form von Generalagenturen, Maklern, Mehrfachagenten und Kooperationspartnern sowie zum Prüfungstichtag 1. Februar 2024 zunehmend verstärkt über den Direktvertrieb einschließlich des Online-Vertriebs.

Zur Sicherstellung des Kundenbedürfnisses als Mittelpunkt der Beratung und Vermittlung werden den Generalagenturen mit der „Vertriebs-Richtlinie für die Generalagenturen“ bzw. den Mitarbeitenden der Uelzener mit der „Vertriebs-Richtlinie für die Mitarbeitenden“ Vorgaben zum bedarfsgerechten Beratungsprozess gemacht. Die „Vertriebs-Richtlinie für die Generalagenturen“ ist im Agenturvertrag eingebunden und wird jährlich neu mit den Generalagenturen verbindlich vereinbart. So wird sichergestellt, dass die individuelle Risikosituation und der daraus resultierende Versicherungsbedarf des Kunden vor Abgabe der Empfehlung strukturiert analysiert und die Wünsche und Prioritäten des Kunden berücksichtigt werden. Die Provisionsgrundsätze der Uelzener für ihre neuen Vertriebspartner sind geprägt durch ein festes, starres Vergütungssystem. Es sieht bei der Zusammenarbeit keine Abschlussprovision, sondern lediglich die Zahlung einer laufenden Provision vor. Zudem ist die maximale Laufzeit für Neuverträge mit Endkunden auf drei Jahre begrenzt worden.

Für eine eindeutige und klare Legitimation gegenüber dem Kunden hat die Uelzener die Vermittler verpflichtet, bei Erstkontakt unaufgefordert klar und eindeutig ihren Status offenzulegen.

Um die Ziele, Wünsche und Bedürfnisse der Kunden einschließlich etwaiger Nachhaltigkeitsaspekte zu ermitteln und um sicherzustellen, dass die angebotenen Produkte, Leistungen und Services auch diesen Zielen, Wünschen und Bedürfnissen entsprechen, führt die Gesellschaft Marktbeobachtungen einschließlich Umfragen von Marktforschungsinstituten durch, deren Ergebnisse analysiert und bewertet werden. Im direkten Kontakt mit dem Kunden werden dessen Anlass, Ziele, Vorstellungen und der Bedarf des Kunden ermittelt.

In der „Vertriebs-Richtlinie für Generalagenturen“ und der „Vertriebs-Richtlinie für die Mitarbeitenden“ sind u.a. die Beratungsdokumentation, das Beratungsprotokoll und die Konsequenzen bei Nichtvorlage von Beratungsprotokollen geregelt. Die Beratungsprotokolle werden von der Uelzener zum jeweiligen Vertrag digital archiviert.

Um die bedarfsgerechte Entwicklung sowie die Einfachheit und Verständlichkeit von Versicherungsprodukten sicherzustellen, hat die Uelzener die POG- und Produktrichtlinie erlassen, die unter anderem die Definition des Begriffs „Produkt“ und Vorgaben zu einfachen und verständlichen Produkten sowie zum Informationsblatt zu Versicherungsprodukten enthält. Zu jeder Produktentwicklung wird der jeweilige Zielmarkt festgelegt, beschrieben, dokumentiert und archiviert. Die Informationen zum Zielmarkt werden allen Vertriebskanälen zur Verfügung gestellt. Um die Beratungspflicht der Kunden im Hause und durch die Generalagenturen auch nach Vertragsabschluss sicherzustellen, hat die Uelzener für die Beratung des Kunden nach Maßgabe seiner Wünsche und Bedürfnisse mögliche Anlässe für Beratungsleistungen identifiziert, die in der Vertriebs-Richtlinie für Generalagenturen sowie in der Vertriebs-Richtlinie für Mitarbeiter enthalten sind.

Die Uelzener arbeitet nur mit Vermittlern zusammen, die hinreichend qualifiziert, zuverlässig und gut beleumundet sind, die die Grundsätze des GDV-Verhaltenskodex oder eines vergleichbaren Kodex als Mindeststandard anerkennen und praktizieren und die sich nachweislich laufend weiterbilden. Dies gilt für beratend tätige Mitarbeiter im Innendienst der Uelzener, für die Generalagenturen, die von der Uelzener unterstützt werden, und für die weiteren Vertriebswege.

Den Umgang mit Zusatzvergütungen (unter anderem Bonifikationen oder Werbekostenzuschüsse) hat die Uelzener in einer eigenständigen Richtlinie „Zusatzvergütungen“ geregelt.

Die Uelzener hat unternehmensübergreifend ein systematisches Beschwerdemanagement aufgebaut und hierzu die Beschwerdemanagement-Richtlinie erlassen. Die Versicherungsvermittler werden zudem verpflichtet, die Kunden auf das bestehende Ombudsmannsystem durch bspw. Visitenkarten, Versicherungsbedingungen, die Website oder den E-Mail-Footer textlich hinzuweisen.

Im Zusammenhang mit den Compliance-Vorschriften hat die Uelzener für sich, die Tochtergesellschaften, die Mitarbeiter und die Generalagenturen die „Compliance-Richtlinie der Uelzener Versicherungen“ bzw. die „Compliance-Richtlinie für die Generalagenturen“ erlassen, die unter anderem Regelungen zum Umgang mit Zuwendungen und Geschenken, zu Interessenskonflikten und zum Thema „Antikorruption“ enthalten. Mit Maklern arbeitet die Uelzener nur zusammen, wenn sie die Mindeststandards des GDV-Verhaltenskodex oder eines vergleichbaren Kodex als verbindlich anerkennen.

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

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

4. Prüfungsurteil

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse sind die in der CMS-Beschreibung enthaltenen Aussagen über die Grundsätze und Maßnahmen des CMS in Bezug auf den GDV-Verhaltenskodex für den Vertrieb in allen wesentlichen Belangen angemessen dargestellt. Die in der CMS-Beschreibung dargestellten Grundsätze und Maßnahmen sind in Übereinstimmung mit den angewandten CMS-Grundsätzen geeignet, mit hinreichender Sicherheit sowohl Risiken für wesentliche Verstöße gegen den GDV-Verhaltenskodex einschließlich der in der CMS-Beschreibung dargestellten Konkretisierungen rechtzeitig zu erkennen als auch solche Regelverstöße zu verhindern. Die Grundsätze und Maßnahmen wurden zum 1. Februar 2024 implementiert.

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

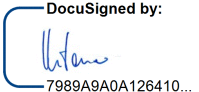
Die CMS-Beschreibung für die Umsetzung der Leitsätze des GDV-Verhaltenskodex bei der Uelzener wurde zum 13. Dezember 2023 erstellt. Jede Übertragung dieser Angaben auf einen zukünftigen Zeitpunkt birgt die Gefahr, dass wegen zwischenzeitlicher Änderungen des CMS falsche Schlussfolgerungen gezogen werden.

Frankfurt am Main, 25. März 2024

RSM Ebner Stolz GmbH & Co. KG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Steuerberatungsgesellschaft

DocuSigned by:

2CA9972689A24B3...
Jürgen Krieg
Wirtschaftsprüfer

DocuSigned by:

7989A9A0A126410...
Dr. Martin Hartauer
Wirtschaftsprüfer

Anlagen

Vorstand der Uelzener Allgemeine Versicherungs-Gesellschaft a. G.

Das Compliance-Management-System (CMS) zur Einhaltung des GDV-Verhaltenskodex für den Vertrieb von Versicherungsprodukten 2023

Uelzener Allgemeine Versicherungs-Gesellschaft a. G.

So setzt die Uelzener Allgemeine Versicherungs-Gesellschaft a. G. den Verhaltenskodex für den Vertrieb von Versicherungsprodukten des Gesamtverbands der Deutschen Versicherungswirtschaft e. V. um.



Stand: Dezember 2023

Änderungshistorie

Version	Stand	Gültig ab	Autor	Kapitel	Beschreibung/Hintergründe
1.0	November 2016	01.01.2017	Projektteam	alle	Erstellung im Rahmen des Projektes „Vertrieb 2020“ in Vorbereitung auf den GDV-Verhaltenskodex.
2.0 (2018)	Januar 2018	01.01.2018	Frau Mauermann	alle	Jährliche Überprüfung und Anpassung, Umsetzung der Empfehlungen aus dem Pre-Audit der Wirtschaftsprüfer.
3.0 (2019)	September 2018	01.01.2019	Vertriebsrecht	alle	Jährliche Überprüfung und Anpassung
3.1 (2019)	November 2018	01.01.2019	Frau Sarina Schmid	alle	Anpassungsbedarf aufgrund des neuen Verhaltenskodex 2018.
4.0 (2020)	Dezember 2019	1. Januar 2020	Frau Mauermann	alle	Jährliche Überprüfung und Anpassung
4.1 (2020)	November 2020	Mit Unterzeichnung durch den Vorstand	Frau Mauermann	alle	Jährliche Überprüfung und Anpassung
5.0 (2021)	Januar 2021	Mit Unterzeichnung durch den Vorstand	Frau Mauermann	alle	Jährliche Überprüfung und Anpassung, Umsetzung von Empfehlungen der Wirtschaftsprüfer im Rahmen des Audits
6.0 (2023)	November 2023	Mit Unterzeichnung durch den Vorstand	Frau Warnecke, Frau Mauermann	alle	Jährliche Überprüfung und Anpassung
6.1 (2023)	Dezember 2023	Mit Unterzeichnung durch den Vorstand	Frau Warnecke, Frau Mauermann	Ziffer 1 Ziffer 2.4	Ziffer 1: Formulierung zur Vermittlertätigkeit der Deine Tierwelt GmbH verfeinert und um pferde.de erweitert. Ziffer 2.4: Verweis auf Vertriebs-Richtlinie für die Mitarbeitenden ergänzt.

INHALT

Abkürzungsverzeichnis	II
Anlagenverzeichnis	III
1 Einführung	1
2 Die Grundelemente des CMS	3
2.1 Compliance-Kultur als Grundlage für das CMS	4
2.2 Ziele des CMS	5
2.3 Risiken, die der Erreichung der CMS-Ziele entgegenstehen könnten	5
2.4 Compliance-Programm	6
2.5 Aufbau- und Ablauforganisation mit Rollen und Verantwortlichkeiten	21
2.6 Kommunikation im CMS	21
2.7 Überwachung und Verbesserung des CMS	22
3 Genehmigung durch den Vorstand und Inkrafttreten	23
Anlage 1	24

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

a. G.	auf Gegenseitigkeit
ASP	Afrikanische Schweinepest
AVAD	Auskunftsstelle über Versicherungs-/Bausparkassenaußendienst und Versicherungsmakler in Deutschland e. V.
BaFin	Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht
BM	Beschwerdemanagement
bzw.	beziehungsweise
CMS	Compliance-Management-System zur Einhaltung des GDV-Verhaltenskodex für den Vertrieb von Versicherungsprodukten
CoB	Compliance-Beauftragter
DIHK	Deutscher Industrie- und Handelskammertag
DSGVO	Datenschutzgrundverordnung
etc.	et cetera
EU	Europäische Union
e. V.	eingetragener Verein
GDV	Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft e. V.
ggf.	gegebenenfalls
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
IDD	Insurance Distribution Directive
IHK	Industrie- und Handelskammer
IPID	Insurance Product Information Document
IT	Informationstechnik
KOOP	Kooperationspartner
MaGo	Mindestanforderungen an die Geschäftsorganisation von Versicherungsunternehmen
MMFA	Makler und Mehrfachagenturen
OP	Operation
POG	Product Oversight and Governance
RIMA	RISK-Management GmbH
s.	siehe
s. o.	siehe oben
Str.	Straße
stv.	stellvertretend
s. u.	siehe unten
Tel.	Telefon
u. a.	unter anderem
USB	Uelzener Servicebüro
u. U.	unter Umständen
VersVermV	Versicherungsvermittlerverordnung
VVaG	Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit
z. B.	zum Beispiel

ANLAGENVERZEICHNIS

Anlage 1: Zielmarktdefinition Uelzener Allgemeine Versicherungs-Gesellschaft a. G.

1 EINFÜHRUNG

Allgemeines

Die Uelzener Allgemeine Versicherungs-Gesellschaft a. G. (im Folgenden „Gesellschaft“) ist ein Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit mit Tradition und seit 1873 in Deutschland tätig. Zusammen mit ihren vier Tochtergesellschaften, der RISK-Management GmbH, Uelzen, der Uelzener Rechtsschutz Schadenservice GmbH, Uelzen, der Uelzener Service GmbH (vormals: Tier und Halter GmbH), Wegberg, und der Deine Tierwelt GmbH, Hannover, bildet sie die Uelzener Versicherungen.

Da die vier Tochtergesellschaften keine Versicherungsgesellschaften, sondern reine Servicegesellschaften sind, werden die Uelzener Versicherungen unter Solvency II als ein Unternehmen gesehen.



Von Anbeginn liegt der Gesellschaft das Wohl von **Mensch und Tier** am Herzen und steht der Kunde im Mittelpunkt ihres Denkens und Handelns. Ihre Zielgruppe sind **Mensch und Tier** und so richtet sie ihren Fokus und ihre Produkte insbesondere auf Tierhalter und Landwirte mit Tierhaltung aus, kombiniert mit Beratungsqualität und kompetenter Betreuung.

Für die Gesellschaft stehen Vertrauen und eine positive, nachhaltige Beziehung zum Kunden im Vordergrund. Durch den partnerschaftlichen Umgang und die Qualität ihrer Leistungen baut sie langfristige Beziehungen auf, die sie konsequent pflegt und weiterentwickelt. Die Grundlage hierfür ist das Einhalten aller Gesetze, Vorschriften und Regeln.

Die Gesellschaft verfügt über eine 150-jährige Expertise auf dem Gebiet der Tier-Versicherung und profitiert als Spezialversicherer von ihrem langjährig gewachsenen Erfahrungsschatz. Sie ist ambitioniert und bestrebt, sich ständig weiterzuentwickeln und zu verbessern. Sie begegnet den Trends zu mehr Nachhaltigkeit und fairen Produkten sowie den Auswirkungen der Veränderung gesellschaftlicher Lebensformen auf die private und gewerbliche Haltung und Nutzung von Tieren mit innovativen Produkten, die bedarfsgerecht auf ihre Kunden zugeschnitten sind. Dabei lässt ihre besondere Rechtsform eines Versicherungsvereins auf Gegenseitigkeit (VVaG) ihre Kunden zu Mitgliedern werden.

Ziel der Gesellschaft ist es, ihre Mitglieder als Experte für bedarfsgerechte Tier-Versicherungen, Tier-Services und Tier-Informationen zu unterstützen. Dabei legt sie besonderen Wert auf eine schnelle Leistungsabwicklung sowie unkomplizierte, einfache und verständliche Produkte

Für die physische Nähe zu ihren Mitgliedern sorgen neben der Direktion in Uelzen, ihr Uelzener Servicebüro (USB) „Berlin“ in der Flämingstr. 4 in 15738 Zeuthen, die Uelzener Service GmbH in der Friedrich-List-Allee 46 in 41844 Wegberg und ihre Generalagenturen. Zudem ist sie bundesweit auf Messen und Veranstaltungen vertreten.

Verhaltenskodex für den Vertrieb von Versicherungsprodukten

Die Mitgliederversammlung des Gesamtverbands der Deutschen Versicherungswirtschaft e. V. (GDV) hat am 14. November 2012 einen Verhaltenskodex für den Vertrieb von Versicherungsprodukten beschlossen. Dieser Verhaltenskodex ist im Jahr 2018 überarbeitet und aktualisiert worden. Die Mitgliederversammlung des GDV hat am 25. September 2018 dem neuen Verhaltenskodex 2018 (im Folgenden „Verhaltenskodex“) zugestimmt. Der Verhaltenskodex stellt in elf Leitsätzen Verhaltensmaßstäbe auf und setzt einen Rahmen von Normen und Werten mit dem Ziel, den Interessen der Verbraucher an einem bedarfsorientierten Versicherungsschutz gerecht zu werden. Er bildet für die Gesellschaft die Grundlage für die Zusammenarbeit mit den Vertriebspartnern.

Im Februar 2016 ist die Gesellschaft dem Verhaltenskodex beigetreten. Gemäß Beschluss der Mitgliederversammlung des GDV vom 25. September 2018 gilt dieser einmal erklärte Beitritt auch als Beitritt für den aktualisierten Verhaltenskodex 2018. Mit ihrem Beitritt zum Verhaltenskodex hat die Gesellschaft die notwendigen Umsetzungsmaßnahmen getroffen, um die Regeln des Kodex in ihren Grundsätzen zu verankern.

Um den Kunden und Interessenten sämtliche Zugangswege zum Unternehmen zur Verfügung zu stellen, nutzt die Gesellschaft einen Multikanal-Vertrieb. In diesem stehen der Direktvertrieb und der Vermittlervertrieb gleichberechtigt nebeneinander.

Der Kanal Vermittlervertrieb nutzt die Vertriebswege:

- Generalagenturen,
- Makler und Mehrfachagenten (im Folgenden „MMFAs“) und
- Kooperationspartner (im Folgenden „KOOPs“).

Der Direktvertrieb erfolgt durch digitale Angebotsstrecken sowie telefonischen Service.

Die Gesellschaft arbeitet nicht mit Honorarberatern zusammen.

Wenn für einzelne Vertriebskanäle der Gesellschaft unterschiedliche Regelungen gelten, wird dies in diesem Dokument beschrieben.

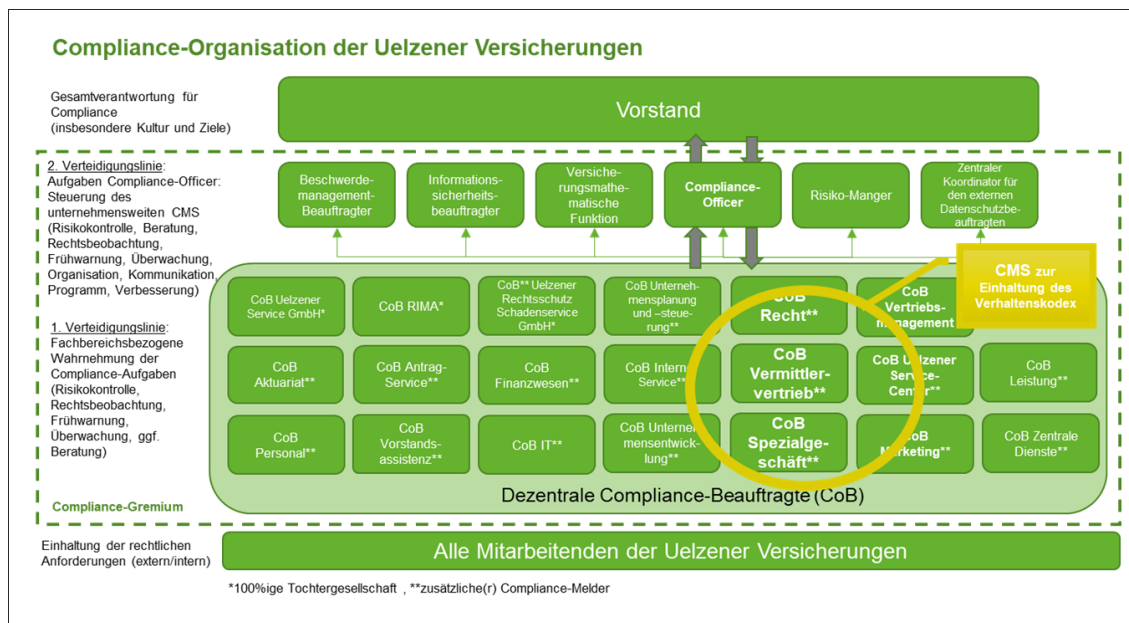
Rechtliche Grundlagen

Die rechtliche Grundlage bildet insbesondere der Verhaltenskodex. Neben den gesetzlichen Anforderungen zählen zu den aufsichtsrechtlichen Grundlagen unter anderem

- das Rundschreiben der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) 11/2018 zur Zusammenarbeit mit Versicherungsvermittlern sowie zum Risikomanagement im Vertrieb und
- das BaFin-Rundschreiben 2/2017 – Mindestanforderungen an die Geschäftsorganisation von Versicherungsunternehmen (MaGo).

Vorwort zur vorliegenden Compliance-Management-System-Beschreibung

Die vorliegende Compliance-Management-System-Beschreibung dokumentiert ausschließlich das Compliance-Management-System zur Umsetzung des Verhaltenskodex (im Folgenden „CMS“) und bildet somit fokussiert nur einen Ausschnitt der gesamten Compliance-Organisation der Gesellschaft ab.



Die CMS-Beschreibung bezieht sich in erster Linie auf die Gesellschaft. Die Uelzener Service GmbH ist von der CMS-Beschreibung mitbetroffen, wenn sie auf Basis des Ausgliederungs- & Dienstleistungs-Rahmenvertrags, der zwischen ihr und der Gesellschaft besteht, im Rahmen von Einzelaufträgen Dienstleistungen für die Gesellschaft erbringt.

Die CMS-Beschreibung bezieht sich nicht auf die Uelzener Service GmbH, wenn sie als Versicherungsvertreter für andere Gesellschaften tätig ist. Gleiches gilt für die Deine Tierwelt GmbH und die pferde.de Dienstleistungen GmbH (eine Tochtergesellschaft der Deine Tierwelt GmbH), sofern diese zukünftig potentiell als Versicherungsvertreter tätig werden sollten sowie für die RISK-Management GmbH als unabhängiger Versicherungsmakler. Die CMS-Beschreibung gilt auch nicht für die Uelzener Rechtsschutz Schadenservice GmbH, da diese als reines Schadenabwicklungsunternehmen keine eigenen Produkte besitzt und vertreibt.

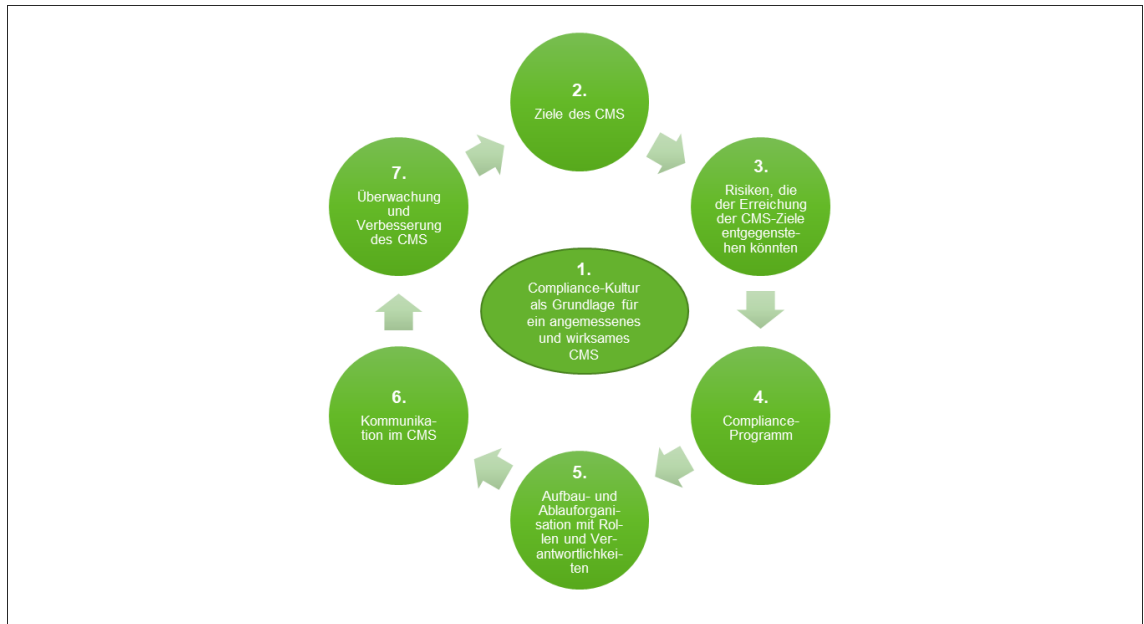
Diese Dokumentation beschreibt die Organisationsstrukturen und Verhaltensregelungen, die die Gesellschaft aufgebaut und eingerichtet hat, um die Einhaltung des Verhaltenskodex für den Vertrieb von Versicherungsprodukten sicherzustellen. In diesem Sinn stellt sie eine Zusammenfassung der Umsetzung der Leitsätze des Verhaltenskodex im Hause der Gesellschaft dar und ist in Ergänzung der dazugehörigen unternehmensinternen Richtlinien, Skripte, Handbücher und Prozesse zu sehen, in denen die Einzelheiten konkretisiert und detailliert vorgegeben werden und abgebildet sind.

Sie ist konsistent zur Geschäftsstrategie und mit den anderen Unternehmensrichtlinien abgestimmt. Sie wird in der Regel regelmäßig jährlich überprüft und bei Bedarf angepasst.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in dieser Dokumentation die männliche Form von personenbezogenen Hauptwörtern verwendet. Die Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung grundsätzlich für die Geschlechter männlich, weiblich und divers.

2 DIE GRUNDELEMENTE DES CMS

Das CMS der Gesellschaft besteht aus den folgenden sieben Grundelementen:



2.1 COMPLIANCE-KULTUR ALS GRUNDLAGE FÜR DAS CMS

Die Compliance-Kultur der Gesellschaft ist geprägt durch die ethische und moralische Grundeinstellung der Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder, die unter dem Claim „**Mensch. Tier. Wir.**“ von der Gesellschaftsspitze in die Gesellschaft hineingetragen wird. Im Rahmen ihrer Compliance-Kultur bekennt sich die Gesellschaft zu ethischen Grundsätzen, wie Glaubwürdigkeit, Integrität, Authentizität, Vertrauenswürdigkeit, Verständnis und Empathie.

Mit der Umsetzung des Verhaltenskodex werden die kundenorientierten Prozesse und Arbeitsabläufe stetig optimiert. Dabei wird die Compliance-Kultur als „tone from the top“ durch die starke Einbindung des Vorstands, der in seiner Vorbildfunktion seine Geschäftspolitik und sein Geschäftsgebaren konsequent an seinen ethischen und moralischen Grundsätzen und dem Verhaltenskodex ausrichtet, vorgelebt. Der Vorstand und die Führungskräfte transportieren die Inhalte und die Bedeutsamkeit einer gelebten und konformen Compliance-Kultur regelmäßig in Führungskräfte-Runden, Abteilungsbesprechungen und Mitarbeitergesprächen in alle Hierarchieebenen hinein. Sie nutzen hierfür auch interne Veranstaltungen.

Darüber hinaus ist die Compliance-Kultur in der Compliance-Richtlinie und dem darin enthaltenen Verhaltenskodex verankert, auf deren Einhaltung und Beachtung sich jeder Mitarbeitende verpflichtet.

Neben der Compliance-Richtlinie und einer Vielzahl weiterer Unternehmensrichtlinien, sind explizit für die Umsetzung und zur Sicherstellung der Einhaltung der Vorgaben des Verhaltenskodex folgende Richtlinien erlassen und vom Vorstand verabschiedet worden:

- die Vertriebs-Richtlinie für die Generalagenturen,
- die Compliance-Richtlinie für die Generalagenturen und
- die Richtlinie Zusatzvergütungen.

Die Richtlinien geben ihrem jeweiligen Adressatenkreis einen verlässlichen Rahmen von zulässigem und unzulässigem Verhalten vor und stellen sicher, dass compliancewidriges Verhalten keinesfalls geduldet wird. Der Adressatenkreis kann je nach Richtlinie variieren.

Sämtliche Unternehmensrichtlinien und die dazugehörigen Merkblätter, einschließlich der Richtlinien und Merkblätter, die sich mit der Umsetzung der Vorgaben des Verhaltenskodex befassen, werden in der Regel regelmäßig jährlich (gemäß Aktualisierungsplan) überprüft und bei Bedarf angepasst. Dabei erfolgt die inhaltliche Überprüfung durch die jeweils betroffenen Fachbereiche. Für die Koordination, Abstimmung und Umsetzung der jährlichen Überprüfung und Anpassung ist das Richtlinienmanagement zuständig.

Die Richtlinien und Merkblätter werden in der Regel im Uelzener Wiki, der Wissensplattform der Gesellschaft, veröffentlicht und dort unter der Rubrik „Unternehmens-Richtlinien“ im Bereich „Richtlinien & Anweisungen“ archiviert, sodass jeder Mitarbeitende ihren Inhalt zur Kenntnis nehmen und bei Bedarf darauf zugreifen kann. Die Richtlinien, die ausschließlich die Generalagenturen betreffen (die Vertriebs-Richtlinie für die Generalagenturen und die Compliance-Richtlinie für die Generalagenturen) erhalten die Generalagenturen als Anlage zu ihrem Vertretervertrag. Diese werden nicht im Wiki veröffentlicht.

2.2 ZIELE DES CMS

Das CMS dient in erster Linie dazu, den GDV-Verhaltenskodex für den Vertrieb von Versicherungsprodukten umzusetzen und seine Einhaltung zu gewährleisten. Es erfüllt zudem die Anforderungen des BaFin-Rundschreibens 11/2018 und anderer relevanter Verlautbarungen der BaFin (z. B. die MaGo) und setzt Aktualisierungen oder neue BaFin-Verlautbarungen zeitgerecht um.

Die Ausgestaltung des CMS stellt das Kundenbedürfnis der Zielgruppe „**Mensch und Tier**“ in den Mittelpunkt.

Durch das CMS sollen Verstöße gegen die elf Leitsätze des Verhaltenskodex verhindert, erkannt und angemessen sanktioniert werden. Gleichzeitig soll das Risiko von unentdeckten und nicht sanktionierten Verstößen auf ein Minimum reduziert werden.

Bei systematischen Verstößen soll durch das CMS sichergestellt werden, dass diese erkannt und angemessen sanktioniert werden. Erkenntnisse über Verstöße werden analysiert und dazu genutzt, das CMS weiterzuentwickeln.

2.3 RISIKEN, DIE DER ERREICHUNG DER CMS-ZIELE ENTGEGENSTEHEN KÖNNTEN

Regulatorische Anforderungen an den Vertrieb von Versicherungsprodukten, sich ändernde rechtliche, aufsichtsrechtliche und gesetzliche Regelungen sowie Veränderungen von Marktbedingungen und Wettbewerbssituationen bringen immer auch Risiken mit sich, die sich u. U. auch auf die Erreichung der CMS-Ziele auswirken können.

Risikoanalyse

Die Gesellschaft hat im Jahr 2016 eine systematische Netto-Risikoanalyse mit besonderem Augenmerk auf den Vertrieb durchgeführt und dabei ermittelt, welche Risiken bestehen bzw. entstehen könnten, sodass sie unter Berücksichtigung der Compliance-Ziele und bestehender Maßnahmen eine generelle Einschätzung der Risikolage in Bezug auf den Verhaltenskodex erhalten hat. Die Risikoanalyse ist ein zentrales Element und damit auch integraler CMS-Bestandteil. Sie wird regelmäßig jährlich im Rahmen der unternehmensübergreifenden Risikoinventur wiederholt. Bei Bedarf kann sie auch ad hoc durchgeführt werden. Im Rahmen der regelmäßigen Risikoinventur wird die Risikolage jährlich neu eingeschätzt. Dazu werden die bereits identifizierten Risiken, einschließlich ihrer Bewertung, überprüft und ggf. um neue Risiken ergänzt. Auch die vorhandenen internen Kontrollmaßnahmen und ihre Angemessenheit werden geprüft und bei Bedarf angepasst. Die jährliche unternehmensübergreifende Risikoinventur wird von der Risikomanagementfunktion zusammen mit den Prozessverantwortlichen der jeweiligen Fachbereiche und mit Unterstützung durch die Compliance-Funktion durchgeführt.

Die Risikoanalyse geht von dem Brutto-Risiko als grundsätzlichem Risiko eines Verstoßes gegen den Verhaltenskodex aus. Im Rahmen der Risikoanalyse bewerten die vom Verhaltenskodex betroffenen Fachbereiche in einzelnen Bewertungstemplates das Netto-Risiko als Restrisiko nach Verringerung des Brutto-Risikos durch vorhandene Maßnahmen (z. B. Richtlinien, Schulungen, Kontrollen etc.) nach der Wahrscheinlichkeit seines Eintritts und seinem Schadenpotenzial. Wo möglich und sinnvoll kann die Netto-Bewertung durch Worst Case-Szenarien ergänzt werden.

2.4 COMPLIANCE-PROGRAMM

Im Folgenden wird das Compliance-Programm der Gesellschaft beschrieben. Es zeigt, wie die Gesellschaft für sich selbst, für ihre Generalagenturen und für die Zusammenarbeit mit MMFA und KOOP die Vorgaben des Verhaltenskodex umgesetzt hat und seine Einhaltung sicherstellen will.

Das Compliance-Programm ist nach den elf Leitsätzen des Verhaltenskodex aufgebaut.

Zu Beginn eines jeden Leitsatzes werden die Vorgaben des GDV zitiert. Im Anschluss werden die individuellen Ziele der Gesellschaft aufgezeigt, gefolgt von den Maßnahmen, mit denen der Verhaltenskodex umgesetzt worden ist und die seinen Anforderungen gerecht werden sollen.

Leitsatz 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.“ (Vorgabe des GDV zu Leitsatz 1)

Individuelles Ziel der Gesellschaft zu Leitsatz 1

Das individuelle Ziel der Gesellschaft ist es, ihre Kunden bestmöglich als Spezialist für bedarfsgerechte Tier-Versicherungen, -Services und -Informationen zu unterstützen. Ihr liegt das Wohl von **Mensch und Tier** am Herzen. Fürsorglichkeit und Wertschätzung sind fester Bestandteil ihrer Kundenorientierung und stellen die Interessen, Bedürfnisse und Anforderungen der Kunden, einschließlich etwaiger Nachhaltigkeitsaspekte, in den Mittelpunkt. Der Kunde soll sich durch die Fachkompetenz und das Expertenwissen der Gesellschaft, ihrer Generalagenturen und Vertriebspartner auf optimale Produktempfehlungen verlassen können und sich bei der Gesellschaft gut aufgehoben fühlen.

Umsetzung und Maßnahmen zu Leitsatzes 1

Bei der Gesellschaft, ihren Generalagenturen sowie den MMFA und KOOP, mit denen sie zusammenarbeitet, stehen der Kunde mit seinen individuellen Bedürfnissen, einschließlich etwaiger Nachhaltigkeitsaspekte, und seine diesbezüglich bedarfsgerechte Beratung im Mittelpunkt. Da das Produktverständnis des Kunden essenziell ist, werden dem (potenziellen) Kunden die wichtigsten Merkmale des Versicherungsprodukts und die für ihn bedeutendsten Ausschlüsse vom Versicherungsschutz einfach und für ihn verständlich aufgezeigt. Das erfolgt insbesondere anhand der Produktinformationsblätter (Insurance Product Information Document – IPID) oder anhand von Leistungsübersichten. Aus der Analyse der Wünsche und Bedürfnisse des Kunden wird eine persönliche individuelle Empfehlung abgegeben, bei der Kundenbedarf und Kundeninteresse grundsätzlich vorrangig vor etwaigen Provisionsinteressen sein müssen. Einzelheiten sind für den Direktvertrieb in der Vertriebs-Richtlinie für die Mitarbeitenden geregelt

Um zu gewährleisten, dass bei den **Generalagenturen der Gesellschaft** der Kunde mit seinen individuellen Bedürfnissen und seine bedarfsgerechte Beratung im Mittelpunkt stehen, hat die Gesellschaft die Vertriebs-Richtlinie für die Generalagenturen, die für ihre Generalagenturen aufgrund ihres Vertretervertrags verbindlich gilt, erlassen. Diese enthält u. a. Vorgaben zum bedarfsgerechten Beratungsprozess und zu Umdeckungen. Zudem beinhaltet sie eine Auflistung von Beispielen möglicher Beratungsanlässe. So wird sichergestellt, dass die individuelle Risikosituation des Kunden und ein daraus resultierender Versicherungsbedarf vor Ableitung und Abgabe einer Produktempfehlung für einen bedarfsgerechten Versicherungsschutz strukturiert analysiert und seine Wünsche und Prioritäten dabei berücksichtigt werden. Zusätz-

lich gilt für die Generalagenturen die Compliance-Richtlinie für die Generalagenturen, die u. a. Regelungen zu Instrumenten der Vertriebssteuerung enthält und das Kundeninteresse als oberste Priorität ebenfalls sicherstellen soll.

Als Partner von **MMFA und KOOP** achtet die Gesellschaft darauf, dass ihre Qualitätskriterien an eine vollständige Beratung auch von diesen erfüllt werden.

Zur **Unterstützung** bei der bedarfsgerechten Beratung stellt die Gesellschaft den Generalagenturen, MMFA und KOOP u. a. beispielsweise Onlinerechner zur Verfügung, gibt Hauszeitschriften und/oder Newsletter sowie standardisierte Produktinformationen heraus. Darüber hinaus unterstützt sie ihre Generalagenturen, MMFA und KOOP beispielsweise, indem diese durch Mitarbeitende des Fachbereichs „Vermittlervertrieb“ betreut und begleitet werden, insbesondere im telefonischen Austausch, durch die Bereitstellung von Informationsmaterial über das Extranet, direkt vor Ort oder per Postversand sowie durch die Weitergabe von Informationen über den Vermittlerblog und über „Vertrieb aktuell“, ein E-Mail-Service der Gesellschaft, oder im Rahmen von Vermittlerseminaren.

Provisionsgrundsätze der Gesellschaft

Für neue Vertriebspartner besitzt die Gesellschaft ein festes, starres Vergütungssystem, welches im Interesse des Kunden ausgestaltet ist. Das System stellt sicher, dass die Beachtung der berechtigten Interessen und Wünsche des Kunden Vorrang vor dem Provisionsinteresse der Vertriebskanäle besitzt und den Vertriebskanälen keine falschen Anreize gegeben werden. Es sieht bei neuen Zusammenarbeiten keine Abschlussprovision, sondern lediglich die Zahlung einer laufenden Provision vor. Diese laufende Provision teilt das Schicksal der Prämie. Im Rahmen von Beteiligungsverhältnissen sind im Einzelfall aus betriebswirtschaftlicher Sicht Ausnahmen von den vorstehenden Provisionsgrundsätzen nach Prüfung und Genehmigung des Vorstands möglich.

Zusatzvergütungsgrundsätze der Gesellschaft

Als grundsätzliche Regelung gilt, dass bei der Gewährung von Bonifikationen diese auf der Grundlage der Regelungen in der Richtlinie Zusatzvergütungen der Gesellschaft erfolgen. Diese sind in den Ausführungen zu Leitsatz 8 (s. u.) zusammenfassend dargestellt. Andere Möglichkeiten der Bonifikation bestehen nicht.

Bis zum Jahr 2019 haben Vertriebspartner die Möglichkeit einer zusätzlichen Bonifikation erhalten. Bezugsgrundlage dieser Bonifikation ist der Bestandsnettozuwachs des jeweiligen vermittelten Versicherungsbestands (poliziertes Neugeschäft abzüglich Storno bezogen auf den Zeitraum eines Jahres) gewesen. Die Bonifikation ist in Abhängigkeit der durchschnittlichen Restlaufzeit der Bestandsverträge gestaffelt ermittelt und gezahlt worden, um dadurch eine langfristige Kundenbindung zu erhalten. Seit dem 1. Juni 2019 ist bei allen neuen Anbindungen mit Vertriebspartnern die Bonifikation kein Bestandteil der Vereinbarung zur Zusammenarbeit mehr. Es besteht auch keine andere Möglichkeit der Bonifikation.

Zudem ist durch Änderung des Laufzeitmodells im 4. Quartal 2019 die maximale Laufzeit für Neuverträge auf 3 Jahre begrenzt worden, wodurch die Bonifikation bei den vor dem 1. Juni 2019 geschlossenen Vereinbarungen sukzessiv ausläuft, da nach neuem Modell die in der Bonifikation genannte durchschnittliche Restlaufzeit nicht mehr erreicht werden kann.

Leitsatz 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 Interessenlage 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.“ (Vorgabe des GDV zu Leitsatz 2)

Individuelles Ziel der Gesellschaft zu Leitsatz 2

Für die Gesellschaft ist die Wertschätzung ihrer Kunden von zentraler Bedeutung. Wertschätzung bedingt einen ehrlichen, fairen und aufrichtigen Umgang miteinander sowie ein seriöses Auftreten. Wertschätzung muss für den Kunden spürbar sein und das schon von Beginn an, bei der gegenseitigen Vorstellung im Erstkontakt. Die Gesellschaft steht zu ihren Leistungen und zu den Werten, die sie verkörpert. Daher ist ihr eine klare, eindeutige Legitimation ihren (potenziellen) Kunden gegenüber besonders wichtig. Das Ziel der eindeutigen Legitimation ist die Aufklärung des Kunden, wessen Interessen der jeweilige Vermittler/Ansprechpartner vertritt.

Umsetzung und Maßnahmen zu Leitsatz 2

Eine eindeutige Legitimation gegenüber Kunden ist in der Versicherungsvermittlervordnung (VersVermV) geregelt und gesetzliche Pflicht. Diese Pflicht gilt für **alle Beteiligten**, die **Gesellschaft**, ihre **Generalagenturen** sowie die **MMFA und KOOP** sowohl bei persönlichem als auch digitalem Kontakt. Alle Vermittler haben ihren Status gegenüber dem Kunden beim ersten Geschäftskontakt unaufgefordert klar, eindeutig und zutreffend offenzulegen. Zudem ist eine klare Abgrenzung von Personen erforderlich, die ausschließlich gegen Honorar beraten. Wie die Legitimation erfolgen kann und welche Mindest-Informationen diese zu enthalten hat, sind für die **Generalagenturen** in der Vertriebs-Richtlinie für die Generalagenturen verbindlich vorgegeben. Verpflichtende Mindestangaben sind z. B. der vollständige Name, falls abweichend der Agenturname und das Versicherungsunternehmen bzw. die Vertriebsorganisation, deren Interessen vertreten werden. Zudem ist dem Kunden mitzuteilen, dass die Vergütung bereits in der Versicherungsprämie enthalten ist. Die Einzelheiten können der Richtlinie entnommen werden.

Die **MMFA und KOOP** sind vertraglich zur Einhaltung des Verhaltenskodex und damit auch zu einer unaufgeforderten klaren und eindeutigen Legitimation dem Kunden gegenüber beim ersten Geschäftskontakt verpflichtet.

Hilfsmittel zur Legitimation können u. a. Visitenkarten, Impressum etc. sein. Die verwendeten Hilfsmittel werden anlassbezogen (z. B. infolge von Kundenbeschwerden) geprüft und bei Bedarf angepasst. Die Generalagenturen haben die Möglichkeit, ihre Visitenkarten von der Gesellschaft zu beziehen. In diesem Fall stellt die Gesellschaft die Vollständigkeit der rechtlich geforderten Angaben sicher.

Leitsatz 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.“ (Vorgabe des GDV zu Leitsatz 3)

Individuelles Ziel der Gesellschaft zu Leitsatz 3

Für die Gesellschaft sind einfache und verständliche Versicherungsprodukte, die dem Kunden die wichtigsten Merkmale und Ausschlüsse einfach und verständlich aufzeigen, wichtig, weil sie dem Kunden eine individuelle Entscheidung ermöglichen, weil sie insbesondere den partnerschaftlichen Umgang zwischen Gesellschaft und Kunden fördern und weil sie gleichzeitig ein Qualitätsmerkmal sind.

Ein partnerschaftlicher Umgang mit dem Kunden setzt eine Vertrauensbasis und gegenseitigen Respekt zwischen der Gesellschaft und ihren Kunden voraus. Ziel der Gesellschaft ist es, ihren Kunden auf Augen-

höhe zu begegnen und sie nicht in ihrer Entscheidungsfreiheit zu beeinflussen. Um dieses Ziel zu erreichen, ist es unabdingbar, dass der Kunde insbesondere in der Beratung von der Gesellschaft in seinen Zielen, Wünschen und Bedürfnissen wahr- und ernst genommen wird, dass die Gesellschaft ihm die Möglichkeit gibt, die Vertriebskanäle frei zu wählen, über die er eine Beratungsleistung einfordern kann und dass sie seine Beratung bestmöglich durch sach- und bedarfsgerechte Informationen unterstützt.

Umsetzung und Maßnahmen zu Leitsatz 3

Um die Ziele, Wünsche und Bedürfnisse ihrer Kunden zu ermitteln und um sicherzustellen, dass die Produkte, Leistungen und Services, die die Gesellschaft anbietet und vertreibt, auch den Zielen, Wünschen und Bedürfnissen ihrer Kunden und ihrer Zielgruppe **Mensch und Tier** entsprechen, führt die Gesellschaft Marktbeobachtungen, teilweise gestützt durch Umfragen von beauftragten Marktforschungsinstituten, durch, deren Ergebnisse sie entsprechend analysiert und bewertet.

Im direkten Kundenkontakt (persönlich oder digital) werden Anlass, Ziele, Vorstellungen und Bedarf des Kunden, einschließlich etwaiger Nachhaltigkeitsaspekte, ermittelt. Ohne diese grundlegenden Basisinformationen ist eine bedarfsgerechte persönliche Beratung des Kunden nicht möglich und können ihm die für seine Bedürfnisse wichtigsten Merkmale des jeweiligen Versicherungsprodukts nicht aufgezeigt werden.

Für die **Generalagenturen** der Gesellschaft sind Vorgaben zu den Leitsätzen 1 und 3 des Verhaltenskodex in der Vertriebs-Richtlinie für die Generalagenturen enthalten. Danach haben die Generalagenturen im Rahmen ihrer Beratung die Wünsche und Bedürfnisse des Kunden in Bezug auf seinen Versicherungsschutz dem Anlass entsprechend zu ermitteln, zu analysieren und zu bewerten, aus der Bedarfssituation heraus für den Kunden ein konkretes Versicherungsprodukt abzuleiten, zu begründen und im Anschluss eine entsprechende Empfehlung abzugeben. Bedarfsermittlung, Analyse und Bewertung sind dabei mit dem Kunden in einer für ihn verständlichen Weise zu erörtern.

Die **MMFA und KOOP** der Gesellschaft sind angehalten, die ihnen von der Gesellschaft bereitgestellten Produktbeschreibungen, insbesondere Flyer und Leistungsübersichten, zu verwenden.

Als **Hilfsmittel und Leitfaden** kann das Beratungsprotokoll genutzt werden, das die Gesellschaft als Formular zur Verfügung stellt (s. u. zu Leitsatz 4). Das Beratungsprotokoll dient der Dokumentation des Beratungsgesprächs und gleichzeitig als Checkliste zur Unterstützung eines strukturierten und qualitativ hochwertigen Beratungsgesprächs, in dem darin u. a. der Kundenbedarf, seine finanzielle Situation und etwaige bereits bestehende Absicherungen mitberücksichtigt werden. Darüber hinaus unterstützt die Gesellschaft ihre Kunden und die bedarfsgerechte Beratung durch ihre Generalagenturen und Vertriebspartner, indem sie sachgerechte Informationen, z. B. Zielmarktdefinition, IPID, Versicherungsbedingungen, Produktflyer, Tarifbeschreibungen, Informationsmaterial, Kundenzeitschriften etc. im Internet, über das Extranet, direkt vor Ort oder per Postversand zur Verfügung stellt. Zur kontinuierlichen Stärkung der Beratungsqualität beim Aufbau des für den Beratungs- und Verkaufsprozess erforderlichen Fachwissens unterstützt sie ihre Generalagenturen, die MMFA und die KOOP zudem durch entsprechende Beratung und Begleitung durch den Fachbereich „Vermittlervertrieb“, insbesondere im telefonischen Austausch sowie durch Information über den Vermittlerblog, über „Vertrieb aktuell“ und in Vermittlerseminaren.

Angaben über mögliche künftige Leistungen im Bereich langlaufender Altersvorsorgeprodukte

Die Gesellschaft bietet keine Leistungen im Bereich langlaufender Altersvorsorgeprodukte an, weder Lebensversicherungen, noch Produkte der Altersvorsorge oder Fondstarife. Angaben über mögliche künftige Leistungen fallen daher nicht an.

Leitsatz 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.“ (Vorgabe des GDV zu Leitsatz 4)

Individuelles Ziel der Gesellschaft zu Leitsatz 4

Ziel der ordnungsgemäßen Dokumentation ist es, dem Kunden die Möglichkeit zu geben, das Beratungsgespräch und seine getroffene Entscheidung überprüfen zu können. Eine ordnungsgemäße Dokumentation dient zudem immer auch als Nachweis und dem Selbstschutz und belegt, dass die Gesellschaft und ihre Vertriebskanäle ordnungsgemäß beraten haben und ihrer Verpflichtung nachgekommen sind.

Umsetzung und Maßnahmen zu Leitsatz 4

Die **Gesellschaft und ihre Vertriebskanäle** sind verpflichtet, die Beratungsdokumentation ordnungsgemäß und mit besonderer Sorgfalt anzufertigen und ein entsprechendes Beratungsprotokoll zu erstellen. Da die Gesellschaft das Invitativmodell anwendet, ist das Beratungsprotokoll in der Regel zusammen mit der Angebotsanfrage bei ihr einzureichen. Wird eine Angebotsanfrage ohne das Beratungsdokument eingereicht, wird die Beratungsdokumentation grundsätzlich beim Vermittler eingefordert, unabhängig davon, welcher Vertriebskanal betroffen ist. Die Beratungsdokumentation muss in den Fällen, in denen dies gesetzlich und/oder vom Verhaltenskodex vorgeschrieben ist, in Form eines Beratungsprotokolls erstellt werden und ist dem Kunden vor Vertragsabschluss auszuhändigen. Die Prüfung der Qualität des Beratungsprotokolls erfolgt anlassbezogen, beispielsweise bei Kundenbeschwerden im Rahmen des Beschwerdemanagementprozesses. Die Beratungsprotokolle werden von der Gesellschaft zum jeweiligen Vertrag digital archiviert. Ein Verzicht des Kunden auf eine Beratungsdokumentation bzw. ein Beratungsprotokoll stellt die Ausnahme dar.

Für die **Generalagenturen** der Gesellschaft ist die Beratungsdokumentation, einschließlich Prozess und Konsequenzen bei Nichtvorlage von Beratungsprotokollen, in der Vertriebs-Richtlinie für die Generalagenturen geregelt, der die Einzelheiten entnommen werden können. Um die Vorteile einer Dunkelverarbeitung nutzen zu können und die Erstellung eines Beratungsprotokolls sicherzustellen, sind die Generalagenturen vertraglich verpflichtet, vorwiegend die Angebotsstrecke über den Expertenrechner im Extranet der Gesellschaft zu nutzen und das Beratungsprotokoll digital auszufüllen. Die Einreichung des Beratungsprotokolls unterliegt einem quartalsweisen Controlling, bei dem die eingehenden Angebotsanfragen der Generalagenturen systematisch auf Vorliegen der Beratungsprotokolle bzw. – als absoluter Ausnahmefall – einer schriftlichen Erklärung des Verzichts auf eine Beratung überprüft werden. Für den Fall, dass von den Generalagenturen nicht alle Beratungsprotokolle, für die eine Beratungspflicht besteht, eingereicht werden, hält die Gesellschaft einen Maßnahmenkatalog vor.

Für die **MMFA und KOOP** sind die Einhaltung der gesetzlichen Verpflichtung zur ordnungsgemäßen Beratungsdokumentation sowie die Pflicht zur Anerkennung des Verhaltenskodex in den Courtage- und Provisionsvereinbarungen geregelt. Sie haben die Möglichkeit, das Beratungsprotokoll selbst zu archivieren. Fehlt es bei Einreichung einer Angebotsanfrage, werden sie durch ein automatisches Schreiben aus dem System heraus auf ihre Beratungspflicht hingewiesen.

Als **Hilfestellung** zur Beratungsdokumentation stellt die Gesellschaft ein entsprechend konzipiertes Beratungsprotokoll als Formular zur Verfügung, das auch von den Generalagenturen sowie von den MMFA und KOOP genutzt werden kann. Das Formular steht im Extranet als Download bereit. Soll anstelle dessen ein eigenes Formular verwendet werden, ist dies nach vorheriger Vorlage und Prüfung durch die Gesellschaft grundsätzlich möglich. Als Checkliste unterstützt das Beratungsprotokoll strukturierte und qualitativ hochwertige Beratungsgespräche, indem darin u. a. der Bedarf des Kunden, seine finanzielle Situation und bestehende Absicherungen mitberücksichtigt werden.

Leitsatz 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.“ (Vorgabe des GDV zu Leitsatz 5)

Individuelles Ziel der Gesellschaft zu Leitsatz 5

Ziel der Gesellschaft ist es, mit einfachen und verständlichen Produkten ihre Kunden zu überzeugen und sie nicht mit komplizierten Texten zu irritieren und zu verunsichern. Einfache und verständliche Produkte helfen der Gesellschaft, eine Vertrauensbasis sowie eine positive und nachhaltige Beziehung zum Kunden aufzubauen und langfristig zu erhalten.

Umsetzung und Maßnahmen zu Leitsatz 5

Die Gesellschaft richtet die Entwicklung ihrer Versicherungsprodukte am Bedarf ihrer Kunden aus und achtet bereits bei der Produktkonzeption darauf, bedarfsgerechten Versicherungsschutz zu entwickeln. Zu jeder Produktneuentwicklung sowie zum Produkte-Relaunch wird von der Gesellschaft der jeweilige Zielmarkt in einem entsprechenden Template festgelegt, beschrieben, dokumentiert und archiviert.

Aufgrund ihrer Expertise als Spezialversicherer auf dem Gebiet der Tier-Versicherung hat sie insbesondere den Tier-Versicherungsmarkt für sich als Zielmarkt definiert und richtet ihren Fokus auf die Zielgruppe **Mensch und Tier** aus (die Zielmarktdefinition der Gesellschaft ist in Anlage 1 beigefügt). Die Informationen zum Zielmarkt werden allen Vertriebskanälen in ausreichender Form zur Verfügung gestellt. Über die Einführung neuer Produkte erhalten Vermittler spezielle Produktunterlagen über den Downloadbereich der Gesellschaft (Intranet; Extranet). In diesen werden Produktattribute und auch detaillierte Beschreibungen zum Zielmarkt dargestellt. Die Unterlagen werden Vermittlern auf Anfrage zugesandt.

Ob ihre Produkte im ermittelten Zielmarkt vertrieben werden und ob sie noch dem Bedarf ihrer Ziel- und Kundengruppe entsprechen und diesem gerecht werden, überprüft die Gesellschaft durch entsprechende Beobachtung ihres Zielmarkts und gezielt durchgeführte Marktforschungen und -studien (s. o. zu Leitsatz 3). Sie führt auch Marktforschungen im Rahmen der Generierung von Innovationen und Ideen durch.

Die **Generalagenturen, MMFA und KOOP** der Gesellschaft sind angehalten, die ihnen von der Gesellschaft bereitgestellten Produktbeschreibungen, insbesondere Flyer und Leistungsübersichten, zu nutzen. Für die **Generalagenturen** der Gesellschaft gibt darüber hinaus die Vertriebs-Richtlinie für die Generalagenturen Vorgaben für den bedarfsgerechten Vertrieb und die bedarfsgerechte Vermittlung von Produkten, die zu beachten sind. Durch diese Vertriebs-Richtlinie werden die Generalagenturen auch dazu angehalten, die Gesellschaft zu informieren, sobald sie Kenntnis davon erlangen, dass ein Produkt nicht mehr den Interessen und Bedürfnissen der Zielgruppe entspricht. Für die **MMFA und KOOP** ist diese Informationspflicht in die Verträge bezüglich neuer Zusammenarbeiten integriert, sodass sie vertraglich dazu verpflichtet sind. Diese Informationen ermöglichen der Gesellschaft eine bessere Beobachtung ihres Zielmarkts und helfen bei der Beurteilung, ob ein Produkt weiterhin zeitgemäß, bedarfsgerecht und sinnvoll ist oder entsprechender Anpassungsbedarf im Sinne des Kunden besteht.

Produktmanagement-Prozess und Produkte- & POG-Richtlinie

Um die bedarfsgerechte Entwicklung sowie die Einfachheit und Verständlichkeit ihrer Versicherungsprodukte sicherzustellen, hat die Gesellschaft entsprechende Prozesse definiert und die Produkte- & POG-Richtlinie erlassen, in der die Einzelheiten geregelt sind (inklusive Merkblatt zur Produkte- & POG-Richtlinie). Die Richtlinie geht in einigen Passagen über die Vorgaben des Verhaltenskodex hinaus, da sie auch Vorgaben zur Umsetzung der Insurance Distribution Directive (IDD) enthält (z. B. Regelungen zur Product Oversight and Governance – POG). Zu ihren wesentlichen Inhalten zählen u. a. die Definition des Begriffs „Produkt“, Vorgaben zu einfachen und verständlichen Produkten, zu Messverfahren, zum Produktmanagement-Prozess, zu Verantwortlich- und Zuständigkeiten, zu Produkttests und zur Qualifikation der am Produktentwicklungsprozesse Beteiligten. Zudem wird die explizite Kennzeichnung des IPID als „Informationsblatt zu Versicherungsprodukten“ darin geregelt.

Ein **Versicherungsprodukt** besteht definitionsgemäß aus einem Dauerschutzversprechen, das im Produktflyer, in Leistungsübersichten, Angebotsanfragen, im IPID, in der Versicherungspolice (Angebotsabgabe/Antrag) sowie in den dazugehörigen Versicherungsbedingungen rechtlich und inhaltlich konkretisiert wird. Für **Einfachheit und Verständlichkeit** sind für die Gesellschaft die Empfehlungen des GDV maßgeblich. Sofern vom GDV Musterbedingungen und Musterstrukturen vorhanden und auf die Spezialprodukte der Gesellschaft anwendbar sind, orientiert sie sich daran. Sind keine vorhanden oder müssen vorhandene modifiziert werden, sind grundsätzlich die in der Richtlinie und dem Merkblatt aufgeführten eigenen Kriterien für einfache, verständliche, nachvollziehbare und unkomplizierte Texte anzuwenden (z. B. einfache Wörter, kurze Sätze, übersichtliche Strukturierung etc.). Zu den **Messverfahren** zählen u. a. rechtliche Prüfungen und Testlesen unterschiedlicher Personen.

Die Gesellschaft arbeitet nach einem systematischen und verbindlichen **Produktmanagement-Prozess**. Dieser wird bei Produktneuentwicklungen oder wesentlichen Änderungen an bestehenden Produkten (z. B. Änderung des Zielmarkts, Erweiterung von Produkteigenschaften etc.) initiiert. Das Vorliegen einer wesentlichen Änderung wird im Einzelfall geprüft. Der Produktmanagement-Prozess besteht aus 6 Phasen, welche sich in differenzierte Kern- und Detailaufgaben untergliedern und auf die Charakteristika der Gesellschaft abgestimmt sind:

Phase I: Generierung von Innovationen und Ideen.

Phase II: Auswahl der Produktidee.

Phase III: Detailkonzeption.

Phase IV: Produktrealisierung.

Phase V: Produkteinführung.

Phase VI: Pflege und Controlling.

Die Gesamtverantwortung für einfache und verständliche Produkte trägt der Vorstand der Gesellschaft. Er entscheidet letztlich über die Umsetzung und Einführung neuer Produkte und ist für die offizielle Freigabe vor Anwendung und Verkauf der neuen Produkte zuständig. Die Qualitätssicherung, die Freigabe zur Produktrealisierung sowie Monitoring und ggf. Anpassungen, werden jeweils vom Vertriebsvorstand freigegeben. Verantwortlich und zuständig für den Produktmanagement-Prozess und damit auch zuständig für die Umsetzung und Gestaltung einfacher und verständlicher Produkte ist der Fachbereich „Spezialgeschäft“. Durch Einbeziehung aller relevanten Fachbereiche, wird die Expertise verschiedener Mitarbeitender mit entsprechender Qualifikation in den Prozess eingebracht.

Die Vorgaben der Produkte- & POG-Richtlinie sind vom Fachbereich „Spezialgeschäft“, insbesondere dem Bereich „Portfoliomanagement“, und von allen Bereichen, die in den Produktentwicklungsprozess involviert sind, verbindlich einzuhalten. Die Arbeitsabläufe zu Verfahren, Aufbau, Gestaltung und inhaltlichen Vorgaben, die sich aus der Richtlinie ergeben, sind in die Abläufe bei der Entwicklung neuer Produkte integriert. Die Einhaltung der Richtlinie wird während des Prozesses der Produktentwicklung fortlaufend überprüft.

Bei externen Anlässen (z. B. Rechtsprechung, Beschwerdebildung etc.) werden etwaige Anpassungen in den Produkten immer risikoorientiert und systematisch dahingehend bewertet, ob und inwieweit ein Überarbeiten der Dokumente zwingend erforderlich ist.

Leitsatz 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 Lebensversicherung 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.“ (Vorgabe des GDV zu Leitsatz 6)

Individuelles Ziel der Gesellschaft zu Leitsatz 6

Die Besonderheit der Gesellschaft ist die Fürsorglichkeit, die ihre Haltung kennzeichnet und ihre Leistungen prägt. Für den Kunden und sein Tier zu sorgen, ist das oberste Ziel und das kann ohne eine Beratung und Betreuungsleistung während der gesamten Vertragsbeziehung nicht erreicht werden.

Ziel der Gesellschaft sind der Aufbau und die Erhaltung einer nachhaltigen Beziehung zu ihren Kunden. Dafür ist die Beratung nach Vertragsschluss die Basis. Die Beratung des Kunden nach Maßgabe seiner Wünsche und Bedürfnisse auch nach Vertragsschluss zielt darauf ab, den Kunden langfristiger und fester an die Gesellschaft zu binden sowie ein positives Verhältnis zu ihm aufzubauen und zu intensivieren.

In Bezug auf Abwerbungen ist es Ziel der Gesellschaft, ihre Kunden bestmöglich zu schützen und vor unüberlegten Handlungen, die für sie zu Nachteilen oder finanziellen Schäden führen könnten, zu bewahren.

Risikopolitisches Ziel ist es zudem, mögliche Reputationsschäden für die Gesellschaft zu vermeiden und von vornherein abzuwenden.

Umsetzung und Maßnahmen zu Leitsatz 6

Die Gesellschaft fühlt mit ihren Kunden mit. Ihre Zielgruppe **Mensch und Tier** ist ihr zentraler Antrieb und so berät sie ihre Kunden anlassbezogen und auch nach Vertragsschluss während der Dauer des Versicherungsverhältnisses, insbesondere im Leistungsfall. Dabei steht grundsätzlich das Interesse des Kunden an einer Betreuung und Beratung hinsichtlich seines bestehenden Vertrags im Vordergrund. Das gilt auch, wenn beispielsweise im Leistungsfall eine Deckungslücke oder über den bestehenden Vertrag hinaus ein Risiko identifiziert und dem Kunden auf dessen Wunsch hin ein entsprechendes Versicherungsprodukt vorgestellt wird. Für die Beratung des Kunden nach Maßgabe seiner Wünsche und Bedürfnisse werden mögliche Anlässe für Beratungsleistungen identifiziert, da dies eine vertriebliche Chance ist, die es zu nutzen gilt. Wie das nachfolgende Schaubild beispielhaft zeigt, besteht eine Fülle möglicher Beratungsanlässe:



Bei Anlässen, die sich auf andere Verträge auswirken können, wird dem Kunden eine umfassende Analyse seiner Risikosituation durch den Vermittler empfohlen. Zudem werden Kunden direkt durch Newsletter über neue Produkte informiert.

Die Vertriebskanäle der Gesellschaft sind verpflichtet, wettbewerbskonforme Mittel einzuhalten. Die Wettbewerbsrichtlinien der Versicherungswirtschaft, insbesondere die darin enthaltenen Vorgaben zu Umdeckungen, müssen eingehalten werden. Im Beratungsprotokoll ist zu begründen und darzulegen, warum die Umdeckung dem Kundenbedürfnis bzw. dem Kundeninteresse entspricht. Der Kunde muss auf die Nachteile, die mit einer Umdeckung seines Vertrags verbunden sind oder sein können, hingewiesen werden. Der Hinweis ist ebenfalls im Beratungsprotokoll zu dokumentieren.

Die **Generalagenturen** der Gesellschaft sind angehalten, eine anlassbezogene Beratung nach Vertragsabschluss vorzunehmen. Um sicherzustellen, dass die Beratungs- und Betreuungsleistung der Generalagenturen nach Maßgabe der Wünsche und Bedürfnisse des Kunden sowie im Sinn und dem Qualitätsstandard der Gesellschaft erfolgt, gilt für die Generalagenturen die Vertriebs-Richtlinie für die Generalagenturen, die entsprechende Vorgaben zu Beratungsanlässen und zum Verhalten bei Umdeckungen enthält. In Bezug auf die Umdeckung von Verträgen sind die Generalagenturen der Gesellschaft verpflichtet, dem Kunden die Nachteile, die mit der Umdeckung von Verträgen verbunden sind, zu erläutern und zu dokumentieren.

Zu den Kriterien, die sich bei einer Umdeckung des Vertrags nachteilig auswirken können, zählen insbesondere:

- Eintrittsalter (generell),
- Eintrittsalter in Bezug auf den Erstattungssatz,
- Wartezeit und
- Risikozuschläge aufgrund von Gesundheitsfragen etc.

Die Einzelheiten zu einer anlassbezogenen Beratung und zum Verhalten bei Umdeckungen können der Vertriebs-Richtlinie für die Generalagenturen sowie den entsprechenden Merkblättern entnommen werden.

Dass die Generalagenturen die Kunden entsprechend der Vorgaben nachhaltig betreuen und bei gegebenem Anlass beraten, hält die Gesellschaft über die regelmäßigen Jahresgespräche mit ihren Generalagenturen nach. Darüber hinaus erfolgt ein Controlling über das Beschwerdemanagement-System der Gesellschaft (s. u. zu Leitsatz 9), in das die Generalagenturen eingebunden sind.

Pflichten für den **Makler** ergeben sich grundsätzlich aus dem Maklervertrag mit dem Kunden. Im Vertrag mit den **MMFA** wird auf die Wettbewerbsrichtlinien der Versicherungswirtschaft und deren Beachtung hingewiesen. Die Überprüfung der gewünschten nachhaltigen Betreuung von Kunden der Gesellschaft und deren Beratung bei gegebenem Anlass erfolgt für die MMFA und KOOP über das Beschwerdemanagement-System der Gesellschaft und eine entsprechende Auswertung eingehender Kundenbeschwerden.

Als **Unterstützung** stellt die Gesellschaft z. B. auf Anforderung ein Merkblatt zur anlassbezogenen Beratung sowie Merkblätter zur Nachteilsberatung bei Umdeckungen bereit und übermittelt Kopien des Schriftwechsels.

Leitsatz 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 einer Auskunftsstelle über Versicherungs-/Bausparkassenaußendienst und Versicherungsmakler in Deutschland e. V. (AVAD) als Pflicht.“ (Vorgabe des GDV zu Leitsatz 7)

Individuelles Ziel der Gesellschaft zu Leitsatz 7

Zu den geschäftsstrategischen Zielen der Gesellschaft zählen die Stärkung von Image und Außenwirkung durch einen hohen Grad an Kundenorientierung sowie die Weiterentwicklung der Marke „**Uelzener**“ als „**die Marke**“ in der Tier-Versicherung. Ziel der Gesellschaft ist es, ihrem eigenen hohen Anspruch auf Qualität und Qualifikation und ebenso dem des Kunden gerecht zu werden, ihre Kunden mit ihrer Beratungs- und Leistungsqualität sowie durch kompetente Betreuung und fachliche Expertise auf ihrem Spezialgebiet zu überzeugen und ihren hohen Qualitätsstandard langfristig zu erhalten und stetig zu erneuern.

Umsetzung und Maßnahmen zu Leitsatz 7

Die Auswahl der beratend tätigen Mitarbeitenden sowie der Vertriebskanäle, mit denen die Gesellschaft zusammenarbeitet, erfolgt sorgfältig und gewissenhaft.

Die Gesellschaft arbeitet nur mit **Vermittlern** zusammen, die hinreichend qualifiziert, zuverlässig und gut beleumundet sind und die die Grundsätze des Verhaltenskodex oder eines vergleichbaren Kodex als Mindeststandard anerkennen und praktizieren. Sie wählt ihre Vertriebskanäle so aus, dass diese zu ihrer Zielgruppe „**Mensch und Tier**“ passen. Vor der Zusammenarbeit mit neuen Vermittlern prüft sie deren Registrierung auf dem Internetportal bei dem Deutschen Industrie- und Handelskammertag (DIHK) und holt grundsätzlich immer eine AVAD-Auskunft und eine Selbst- und Wirtschaftsauskunft zur Bonität ein. Zudem werden über einen Informationsbogen detaillierte Angaben zum Vermittler (z. B. Status) angefordert. Zusätzlich wird der Eintrag in das Versicherungsvermittlerregister geprüft und im Einzelfall ggf. eine Recherche im Internet durchgeführt. Bei wesentlichen negativen AVAD-Auskünften (z. B. Privatinsolvenz etc.) ist eine Zusammenarbeit ausgeschlossen. Treten während der Zusammenarbeit bei einem Vermittler der Gesellschaft Hinweise auf, die zu einem Ausschluss geführt hätten, holt sie erneut Wirtschaftsauskünfte ein. Bestätigt sich dadurch seine Unzuverlässigkeit, wird die weitere Zusammenarbeit geprüft und ggf. beendet. Im Rahmen einer regelmäßigen Überprüfung erfolgt ein monatlicher Abgleich mit der Löschliste des Deutschen Industrie- und Handelskammertags (s. u. zu Leitsatz 11) und wird das Vermittlerregister herangezogen. Bei Abweichungen erfolgt eine Klärung der Hintergründe mit dem betroffenen Vermittler und wird über die Einleitung weiterer Maßnahmen entschieden.

Grundvoraussetzung für die Zusammenarbeit ist für die Gesellschaft der Nachweis über die erforderliche Erstqualifikation. Sie arbeitet zudem nur mit Vertriebspartnern zusammen, die sich mindestens nach den gesetzlichen Vorgaben laufend weiterbilden und dies auch nachweisen können. Über Produktneuerungen und -änderungen informiert die Gesellschaft ihre Vertriebskanäle systematisch fachlich per E-Mail.

Für die Auswahl ihrer **beratend tätigen Mitarbeitenden** sind eine hinreichende Qualifizierung, Zuverlässigkeit und guter Leumund wichtig. Da die beratend tätigen Mitarbeitenden die Gesellschaft im Kundenkontakt und Beratungsgespräch repräsentieren, sollten sie sich mit der Zielgruppe „**Mensch und Tier**“ identifizieren und Qualität, Kompetenz, Verständnis und Fürsorge dem Kunden gut vermitteln können. Vorgaben zur fachlichen Qualifikation und Weiterbildung der beratend tätigen Mitarbeitenden (im Innendienst) sind in der Vertriebs-Richtlinie für die Mitarbeitenden verbindlich vorgegeben. Ihre Erstqualifikation umfasst u. a. die Einarbeitung, Produkt- und Software-Schulungen sowie Schulungen zum Umgang mit Kunden am Telefon und vor Ort. Neu für eine beratende Tätigkeit eingestellte Mitarbeitende haben den Nachweis über die erforderliche Erstqualifikation zu erbringen. Liegt dieser nicht vor, darf der Mitarbeitende erst beratend tätig werden, wenn er die erforderliche Erstqualifikation nachgeholt und das erforderliche Fachwissen erlangt hat. Die beratend tätigen Mitarbeitenden sind verpflichtet, sich gemäß den gesetzlichen Anforderungen in einem Umfang von 15 Stunden je Kalenderjahr weiterzubilden. Der Inhalt der Weiterbildungsverpflichtung

richtet sich nach der Versicherungsvermittlerverordnung. Die Art und Weise kann u. a. durch E-Learning, Präsenzs Schulungen, Webinare etc. erfolgen. Alle beratend tätigen Mitarbeitenden der Gesellschaft werden regelmäßig geschult, insbesondere bei Produkteinführungen bzw. -änderungen. Nachgehalten und regelmäßig überprüft wird die Einhaltung dieser Weiterbildungsverpflichtung auf der Grundlage dokumentierter Regelungen sowie den dazugehörigen Prozessen durch den Fachbereich „Personal“ der Gesellschaft.

Unabhängig von den Anforderungen an die Qualifikation der beratend tätigen Mitarbeitenden bestehen aufsichtsrechtlich besondere Anforderungen an die Qualifikation und persönliche Zuverlässigkeit der **Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder**, der Intern Verantwortlichen und Verantwortlichen Personen für die **Governance-Schlüsselfunktionen** (Compliance-Funktion, Risikomanagementfunktion, Versicherungsmathematische Funktion, Interne Revision und Ausgliederungsbeauftragter für die Interne Revision) der Gesellschaft sowie des **Geschäftsführers der Uelzener Rechtsschutz Schadenservice GmbH** (als Geschäftsführer eines Schadenabwicklungsunternehmens). Diese Personen und Funktionsinhaber sind ebenfalls angehalten, sich regelmäßig fortzubilden und dies nachzuweisen. Die diesbezüglichen konkreten Vorgaben und Anforderungen sind Gegenstand der Fit-und-Propor-Richtlinie der Gesellschaft.

Über einen **angestellten Werbeaufendienst** verfügt die Gesellschaft nicht.

Alle **Generalagenturen** der Gesellschaft verfügen über die entsprechende Sachkunde. Bestehende Generalagenturen sind selbstständig als Versicherungsvermittler bereits ununterbrochen seit dem 31. August 2000 tätig gewesen und unterfallen der sogenannten „Alte-Hasen-Regelung“. Sollte sich eine neue Zusammenarbeit mit einer weiteren Generalagentur perspektivisch ergeben, so hat diese die gesetzlichen Anforderungen an eine angemessene Qualifikation zu erfüllen. Diese Qualifikation ist durch die Ablegung einer entsprechenden Sachkundeprüfung bzw. durch eine von der jeweiligen Industrie- und Handelskammer (IHK) akzeptierte, gleichwertige Prüfung belegt. Neue Generalagenten haben den Nachweis über die erforderliche Erstqualifikation als Voraussetzung für die Zusammenarbeit mit der Gesellschaft zu erbringen. Sie stellen zudem gegenüber der Gesellschaft sicher, dass ihre unmittelbar oder maßgeblich an der Beratung oder Vermittlung mitwirkenden Mitarbeitenden zuverlässig sind und die für ihre Tätigkeit erforderliche Sachkunde besitzen und erbringen darüber auf Anfrage entsprechende Nachweise in Textform. Alle Generalagenturen sind verpflichtet, sich regelmäßig gemäß den gesetzlichen Anforderungen in einem Umfang von 15 Stunden je Kalenderjahr weiterzubilden und ihre Weiterbildung der Gesellschaft auf deren Anforderung nachzuweisen. Ein Nachweis in Textform ist dabei ausreichend. Der Inhalt der Weiterbildungsverpflichtung richtet sich nach der Versicherungsvermittlerverordnung. Die Art und Weise kann u. a. durch E-Learning, Präsenzs Schulungen, Webinare etc. erfolgen. So haben sie z. B. die Möglichkeit, sich über die Brancheninitiative „gut beraten“ (E-Learning-Plattform) oder einen anderen, anerkannten Bildungsträger weiterzubilden. Einzelheiten zur Erstqualifikation und Weiterbildung der Generalagenturen und ihrer unmittelbar oder maßgeblich am Vertrieb beteiligten Mitarbeitenden sind der Vertriebs-Richtlinie für die Generalagenturen zu entnehmen. Eine Anforderung der Weiterbildungsnachweise und die Überprüfung der Einhaltung der Weiterbildungsverpflichtung erfolgen auf der Grundlage dokumentierter Regelungen sowie den dazugehörigen Prozessen regelmäßig durch den Fachbereich „Personal“ der Gesellschaft.

In Bezug auf die **MMFA und KOOP** gilt, dass die Qualifikation (Erstqualifikation) und Weiterbildung selbstständiger Vermittler gesetzlich vorgeschrieben ist. Ob sie ihrer Verpflichtung nachkommen, wird anlassbezogen (z. B. infolge von Kundenbeschwerden) durch den Fachbereich „Vermittlervertrieb“ überprüft.

Die Gesellschaft **unterstützt** ihre beratend tätigen Mitarbeitende, ihre Generalagenturen, die MMFA und die KOOP zur kontinuierlichen Stärkung der Beratungsqualität beim Aufbau des für den Beratungs- und Verkaufsprozess erforderlichen Fachwissens. So bietet sie ihren Generalagenturen beispielsweise die Möglichkeit an, deren Mitarbeitende über das E-Learning-Tool der Gesellschaft weiterzubilden.

Leitsatz 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.“ (Vorgabe des GDV zu Leitsatz 8)

Individuelles Ziel der Gesellschaft zu Leitsatz 8

Ziel der Gesellschaft ist es, zu verhindern, dass beim Vertrieb ihrer Versicherungsprodukte durch falsche Anreize das Eigeninteresse ihrer Vertriebspartner zum Nachteil der Kunden in den Vordergrund tritt, dadurch Interessenkonflikte entstehen und dem Kunden Produkte empfohlen werden, die nicht seinen Bedürfnissen entsprechen. Es muss gewährleistet sein, dass die Unabhängigkeit der Vertriebspartner und insbesondere das Kundeninteresse nicht beeinträchtigt werden, denn eine Fehlsteuerung durch falsche Anreize wäre mit dem Claim „**Mensch. Tier. Wir.**“ und den Markenkernwerten nicht vereinbar.

Die Gesellschaft legt Wert auf langfristige, nachhaltige und stabile Kundenbeziehungen, auf Ertragserzielung und nicht auf schnelles Wachstum zulasten von Kundenbindung, Stornoquoten und Image. Ziel ist, die Gefahr einer negativen Außenwirkung mit Reputationsverlust, die eine Falschberatung durch Fehlanreize zur Folge hätte, zu vermeiden.

Umsetzung und Maßnahmen zu Leitsatz 8

Den Umgang mit Zusatzvergütungen hat die Gesellschaft in der Richtlinie Zusatzvergütungen geregelt. Die Richtlinie geht über die Vorgaben des Verhaltenskodex hinaus und ist unter dem Blickwinkel der IDD auf die Vereinbarung und Gewährung von Zusatzvergütungen für alle Vertriebspartner, insbesondere Makler und Mehrfachagenturen, anzuwenden, auch wenn sich der Verhaltenskodex explizit in Leitsatz 8 nur auf Versicherungsmakler bezieht. Sollte es sich bei einem KOOP um einen Versicherungsmakler handeln, sind die Regelungen ebenfalls zu berücksichtigen.

Sollen Zusatzvergütungen gewährt werden, müssen diese dem eigenen Qualitätsanspruch der Gesellschaft entsprechen und sicherstellen, dass die Kundenorientierung im Vordergrund steht und weder die Unabhängigkeit des Vermittlers noch das Interesse der Kunden in irgendeiner Weise beeinträchtigt werden könnten. Besonderheiten von Zusatzvergütungen sind, dass sie zusätzlich zur vertraglich vereinbarten Provision/Courtage erbrachte Leistungen und nicht garantiert sind sowie dass sie einmalig, zeitlich befristet oder zielgerichtet ausgewählt und eingesetzt werden. Zusatzvergütungen können in unterschiedlichen Formen am Markt vorkommen, welche davon für die Gesellschaft zulässig und welche unzulässig sind, ist in der Richtlinie Zusatzvergütungen geregelt. Erlaubt sind danach Bonifikationen, wenn sie qualitative Komponenten (z. B. Schadenquote, Stornoquote, Nettobestandswachstum etc.) enthalten und sachbezogene Werbekostenzuschüsse. Nicht erlaubt sind Incentives, Wettbewerbe, Neugeschäftsstaffelungen etc.

Die Gesellschaft veranstaltet grundsätzlich keine Wettbewerbe. Zudem ist im Unternehmen ein Kontrollprozess in Form eines Mehr-Augen-Prinzips mit Freigabeverfahren über den Abteilungsleiter, den Vertriebsvorstand, bis zum Fachbereich „Finanzwesen“ implementiert, um sicherzustellen, dass in dem jeweiligen Einzelfall die Zusatzvergütung, die gewährt werden soll, korrekt bemessen ist und den rechtlichen Vorgaben entspricht.

Leitsatz 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.“ (Vorgabe des GDV zu Leitsatz 9)

Individuelles Ziel der Gesellschaft zu Leitsatz 9

Mit der Einrichtung eines systematischen Beschwerdemanagements will die Gesellschaft zur Zufriedenheit ihrer Kunden eine kontinuierliche und nachhaltige Bearbeitung aller Beschwerden und Anliegen gewährleis-

ten und gleichzeitig eine laufende Verbesserung der Arbeitsabläufe und -prozesse im Kundeninteresse bewirken. Mit dem Hinweis auf das Ombudsmannsystem wird den Kunden eine neutrale, objektive Schlichtungsstelle aufgezeigt, an die sie sich kostenfrei und unkompliziert wenden können und die ihre Anliegen unvoreingenommen und unparteiisch prüft. Damit soll dem Kunden das Gefühl vermittelt werden, dass die Gesellschaft, selbst bei Uneinigkeit, sein Anliegen ernst nimmt, ihm Wertschätzung und Offenheit entgegenbringt und sich einer unparteiischen Prüfung stellt. Die Gesellschaft möchte in jeder Situation für ihren Kunden da sein und seinen Wünschen und Anregungen gerecht werden. Dazu ist es von besonderer Wichtigkeit, Probleme einer kurzfristigen und unbürokratischen Lösung zuzuführen.

Umsetzung und Maßnahmen zu Leitsatz 9

Die Gesellschaft besitzt unternehmensübergreifend ein systematisches **Beschwerdemanagement (BM)**. Jede eingehende Beschwerde wird dabei in einem zentralen Beschwerdemanagement-System erfasst, registriert und nachgehalten. Die Bearbeitung der Beschwerden liegt dezentral im jeweils zuständigen operativen Fachbereich. Dafür stehen in den einzelnen Fachbereichen sogenannte „BM-Koordinatoren“ zur Verfügung. Für das zentrale Beschwerdemanagement-System und die zentrale Registrierung der Beschwerden ist der BM-Beauftragte zuständig. Er ist direkt dem Vorstand unterstellt. Er übt eine beratende Funktion aus, führt Analysen durch, informiert den Vorstand vierteljährlich über die eingegangenen Beschwerden und berichtet jährlich an den Vorstand und die BaFin. Der Ablauf des Beschwerdemanagements, die Zuständig- und Verantwortlichkeiten sowie Vorgaben und Regelungen zum Beschwerdemanagement und Beschwerdemanagement-Prozess sind in der Beschwerdemanagement-Richtlinie dokumentiert.

Das **Ombudsmannsystem** bietet den Kunden ein unabhängiges, unbürokratisches System zur außergerichtlichen Beilegung von Meinungsverschiedenheiten mit der Gesellschaft und Vermittlern. Im Rahmen des Qualitäts- und Beschwerdemanagements der Gesellschaft sowie im Rahmen der Beratung und Vermittlung sind die Kunden von der Gesellschaft und ihren Vertriebskanälen auf das Ombudsmannsystem in geeigneter Form hinzuweisen. Dabei wird der Hinweis dem Kunden in Textform nachweisbar übermittelt, u. a. beispielsweise durch Visitenkarten, Versicherungsbedingungen, die Website oder den E-Mail-Footer etc.

Die **Generalagenturen** der Gesellschaft sind in das Beschwerdemanagement der Gesellschaft einbezogen. Die Beschwerden, die bei den Generalagenturen der Gesellschaft eingereicht werden, werden von diesen an die Gesellschaft über die spezielle E-Mail-Adresse gm@uelzener.de eingereicht und von dort – je nach Inhalt – an den BM-Koordinator des zuständigen Fachbereichs weitergeleitet. Die Beschwerden werden im zentralen Beschwerdemanagement-System erfasst. Die Beschwerdeanalyse inklusive der Analyse der Beschwerdegründe erfolgt durch den BM-Beauftragten. Der Beschwerdeweg ist in der Beschwerdemanagement-Richtlinie und der Compliance-Richtlinie für die Generalagenturen geregelt. Die Verpflichtung zum Hinweis auf das Ombudsmannsystem ist für die Generalagenturen in der Vertriebs-Richtlinie für die Generalagenturen vorgegeben.

Für Beschwerden über oder von den **MMFA und KOOP** ist kein gesonderter, vom normalen Beschwerdeweg abweichender Prozess vorgesehen. Da die MMFA und KOOP vertraglich zur Einhaltung des Verhaltenskodex verpflichtet sind, sind sie dadurch auch dazu verpflichtet, die Kunden auf das Ombudsmannsystem in entsprechender Form hinzuweisen.

Leitsatz 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.“ (Vorgabe des GDV zu Leitsatz 10)

Individuelles Ziel der Gesellschaft zu Leitsatz 10

Ziel einer gelebten Compliance ist für die Gesellschaft, den heutigen hohen Anforderungen an ein norm- und regelgerechtes sowie ethisches Wirtschaften im Rahmen ihres Claims „**Mensch. Tier. Wir.**“ und ihres gesellschaftlichen Umfelds gerecht zu werden. Sie will die positive Wahrnehmung ihrer Marke in der Öffentlichkeit sichern und fördern und Haftungsrisiken, finanzielle Nachteile sowie insbesondere einen Vertrauensverlust ihrer Kunden vermeiden.

Umsetzung und Maßnahmen zu Leitsatz 10

Die Gesellschaft unterliegt den Wettbewerbsrichtlinien der Versicherungswirtschaft. Zudem gilt für sie die „Sammelverfügung – Meldung von Unregelmäßigkeiten im Versicherungsaußen- und Versicherungsinendienst“ der BaFin, durch die sie zur jährlichen Berichterstattung an die BaFin über etwaige Unregelmäßigkeiten im Bereich des Außendienstes über alle Versicherungsvermittler (einschließlich deren Untervermittler und direkt bei der Vermittlung mitwirkenden Personen) und im Bereich des Innendienstes über Führungskräfte und Mitarbeitende, jeweils unabhängig davon, ob die Unregelmäßigkeiten im Zusammenhang mit der Tätigkeit im Versicherungsaußendienst bzw. Versicherungsinendienst stehen, verpflichtet ist.

Darüber hinaus hat die Gesellschaft für sich, ihre beiden in ihrem Direktionsgebäude ansässigen Tochtergesellschaften und ihre Mitarbeitenden eine Compliance-Richtlinie erlassen, die u. a. Regelungen und Vorgaben zum Umgang mit Zuwendungen und Geschenken, zu Interessenkonflikten, zum Umgang mit Firmeneigentum, Kunden und Geschäftspartnern, zum Thema „Antikorruption“ sowie zum Umgang mit vertraulichen Informationen enthält. Auf die Compliance-Richtlinie und den darin enthaltenen Verhaltenskodex verpflichten sich alle Mitarbeitenden. Zudem gilt die Datenschutz-Richtlinie der Gesellschaft.

Den Vertreterverträgen der **Generalagenturen** liegen die Inhalte der Wettbewerbsrichtlinien der Versicherungswirtschaft, des Bundesdatenschutzgesetzes sowie der EU-Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) zugrunde. Darüber hinaus gilt für die Generalagenturen der Gesellschaft die Compliance-Richtlinie für die Generalagenturen. Sie enthält u. a. Regelungen und Vorgaben zum Umgang mit Zuwendungen und Geschenken, zu Interessenkonflikten, Unternehmensveranstaltungen und Werbemaßnahmen, zum Thema „Antikorruption“ sowie zu kartellrechtlichen Themen und zum Datenschutz.

In Bezug auf die **MMFA und KOOP** stellt die Gesellschaft über ihre aktuellen Vermittlervereinbarungen, denen die Inhalte der Wettbewerbsrichtlinien der Versicherungswirtschaft, des Bundesdatenschutzgesetzes sowie der DSGVO zugrunde liegen, sicher, dass sie nur mit Vermittlern zusammenarbeitet, die die Mindeststandards des Verhaltenskodex für sich und ihre Tätigkeit als verbindlich anerkennen (s. nachfolgend).

Leitsatz 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.“ (Vorgabe des GDV zu Leitsatz 11)

Individuelles Ziel der Gesellschaft zu Leitsatz 11

Mit ihrem Beitritt zum Verhaltenskodex und ihrer freiwilligen Selbstverpflichtung, die Vorgaben des Verhaltenskodex umzusetzen und einzuhalten, verfolgt die Gesellschaft als Ziele, die hohe Qualität ihrer Kundenberatung und ihrer Produkte sicherzustellen und weiter zu verbessern sowie die Interessen und Bedürfnisse ihrer Kunden, insbesondere die besonderen Bedürfnisse ihrer Zielgruppe „**Mensch und Tier**“, noch stärker in den Fokus zu rücken. Als Spezialversicherer mit hoher Fachexpertise auf dem Gebiet der Tierversicherungen ist es für die Gesellschaft besonders wichtig, auch die leisen Signale ihrer speziellen Kundengruppe wahrzunehmen und ihr eigenes Bewusstsein für die Verbraucherinteressen dieser speziellen Zielgruppe sowie das ihrer Vermittler ständig weiter zu schärfen. Zudem entspricht es dem ethischen Grundgedanken der Gesellschaft, Abstand von jeglicher Art unseriöser Vertriebspraktiken zu nehmen, die den Belangen der Kunden widersprechen. Mit ihrem Beitritt zum Verhaltenskodex will die Gesellschaft ihren Beitrag dazu leisten und die Branche dabei unterstützen, solcher Art Vertriebspraktiken zu unterbinden.

Umsetzung und Maßnahmen zu Leitsatz 11

Die Gesellschaft ist selbst im Februar 2016 (s. Einführung) dem Verhaltenskodex beigetreten und arbeitet seitdem nur noch mit Vermittlern zusammen, die die Grundsätze des Kodex oder äquivalente Grundsätze als Mindeststandards anerkennen und praktizieren (s. o. zu Leitsatz 8). In allen ab dem 1. Juli 2016 neu abgeschlossenen Provisionsvereinbarungen ist diese Voraussetzung (Verpflichtung und Anerkennung des Verhaltenskodex) als fester Bestandteil enthalten. Die Gesellschaft erkennt auch gleichwertige Kodizes als Grundlage der Zusammenarbeit an und hat dazu alternative Kodizes anhand definierter Kriterien auf ihre Gleichwertigkeit hin überprüft. So ist unternehmensintern sichergestellt, dass alternative Kodizes nur anerkannt werden, wenn sie dem Verhaltenskodex entsprechen.

Sie überprüft im Rahmen ihrer Möglichkeiten, ob die Grundsätze des Verhaltenskodex von den Vertriebspartnern eingehalten werden. Ziel dabei ist es, hinreichend sicher potenzielle Verstöße, mit hoher Sicherheit jedoch systematische Verstöße gegen den Verhaltenskodex zu erkennen. Bei der Feststellung von Verstößen werden entsprechende Maßnahmen ergriffen, welche im Einzelfall vom Fachbereich „Vermittlervertrieb“ entschieden werden.

Die Vermittlung und Betreuung von Versicherungsverträgen der Gesellschaft ist nur durch gewerbsmäßig tätige Vermittler möglich. Es findet ein monatlicher Abgleich mit der Löschliste des Deutschen Industrie- und Handelskammertags statt. Sofern Abweichungen festgestellt werden, setzt sich der Fachbereich „Vermittlervertrieb“ mit den entsprechenden Vermittlern in Verbindung, um die Hintergründe zu klären und ggf. weitere Maßnahmen in die Wege zu leiten.

Die Gesellschaft lässt sich mindestens alle drei Jahre von einer unabhängigen Stelle prüfen. Die erste Zertifizierung ist im Februar 2018 erfolgt. Die nächste Prüfung und Zertifizierung ist für das Jahr 2024 vorgesehen.

Die **Generalagenturen** der Gesellschaft sind über ihren Vertretervertrag auf die Einhaltung des Verhaltenskodex verpflichtet. Dadurch, dass die Compliance-Richtlinie für die Generalagenturen und die Vertriebs-Richtlinie für die Generalagenturen als Anlage dem Vertretervertrag beigefügt werden, werden auch sie zum Vertragsbestandteil.

Die Gesellschaft hat allen Vermittlern, insbesondere allen **MMFA und KOOP**, mit einem Rückläuferprozess erklärt, dass sie nur noch mit Vertriebspartnern zusammenarbeitet, die die Werte und Normen bzw. die Grundsätze des Verhaltenskodex für sich anerkennen und die Regeln sowie Anweisungen in ihre Arbeitsabläufe implementiert haben, um diese Grundsätze einzuhalten und zu erfüllen. Bei fehlender Zustimmung erfolgt ein mehrstufiger Erinnerungsprozess, bei aktiver Ablehnung des Verhaltenskodex oder der Akzeptanz eines anderen nicht gleichwertigen Kodex, ein Eskalationsverfahren, beginnend mit einem persönli-

chen Gespräch, über eine Annahmesperre für Neugeschäft, die Überprüfung der weiteren Zusammenarbeit bis hin in letzter Konsequenz zur Beendigung der Vermittler-Verbindung.

2.5 AUFBAU- UND ABLAUFORGANISATION MIT ROLLEN UND VERANTWORTLICHKEITEN

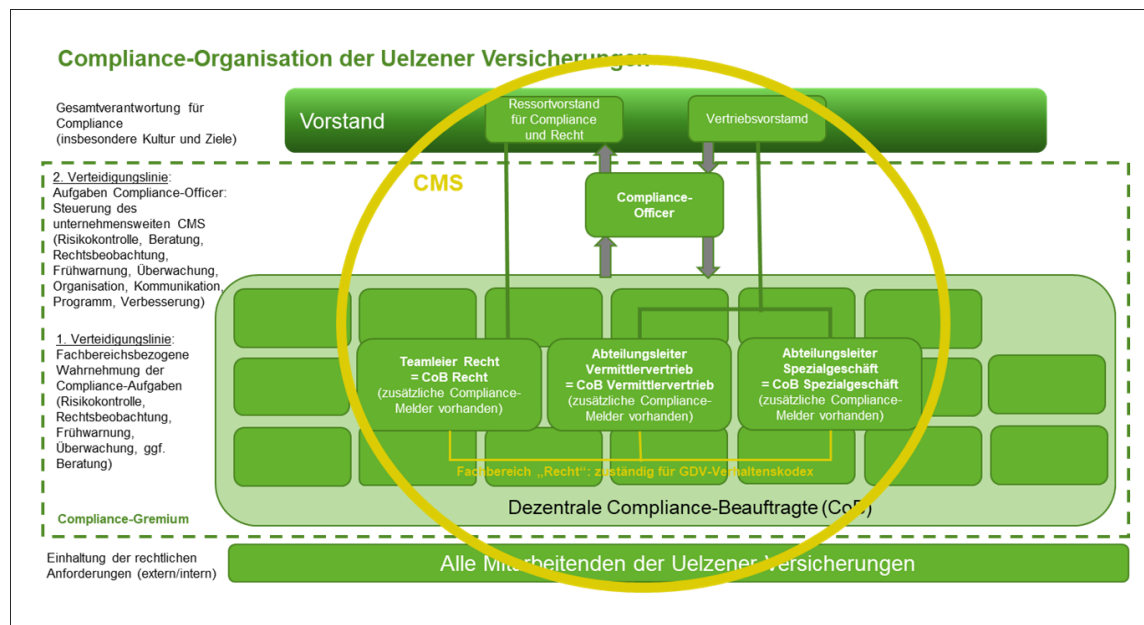
Die Compliance-Organisation und damit auch das CMS der Gesellschaft sind organisatorisch bei der Compliance-Funktion der Gesellschaft angesiedelt. Die Intern Verantwortliche Person für die Compliance-Funktion ist der Compliance-Officer. Er ist im Modell der „Drei Verteidigungslinien“ auf der zweiten Verteidigungslinie angesiedelt, ist direkt dem Vorstand unterstellt und berichtet auch direkt an den Vorstand. Zu seinen Aufgaben zählt, die Umsetzung des Verhaltenskodex zu überwachen und die operativen Bereiche bei der Umsetzung geeigneter Maßnahmen zu unterstützen, indem er etwaige Lücken aufzeigt und bei der Entwicklung von Verbesserungsmaßnahmen beratend zur Verfügung steht.

Auf der ersten Verteidigungslinie ist der Fachbereich „Recht“ zuständig dafür, dass der Verhaltenskodex eingehalten wird und entsprechende Maßnahmen eingerichtet und dauerhaft umgesetzt werden.

Ansprechpartner des Compliance-Officers sind auf der ersten Verteidigungslinie die jeweiligen Compliance-Beauftragten (CoB) der Fachabteilungen, die in der Regel aus den Abteilungsleitern oder anderen vom Vorstand bestimmten Personen bestehen, und zusätzliche Compliance-Melder. Für das CMS sind das insbesondere die Abteilungsleiter und zusätzlichen Melder der Fachbereiche „Vermittlervertrieb“, „Spezialgeschäft“ und „Recht“.

An der Spitze steht der Vorstand der Gesellschaft. Er trägt die Letzt- und Gesamtverantwortung und ist verantwortlich dafür, dass der Verhaltenskodex und damit auch alle implementierten Maßnahmen eingehalten werden. Diese Letztverantwortung ist nicht delegierbar.

Das folgende Schaubild zeigt die Aufbau- und Ablauforganisation zum CMS (s. auch Schaubild in Ziffer 1):



2.6 KOMMUNIKATION IM CMS

Eine umfassende und stetige Kommunikation ist ein zentraler Bestandteil eines funktionierenden CMS. Der Fachbereich „Recht“ koordiniert die bereichsübergreifende Kommunikation zum CMS. Die Kommunikation im CMS wird auf mehreren Ebenen top-down und bottom-up sichergestellt:

Der Vorstand und die Abteilungsleiter werden vom Compliance-Officer laufend über aktuelle Themen aus dem Compliance-Bereich informiert. Die Information des Vorstands und der Abteilungsleiter der betroffenen

Fachbereiche (insbesondere „Vermittlervertrieb“ und „Spezialgeschäft“) zu aktuellen Themen in Bezug auf den Verhaltenskodex erfolgt zusätzlich ad hoc durch den Fachbereich „Recht“. Der Fachbereich „Recht“ wirkt zudem darauf hin, dass die Abteilungsleiter der vom CMS betroffenen Fachbereiche die Kommunikations- und Schulungsmaßnahmen in ihren jeweiligen Bereichen angemessen ausgestalten und durchführen. Die Abteilungsleiter der betroffenen Fachbereiche stellen ihrerseits sicher, dass ihre Mitarbeitenden über alle für die Ausübung ihrer Tätigkeiten relevanten Informationen zum Verhaltenskodex verfügen und entsprechend bereichsintern geschult sind.

Die Compliance-Beauftragten und zusätzlichen Compliance-Melder berichten und melden regelmäßig, mindestens monatlich, bei Bedarf ad hoc, an den Compliance-Officer.

Darüber hinaus sind alle am CMS Beteiligten durch die Richtlinien verpflichtet, die vier Governance-Schlüsselfunktionen (Compliance-Funktion, Risikomanagementfunktion, Versicherungsmathematische Funktion und Interne Revision, vertreten durch den Ausgliederungsbeauftragten für die Interne Revision) über die für die Erfüllung ihrer jeweiligen Pflichten relevanten Sachverhalte zu informieren.

Für die Generalagenturen ist durch den Vorstand der Gesellschaft die Erstinformation im Rahmen eines der damaligen regelmäßigen Generalagentur-Treffen erfolgt. Die Generalagenturen stehen in regelmäßigem Austausch mit dem Fachbereich „Vermittlervertrieb“ und werden durch diesen betreut und unterstützt.

2.7 ÜBERWACHUNG UND VERBESSERUNG DES CMS

Das CMS wird kontinuierlich weiterentwickelt und verbessert. Das gibt der Gesellschaft die Möglichkeit, angemessen zu reagieren, wenn sich Rechtsumfeld oder interne Prozesse und Abläufe ändern. Das gilt auch für veränderte Risikolagen oder Maßnahmen zur Erfüllung des Verhaltenskodex sowie bei Verstößen.

Die Compliance-Überwachung findet auf unterschiedlichen Ebenen statt.

Kontrolle im operativen Tagesgeschäft

Der Fachbereich „Recht“ und die Abteilungsleiter als Compliance-Beauftragte der jeweiligen Fachbereiche kontrollieren im operativen Tagesgeschäft, wie effektiv ihre Maßnahmen in ihrem jeweiligen Bereich sind. Etwaige bereichsintern identifizierte Schwachstellen und/oder Änderungen im Ablauf sind dem Compliance-Officer zu melden. Dabei müssen die Compliance-Beauftragten gleichzeitig eine geeignete Anpassung der Maßnahmen vorschlagen. Der Compliance-Officer überprüft hierbei auch die Auswirkungen auf getroffene und ggf. anzupassende Maßnahmen anderer Bereiche.

Das Beschwerdemanagement der Gesellschaft führt über eingehende Beschwerden und deren Bearbeitung eine Beschwerdedatenbank. Es beobachtet und analysiert Häufungen von Beschwerden und informiert den Fachbereich „Recht“, alternativ den CoB „Vermittlervertrieb“ über kodexrelevante Beschwerden. Über die Beschwerdedatenbank können Kundenbeschwerden zum Beratungsprozess, zu Umdeckungen und zu etwaigen Interessenkonflikten gemessen und ausgewertet werden, sofern diese Punkte in der Beschwerde ausdrücklich erfasst worden sind. Mit Hilfe der Beschwerdedatenbank werden diese Bereiche regelmäßig überwacht und können beispielsweise Auffälligkeiten im Beratungsprozess, bei Umdeckungen sowie mögliche Interessenkonflikte frühzeitig identifiziert werden.

Um Unregelmäßigkeiten im Beratungsprozess zu erkennen, erfolgt zusätzlich eine stichprobenartige Überprüfung der Beratungsprotokolle durch den Fachbereich „Recht“.

Die Überwachung der Einhaltung der vorgegebenen Aus- und Weiterbildungsverpflichtungen der Generalagenturen erfolgt durch den Fachbereich „Vermittlervertrieb“. Die Überwachung erfolgt anlassbezogen.

Zusätzliche stichprobenartige Überprüfungen werden in der Regel nicht durchgeführt. Gleichwohl besteht die Möglichkeit, im Verdachts- bzw. Bedarfsfall, eine außerplanmäßige Ad hoc-Prüfung durchzuführen.

Überwachung durch den Compliance-Officer

Die regelmäßige, anlassunabhängige, präventive Überwachung gewährleistet, dass die vorgesehenen Maßnahmen zur Umsetzung und Einhaltung des Verhaltenskodex angemessen sind und eingehalten werden. Der Compliance-Officer führt eine anlassunabhängige Überwachung des Verhaltenskodex gemäß seinem Prüfungsplan durch und dokumentiert sie.

Die CoB der operativen Fachbereiche unterstützen den Compliance-Officer bei der Kodex-Überwachung. Der Compliance-Officer überprüft das CMS fortlaufend bereichsübergreifend im Rahmen seines Prüfungsplans zum Ausschluss von Schwachstellen und wirkt auf Verbesserungen hin. Systematische Fehler analysiert er objektiv. Hinweisen und Verbesserungsvorschlägen von Mitarbeitenden geht er nach und wirkt darauf hin, dass Maßnahmen zur Verbesserung ergriffen werden. Er unterstützt bei der Umsetzung und überprüft diese regelmäßig auf ihre Wirksamkeit.

Die **Compliance-Berichterstattung** zum Verhaltenskodex erfolgt regelmäßig jährlich an den Vorstand. Zusätzlich besteht die Möglichkeit einer anlassbezogenen Ad hoc-Berichterstattung. Der Compliance-Officer stellt sicher, dass auch der Fachbereich „Recht“ und die CoB der betroffenen operativen Fachbereiche nach ihrem jeweiligen Bedarf entsprechend informiert werden. Dadurch schafft er Transparenz und ermöglicht zeitnahe Entscheidungen.

Überprüfung durch die Interne Revision

Darüber hinaus führt die Interne Revision als dritte Verteidigungslinie im Rahmen ihrer Prüfungstätigkeiten in regelmäßigen zeitlichen Abständen eine zusätzliche Prüfung durch.

3 GENEHMIGUNG DURCH DEN VORSTAND UND INKRAFTTRETEN

Die hier vorliegende Dokumentation des CMS der Uelzener Allgemeine Versicherungs-Gesellschaft a. G. 2023 tritt mit Unterzeichnung durch den Gesamtvorstand in Kraft. Sie gilt solange, bis sie durch eine neue Version ersetzt wird.

Uelzen, den 13. Dezember 2023



Imke Brammer-Rahlfs
(Vorstandsvorsitzende)



Bernd Fischer
(Stv. Vorstandsvorsitzender)



Joachim Unger
(Mitglied des Vorstands)

ANLAGE 1

Zielmarktdefinition

Uelzener Allgemeine Versicherungs-Gesellschaft a.G.

1. Allgemeine Zielmarktdefinition	
Alle Produkte richten sich an Personen über 18 Jahre, deren Hauptwohnsitz in Deutschland liegt.	
2. Pferde-Versicherungen	
2.1	Pferde-Krankenversicherung Die Pferde-Krankenversicherung richtet sich an Eigentümer von Pferden, die umfangreichen Versicherungsschutz für ihr Pferd wünschen.
2.2	Pferde-OP-Versicherung Die Pferde-OP-Versicherung richtet sich an Eigentümer von Pferden, die Versicherungsschutz gegen OP-Kosten für ihr Pferd wünschen.
2.3	Pferdehalter-Haftpflicht Das Produkt richtet sich an private Pferdehalter zum Schutz vor finanziellen Folgen aus der gesetzlichen Haftpflicht in der Eigenschaft als Pferdehalter.
2.4	Reiter-Unfall-Versicherung Das Produkt richtet sich an natürliche Personen, die einen Unfallschutz beim Reiten, Auf- und Absitzen oder beim Umgang mit ihrem Pferd wünschen.
2.5	Pferdehalter-Rechtsschutz Das Produkt richtet sich an Pferdehalter, die sich gegen das Kostenrisiko aus Rechtsstreitigkeiten um ihr Pferd absichern möchten.
2.6	Pferde-Lebensversicherung Das Produkt richtet sich an Pferdehalter, die sich vor den finanziellen Folgen eines vorzeitigen Todes oder einer dauernden Unbrauchbarkeit ihres Pferdes absichern möchten.
2.7	Kurzfristige Pferde-Versicherungen
	- Transport-Versicherung Das Produkt richtet sich an Pferdehalter, die sich vor den finanziellen Folgen eines vorzeitigen Todes ihres Pferdes während eines einmaligen Transportes absichern möchten.
	- Kastrations-Versicherung für Hengste Das Produkt richtet sich an Pferdehalter, die sich vor den finanziellen Folgen eines vorzeitigen Todes ihres Pferdes aufgrund einer Kastration absichern möchten.
	- Trächtigkeits-Versicherung für Stuten Das Produkt richtet sich an Pferdehalter, die sich vor den finanziellen Folgen eines vorzeitigen Todes ihres Pferdes aufgrund Trächtigkeit und Abfohlens absichern möchten.
	- Pferde-Leibesfrucht-Versicherung Das Produkt richtet sich an Pferdehalter, die sich vor den finanziellen Folgen eines vorzeitigen Todes der Leibesfrucht ihres Pferdes im Mutterleib und später des geborenen Fohlens absichern möchten.
	- Fohlen-Absatzversicherung Das Produkt richtet sich an Pferdehalter, die sich vor den finanziellen Folgen eines vorzeitigen Todes ihres Fohlens bis zum Verkauf im Jahr der Geburt absichern möchten.
	- Veranstalter-Haftpflicht-Versicherung Das Produkt richtet sich an Organisatoren einer Veranstaltung zum Schutz vor finanziellen Folgen aus der gesetzlichen Haftpflicht in der Eigenschaft als Veranstalter.
	- Haus- und Grundbesitzer-Haftpflicht-Versicherung Das Produkt richtet sich an Eigentümer von Haus- und Grundbesitz zum Schutz vor finanziellen Folgen aus der gesetzlichen Haftpflicht in der Eigenschaft als Vermieter.
3. Hunde-Versicherungen	
3.1	Hunde-Krankenversicherung Die Hunde-Krankenversicherung richtet sich an Eigentümer von Hunden, die umfangreichen Versicherungsschutz für ihren Hund wünschen.
3.2	Hunde-OP-Versicherung Die Hunde-OP-Versicherung richtet sich an Eigentümer von Hunden, die Versicherungsschutz gegen OP-Kosten für ihren Hund wünschen.
3.3	Hundehalter-Haftpflicht-Versicherung Das Produkt richtet sich an private Hundehalter zum Schutz vor finanziellen Folgen aus der gesetzlichen Haftpflicht in der Eigenschaft als Hundehalter.
3.4	Hundehalter-Schutz Das Produkt richtet sich an Hundebesitzer, die sich gegen das Kostenrisiko aus Rechtsstreitigkeiten um den Hund absichern möchten und ein Unfall-Krankenhaustagelgeld wünschen, wenn sie einen Unfall hatten und ihren Hund woanders unterbringen müssen.

Uelzener Versicherungen | Veerfler Straße 65/67 | 29525 Uelzen
 Tel. 0581 8070-0 | Fax 0581 8070-248 | info@uelzener.de | www.uelzener.de
 ZIELMA_DEF_0023_V02



Seite 1 von 2

Zielmarktdefinition

Uelzener Allgemeine Versicherungs-Gesellschaft a.G.

4. Katzen-Versicherungen		
4.1	Katzen-Krankenversicherung	Die Katzen-Krankenversicherung richtet sich an Eigentümer von Katzen, die umfangreichen Versicherungsschutz für ihre Katze wünschen.
4.2	Katzen-OP-Versicherung	Die Katzen-OP-Versicherung richtet sich an Eigentümer von Katzen, die Versicherungsschutz gegen OP-Kosten für ihre Katze wünschen.

5. Mensch		
5.1	Privat-Haftpflicht-Versicherung	Das Produkt richtet sich an private Haushalte zur Absicherung vor finanziellen Folgen der Familienmitglieder aus der gesetzlichen Haftpflicht in der Eigenschaft als Privatperson.
5.2	Unfall-Versicherung	Das Produkt richtet sich an natürliche Personen, die einen Unfallschutz wünschen.
5.3	Jagd-Haftpflicht-Versicherung	Das Produkt richtet sich an Jäger sowie Personen, die die Jagd mit der Waffe ausüben und einen gültigen Jagdschein besitzen, die eine Absicherung der finanziellen Folgen aus der gesetzlichen Haftpflicht als Jäger wünschen.
5.4	Jagd-Unfall-Versicherung	Das Produkt richtet sich an Jäger sowie Personen, die die Jagd mit der Waffe ausüben und einen gültigen Jagdschein besitzen, die einen Unfallschutz bei der Ausübung der Jagd wünschen.
5.5	Jagd-Rechtsschutz-Versicherung	Das Produkt richtet sich an Jäger sowie Personen, die die Jagd mit der Waffe ausüben und einen gültigen Jagdschein besitzen, die sich gegen das Kostenrisiko aus Rechtsstreitigkeiten im Zusammenhang mit der Jagd absichern möchten.
5.6	Hausrat-Versicherung	Dieses Produkt richtet sich an alle natürlichen Personen mit einer ständig bewohnten Wohnung in Deutschland, die ihren Hausrat gegen Gefahren wie zum Beispiel Feuer absichern wollen.

6. Betriebe		
6.1	Betriebshaftpflicht für Pferdebetriebe	Das Produkt richtet sich an gewerbliche pferdehaltende Betriebe und private Mehrpferdehalter zum Schutz vor finanziellen Folgen aus der gesetzlichen Haftpflicht in der Eigenschaft als Betriebsinhaber und Pferdehalter.
6.2	Betriebshaftpflicht für Hundeschulen, Tierheime und Tierpensionen	Das Produkt richtet sich an gewerbliche Betriebe und ehrenamtliche Institutionen zum Schutz vor finanziellen Folgen aus der gesetzlichen Haftpflicht in der Eigenschaft als Betriebsinhaber und Vorstand.
6.3	Tier-Ertragsschadenversicherung Rinderhaltung	Das Produkt richtet sich an gewerbliche rinderhaltende Betriebe zum Schutz vor finanziellen Folgen durch anzeigepflichtige Tierseuchen und übertragbare Tierkrankheiten im eigenen Tierbestand und im Sperrgebiet.
6.4	Tier-Ertragsschadenversicherung Schweinehaltung	Das Produkt richtet sich an gewerbliche schweinehaltende Betriebe zum Schutz vor finanziellen Folgen durch anzeigepflichtige Tierseuchen und übertragbare Tierkrankheiten im eigenen Tierbestand und im Sperrgebiet.
6.5	Tier-Ertragsschadenversicherung Geflügel	Das Produkt richtet sich an gewerbliche geflügelhaltende Betriebe zum Schutz vor finanziellen Folgen durch anzeigepflichtige Tierseuchen und übertragbare Tierkrankheiten im eigenen Tierbestand und im Sperrgebiet.
6.6	Tier-Ertragsschadenversicherung Biogas	Das Produkt richtet sich an gewerbliche Betreiber von Biogasanlagen zum Schutz vor finanziellen Folgen durch anzeigepflichtige Tierseuchen.
6.7	Tier-Ertragsschadenversicherung ASP-Ermieschutz	Das Produkt richtet sich an gewerbliche Ackerbaubetriebe zum Schutz vor finanziellen Folgen durch die anzeigepflichtige Tierseuche Afrikanische Schweinepest in Bezug auf die Sperrung der landwirtschaftlichen Anbauflächen im Sperrgebiet.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird die männliche Form von personenbezogenen Hauptwörtern verwendet. Die Begriffe gelten im Sinn der Gleichbehandlung grundsätzlich für die Geschlechter männlich, weiblich und divers.

Uelzener Versicherungen | Veerßer Straße 65/67 | 29525 Uelzen
Tel. 0581 8070-0 | Fax 0581 8070-248 | info@uelzener.de | www.uelzener.de

ZIELMA_DEF_0923_V02



Seite 2 von 2



Allgemeine Auftragsbedingungen

für

Wirtschaftsprüfer und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften

vom 1. Januar 2017

1. Geltungsbereich

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

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

2. Umfang und Ausführung des Auftrags

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

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

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

3. Mitwirkungspflichten des Auftraggebers

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

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

4. Sicherung der Unabhängigkeit

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

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

5. Berichterstattung und mündliche Auskünfte

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

6. Weitergabe einer beruflichen Äußerung des Wirtschaftsprüfers

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

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

7. Mängelbeseitigung

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

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

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

8. Schweigepflicht gegenüber Dritten, Datenschutz

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

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

9. Haftung

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

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

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

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

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

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

10. Ergänzende Bestimmungen für Prüfungsaufträge

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

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

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

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

11. Ergänzende Bestimmungen für Hilfeleistung in Steuersachen

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

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

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

- a) Ausarbeitung der Jahressteuererklärungen für die Einkommensteuer, Körperschaftsteuer und Gewerbesteuer sowie der Vermögensteuererklärungen, und zwar auf Grund der vom Auftraggeber vorzulegenden Jahresabschlüsse und sonstiger für die Besteuerung erforderlicher Aufstellungen und Nachweise
- b) Nachprüfung von Steuerbescheiden zu den unter a) genannten Steuern
- c) Verhandlungen mit den Finanzbehörden im Zusammenhang mit den unter a) und b) genannten Erklärungen und Bescheiden
- d) Mitwirkung bei Betriebsprüfungen und Auswertung der Ergebnisse von Betriebsprüfungen hinsichtlich der unter a) genannten Steuern
- e) Mitwirkung in Einspruchs- und Beschwerdeverfahren hinsichtlich der unter a) genannten Steuern.

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

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

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

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

- a) die Bearbeitung einmalig anfallender Steuerangelegenheiten, z.B. auf dem Gebiet der Erbschaftsteuer, Kapitalverkehrsteuer, Grunderwerbsteuer,
- b) die Mitwirkung und Vertretung in Verfahren vor den Gerichten der Finanz- und der Verwaltungsgerichtsbarkeit sowie in Steuerstrafsachen,
- c) die beratende und gutachtliche Tätigkeit im Zusammenhang mit Umwandlungen, Kapitalerhöhung und -herabsetzung, Sanierung, Eintritt und Ausscheiden eines Gesellschafters, Betriebsveräußerung, Liquidation und dergleichen und
- d) die Unterstützung bei der Erfüllung von Anzeige- und Dokumentationspflichten.

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

12. Elektronische Kommunikation

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

13. Vergütung

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

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

14. Streitschlichtungen

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

15. Anzuwendendes Recht

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

