

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

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

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

Die vorliegende Erklärung erstreckt sich auf folgende Gesellschaften:

- Landschaftliche Brandkasse Hannover
- Provinzial Lebensversicherung Hannover
- Provinzial Krankenversicherung Hannover AG
- Provinzial Pensionskasse Hannover AG

Unsere Erklärung basiert auf den Erkenntnissen aus der nachfolgend beschriebenen Überprüfung des vertriebsbezogenen CMS. Die Erklärung umfasst den Zeitraum vom 1. Mai 2018 bis 31. März 2021.

Vorgehen bei der Überprüfung

Grundsätzlich werden alle Vertriebsaktivitäten in einem umfassenden Risikomanagement- und Internen Kontrollsystem abgedeckt. Dieses setzt sich aus umfangreichen Kontrollen, Überwachungshandlungen und Beratungen durch unsere unabhängigen Compliance- und Risikomanagementfunktionen, dem Datenschutzbeauftragten sowie den unabhängigen Prüfungen der Internen Revision zusammen. Alle Vorgaben unseres vertriebsbezogenen CMS sind Gegenstand laufender Kontrollen, deren sachgerechte Durchführung regelmäßig überwacht und durch die Interne Revision geprüft wird. Die an der Überprüfung beteiligten Stellen sind aufgrund gesetzlicher Vorgaben unabhängig vom Vertrieb und dadurch in der Lage, sich ein objektives Urteil zu bilden.

Wir stellen sicher, dass die einzelnen Aspekte des vertriebsbezogenen CMS entsprechend dem Risikogehalt zeitgerecht und mindestens in einem dreijährigen Turnus überprüft wurden. Die Ergebnisse dieser Prüfungen wurden an den gesamten Vorstand unserer Unternehmen berichtet. Soweit daraus Maßnahmen zur Optimierung des Systems resultieren, wird deren zeitgerechte Umsetzung von der Internen Revision und/oder der Compliance-

Funktion überwacht. Dadurch haben wir die Weiterentwicklung unseres vertriebsbezogenen CMS sichergestellt.

Ergebnis der Überprüfung

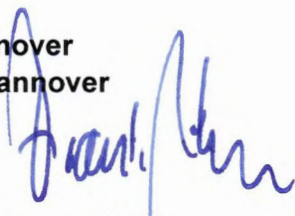
Bei der aktuellen Überprüfung durch die Interne Revision, die im Zeitraum von Februar bis März 2021 erfolgt ist, wurde festgestellt, dass die erforderlichen Grundsätze, Maßnahmen und Prozesse eingerichtet wurden, um die Regeln des GDV-Vertriebskodex 2018 in den Unternehmensgrundsätzen zu verankern. Diese Grundsätze sind in der beigefügten Anlage dokumentiert, die unser vertriebsbezogenes Compliance Management System beschreibt. Unsere Bewertung stützt sich vor allem auf die Überwachungs-, Prüfungs- und Beratungsaktivitäten der Compliance-Funktion, des Datenschutzbeauftragten und der Internen Revision sowie auf die von uns auf Vorschlag dieser unabhängigen unternehmensinternen Stellen beschlossenen Maßnahmen.

Hannover, 22.04.2021

Landschaftliche Brandkasse Hannover Provinzial Lebensversicherung Hannover



Annika Rust
Mitglied des Vorstands




Frank Müller
Mitglied des Vorstands

Provinzial Krankenversicherung Hannover AG



Manfred Schnieders
Vorsitzender des Vorstands

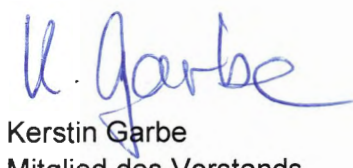


Dr. Dietrich Vieregge
Mitglied des Vorstands

Provinzial Pensionskasse Hannover AG



Rolf-Dieter Marson
Vorsitzender des Vorstands



Kerstin Garbe
Mitglied des Vorstands

Anlage

Beschreibung des Compliance Management Systems (CMS) der VGH Versicherungen zur Einhaltung des Verhaltenskodex des Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft e.V. (GDV) für den Vertrieb von Versicherungsprodukten

**Beschreibung des Compliance Management Systems
(CMS) der VGH Versicherungen (VGH) zur Einhaltung
des Verhaltenskodex des Gesamtverbandes der
Deutschen Versicherungswirtschaft e.V. (GDV) für
den Vertrieb von Versicherungsprodukten zum
31.03.2021**

Inhaltsverzeichnis

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

1. Einführung

Die VGH orientiert sich am strukturellen Aufbau und der inhaltlichen Darstellung der einzelnen Grundelemente des CMS gemäß des IDW PD 980, dem Prüfungsstandard „Grundsätze ordnungsgemäßer Prüfung von Compliance Management Systemen“ des Instituts der Wirtschaftsprüfer in Deutschland e.V. (IDW).

Am 1. April 2014 sind die VGH Versicherungen, bestehend aus der Landschaftlichen Brandkasse Hannover, der Provinzial Lebensversicherung Hannover, der Provinzial Krankenversicherung Hannover AG sowie der Provinzial Pensionskasse Hannover AG (im Folgenden „VGH“ genannt), dem 2010 entwickelten und inzwischen erneut überarbeiteten GDV-Verhaltenskodex für den Vertrieb von Versicherungsprodukten wiederum beigetreten. Die folgende CMS-Beschreibung gilt für die vorgenannten VGH Unternehmen.

Damit hat die VGH sich erneut freiwillig zusätzlichen Verhaltensregeln unterworfen, um zu zeigen, dass sie den hohen Qualitätsanforderungen an den Versicherungsvertrieb vorausschauend begegnet und das Bewusstsein für die Interessen der Verbraucher in das Zentrum ihres vertrieblichen Handelns stellt. Gleichzeitig betont die VGH damit, dass sie und ihre Vermittler Vertriebspraktiken, die den Bedürfnissen und Belangen der Kunden widersprechen, keinesfalls akzeptieren, sondern stattdessen transparent und verbraucherfreundlich arbeiten.

Die Beschreibung des folgenden CMS für den Vertrieb stellt die Verankerung der Inhalte des GDV-Verhaltenskodexes innerhalb der VGH und seine Interpretation im Sinne des GDV dar. Sie umfasst außerdem das ganz eigene Selbstverständnis der VGH zum Vertrieb von Versicherungsprodukten im Privatkundenbereich.

Mit den Ausführungen zu den elf Leitsätzen des GDV-Verhaltenskodex nimmt die VGH ausführlich Stellung zu den in ihrem Haus geltenden Regeln rund um die kundenorientierte Beratung verbunden mit einem effizienten Beschwerdemanagement und unterstreicht damit ihre Professionalität und Glaubwürdigkeit.

Der durch die VGH bereitgestellte Versicherungsschutz ist ein wichtiger Bestandteil der Vorsorge. Die VGH bietet ihren Kunden deshalb eine ganze Bandbreite leistungsstarker Produkte an. Zur Abrundung des Produktportfolios hat der Kunde allerdings nicht nur die Möglichkeit, eigene Produkte der VGH zu erwerben, sondern darüber hinaus auch die Produkte bekannter und etablierter Kooperationspartner. Auch wenn die Produkte auf die Risiken und Bedürfnisse der Kunden zugeschnitten sind, sind eine eingehende Analyse des Bedarfs des Kunden und eine situationsangemessene Beratung unerlässlich. Vor diesem Hintergrund kommt den einzelnen Vertriebswegen der VGH als Mittler zwischen ihr und ihren Kunden eine besondere Bedeutung zu. Zu den Vermittlern der VGH zählen insoweit die selbstständigen Vertriebspartner der Ausschließlichkeitsorganisation mit wiederum deren eigenen Angestellten und Untervertretern sowie der exklusive Vertriebsweg der niedersächsischen Sparkassen. Des Weiteren erfolgt der Vertrieb von VGH-Produkten über ausgewählte Maklerhäuser. Die Regelungen des CMS gelten ebenfalls für die Angestellten der VGH, die mit Vertrieb von Versicherungsprodukten betraut sind. Die Vorgaben zu der europäischen Versicherungsvertriebsrichtlinie Insurance Distribution Directive (IDD) zur Stärkung des Verbraucherschutzes werden in vollem Umfang berücksichtigt.

Die Einhaltung gewichtiger Compliance-Maßstäbe nimmt in diesem Zusammenhang einen hohen Stellenwert bei der VGH ein und ermöglicht im Sinne des Leitsatzes 11 des GDV-Verhaltenskodex eine qualitätssichernde Prüfung durch die Interne Revision des Hauses. Dabei stehen die Anforderungen des GDV-Verhaltenskodex im Zentrum der Betrachtung. Im Vergleich zum Risikomanagement, das auf das wirtschaftliche Risiko sowie Reputationsrisiken abstellt, achtet die VGH im Rahmen der Compliance auf Rechtskonformität und die Einhaltung von verbindlichen Richtlinien und Rahmenbedingungen unter Berücksichtigung der Unternehmenskultur und den daraus resultierenden Wertmaßstäben.

Die VGH hat dieses für ihren Vertrieb gültige Wertesystem an die handelnden Personen aller Vertriebswege kommuniziert. Die Vertriebspartner und die mit Vertrieb von Versicherungsprodukten befassten Angestellten der VGH sind aktiv aufgefordert, diese im Rahmen ihrer täglichen Arbeit ständig zu beachten. Darüber hinaus hat die VGH Controllinginstrumente zur Überwachung und Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen sowie die speziell für den Vertrieb gesetzten Verhaltensnormen eingeführt.

2. Compliance-Kultur

Die Landschaftliche Brandkasse Hannover (LH) wie auch die Provinzial Lebensversicherung Hannover (PH) sind ursprünglich ins Leben gerufen worden, um existenzbedrohende Risiken aufzufangen und abzumildern – nicht zuletzt auch im öffentlichen Interesse.

Noch heute betreiben die Unternehmen deshalb als öffentlich-rechtliche Anstalten das Versicherungsgeschäft im Interesse ihrer Versicherungsnehmer und des gemeinen Nutzens.

Historie und Rechtsform bestimmen daher seit jeher Unternehmenskultur und Geschäftspolitik. Überschüsse fließen den Versicherungsnehmern zu und nicht etwaigen Kapitalgebern. Aufgrund dessen steht die VGH nicht unter dem Druck der kurzfristigen Ergebnissteigerung. Ihr Ziel ist vielmehr nachhaltiges Wachstum auf Basis langfristiger Kundenbindung. Die Ausrichtung auch am Gemeinwohl bei fehlendem Renditezwang hat in über 270 Jahren des Bestehens dazu geführt, dass Fairness gegenüber dem Kunden mehr als nur Marketing ist – sie ist Haltung, mit der seit jeher den Kunden, Geschäftspartnern und Mitarbeitern begegnet wird.

Basis jeden fairen Umgangs ist die Einhaltung gesetzlicher, ethischer wie auch selbstgegebener Standards und Regeln (Compliance). Vorstand, Führungskräfte und Mitarbeiter bekennen sich dazu, im Zweifel trotz steigenden Wettbewerbsdrucks auch zulasten von geschäftlichen Möglichkeiten zu entscheiden, sollten diese nicht im Einklang mit geltenden Vorgaben zu verwirklichen sein.

Der Vorstand der VGH hat aus diesem Grund den Beitritt zum Verhaltenskodex sowie die Entwicklung und Umsetzung der Maßnahmen zum CMS für den Vertrieb initiiert, durch Vorstandbeschluss verabschiedet und die notwendigen Mittel zur Implementierung und Weiterentwicklung der dort beschriebenen Maßnahmen bereitgestellt. Damit unterstützt die VGH proaktiv diese Kultur und gibt der kundenorientierten Beratung und dem Thema Verbraucherschutz einen ganz eigenen Schwerpunkt.

3. Compliance-Ziele

Als Serviceversicherer sind wir an einer langen Kundenbeziehung interessiert, die auf dem Vertrauen in die Servicequalität und Leistungsstärke der VGH basiert. Dementsprechend gestalten wir unsere Vertriebspolitik konsequent nach den Kundenbedürfnissen. Eines unserer Ziele ist es, geeignete systematische und organisatorische Voraussetzungen zu schaffen, damit mögliche Compliance-Verstöße frühzeitig erkannt und unterbunden sowie potenzielles Fehlverhalten vermieden werden. Im Fokus steht dabei die Einhaltung gesetzlicher und interner Regelungen im Bereich Vertrieb, insbesondere die Beachtung der im GDV-Verhaltenskodex festgelegten Grundsätze.

4. Compliance-Risiken

Unter Compliance-Risiken versteht man die Gefahr von Verstößen, die zu Schäden führen können. Diese drohen einem Unternehmen, wenn das Verhalten nicht den geltenden Normen entspricht. Auch wenn diese Verstöße nicht zwangsläufig in der Verantwortung der VGH liegen, können diese finanzielle Folgen, Reputationsschäden oder rechtliche Konsequenzen nach sich ziehen.

Alle Mitarbeiter und Vertriebspartner müssen daher die relevanten Gesetze und Vorschriften für das Versicherungsgeschäft und die damit verbundenen Tätigkeiten im Vertrieb beachten. Darüber hinaus sind die unternehmensinternen Regeln und Anweisungen einzuhalten. Gemessen an den Compliance-Zielen der VGH und der gelebten Unternehmenskultur ist die Einführung des Compliance Management Systems für den Vertrieb mit Fokus auf den GDV-Verhaltenskodex eine folgerichtige geschäftspolitische Entscheidung.

Um mögliche Verstöße, nicht nur im Rahmen des GDV-Verhaltenskodex, zu minimieren, werden Risiken bei der VGH systematisch erhoben und dokumentiert. Einmal jährlich, aber auch anlassbezogen, wird die Risikoanalyse durch den Themenverantwortlichen für die Vertriebscompliance durchgeführt und in Abstimmung mit der zentralen Compliancefunktion der Vorstand unterrichtet. Ergibt sich nach der Prüfung Handlungsbedarf, so werden die erforderlichen Maßnahmen zur Abhilfe formuliert und in Auftrag gegeben. Daneben unterstützen die Führungskräfte und die Vertriebsmitarbeiter das kontinuierliche Verbessern und Optimieren des Vertriebscompliance.

5. Compliance-Programm

Ein Compliance-Programm legt Regeln fest und stellt Mittel und Maßnahmen bereit, um deren Einhaltung systematisch und effizient zu überprüfen. Das Vertriebs-Compliance-Programm der VGH richtet sich an alle vorhandenen Vertriebswege im Privatkundensegment: Dazu gehören die Ausschließlichkeitsorganisation, der Sparkassenvertrieb sowie ausgewählte Maklerhäuser. Des Weiteren gilt das Vertriebs-Compliance-Programm ebenfalls für alle Mitarbeiter der VGH, die mit Vermittlung von Versicherungsprodukten betraut sind. In den folgenden Punkten dieses Kapitels wird dargelegt, wie die VGH die einzelnen Leitsätze aus dem GDV-Verhaltenskodex für sich interpretiert und wie diese umgesetzt werden.

5.1 Die Bedürfnisse der Kunden stehen immer im Mittelpunkt

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

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

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

Die VGH zählt zu den öffentlich-rechtlichen Versicherern in Deutschland. Rund 50 Millionen Kundenverbindungen sind Ausdruck des Vertrauens der Menschen in Deutschland zu den öffentlich-rechtlichen Versicherern und Sparkassen im Verbund der Sparkassen-Finanzgruppe. Über 30 Prozent der Deutschen haben eine Geschäftsbeziehung zu einem öffentlich-rechtlichen Versicherer. Um dieses Vertrauen zu rechtfertigen, verhalten sich die Vertriebspartner verlässlich, berechenbar und sind für ihre Kunden erreichbar.

Hohe Kundenzufriedenheit zu erreichen und das Vertrauen der Kunden zu rechtfertigen, ist der Anspruch der VGH. Als regionaler Versicherer ist die VGH nah bei ihren Kunden. Sie sieht eine langfristige und beiderseitig vorteilhafte Geschäftsbeziehung als die Maxime ihres Handelns.

Im Mittelpunkt der Beratung stehen die Ziele und Bedürfnisse des Kunden. Mit Hilfe einer anlassbezogenen, systematischen Beratung können die Lebens- und Finanzsituation sowie die Erfahrungen und Kenntnisse des Kunden ermittelt werden. Hierzu stehen unterschiedliche Anwendungen wie Analysetools und Beratungssoftware zur Verfügung.

Durch regelmäßige Kundenzufriedenheitsbefragungen, in welchen der Kunde unter anderem seinen Vermittler beurteilen kann, sowie effizientes Beschwerdemanagement, erhält die VGH die Bestätigung für ihr Vorgehen.

Die Vergütungssystematik der VGH ist stark auf die Kundenbetreuung ausgerichtet. Das Groß der Provisionseinnahmen unserer Vertriebspartner werden aus dem Bestandspflegeprovisionen generiert und nicht aus den Provisionen, die für die Vermittlung von Versicherungsverträgen gezahlt werden. Bei unserem seit 2008 laufenden Incentive-Programm für die Ausschließlichkeitsorganisation spielt die sogenannte Kundenkontaktquote eine große Rolle. Die Kundenkontaktquote richtet sich nach den von einem Vertriebspartner erzielten Kundenkontakten und somit an die Bestandspflege, denn sie ist komplett unabhängig von Neuabschlüssen bzw. Beitragserhöhungen. Vielmehr wird hierbei eine gute Bestandsarbeit im Sinne des Kunden honoriert. Auch unsere Wettbewerbe für die Vertriebspartner erfüllen stets die gesetzlichen Anforderungen und bieten keine falschen Anreize, die einen Vertreter dazu verleiten könnten, dem Kunden ein Produkt zu empfehlen, welches nicht seinen Wün-

schen und seinen Absicherungsbedarf entspricht. Jede signifikante Änderung der Vergütungsregelungen sowie die Wettbewerbskonzepte werden vor der Einführung auf der Gesetzmäßigkeit geprüft. Dabei wird in erster Linie auf die Vermeidung der Interessenkonflikte und die Umsetzung unseres primären Ziels, den Ausbau einer langfristigen Kundenbindung, geachtet.

5.2 Wer Versicherungen vermittelt, erklärt den Kunden seinen Status

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

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

Als seriöser Versicherer ist es für die VGH selbstverständlich, dass die Vertriebspartner ihren gesetzlichen Informationspflichten nachkommen und sich den Kunden gegenüber legitimieren. Für die VGH sind diese Informationen auch im Sinne des Verbraucherschutzes wichtige Hinweise, die unserem Transparenzgebot geschuldet sind und dem Aufbau eines Vertrauensverhältnisses zu den Kunden dienen.

Alle selbständigen Vertriebspartner der VGH sind gesetzlich zur Erfüllung dieser Informationspflichten angehalten. Dies gilt sowohl für die Vertretungen als auch für die vermittelnden Sparkassen. Den ausschließlich für die VGH tätigen Vermittlern werden die sogenannten Info-Flyer („große Visitenkarte“) kostenlos zur Verfügung gestellt. Sie informieren daher stets mit Hilfe der standardisierten Info-Flyer, wenn der erste Kontakt mit dem Kunden persönlich erfolgt. Bei einer digitalen Kontaktaufnahme wird der Kunde durch die Informationen in der E-Mail-Signatur – falls es sich um den ersten Geschäftskontakt handelt – sowie im Rahmen des Internetauftritts über den Status des Vermittlers in Kenntnis gesetzt. Die Makler sind selbst für die Einhaltung der Informationspflichten verantwortlich.

5.3 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 An-

gaben über mögliche künftige Leistungen im Bereich lang laufender Altersvorsorgeprodukte werden transparent, nachvollziehbar und objektiv auf standardisierten, vergleichbaren, branchenweit akzeptierten Verfahren dargestellt.“

Um eine tragende Basis für die angestrebte langfristig und für beide Seiten vorteilhafte Geschäftsbeziehung zu schaffen, werden alle vom Kunden erhaltenen Informationen zu seinen Bedürfnissen, Zielen und Wünschen zum Versicherungsschutz bedarfsgerecht analysiert und einer Bewertung unterzogen. Die auf dieser Verfahrensweise ermittelten Versicherungsprodukte zur Deckung des individuellen Kundenbedarfs werden dem Kunden mit ihren wichtigsten Merkmalen verständlich aufgezeigt und erklärt. Dies gilt auch für Ausschlüsse vom Versicherungsschutz.

Der Transfer dieser Inhalte sowie jegliche Beratung erfolgen in der vom Kunden gewünschten Form, persönlich oder digital. Die Entscheidung darüber, wie die Beratung erfolgen soll, trifft der Kunde. Es steht ihm frei, auf die Beratung zu verzichten, wenn der Kunde einen konkreten Wunsch nach einem von ihm ausgewählten Produkt hat und die Beratung seitens eines Vertriebers für entbehrlich hält. In diesen Fällen kommt eine gesetzlich vorgeschriebene Verzichtserklärung zum Tragen, die den Kunden über die Nachteile bei der Durchsetzung seiner möglichen Schadensersatzansprüche im Zusammenhang mit der fehlenden Beratung warnt und unterzeichnet werden muss.

Um eine kundengerechte und individuelle Produktauswahl zu gewährleisten, werden alle relevanten Informationen mit dem Kunden besprochen. Bei der Gestaltung von Kundeninformationen aller Art wie z.B. Bedingungen, Produktinformationsblätter etc. werden grundsätzlich die unverbindlichen Empfehlungen des GDV zu Grunde gelegt. Neben den Leistungsbeschreibungen werden die mit den Lebensversicherungsprodukten der VGH, die als lang laufende Altersvorsorgeprodukte gelten, verbundenen Kosten so übersichtlich dargestellt, dass eine verständliche Preis-Leistung-Beurteilung möglich wird. Hierzu werden die Lebensversicherungsprodukte der VGH unter Berücksichtigung transparenter und anerkannter Verfahren beschrieben.

Hinweise auf mögliche Optimierungsansätze können sich aus dem Beschwerdemanagement und aus Kundenbefragungen ergeben.

5.4 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.“

Jeder Kunde, der ein Versicherungsprodukt der VGH erwirbt, erhält eine Beratungsdokumentation auf Basis der individuellen Beratung.

Im Fokus der Beratungsgespräche mit den Kunden stehen die ganzheitliche oder anlassbezogene Beratung und die Ermittlung der individuellen Kundenbedürfnisse. Die Wahl der Produkte erfolgt nach einer bedarfsgerechten Beratung. Das Beratungsergebnis wird dokumentiert und dem Kunden zur Verfügung gestellt.

Die Beratungsdokumentation ist in allen Versicherungsanwendungen fest integriert und stellt einen unerlässlichen Teil des Verkaufsprozesses dar. Darüber hinaus besteht jederzeit die Möglichkeit, eine Beratungsdokumentation in Papierform zu erfassen. Das Beschwerdemanagement sowie ein internes Controlling dienen der Überwachung und Qualitätssicherung der Dokumentation.

5.5 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.“

Verbraucherschutz und Transparenz sind für die VGH eng miteinander verbunden. Um für Kunden klare und verständliche sowie dem Zielmarkt entsprechende Versicherungsprodukte zu gestalten, wurde ein einheitlicher Produktentwicklungsprozess unter Berücksichtigung der speziellen Anforderungen gemäß IDD entwickelt und etabliert. Dieser koordiniert unter anderem die Zusammenarbeit der Fachabteilungen mit Marketing und Vertrieb bei der Einführung neuer und Anpassung bestehender Produkte. Dabei werden die Vertrieber unter Einhaltung der „Product Oversight and Governance (POG)“-Erfordernissen in die Produktentwicklung eingebunden. Des Weiteren nehmen ausgewählte Vertriebspartner, die unsere selbständigen Vertrieber repräsentieren, an fest etablierten Arbeitskreisen der VGH teil und werden im Rahmen der Sitzungen aufgefordert, die ihnen aufgefallenen Diskrepanzen zwischen den angebotenen Produkten und den Zielmärkten aufzuzeigen. Auf diese Art und Weise erfüllen unsere Vertriebspartner ihre POG-Pflichten und informieren die VGH über eventuellen Anpassungsbedarf.

Zur Information des Kunden dienen unter anderem die gesetzlich vorgeschriebenen Produktinformationsblätter. Diese zeigen dem Kunden die wichtigsten Informationen über das gewählte Produkt auf. Bei komplexen Produkten werden oft Produktprospekte mit spezifischen Übersichten über die Inhalte und Ausschlüsse bei der Beratung hinzugezogen. Die Beratungsdokumentation ist anlassbezogen strukturiert und stellt in einfacher Form dar, welches Versicherungsprodukt der Vertrieber bei dem konkret vorliegenden Anlass auf der Basis von Wünschen und Bedürfnissen des Kunden nach einer erfolgten Bedarfsanalyse empfohlen hat und ob der Kunde dieser Empfehlung gefolgt ist. Sie ermöglicht dem Kunden einen schnellen Überblick über das durchgeführte Beratungsgespräch.

Durch die Beratung sollen die Kunden in die Lage versetzt werden, eine selbstbestimmte Entscheidung treffen zu können. Hierzu erläutert der Berater die empfohlenen Produkte in

einer Art und Weise, dass diese in ihren Wirkungen, Chancen und Risiken verstanden werden können. Dies erfolgt in einer verständlichen Sprache und Darstellung. Die Verwendung von Fachjargon wird vermieden. Falls es nicht anders möglich ist, erfolgt bei Bedarf die verständliche Erläuterung seiner Bedeutung.

5.6 Kunden werden nachhaltig betreut und bei gegebenem Anlass beraten

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

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

Nach einer Produktvermittlung ist es Pflicht und Verantwortung des Beraters, auch im Folgenden das Kundeninteresse im Blick zu haben. Die Kundenbetreuung und -beratung ist dabei nicht nur im Schaden- und Leistungsfall eine Selbstverständlichkeit für die Vermittler der VGH.

Versicherungen bieten den Kunden eine bedarfsgerechte Risikoabsicherung. Dennoch kann im Laufe der Zeit durch sich ändernde Rahmenbedingungen, neue Lebensphasen des Kunden oder wichtige Ereignisse (z.B. Hochzeit, Geburt, Rente) eine Überprüfung und Veränderung des Versicherungsschutzes erforderlich werden. Daher ist eine nachhaltige Kundenbetreuung – nach Maßgabe des Kundenwunsches – Grundlage des Handelns des VGH-Vertriebs. Sobald für den Vermittler erkennbar wird, dass ein Anlass für eine solche Überprüfung besteht oder Veränderung des Versicherungsschutzes erforderlich wird, ist er angehalten, Kontakt zum Kunden aufzunehmen und ihn entsprechend zu beraten. Hierzu unterstützt die VGH ihre Vermittler durch technisch vorgegebene Anlässe im Bestandsführungssystem. Zusätzlich hat der Vermittler die Möglichkeit, im Bestandsführungssystem Kriterien bzw. Merkmale zu definieren, um mögliche Deckungslücken im Versicherungsbestand seiner Kunden zu identifizieren.

Regelmäßige Beratung der Kunden auch nach Vertragsschluss wird bei der VGH gefördert. Die Vermittler unserer Ausschließlichkeitsorganisation, die eine besonders gute Bestandsbetreuung gewährleisten, werden im Rahmen eines Anreizsystems honoriert. Des Weiteren gehört auch die zielgerichtete Ansprache des Kunden bei Produktinnovationen und passenden Ergänzungsprodukten zum Standardberatungsprozess bei der VGH. Die Vermittler werden durch die technischen Systeme dabei unterstützt, entsprechende Anlässe sowie Termine zu eruieren. Die technischen Anwendungen werden im Rahmen von Ideenmanagement modifiziert und weiterentwickelt.

Nachhaltige Geschäftsbeziehungen zu Kunden stehen im Zentrum der Geschäftspolitik der VGH. Daher steht die dauerhafte Begleitung der Kunden im Fokus der Beratung. Der Kunde wird rechtzeitig auf wesentliche Nachteile eines Versichererwechsels hingewiesen. Diesen Hinweis findet man auch in der Beratungsdokumentation.

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

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

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

Versicherungsunternehmen sorgen dafür, dass alle unmittelbar oder maßgeblich am Vertrieb beteiligten Personen für ihre Tätigkeit angemessen qualifiziert sind und sich weiterbilden. Darüber hinaus verpflichten sich die Versicherungsunternehmen, auch den angestellten Werbeaußendienst zu Beginn ihrer Tätigkeit eine IHK-Prüfung ablegen zu lassen. Bei der Zusammenarbeit mit registrierten Vermittlern verstehen die Versicherungsunternehmen die Einholung einer Auskunft bei der Auskunftsstelle über Versicherungs- / Bausparkassenaußendienst und Versicherungsmakler in Deutschland e. V. (AVAD) als Pflicht.“

Die hochwertige Ausbildung und eine regelmäßige Weiterbildung ist bei allen Vertreibern Voraussetzung für die Zusammenarbeit mit der VGH.

Die VGH versetzt ihre Vertriebspartner, den angestellten Außendienst sowie die mit der Vermittlung von Versicherungsprodukten und Beratung betrauten Innendienstmitarbeiter in die Lage, die jeweils von ihnen angebotenen Produkte umfassend kennen und beurteilen zu können. Aktuelle Produktkenntnisse werden durch ein regelmäßiges Schulungs- und Weiterbildungsangebot gesichert. Die Anforderungen an die laufende Weiterbildung richten sich nach den gesetzlichen Vorgaben. Die abgeleiteten Weiterbildungsmaßnahmen werden durch die VGH dokumentiert und das Erfüllen der gesetzlich geregelten Standards kontrolliert.

Darüber hinaus nimmt die VGH weiterhin an der freiwilligen Brancheninitiative „gut beraten“ zur regelmäßigen Weiterbildung der Vermittler teil. Der Nachweis über das Erreichen des „gut beraten“-Normen erfolgt über eine branchenweite Datenbank.

Bei der Wahl der selbstständigen Vermittler werden bei der VGH folgende Kriterien beachtet:

- die einzuholende AVAD-Auskunft, die Rückschlüsse über die Zuverlässigkeit des Vermittlers liefert, darf keinen Anlass zu Bedenken geben;
- der Vermittler muss entsprechend der gesetzlichen Vorgaben der Versicherungsvermittlungsverordnung qualifiziert sein;
- das einzuholende polizeiliche Führungszeugnis muss aktuell sein und darf keinen Anlass zu Bedenken geben;

- die einzuholende Auskunft über die Vermögensverhältnisse des Vermittlers darf keinen Anlass zu Bedenken geben.

Die gesetzlichen Voraussetzungen für den Vertrieb von Versicherungsprodukten werden auch bei der Einstellung oder Umsetzung von Innendienstangestellten der VGH, die eine Vertrieberrolle innehaben, berücksichtigt und durch den Personalbereich entsprechend umgesetzt.

In den Vertreterverträgen für die Ausschließlichkeitsorganisation der VGH ist seit 2013 verankert, dass der Vertreter seine Kenntnisse und Fertigkeiten durch ständige berufliche Weiterbildung auf den neuesten Stand zu bringen hat. Damit wird garantiert, dass ein angemessenes Leistungsniveau aufrechterhalten wird. Zudem hat der Vertreter sicherzustellen, dass die in seiner Vertretung beschäftigten Personen, die bei der Versicherungsvermittlung mitwirken, zuverlässig sind, über die für die Vermittlung der jeweiligen Versicherung angemessene Qualifikation verfügen und sich ständig beruflich weiterbilden.

Die durch die VGH organisierten Weiterbildungsmaßnahmen werden in einem internen System dokumentiert. Die Vertriebspartner haben ebenfalls die Möglichkeit, externe Weiterbildungsmaßnahmen in diesem Tool zu erfassen. Diese Protokollierung ermöglicht der VGH, die Erfüllung der Weiterbildungspflicht durch die Vertrieber – Vertriebspartner, ihre Angestellten sowie Vertrieber im angestellten Außen- und Innendienst – zu überprüfen. Die Anzahl der erreichten Weiterbildungsstunden wird im Folgejahr kontrolliert. Bei Nichterfüllung werden entsprechende organisatorische Schritte eingeleitet.

Die laufende Überprüfung des Leumunds der selbständigen Vermittler – bereits nach Einstellung – erfolgt durch eine enge Betreuung der Vertriebspartner durch den angestellten Außendienst vor Ort.

5.8 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.“

Die Grundsätze der VGH gelten für alle Verbindungen zu den Kunden, unabhängig davon, über welchen Vertriebspartner sie zum Unternehmen gefunden haben.

Eine Einflussnahme auf die mit der VGH zusammenarbeitenden Maklerverbindungen, die darauf zielen, ihre Unabhängigkeit in der Produktempfehlung bzw. Versichererempfehlung über Zusatzvergütungen zu steuern, entspricht nicht den Grundsätzen und dem Selbstverständnis der VGH.

Sollten im Einzelfall Zusatzvergütungen vereinbart werden, sind diese daher so gestaltet, dass die Unabhängigkeit des Versicherungsmaklers nicht beeinflusst wird.

Die VGH gewährt keine umsatzabhängigen Vergütungen an Makler. Alle Courtagevereinbarungen mit Maklern sind auch an Qualitätsmerkmale gebunden.

5.9 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.“

Die Zufriedenheit unserer Kunden ist die entscheidende Einflussgröße für eine dauerhafte Kundenbindung. Die VGH nimmt Beschwerden von Kunden als Möglichkeit wahr, eine konkrete Kundenbeziehung zu halten, aber auch unsere Produkte und Dienstleistungen anhand der gewonnenen Erkenntnisse zu verbessern. Daher ist das Beschwerdemanagement in die Unternehmensorganisation fest eingebunden und dient der zügigen, rechtlich korrekten und fairen Beschwerdebearbeitung sowie der Identifizierung von systemischen Qualitätsproblemen von Produkten und Serviceleistungen. Es kann demzufolge dazu beitragen, die Kundenzufriedenheit in jedem Einzelfall, aber auch insgesamt zu verbessern. Zur Vereinfachung der Beschwerdeaufnahme hat jedermann die Möglichkeit, über ein spezielles Beschwerdeformular, das auf der Internetseite der VGH zu finden ist, seine Kritik kundzutun. Die Bearbeitung der Beschwerden wird koordiniert und erfolgt dezentral durch die zuständigen Bereiche, um so eine kompetente Auseinandersetzung mit der von Kunden aufgeworfenen Problemstellung zu gewährleisten.

Die VGH führt ein Beschwerderegister, in dem alle Beschwerden protokolliert werden. Dies hilft uns das Beschwerdeaufkommen zu analysieren, um mögliche Risiken frühzeitig zu erkennen. Auch Beschwerden, die uns über den Ombudsmann erreichen, gehören dazu.

Der Ombudsmann der Versicherungswirtschaft ist eine unabhängige und für Verbraucher kostenfrei arbeitende Schlichtungsstelle, die als unbürokratisches System zur Beilegung von Meinungsverschiedenheiten mit Versicherungsunternehmen und -vermittlern eingerichtet wurde. Sie bietet dem Versicherungsnehmer die Möglichkeit, Streitigkeiten mit Versicherungsunternehmen sowie Vermittlern außergerichtlich zu lösen und Gerichts- und Anwaltskosten für alle Parteien zu vermeiden.

Für die VGH ist es von hoher Bedeutung, dass Konflikte zeitnah im gegenseitigen Einverständnis mit Kunden zufriedenstellend gelöst werden. Der Kunde wird daher immer an den dafür vorgeschriebenen Stellen auf das bestehende Ombudsmannsystem für Versicherungen hingewiesen. Neben dem Hinweis auf das Ombudsmannsystem in den Info-Flyern, die durch die selbständigen Vertriebspartner beim ersten Geschäftskontakt ausgehändigt werden, erfolgt die Information aller Kunden über die Integration eines Hinweises in den Antragsunterlagen sowie über den Internetauftritt der VGH.

5.10 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.“

Um das Vertrauen unserer Kunden, Träger, Mitarbeiter und der Öffentlichkeit zu erhalten, beachten wir neben den sich aus Gesetz, Satzung und sonstigen Vorschriften ergebenden Regelungen, insbesondere die aufgestellten Compliance-Richtlinien, internen Vereinbarungen, Arbeitsanweisungen und sonstige Richtlinien.

Im Zuge der dezentralen Compliance-Organisation obliegt es den Führungskräften, die Rechtsentwicklung zu beobachten und, wenn sich hieraus ein Anpassungsbedarf für das Unternehmen ergibt, die entsprechenden Maßnahmen einzuleiten sowie deren Umsetzung zu überwachen. Vorstand und Führungskräfte üben eine Vorbildfunktion bei der Einhaltung der Compliance-Vorgaben aus. Für alle sich ergebenden Fragen steht die zentrale Compliance-Funktion des Hauses beratend zur Verfügung.

Die VGH hat die bestehenden Compliance-Regelungen allen Vertriebsmitarbeitern und Vertriebspartnern kommuniziert. Darüber hinaus wird regelmäßig zum aktuellen Stand und über Änderungen informiert.

Wir erkennen die internen Compliance-Regelungen der für uns vermittelnden Sparkassen an. Die hier verankerten Regeln werden regelmäßig durch die Compliance-Beauftragten der Sparkassen weiterentwickelt und durch die Verbandsprüfer der Regionalverbände überprüft.

Im Maklervertrieb arbeitet die VGH nur mit Maklern zusammen, die sich allgemein anerkannten Compliance-Regelungen – z.B. denen des Bunds der Versicherungsmakler – unterworfen haben.

5.11 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.“

Die VGH ist dem GDV-Verhaltenskodex für die Versicherungsvermittlung aus Überzeugung beigetreten. Wir arbeiten daher nur mit Versicherungsvermittlern zusammen, die die Grundsätze des Verhaltenskodex kennen und umsetzen. In den Vertreterverträgen (seit Juli 2013) sind die Vertreter zur Beachtung der für seine Tätigkeit geltenden gesetzlichen Vorschriften sowie der sich aus Verpflichtungen der VGH zur Zusammenarbeit mit Vertretern ergebenden Vorgaben verpflichtet.

Sofern Verstöße identifiziert werden, erfolgt eine individuelle Prüfung und Sanktionierung. Verbesserungspotentiale für präventive Maßnahmen werden daraus abgeleitet und implementiert.

Im Sinne der Transparenz und zur kontinuierlichen Verbesserung der Prozesse lassen wir dies im Dreijahresturnus durch unsere Interne Revision prüfen. Dies kann auf der GDV-Homepage öffentlich nachvollzogen werden.

6. Compliance-Organisation

Im Haus der VGH besteht die Compliance-Organisation aus der zentralen Compliance-Funktion, speziellen Compliance-Beauftragten für bestimmte Themenfelder (Datenschutz, Geldwäsche, etc.) und den dezentralen Verantwortlichen für Compliance-relevante Sachverhalte in den einzelnen Bereichen.

Zu den Aufgaben der Compliance-Organisation gehören unter anderem die Verantwortung für den Aufbau, die Implementierung, die Funktionalität sowie die Weiterentwicklung des Compliance-Systems in den Unternehmen der VGH.

Die Verantwortlichen für Compliance-relevante Sachverhalte in den Bereichen stehen im regelmäßigen Austausch mit der Compliance-Funktion. Somit wird gewährleistet, dass die VGH und ihre Vertriebspartner stets den einschlägigen normativen Anforderungen, den Vorgaben des Selbstverständnisses für den Vertrieb gemäß CMS und den internen Regelungen gerecht werden.

7. Compliance-Kommunikation

Ein wesentlicher Bestandteil des Compliance-Verständnisses des VGH ist es, die vereinbarten Regeln und Grundsätze in den Arbeitsprozessen zu berücksichtigen. Hierzu werden die relevanten Compliance-Inhalte sach- und zielgerichtet aufbereitet und an alle Mitarbeiter sowie Vertriebspartner kommuniziert. Zusätzlich werden Schulungen durchgeführt, um die Adressaten empfängerorientiert zu sensibilisieren und Hilfestellung in Zweifelsfällen zu bieten.

8. Überwachung und Verbesserung

Ein weiteres Ziel einer kontinuierlichen Prüfung der Einhaltung der Compliance-Regelungen ist die Überwachung und Verbesserung des CMS. Diese Konsequenz ist auch der Nachhaltigkeit geschuldet, mit der die VGH die Basis für die positive Entwicklung ihres Unternehmens, die verlässliche und dauerhafte Geschäftsbeziehung zu ihren Kunden sowie den Erhalt der Arbeitsplätze ihrer Mitarbeiter legt.

Damit die Regeln der VGH von allen Betroffenen verbindlich anerkannt und konsequent angewendet werden, werden Zuwiderhandlungen ebenso angemessen und dabei konsequent sanktioniert. Dazu besteht ein mehrstufiger Sanktionsprozess.

Compliance-Fragen werden bei der Überarbeitung, Optimierung und Installation neuer Prozesse in den jeweiligen Vertriebswegen berücksichtigt. Die Compliance-Ansprechpartner (Vertrieb) werden anlassbezogen einbezogen, um so bereits frühzeitig die Rahmenbedingungen abstimmen zu können. Bei übergreifenden Fragestellungen wird bedarfsweise auch die zentrale Compliance-Funktion eingebunden.

Neben dem installierten Prozess dienen dabei auch interne Revisionsberichte sowie die Angemessenheitsprüfung im Sinne des 11. Leitsatzes des GDV-Verhaltenskodex der regelmäßigen Überwachung und Verbesserung des CMS.

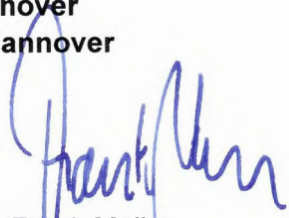
Darüber hinaus können das Beschwerdemanagement sowie Kunden- und Mitarbeiterbefragungen Hinweise zur Verbesserung geben und Anstoß für die Weiterentwicklung liefern. Ferner wird die Einhaltung von Vorschriften und Richtlinien regelmäßig von der Internen Revision überprüft.

Hannover, 22.04.2021

**Landschaftliche Brandkasse Hannover
Provinzial Lebensversicherung Hannover**



Annika Rust
Mitglied des Vorstands



Frank Müller
Mitglied des Vorstands

Provinzial Krankenversicherung Hannover AG



Manfred Schnieders
Vorsitzender des Vorstands



Dr. Dietrich Vieregge
Mitglied des Vorstands

Provinzial Pensionskasse Hannover AG



Rolf-Dieter Marson
Vorsitzender des Vorstands



Kerstin Garbe
Mitglied des Vorstands