

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

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

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

Die vorliegende Erklärung erstreckt sich auf folgende Gesellschaften unserer Gruppe:

- Vereinigte Postversicherung VVaG, Stuttgart
- VPV Lebensversicherungs-AG, Stuttgart
- VPV Allgemeine Versicherungs-AG, Stuttgart

Unsere Erklärung basiert auf den Erkenntnissen aus der nachfolgend beschriebenen Überprüfung des vertriebsbezogenen CMS. Die Erklärung umfasst den Zeitraum vom 01.01.2023 bis 31.12.2025.

### **Vorgehen bei der Überprüfung**

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

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

Dadurch haben wir die Weiterentwicklung unseres vertriebsbezogenen CMS sichergestellt.

### **Ergebnis der Überprüfung**

Auf der Basis unserer Überprüfung im Zeitraum von Februar bis April 2026 kommen wir für die oben genannten Gesellschaften zu folgendem Ergebnis:

Wir haben die notwendigen Maßnahmen ergriffen, um die Regeln des GDV-Vertriebskodex 2018 in den Grundsätzen unseres Unternehmens zu verankern. Unsere Grundsätze sind in der beigefügten Anlage dokumentiert, die unser vertriebsbezogenes Compliance Management System beschreibt.

Unsere Bewertung stützt sich vor allem auf die Überwachungs-, Prüfungs- und Beratungsaktivitäten der Compliance-Funktion, des Datenschutzbeauftragten und der Internen Revision sowie auf die von uns auf Vorschlag dieser unabhängigen unternehmensinternen Stellen beschlossenen Maßnahmen.

Stuttgart, 08.04.2026



---

Steffen Guttenbacher  
Vorstandsmitglied



---

Dietmar Stumböck  
Vorstandsmitglied

### **Anlage:**

Beschreibung des Compliance Management Systems für den Teilbereich Vertrieb zur Umsetzung der Anforderungen des GDV-Verhaltenskodex für den Vertrieb von Versicherungsprodukten für die Vereinigte Postversicherung VVaG, VPV Lebensversicherungs-AG und VPV Allgemeine Versicherungs-AG, Version 6.0 vom April 2026.

**VPV Versicherungen**

# CMS-Beschreibung

Beschreibung des Compliance Management Systems für den Teilbereich Vertrieb zur Umsetzung der Anforderungen des GDV-Verhaltenskodex für den Vertrieb von Versicherungsprodukten für die Vereinigte Postversicherung VVaG, VPV Lebensversicherungs-AG und VPV Allgemeine Versicherungs-AG

## VORWORT

Die VPV ist eine der traditionsreichsten Versicherungsgesellschaften Deutschlands. Unsere Erfahrung basiert auf einer fast 200-jährigen Erfolgsgeschichte. Während dieser Zeit haben wir uns zu einer leistungsstarken Versicherungsgruppe entwickelt. Unsere Vision ist klar: „Wir begleiten und schützen ein Leben lang. Wir machen es einfach – mit Sicherheit. Verlässlich. Persönlich. Vorsorgen.“ Diese Worte sind nicht nur eine Vision, sondern unsere Verpflichtung.

Unsere Beratungsgespräche dienen in erster Linie den Bedürfnissen der Kunden – und nicht dem Verkauf. Unser Anspruch ist es, unsere Kunden in allen Lebensphasen zu begleiten. Wir bieten ihnen deshalb in klar verständlichen Gesprächen ausschließlich diejenigen Leistungen an, die für sie sinnvoll und notwendig sind. Gemeinsam erarbeiten wir den optimalen Mix aus Vorsorge- und Vermögensaufbauvarianten.

Der Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) hat am 14.11.2012 den Verhaltenskodex für den Vertrieb von Versicherungsprodukten (im Folgenden „GDV-Verhaltenskodex“) verabschiedet, um eine noch höhere Qualität im Versicherungsvertrieb zu erreichen. Die Regeln sollen das Bewusstsein der Unternehmen und Vermittler für die Interessen der Verbraucher weiter schärfen und zugleich Vertriebspraktiken unterbinden, die den Belangen der Kunden widersprechen. Die Mitgliederversammlung des GDV hat am 25. September 2018 die Anpassung und Überarbeitung des Kodex beschlossen. Die Neufassung war notwendig geworden, weil mit der Umsetzung der europäischen Vertriebsrichtlinie (IDD) ein neuer Rechtsrahmen in Kraft getreten ist. Ziel, Anspruch und grundsätzlicher Inhalt des Kodex blieb unverändert.

Der GDV-Verhaltenskodex deckt sich mit unseren Vorstellungen eines qualitativ hochwertigen Versicherungsvertriebs. Daher war es für uns selbstverständlich, dem GDV-Verhaltenskodex mit unseren Versicherungsgesellschaften Vereinigte Postversicherung VVaG, VPV Lebensversicherungs-AG und VPV Allgemeine Versicherungs-AG als eines der ersten Versicherungsunternehmen beizutreten.

Der Beitritt war und ist ein klares Bekenntnis zu Verbraucherschutz, Beratungsqualität und Vermittlerqualifikation sowie transparenten verbindlichen Regelungen für den Umgang mit Kunden und schafft damit die Voraussetzung für eine Vertrauensbildung im gesamten Bereich der Versicherungsvermittlung. Wir bestätigen dieses Bekenntnis dadurch, dass wir eine strategische Weiterentwicklung mit dem Fokus auf den Vermittler umsetzen, den wir als unverzichtbares und wichtigstes Bindeglied zum Kunden identifiziert haben und ihn deshalb für diese Aufgabe in besonderer Weise stärken. Dieser Ansatz heißt bei der VPV *FairParent*<sup>®</sup>.

Da der GDV-Verhaltenskodex für alle Beitrittsunternehmen gleichermaßen gilt, ist dieser allgemein gehalten und definiert einen Rahmen. Es ist daher eine Konkretisierung und unternehmensindividuelle Auslegung notwendig, um die für das Compliance Management System für den Teilbereich Vertrieb notwendigen Maßnahmen zu definieren.

In der Beschreibung des Compliance Management Systems zur Umsetzung der Anforderungen des GDV-Verhaltenskodex für den Vertrieb von Versicherungen (im Folgenden „CMS-Beschreibung“) werden demzufolge die im GDV-Verhaltenskodex dargestellten übergeordneten Prinzipien und Grundsätze durch und für die VPV konkretisiert.

Stuttgart, im April 2026

**Der Vorstand**

## INHALTSVERZEICHNIS

### Inhalt

<b>1</b>	<b>Allgemeines.....</b>	<b>5</b>
<b>1.1</b>	<b>Zweck der CMS-Beschreibung.....</b>	<b>5</b>
<b>1.2</b>	<b>Abgrenzung Geltungsbereich .....</b>	<b>5</b>
<b>1.3</b>	<b>Verantwortlichkeiten.....</b>	<b>5</b>
<b>2</b>	<b>Compliance-Kultur .....</b>	<b>5</b>
<b>2.1</b>	<b>Kultur der VPV.....</b>	<b>5</b>
<b>2.2</b>	<b>Strategie der VPV .....</b>	<b>6</b>
<b>2.3</b>	<b>Vertriebliche Aspekte der Unternehmensstrategie.....</b>	<b>8</b>
<b>2.4</b>	<b>GDV-Verhaltenskodex .....</b>	<b>8</b>
<b>2.5</b>	<b>VPV-Verhaltenskodex .....</b>	<b>8</b>
<b>3</b>	<b>Compliance-Ziele .....</b>	<b>9</b>
<b>4</b>	<b>Compliance-Risiken.....</b>	<b>10</b>
<b>4.1</b>	<b>Beschreibung des Risikomanagementsystems der VPV .....</b>	<b>10</b>
<b>4.2</b>	<b>Abgrenzung Compliance-Funktion zu Risikomanagement.....</b>	<b>10</b>
<b>4.3</b>	<b>Compliance-Risiken im Vertrieb .....</b>	<b>11</b>
<b>5</b>	<b>Compliance-Programm.....</b>	<b>12</b>
<b>5.1</b>	<b>Die Bedürfnisse der Kunden stehen immer im Mittelpunkt .....</b>	<b>12</b>
<b>5.2</b>	<b>Wer Versicherungen vermittelt, erklärt den Kunden seinen Status .....</b>	<b>13</b>
<b>5.3</b>	<b>Jede Empfehlung berücksichtigt Ziele, Wünsche und Bedürfnisse der Kunden</b>	<b>13</b>
<b>5.4</b>	<b>Jede Empfehlung zu einem Vertragsabschluss wird nachvollzieh-bar begründet und dokumentiert.....</b>	<b>14</b>
<b>5.5</b>	<b>Versicherungsprodukte werden bedarfsgerecht entwickelt und vertrieben.....</b>	<b>15</b>
<b>5.6</b>	<b>Kunden werden nachhaltig betreut und bei gegebenem Anlass beraten .....</b>	<b>16</b>
<b>5.7</b>	<b>Qualifikation ist die Basis von ehrlichem, redlichem und professionellem Vertrieb .....</b>	<b>18</b>
<b>5.8</b>	<b>Die Unabhängigkeit von Versicherungsmaklern wird gewahrt.....</b>	<b>19</b>
<b>5.9</b>	<b>Versicherungsunternehmen bieten Kunden ein systematisches Beschwerdemanagement und ein Ombudsmannsystem.....</b>	<b>20</b>
<b>5.10</b>	<b>Die Versicherungsunternehmen geben sich Compliance-Vorschriften und kontrollierenderen Einhaltung .....</b>	<b>20</b>
<b>5.11</b>	<b>Der Kodex ist transparent und verbindlich .....</b>	<b>22</b>
<b>6</b>	<b>Compliance-Organisation.....</b>	<b>23</b>

<b>6.1</b>	<b>Compliance-Organisation.....</b>	<b>23</b>
<b>6.2</b>	<b>Vorstand .....</b>	<b>23</b>
<b>6.3</b>	<b>Chief Compliance Officer .....</b>	<b>24</b>
<b>6.4</b>	<b>Compliance-Beauftragter für den Bereich Vertrieb .....</b>	<b>24</b>
<b>6.5</b>	<b>Aufsichtsrat.....</b>	<b>24</b>
<b>7</b>	<b>Compliance-Kommunikation und -Training .....</b>	<b>25</b>
<b>7.1</b>	<b>Kommunikationskonzept.....</b>	<b>25</b>
<b>7.2</b>	<b>Trainingskonzept .....</b>	<b>25</b>
<b>8</b>	<b>Compliance-Überwachung und Verbesserung/Ausblick .....</b>	<b>26</b>
<b>8.1</b>	<b>Compliance-Überwachung .....</b>	<b>26</b>
<b>8.2</b>	<b>Einhaltung und Verstöße.....</b>	<b>26</b>
<b>8.3</b>	<b>Vertriebscontrolling .....</b>	<b>27</b>
<b>8.4</b>	<b>Verbesserung/Ausblick .....</b>	<b>27</b>
<b>9</b>	<b>CMS relevante Dokumente .....</b>	<b>28</b>
<b>9.1</b>	<b>VPV intern.....</b>	<b>28</b>
<b>9.2</b>	<b>Externe Fundstellen.....</b>	<b>29</b>

# 1 Allgemeines

## 1.1 Zweck der CMS-Beschreibung

Die CMS-Beschreibung der VPV bezeichnet jene Grundsätze und Maßnahmen, die auf den vom Vorstand festgelegten Zielen basieren und ein regelkonformes Verhalten seiner Beschäftigten<sup>1</sup> sicherstellen sollen.

Der Rahmen ist der GDV-Verhaltenskodex und alle damit im Zusammenhang stehenden Gesetze und sonstigen Vorschriften sowie die internen Richtlinien im Unternehmen.

## 1.2 Abgrenzung Geltungsbereich

Diese CMS-Beschreibung (Compliance-Management-System) erstreckt sich auf den Unternehmensbereich „Vertrieb“ und nicht auf das gesamte CMS der VPV.

Dieser Teilbereich beschränkt sich jedoch nicht nur auf den unmittelbaren Verkauf. Die CMS-Beschreibung bezieht sich auf alle kundenbezogenen Regelungen, die vertriebswegeübergreifend die Praxis der VPV zum Vertrieb ihrer Produkte betreffen.

Als Vertriebsweg nutzt die VPV ihre Ausschließlichkeitsorganisation, bestehend aus angestellten und selbständigen Vermittlern. Die Ausschließlichkeitsorganisation stellt für die VPV den bedeutendsten Vertriebsweg dar. Außerdem kooperiert sie über ihre Tochterunternehmen, die „VPV Makler Service GmbH“ und „VPV Finanz Service GmbH“ mit Maklern und Mehrfachagenten. Annex-Vertrieb oder Internet- bzw. Direktvertrieb hat bei der VPV keine Bedeutung.

Die Spezifika der einzelnen Vertriebswege werden von der VPV beachtet. So wird insbesondere die Unabhängigkeit der Versicherungsmakler berücksichtigt, da sich diese nur

gegenüber ihren Kunden vertraglich verpflichtet haben.

Alle bestehenden Standards gelten auch bei Tätigkeiten in der Europäischen Union nebst Vertragsstaaten des EWR-Abkommens.

## 1.3 Verantwortlichkeiten

Der Gesamtvorstand ist verantwortlich für die Einhaltung der gesetzlich geregelten Pflichten.

Die Verantwortung für die operative Umsetzung der Compliance ist an den Chief Compliance Officer delegiert.

In Bezug auf den Vertrieb wird er maßgeblich von dem Compliance Officer für den Vertrieb unterstützt.

# 2 Compliance-Kultur

## 2.1 Kultur der VPV

Die VPV ist ein modernes Finanzdienstleistungsunternehmen mit einer fast 200-jährigen Tradition. 1827 als Sterbekasse für Postbeamte gegründet, steht die VPV heute allen Kunden offen.

Die VPV lebt vom Vertrauen ihrer Kunden, Mitglieder der Muttergesellschaft Vereinigte Postversicherung VVaG, Beschäftigten und der Öffentlichkeit. Dieses Vertrauen hängt wesentlich davon ab, wie sich Beschäftigte im Innen- und Außendienst, die Handelsvertreter der VPV, Führungskräfte und Geschäftsführung verhalten und wie sie ihre Fähigkeiten zum Nutzen der Kunden und Mitglieder der VPV einsetzen.

Die VPV ist kompetenter Ansprechpartner für alle Fragen der privaten Vorsorge. Das Ergebnis ihrer Beratung ist ein individuelles

---

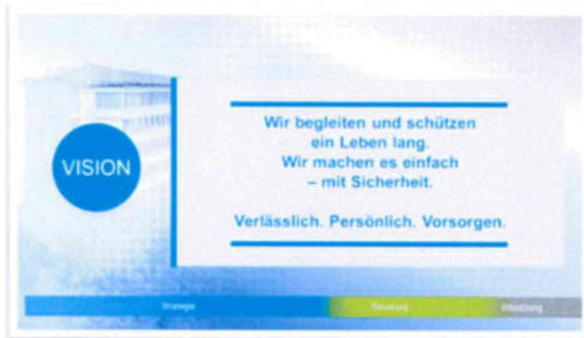
<sup>1</sup>Aus Gründen der Vereinfachung wird nachfolgend auf die geschlechtsspezifische Differenzierung verzichtet. Der Begriff „Beschäftigter“ gilt im Sinne der Gleichbehandlung für alle

Geschlechter. Hierunter werden alle Beschäftigten im Innen- und Außendienst der VPV verstanden.

Vorsorgekonzept – exakt auf die persönlichen Bedürfnisse des jeweiligen Kunden abgestimmt.

Die VPV entwickelt sich weiter und erschließt den Gerwebebereich als zusätzliches Wachstumsfeld.

„Verlässlich“, „Persönlich“ und „Vorsorgen“ sind entscheidende Werte. Die Beratungsgespräche dienen vornehmlich den Bedürfnissen der Kunden - und nicht in erster Linie dem Verkauf. Anspruch ist es, die Kunden in allen Lebensphasen zu begleiten. Die VPV bietet deshalb in klar verständlichen Gesprächen ausschließlich diejenigen Leistungen an, die für die Kunden sinnvoll und notwendig sind.



Die konkreten Anforderungen an das Verhalten der Beschäftigten der VPV werden in einem allgemeinen Verhaltenskodex spezifiziert.

## 2.2 Strategie der VPV

Die VPV Strategie wurde auf Basis der vorstehenden Unternehmenswerte entwickelt.

Die drei Kernelemente unseres Geschäftsmodells sind:

- „Wir sind ein Versicherungsverein aus Überzeugung mit den gleichwertigen Säulen Leben und Komposit. Wir sind aktiv in Deutschland und ausgewählten Auslandsmärkten.“
- „Wir setzen auf unseren mobilen Außendienst, Makler und selektiven Direktvertrieb und begleiten Neu- und Bestandskunden mit einer ganzheitlichen Beratungsphilosophie.“

- „Wir bieten unseren Privat- und Gewerbekunden attraktive Produktpakete mit Premiumvorteilen für die Mitglieder unserer VPV-Gemeinschaft.“


Ihre Identität bewahrt sich die VPV als eigenständiger, unabhängiger Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit. Bei der VPV steht nicht die Aktionärsrendite, sondern eine sichere Zukunft für ihre Kunden im Fokus.

Die VPV ist davon überzeugt, mit dem Erfolgsfaktor „WIR“, die Kompaktheit der Größe der VPV mit kurzen Wegen und der übergreifenden Zusammenarbeit sowie der persönlichen Bereitschaft zum Handeln als Wettbewerbsvorteil zu nutzen. Dann wird sie auch bei den anderen beiden strategischen Schwerpunkten „Wachstum Komposit“ und „Stabilisierung Leben“ erfolgreich sein.

Mit dem Qualitätssicherungsinstrument *FairParent*<sup>®</sup> wird das gesamte Unternehmen darauf ausgerichtet, den Vermittler als das wesentliche Bindeglied eines Serviceversicherers zum Kunden hin in den Mittelpunkt zu stellen. Ihre Kunden identifiziert die VPV über „ihren“ Vermittler. Insbesondere dadurch, dass die *FairParent*<sup>®</sup>-Vermittler den Kunden in den Mittelpunkt stellen, stellt die VPV so ebenfalls den Kunden in den Mittelpunkt. Die VPV sorgt also dafür, dass die Glaubwürdigkeit des Vermittlers nicht erschüttert wird - weder durch Fehlverhalten des Innendienstes, noch durch den Vermittler selbst. *FairParent*<sup>®</sup> umfasst somit zwei Bereiche: die faire und transparente Beratung durch den Vermittler und den unterstützenden Service durch den Innendienst. Dabei geht sie über das von der IDD geforderte Maß bewusst hinaus.

Wir konzentrieren uns in unserer Strategie auf drei strategische Stoßrichtungen, die uns leiten sollen, um unsere Vision zu verwirklichen.

Wir begleiten und schützen ein Leben lang. Wir machen es einfach – mit Sicherheit.



Verlässlich. Persönlich. Vorsorgen.

Sicherstellung der Zukunftsfähigkeit unserer VPV

- Verbreiterung des Geschäftsmodells
  - Ausbau Komposit zur gleichwertigen Säule
  - Bestandsbetrieb Leben nutzen und Neugeschäft ausbauen
- #WIR 2.0 als Basis unserer Zusammenarbeit und unseres Erfolgs
- Absicherung der Kundenbindung (Bestandsmanagement)
- Stärkung des Einkommens unserer Vertriebspartner
- Kostentragfähigkeit und Investitionskraft erhöhen, Potenziale heben
- Sicherung der Arbeitsplätze

Bei dem strategischen Schwerpunktthema „Wachstum Komposit“ beabsichtigt die VPV den Ausbau von Komposit zur gleichwertigen Säule und damit Verbreiterung des Geschäftsmodells, eine Stärkung der Ergebnisse der VPV-Gruppe, eine umfassende Kundenbindung sowie eine Verbreiterung der Einnahmensituation der Vermittler durch Bestandsaufbau.

Bei „Stabilisierung Leben“ beabsichtigt die VPV die Erreichung des Ziels „Stopp Bestandsabrieb“, die Nutzung der Chancen und Potenziale für das Neugeschäft, eine Überarbeitung der Produktpalette sowie die Erfüllung der Solvency Vorgaben ohne Übergangsmaßnahmen.

Bei dem Erfolgsfaktor „#WIR 2.0“ schließlich möchte die VPV ihre Kompaktheit als Wettbewerbsvorteil nutzen, eine bereichs- und hierarchieübergreifende Zusammenarbeit fördern, kurze Wege und schnelle Entscheidungen nutzen sowie als attraktiver Arbeitgeber und VPV-Familie wirken.

Abgeleitet aus den drei strategischen Stoßrichtungen und den dazugehörigen Zielen legt der Vorstand in Abstimmung mit dem Aufsichtsrat das jeweilige Unternehmensziel eines Jahres fest.

Diese Vision lässt sich nur mit einem Vertrieb umsetzen, der im Interesse der Kunden arbeitet und im hohen Maße auf deren Bedürfnisse eingeht.

Im Rahmen der konsequenten Suche nach Alleinstellungsmerkmalen richtet die VPV ihre Produkte und Services an den sich zunehmend wandelnden Kundenbedürfnissen aus. Damit soll ein Mehrwert für ihre Kunden geschaffen werden.

Um die Leistungsstärke auch in Zukunft zu erhalten, setzt die VPV auf fachlich kompetente Beschäftigte. Hierzu hat die VPV vier Prinzipien definiert, die zukünftig wesentlich für das eigene Tun, die Zusammenarbeit, für die Führung und nicht zuletzt für den Erfolg der VPV sind. Diese lauten:

#### Zielbild 2030 – #WIR 2.0

Das zentrale Element sind weiterhin unsere vier Prinzipien



Mit dem Prinzip Erfolgsorientierung ist in erster Linie der wirtschaftliche Erfolg gemeint, weil Themen umgesetzt und zum Erfolg gebracht werden sollen. Das bedeutet einen klaren Fokus auf die erfolgreiche Umsetzung der VPV-Ziele. Zusammengefasst: Die VPV sieht Chancen in ihrer positiven Grundhaltung. Die definierten Ziele und Erfolge erreicht die VPV durch unternehmerisches Handeln.

Mit dem Prinzip Mut meint die VPV den Handlungsmut. Das bedeutet anzupacken und bereit zu sein, mit einer gewissen Unsicherheit die Balance zwischen Analyse und Handeln zu finden und daraus auch für die Zukunft wieder zu lernen. Das Prinzip Mut bedeutet auch Klarheit in der Kommunikation zu haben und eine verlässliche Basis für die Zusammenarbeit zu schaffen. Zusammengefasst: Die VPV traut sich, die Komfortzone zu verlassen und Neues zu wagen. Sie lebt eine aktive Fehlerkultur, gibt und nimmt sich Freiräume, ist mutig Entscheidungen zu treffen und bestärkt andere darin.

Mit dem Prinzip Qualität meint die VPV neben einem hohen Qualitätsanspruch, den jeder an sich selbst hat, auch eine hohe Qualität in der Kommunikation und der Zusammenarbeit. Qualitativ sehr gute Produkte und Leistungen sind für die Erreichung ihrer Ziele erforderlich. Zusammengefasst: Die VPV formuliert klare, priorisierte Ziele. Die Mitarbeiter kümmern sich um die Entwicklung ihrer Kompetenzen, geben sich regelmäßig Feedback, reflektieren ihre Zusammenarbeit und lernen daraus.

Mit dem Prinzip Eigenverantwortung meint die VPV, dass jeder mit Blick auf das Unternehmen seinen Teil eigenverantwortlich bestmöglich zur Erreichung der Ziele beiträgt. Zusammengefasst: „Wir sind Macher!“ Die Mitarbeiter nehmen Themen und Verantwortung gerne an, bestärken andere dies auch zu

tun, da sie Vertrauen in sich und ihre Kollegen haben.

### 2.3 Vertriebliche Aspekte der Unternehmensstrategie

Im VPV Vertrieb nimmt der Dienstleistungsgedanke eine zentrale Rolle ein. Die Vertriebsbeschäftigten spielen hierbei eine ganz wesentliche Rolle.

Diese stellen das Unternehmenswachstum und damit den dauerhaften Erfolg der VPV sicher. Sie sind Repräsentanten des ältesten Lebensversicherers in Deutschland. Diesen Werten fühlen sie sich verpflichtet und setzen sich für den Erhalt und die Fortführung dieser Tradition ein.

Für Privathaushalte stehen die Vorsorge, der Vermögensaufbau und die Absicherung der persönlichen Risiken im Zentrum der Beratung.

Abgeleitet aus den Anforderungen gewerblicher Kunden stehen die Absicherung betrieblicher Risiken, die Sicherung der wirtschaftlichen Stabilität sowie die Vorsorge für Unternehmer und Mitarbeitende im Zentrum der Beratung.

Als Vorsorgeberater erfüllen die Vertriebsbeschäftigten die Ziele und Wünsche der Kunden partnerschaftlich und schaffen Werte durch bedarfsgerechte Vorsorgekonzepte. Sie stellen umfassenden Service und hohe Qualitätsstandards im Sinne eines kundenorientierten Vertriebes sicher. Ihnen ist bewusst, dass nur zufriedene Kunden Wachstum, Erträge und damit Beschäftigung ermöglichen.

Kompetente Vermittler werden durch die VPV durch folgende Leistungsmerkmale angesprochen: Innovative Produkte und konsequente Unterstützung des Vermittlers im Verkaufsprozess. Mit *FairParent*<sup>®</sup> soll jeder einzelne Schritt dieses Verkaufsprozesses - angefangen von der Terminierung des Erstgesprächs über den Abschluss und die nachfolgende Betreuung bis hin zum Leistungsfall - unterstützt werden und von Fairness und Transparenz geprägt sein.

Indem die Bedürfnisse des Vermittlers entsprechend berücksichtigt werden, macht die VPV dem Vermittler die Beratung und den Verkauf ihrer Produkte so einfach wie möglich.

Dem Kundenverhalten begegnet die VPV, indem ihre Marketingaktivitäten zunehmend online stattfinden.

Die VPV ermöglicht ihren Vermittlern eine auskömmliche und marktübliche Einkommenssituation, damit sie in der Lage sind, ihren Kunden verbrauchergerechte Lösungen anzubieten. Durch die VPV-Unternehmenskultur, die Produktstrategie und durch die vermittlerunterstützenden Maßnahmen bindet die VPV ihre Vermittler an das Unternehmen.

### 2.4 GDV-Verhaltenskodex

Einen wichtigen Bestandteil der Vertriebskultur der VPV bildet der GDV-Verhaltenskodex.

Die VPV hat sich als eines der ersten Versicherungsunternehmen zu dem GDV-Verhaltenskodex bekannt. Mit dem Beitritt steht die VPV unmissverständlich zu Verbraucherschutz, Beratungsqualität und Vermittlerqualifikation sowie transparenten, verbindlichen Regelungen für den Umgang mit Kunden.

Die VPV ergreift alle Maßnahmen, um die Umsetzung der Regeln dieses Kodexes im Unternehmen stetig weiter zu entwickeln.

### 2.5 VPV-Verhaltenskodex

Die VPV hat für ihre Beschäftigten umfangreiche Compliance-Vorschriften im Rahmen eines VPV-Verhaltenskodex erlassen. Dieser beinhaltet alle im GDV-Verhaltenskodex behandelten Themen und darüber hinaus weitere wichtige compliance-relevante Themenfelder.

Die Beachtung des VPV-Verhaltenskodex soll die Beschäftigten in Bezug auf Gesetzesverstöße und Verletzung vertraglicher Verpflichtungen sensibilisieren und helfen, Konflikte zwischen privaten und geschäftlichen Interessen zu vermeiden sowie das Unternehmen vor

finanziellen Verlusten und Reputationsschäden zu bewahren.

Jeder Beschäftigte der VPV hat dafür Sorge zu tragen, dass sein Handeln mit dem VPV-Verhaltenskodex und den für seinen Arbeitsbereich geltenden Gesetzen in Einklang steht.

Der VPV-Verhaltenskodex beinhaltet folgende Themenfelder mit entsprechenden Verweisen zu Leitlinien, die im VPV-Intranet zugänglich sind:

- Befolgung von Vorschriften
- Umgang der Mitarbeiter untereinander
- Diskriminierung
- Umgang mit Unternehmensvermögen
- Wirtschaftskriminelle Handlungen
- Umgang mit Kunden
- Auswahl von Geschäftspartnern
- Korruption oder Bestechung
- Wettbewerbsrecht
- Fairness und Ethik in der Werbung
- Geldwäsche und Terrorismus
- Vermeidung von Interessenskonflikten
- Incentives (Verkaufswettbewerbe, Firmenveranstaltungen, Sachpreise)
- Annahme und Gewährung von Geschenken und anderen Vergünstigungen
- Spenden, Sponsoring und andere Zuwendungen
- Annahme von Kundengeldern, Geschäfte mit Kunden
- Verträge mit Mitarbeitern und deren Familienangehörigen
- Kartellrecht
- Vertraulichkeit und Sicherheit der Daten
- Insiderhandel und Insiderempfehlungen
- Kommunikation mit Medien, Aktionären und Aufsichtsbehörden
- Arbeits- und Arbeitnehmerschutz
- Unternehmerische Sozialverantwortung (Corporate Social Responsibility)

Somit deckt der VPV-Verhaltenskodex alle Punkte des GDV-Verhaltenskodex ab und formuliert darüber hinaus zusätzliche Anforderungen an das Verhalten der VPV-Beschäftigten (siehe auch Ziffer 5.10).

### 3 Compliance-Ziele

Die Integrität und die Bindung an die Grundsätze eines „ehrbaren Kaufmanns“ sind neben einer guten Qualifikation die Basis jeder Geschäftsbeziehung.

Der Gesetzgeber hat für Beratung und Vertrieb der Versicherungswirtschaft weitgehende Regelungen getroffen und Maßstäbe im Finanzdienstleistungsbereich gesetzt.

Mit dem GDV-Verhaltenskodex sind Verhaltensmaßstäbe gesetzt, die den Vertrieb von Versicherungsprodukten transparent darstellen und für die Versicherungsunternehmen einen Rahmen von Normen und Werten setzen, damit sie den Interessen der Kunden gerecht werden.

Die VPV ergreift die notwendigen Maßnahmen, um die Regeln des GDV-Verhaltenskodex in ihrem Konzern zu verankern.

Daraus ergeben sich folgende Ziele:

1. Dem essentiellen Produktverständnis des Kunden folgend, werden die Versicherungsprodukte klar und verständlich dargestellt.
2. Im Mittelpunkt unseres Handelns steht der Kunde – wir schaffen echten Mehrwert, indem wir Beratung und Produkte nach dem Value-for-Money-Prinzip der Wohlverhaltensaufsicht ausrichten. Die VPV achtet darauf, dass ihr Vergütungssystem keine Anreize bietet, die die ehrliche, redliche und professionelle Beratung der Kunden gefährden.
3. Die Beschäftigten und Vermittler der VPV achten Korruption und vermeiden Interessenkonflikte, achten den Datenschutz und das Wettbewerbsrecht und verhalten sich lauter im Umgang mit Geschenken und Einladungen.
4. Die Beratungsgespräche werden ordnungsgemäß dokumentiert und die Dokumentation dem Kunden ausgehändigt.
5. Im Sinne einer ordnungsgemäßen Kundenbetreuung wird auch während der

- Vertragslaufzeit eine anlassbezogene Beratung und/oder Betreuung durchgeführt.
6. Das Kundeninteresse wird bei Abwerbungen bzw. Umdeckungen beachtet.
  7. Der Vermittler legitimiert sich klar und eindeutig gegenüber dem Kunden.
  8. Die VPV stellt einen hochwertigen Ausbildungsstand ihrer Vermittler sicher und arbeitet nur mit qualifizierten und gut beleumundeten Vermittlern zusammen.
  9. Die VPV vereinbart mit Versicherungsmaklern keine Zusatzvergütung, die über die vertragsgemäße Courtagevereinbarung hinausgeht.
  10. Die VPV weist den Versicherungsnehmer auf das Ombudsmannverfahren für Versicherungen hin.
  11. Die VPV arbeitet nur mit Vertriebspartnern zusammen, die den GDV-Verhaltenskodex als Mindeststandard anerkennen und praktizieren.

Die Compliance-Ziele werden laufend angepasst oder erweitert, wenn sich die rechtlichen oder gesellschaftlichen Rahmenbedingungen ändern.

## 4 Compliance-Risiken

Die Compliance-Risiken des Vertriebes sind in das konzernweite Risikomanagement der VPV eingebunden, das einen wichtigen Beitrag zur Sicherung der Existenz und der Substanz der VPV leistet.

### 4.1 Beschreibung des Risikomanagementsystems der VPV

Der Bereich Risikomanagement stellt das konzernweite Risikomanagement sicher. Er legt die Grundlagen und Methoden des Risikomanagements fest, erstellt die entsprechenden Leitlinien hierzu und unterstützt den Vorstand bei der Ableitung der Risikostrategie aus der Geschäftsstrategie.

Die Elemente Risikofrüherkennung, Risikoanalyse und Risikobegrenzung sind wesentliche Teile dieses Systems, die in Verbindung mit dem Risikotragfähigkeitskonzept dafür

sorgen, dass unser zur Verfügung stehendes Risikokapital in einem adäquaten Verhältnis zu den bestehenden Risiken steht.

Die mit der Risikoanalyse festgestellten Risiken werden im Risikoinventar dokumentiert. Dieses Risikoinventar wird regelmäßig mittels der Risikoinventur aktualisiert. Das Risikoinventar wird im Bereich Risikomanagement geführt und im Governance-Tool R2C verwaltet.

Entsprechend der Risikokultur der VPV werden Risiken dort bewertet und überwacht, wo sie entstehen können.

Die Bewertung (Eintrittswahrscheinlichkeit/Schadenshöhe) und Risikosteuerung (Risikoakzeptanz, -vermeidung, -verminderung oder -übertragung) erfolgt dezentral in den Fachbereichen. Damit liegt das operative Management der Risiken dort, wo auch die Fachkenntnisse zur Identifizierung und Bewertung der Risiken vorhanden sind.

Hierzu leistet das EDV-gestützte und konzernweite Interne Kontrollsystem (als Teil des Risikomanagement-Systems, RMS) einen wesentlichen Beitrag. Das Interne Kontrollsystem wird ebenfalls durch das Governance-Tool R2C unterstützt.

Mit dem ganzheitlichen Risikomanagementansatz folgt die VPV grundsätzlich dem aufbauorganisatorischen Grundsatz einer strikten Funktionstrennung zwischen Markt und Marktfolge sowie zwischen Risikoannahme und Risikosteuerung.

Weitere Kontrollorgane, die in unserem Risikomanagementsystem mitwirken, sind unter anderem Aufsichtsrat, Treuhänder der Sicherungsvermögen, Verantwortlicher Aktuar, versicherungsmathematische Funktion sowie die Konzernrevision.

### 4.2 Abgrenzung Compliance-Funktion zu Risikomanagement

Die Compliance-Funktion, insoweit handelnd durch die Compliance-Organisation und des Weiteren gestützt auf vorhandene Strukturen wie insbesondere die Rechtsabteilung, ist für

die Überwachung der Einhaltung aller (aufsichts-)rechtlichen Regelungen zuständig.

Hierzu gehört zum Beispiel auch die ordnungsgemäße Einrichtung der Risikomanagement-Funktion als solches. Die Aufgabe der Compliance-Funktion bezieht sich aber nicht auf die konkrete Ausgestaltung der Prozesse oder auf inhaltliche Fragen des Risikomanagements.

Das Risikomanagementsystem (RMS) und damit auch die Risikomanagement-Funktion beziehen sich auf eine Gesamtrisikobetrachtung bzw. -erfassung des Unternehmens. Die Compliance-Funktion ist dagegen nur für die Compliance-Risiken zuständig.

Es besteht insoweit eine Überschneidung zwischen den beiden Funktionen, da das Risikomanagement auch Rechtsrisiken als Teil des operationellen Risikos abzudecken und zu überwachen hat.

Die Compliance-Funktion trägt zur Vermeidung von Rechtsrisiken im Vorfeld durch Leitlinien, Schulungen etc. bei.

Darüber hinaus werden Rechtsverstöße von der Compliance-Funktion aufgegriffen. Um Wiederholungen zu verhindern, wird auf wirksame Prozesse und Strukturen hingewirkt. Beim Risikomanagement geht es dagegen um die Analyse und Bewertung von möglichen und bestehenden Rechtsrisiken, die in das Risikoprofil und in die Risikosteuerung des Unternehmens als ein Faktor einfließen.

Die VPV verfügt über geeignete Instrumente zur qualitativen und quantitativen Beurteilung der Compliance-Risiken. So erfolgt im RMS eine Bewertung der Compliance-Risiken durch Integration der identifizierten Compliance-Risiken in die Risikoerfassung, -abfrage- und -bewertungsprozesse des Risikomanagements. Die Compliance-Risiken werden ebenfalls innerhalb des Governance-Tools R2C geführt.

Im Rahmen einer jährlichen Risikobefragung (bestehend aus Rechtsmonitoring und Compliance-Monitoring) in allen Fachbereichen werden Compliance-Hinweise aufgenommen.

Aus dem GDV-Rechtsmonitoring wird der Bearbeitungsstatus rechtlicher Themenstellungen dokumentiert und analysiert. Gegebenenfalls werden geeignete Maßnahmen zur Beseitigung von Missständen von Compliance veranlasst.

Es werden quartalsweise Interviewrunden mit den Verantwortlichen der aus Compliance-Sicht besonders relevanten Fachbereiche (insbesondere Vertrieb, Kapitalanlagen und Produktentwicklung) durchgeführt sowie jeweils zum Jahresende die Risikobefragung, (bestehend aus einem Compliance-Monitoring und einem Rechtsmonitoring) in allen Fachbereichen auf Basis von Fragebögen bzw. Interviewprotokollierungen.

Der Umgang mit Compliance-Risiken wird in den Quartalsberichten an den Gesamtvorstand mit Erläuterungen unter Einsatz eines Ampelsystems qualitativ bewertet. Bei Eilbedürftigkeit erfolgen Ad-hoc-Berichtserstattungen.

#### 4.3 Compliance-Risiken im Vertrieb

Compliance-Risiken werden erkannt und minimiert durch Information und Sensibilisierung über Regelungen sowie Empfehlungsmaßnahmen zur Verbesserung.

Im Vertrieb gilt häufig das Prinzip Leistung und Gegenleistung. Beziehungsmanagement und Anerkennung gehören zum Geschäftsalltag und sind häufig wesentlicher Bestandteil erfolgreicher Verbindungen von Vertriebspartnern und Kunden. Dies ist Ausdruck einer freien Marktwirtschaft und ist daher grundsätzlich nicht verwerflich, solange es sich innerhalb der gesetzlichen und moralisch/ethischen Rahmenbedingungen abspielt.

Denkbare Compliance-Risiken im Vertrieb der VPV sind das Vergütungssystem, unzuverlässige Partner oder Falschberatungen, insbesondere im Hinblick auf unzureichende Dokumentation im Beratungsprotokoll. Diese Risiken dürften sich insoweit nicht von der Branche abheben.

Deshalb ist eine Bewusstseins-schaffung im Vertrieb von besonderer Bedeutung. Denn

eine zentrale Compliance-Organisation wird niemals so intensiv in den vertriebspezifischen Prozessen stecken, wie die Kollegen, die tagtäglich in diesem Bereich arbeiten. Das bedeutet für die VPV, dass die Compliance auf die Mithilfe der Vertriebsbeschäftigten setzt, um Risiken zu erkennen und bewerten zu können. Das bedingt eine Kommunikation auf Augenhöhe. Vertrieb und Compliance verstehen sich bei der VPV als Partner und nicht als Gegner.

Hierfür führt die Compliance-Funktion beispielsweise regelmäßig informatorische Interviews (grundsätzlich zu Beginn eines jeden Quartals) insbesondere mit Führungskräften des Vertriebs, um die aktuelle Compliance-Situation zu analysieren.

Ziel der Interviews ist die Aufdeckung möglicher Compliance-Verstöße im Vertrieb und die Identifizierung möglicher Handlungsfelder für die Risikokontrolle und Beratung. In den Interviews werden insbesondere arbeits- und datenschutzrechtliche Belange der Beschäftigten berücksichtigt. Über die Interviews wird ein Protokoll erstellt.

In regelmäßigen Schulungen z.B. im Rahmen von Führungskräfte tagungen im Vertrieb werden die identifizierten Handlungsfelder aufgegriffen und weiter vertieft.

Dem Proportionalitätsprinzip folgend, setzt die VPV auf dezentrale Compliance-Strukturen, bei denen insbesondere Monitoring-, Controlling- und Sanktionierungsfunktionen nicht in einer zentralen Compliance-Organisation angesiedelt sind. Vielmehr werden zwecks Vermeidung einer ressourcenintensiven Dopplung bestehende Monitoring-, Controlling- und Sanktionierungsstrukturen der Unternehmen in die Realisierung der Compliance einbezogen. Diesem branchenüblichen Ansatz ist die VPV als mittelgroßer, nationaler Versicherer gefolgt.

## 5 Compliance-Programm

Im Compliance-Programm sind alle Grundsätze und Maßnahmen manifestiert, die eine Einhaltung des GDV-Verhaltenskodex sicherstellen. Die Grundsätze und Maßnahmen des Compliance-Programms basieren auf den Erkenntnissen aus der Risikoanalyse. Das Compliance-Programm stellt im Wesentlichen die Umsetzung der Anforderungen des GDV-Verhaltenskodex dar und beschreibt die Einbindung und Integration in die Prozesse und Systeme der VPV.

### 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.<sup>2</sup>*

Gewährleistet wird die Vermeidung von Fehlansätzen insbesondere auch durch eine IDD-konforme Vergütungsstruktur. Hierzu wurden alle Vergütungselemente überprüft und in

---

<sup>2</sup> Kursiver Text entspricht dem Originaltext des aktuellen GDV Verhaltenskodex (Stand 25. Sept. 2018).

einem Vergütungskompodium dokumentiert. Eine Bevorzugung einzelner Produkte hinsichtlich der Vergütung innerhalb einer Sparte gibt es nicht.

Zur Qualitätskontrolle der bedarfsgerechten Beratung ist ein IKS „Auffälligkeiten im Vertrieb“ implementiert. Dieses kommt unabhängig vom Vertriebsweg zum Einsatz.

Im Rahmen eines eigenständigen Prozesses findet nach dem Beratungsgespräch und Antragsabschluss selektiv („Zufallsauswahl“) eine qualitätssichernde Maßnahme durch den Führungspartner des Vermittlers zum Zweck der Optimierung künftiger Dokumentationen statt. Bei unzureichender beziehungsweise ungeschlüssiger Dokumentation finden Nachberatungen mit entsprechend geänderter Beratungsdokumentation statt. In dem statistischen Auswertungssystem PRIMUS ist hierzu ein Bericht implementiert, der die Wirksamkeit des Systems sicherstellt. Darüber hinaus werden bei sensiblen Antragskonstellationen von der VPV Plausibilitätsprüfungen dahingehend vorgenommen, ob die Begründung im Beratungsprotokoll in Bezug auf die Antragsdaten plausibel ist.

Ergänzend werden in einem nach Vorgaben der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht implementierten Beschwerdemanagement Auffälligkeiten identifiziert und Maßnahmen ergriffen, die geeignet sind eventuelle Missstände bei der Beratung zu beseitigen. Gegebenenfalls werden bei Auffälligkeiten Provisionsstopps gesetzt. Compliance ist mit dem Beschwerdemanagement regelmäßig in Kontakt, um mögliche Compliance-Risiken zu identifizieren.

Des Weiteren besteht ein einheitlicher Prozess des Vertriebscontrollings, welcher ebenfalls die bedarfsgerechte Beratung zum Ziel hat. Auf die Ausführungen unter Punkt 8.3 wird verwiesen.

## 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.*

Bei einem Erstkontakt mit dem Kunden stellt die VPV eine klare Legitimation ihrer Vermittler sicher.

Dafür erhält der Kunde vor Beginn der Beratung in Form einer schriftlichen Statusinformation sämtliche Informationen, die in der Verordnung über die Versicherungsvermittlung und -beratung (VersVermV) geregelt sind.

Hierfür werden den Vermittlern entsprechende Statusinformationen zur Verfügung gestellt. In Schulungen zu Beratungsgesprächen wird der Einsatz der Statusinformation vermittelt. Die Statusinformation wird in der Beratungssoftware VIP automatisch generiert.

Die Führungskräfte sind angehalten, hier stichprobenartig zu überprüfen.

## 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 Angaben über mögliche künftige Leistungen im Bereich langlaufender Altersvorsorgeprodukte werden transparent, nachvollziehbar und objektiv auf standardisierten, vergleichbaren, branchenweit akzeptierten Verfahren dargestellt.*

Der VPV ist es besonders wichtig, Fehlanreize durch den Verkauf ungeeigneter oder nicht benötigter Produkte zu verhindern.

Daher wird auf Basis der erfragten Ziele und Wünsche des Kunden eine individuelle Bedarfssituation analysiert und eine passende Bedarfsdeckung mit entsprechender Unterstützung durch standardisierte und unternehmensspezifische Softwarelösungen sowie Checklisten ermittelt und für den Kunden verständlich erläutert. Auf dieser Basis werden dem Kunden die wichtigsten Merkmale des Versicherungsproduktes - einschließlich der Ausschlüsse vom Versicherungsschutz aufgezeigt. Dies erfolgt im Rahmen eines standardisierten und für den Vermittler zwingenden Beratungsprozesses in VIP.

Alle Vermittler werden zu Beginn ihrer Tätigkeit für die VPV zu dem Produktangebot und dem Beratungsprozess geschult.

Die Bedarfsermittlung erfolgt unter Einbeziehung einer bestehenden Versorgungslage, in die alle bereits vorhandenen Absicherungen - auch die anderer Produkthanbieter - berücksichtigt werden. Die Vorsorgeempfehlung leitet sich dabei ausschließlich aus dem zwischen dem Kunden und dem Berater festgestellten Absicherungsbedarf ab.

Der Vermittler ermittelt bei Versicherungsanlageprodukten immer die Kenntnisse und Erfahrung des Kunden. Damit werden die

finanziellen Verhältnisse, einschließlich der Fähigkeit Verluste zu tragen, optimal berücksichtigt. Die Anlageziele, einschließlich der Risikotoleranz und einer Geeignetheitsprüfung, sind so fester Bestandteil der Beratung. Diese Vorgehensweise ist für den Vermittler zwingend und kann nicht umgangen werden.

Im Rahmen des Beratungsprozesses erhält der Kunde insbesondere Angaben über mögliche künftige Leistungen im Bereich langlaufender Altersvorsorgeprodukte. Bei den Produktinformationen hält sich die VPV an die branchenweit geltenden Standards.

Damit die VPV-Vermittler immer auf dem neuesten Stand sind, um die Kunden optimal beraten zu können, erhalten sie neben dem VPV-Intranet regelmäßig Informationen in Form von Außendienst-Newslettern oder spezifischen Fachinformationen. Hinzu kommen umfangreiche Schulungsmaßnahmen durch hauptamtliche Trainer.

#### **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.*

Bei der VPV wird kein Versicherungsantrag ohne das dazugehörige Beratungsprotokoll angenommen.

Ein EDV-gestützter Beratungsprozess unterstützt die Vermittler bei der Erstellung von Beratungsprotokollen. Die Beratungsprotokolle werden den Kunden bei Abschluss ihres Versicherungsantrages ausgehändigt.

Das Vorhandensein einer plausiblen Beratungsdokumentation ist ein wesentlicher Bestandteil bei der Antragsbearbeitung. In jedem Fall wird die Vollständigkeit der Dokumentation geprüft. Diese Prüfung beinhaltet auch das Anerkenntnis des Protokolls durch den Kunden mit seiner Unterschrift. Bei sensiblen Vertragskonstellationen werden von der VPV Plausibilitätsprüfungen dahingehend

vorgenommen, ob die Begründung in Bezug auf die Vertragsdaten plausibel ist.

Eine Verzichtserklärung des Kunden bezüglich der Beratungsdokumentation erfolgt nur in Ausnahmefällen.

Nachhaltige Schulungsmaßnahmen im Rahmen der Erstausbildung und in der Weiterbildung unterstützen den Anspruch einer ordnungsgemäßen Dokumentation des gesetzlich geforderten Beratungsgespräches.

Im Rahmen eines eigenständigen Prozesses findet nach dem Beratungsgespräch und Antragsabschluss selektiv („Zufallsauswahl“) eine qualitätsverbessernde Maßnahme durch den Führungspartner des Vermittlers zum Zweck der Optimierung künftiger Beratungsdokumentationen statt (aufdeckende Kontrolle). In dem statistischen Auswertungssystem PRIMUS ist hierzu ein Bericht implementiert, der die Wirksamkeit des Systems sicherstellt. Bei unzureichender beziehungsweise ungeschlüssiger Dokumentation finden Nachberatungen mit entsprechend geänderter Beratungsdokumentation statt. Mit gleicher Intention werden fortlaufend die Ergebnisse der Beratungsdokumentation hinsichtlich ihrer Qualität und eventueller Verbesserungsmöglichkeiten überprüft.

Des Weiteren werden Erkenntnisse des standardisierten und zentralen Beschwerdemanagementprozesses ebenso für eine Optimierung herangezogen. Compliance ist mit dem Beschwerdemanagement regelmäßig in Kontakt, um mögliche Compliance-Risiken zu identifizieren.

## 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.*

Der Anspruch der VPV bei der Konzeption von Versicherungsprodukten ist, die Absicherung des Kundenbedarfs und Kundennutzens sicherzustellen.

Daher ist der Ausgangspunkt der VPV bei der Entwicklung von Produkten stets ein identifizierter Kundenbedarf. Aus diesen Erkenntnissen heraus definiert sich ein entsprechender Zielmarkt, für den bedarfsgerechte Produkte gemäß den Lebensumständen und Präferenzen der Kunden konzipiert werden.

Die Ermittlung des Kundenbedarfs wird durch Vermittlerbefragungen und/oder Marktstudien sichergestellt. Dabei stehen der Kundennutzen und der jeweils identifizierte Zielmarkt stets in unmittelbarem Zusammenhang.

Bei der Erstellung der Produktinformationen wird auf klare und verständliche Angaben, insbesondere in Bezug auf das Preis-/ Leistungsverhältnis geachtet.

Es ist deshalb für die VPV von besonderer Bedeutung, die VPV-Kunden hinreichend über zum Beispiel Art und Umfang der Versicherungsleistung, Fälligkeit, Haftungsgrenzen und Selbstbeteiligungen zu informieren.

Elemente dieser an das individuelle Verständnis des Kunden angelehnten Produktkonzeption sind neben speziell aufbereiteten Produktinformationsblättern auch verbraucherorientierte Versicherungsbedingungen, die ihre rechtliche Eindeutigkeit nicht durch eine empfängerorientierte Sprache verlieren.

Die VPV folgt dabei weitgehend den Empfehlungen des Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV). Soweit es machbar ist, werden abweichend von den GDV-Musterbedingungen für die Kunden bessere Regelungen entwickelt.

Handelt es sich bei diesen Produkten um Vorsorgeprodukte, bei denen eine zukünftige Leistung prognostizierbar ist, finden anerkannte Verfahren der Mathematik Anwendung, deren Ergebnisse verbrauchergerecht aufbereitet dargestellt werden.

Als nachhaltiger Versicherungsverein setzt die VPV auf nachhaltig orientierte Versicherungsprodukte.

Bei der Erstellung von Marketingmaterialien wird ebenfalls auf eine standardisierte, verständliche und transparente Darstellung geachtet.

Das endgültige Produktdesign ist für die VPV erst dann klar, wenn ein breiter Dialog zwischen allen Beteiligten stattgefunden hat.

Genauso ist ein reibungsloser und verlustfreier Wissenstransfer zu den Vertriebseinheiten geschaffen, was wiederum eine klare und verständliche Basis für eine kundenorientierte Beratung gewährleistet. Dies wird unterstützt durch Schulungen mit einheitlichen und zentral freigegebenen Trainingsinhalten. Hierfür setzt die VPV ein IT-basiertes Trainingstool ein, das die angebotenen und absolvierten Ausbildungsmaßnahmen für den Vermittler widerspiegelt.

Einer überfachlichen Abstimmung und Prüfung schließt sich dann stets eine durch Produktmarketing und -schulung unterstützte Markteinführung an.

Um den Ansprüchen an die Produktentwicklung gerecht zu werden, richtet sich die VPV sowohl für die Überarbeitung bestehender Produkte als auch für die Konzeption und Einführung neuer Produkte an den Leitlinien zum Produktfreigabeverfahren für Leben und Komposit aus. Durch die Beachtung dieser Leitlinien wird im Rahmen regelmäßiger Besprechungen, Statusberichte, Protokolle und

Abschlussberichte ein geregelter Ablauf und eine lückenlose Dokumentation sichergestellt. So wird beispielsweise die Rechtsabteilung bei der Erstellung von Kundendokumenten einbezogen und die Freigabe der Produkte, Tarife und Tarifbedingungen erfolgt explizit durch den Vorstand der VPV.

Der Vertrieb wird mit Produktinformationen ausreichend ausgestattet. Somit ist es ihm möglich, die Kunden vollumfänglich zu informieren. Dies geschieht insbesondere durch einen Automatismus mit Unterstützung der VPV-Kundenmanagement-Software bei der Antragsaufnahme, bei dem jedem Angebot ein Produktinformationsblatt nebst Bedingungen vorgelegt wird.

Zu jedem neuen Produkt erhält der einzelne Vermittler standardisierte und umfangreiche Beratungs- und Verkaufsunterlagen im Rahmen einer Erstausrüstung. Je nach Komplexitätsgrad werden hierzu auch Schulungen durchgeführt. Darüber hinaus wird der Außendienst über VPV-Versicherungsprodukte im VPV-Intranet regelmäßig über aktuelle Entwicklungen informiert. Die Vermittler können dort allgemeine Fachinformationen, Informationen über den Marketingplan, Kampagnen, Vertriebsmarketing sowie Veranstaltungen abrufen, die neuesten Druckstücke herunterladen und vieles mehr.

Die Vermittler sind vertraglich dazu verpflichtet, ausschließlich das von der VPV zur Verfügung gestellte Werbematerial zu verwenden. Sie sind im Übrigen dazu verpflichtet, jegliche Werbemaßnahmen und Veröffentlichungen, insbesondere Werbung, Anzeigen, Drucksachen, Angebote und sonstige Erklärungen, die Produkte der VPV-Gesellschaften betreffen, vor der Veröffentlichung abzustimmen.

## 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.*

Ziel der VPV ist es, im Sinne einer nachhaltigen und ordnungsgemäßen Kundenberatung auch während der Vertragslaufzeit eine anlassbezogene Beratung und/oder Betreuung durch die VPV zu gewährleisten.

Die VPV als Vertragspartner des Kunden stellt sicher, dass eine anlassbezogene Beratung des Kunden während der Vertragslaufzeit gewährleistet ist, wobei im Idealfall eine Beratung durch den jeweils zuständigen Betreuer erfolgen soll.

Mit folgenden, konkreten Anlässen wird beispielsweise ein Beratungsbedarf im Rahmen des Prozesses zur anlassbezogenen Kundenansprache verbunden:

- Heirat
- Geburt/Adoption Kind
- Scheidung
- Ableben des Partners
- Namensänderung
- Volljährigkeit

Diese werden tagesaktuell in den Außendienstsystemen in einer sogenannten Wiederholungsliste angezeigt und dokumentiert. Hierzu werden unmittelbar von den Servicebeschäftigten Besuchsaufträge erzeugt, die dann vom Vertrieb gemäß definierten, zeitlichen Fristen und entsprechenden Rückmeldungen abgearbeitet werden. Dabei ist es unerheblich, ob der Kundenkontakt schriftlich (Brief, E-Mail, etc.) oder telefonisch (inbound) erfolgt.

Hierzu gelten entsprechende im VPV-Intranet hinterlegte Bearbeitungsrichtlinien. Beim telefonischen Kundenkontakt (outbound) wird sowohl vom zentralen Kundenbetreuungs-Center als auch von den Vermittlern, die ihre vertragliche Verpflichtung zur Betreuung der

Kunden erfüllen, das hierzu ausdrücklich erforderliche Einverständnis des Kunden beachtet.

Unterstützt wird der Vermittler hier sowohl durch das EDV-basierte Kundenmanagement im Rahmen der Außendienstsysteme als auch durch die Ansprache und Kontrolle des Führungsaußendienstes. Dieser Führungsauftrag gegenüber dem Vermittler wird durch das angebotene Führungskräfte-Training vermittelt.

Für Schaden- und Leistungsfälle ist dahingehend Transparenz gegeben, dass alle Schadenfälle (Schadenmeldung und -dokumentation) im zentralen Bestandsführungssystem erfasst und für den Vermittler einsehbar sind.

Kunden werden im Falle von Abwerbungsangeboten umfassend über mögliche Nachteile informiert. Dabei erfolgt eine konkrete Aufklärung zu Risiken, Konditionen und Folgen des Wechsels und diese Beratung wird vollständig und nachvollziehbar in der Beratungsdokumentation festgehalten.

Ergänzend werden auch für die durch das Beschwerdemanagement identifizierten Auffälligkeiten hinsichtlich nicht erkannter Beratungsanlässe geeignete Maßnahmen ergriffen.

Die Abwerbung von Versicherungsverträgen erfolgt bei der VPV nur mit wettbewerbskonformen Mitteln. Hierzu werden die Vermittler im Rahmen der vertraglichen Regelungen zur Einhaltung der Wettbewerbsrichtlinien der Versicherungswirtschaft verpflichtet. Damit ist auch geregelt, dass für die Werbung nur Adressbestände verwendet werden dürfen, die keiner wettbewerbsrechtlichen Beschränkung insbesondere Datenschutzregelungen unterliegen.

Für Umdeckungen besteht ein internes Regelwerk, welches durch den standardisierten Beratungsprozess mit seinen Gesprächsleitfäden und Verkaufshilfen unterstützt wird. Umdeckungen werden nur in einem stark reglementierten Verfahren zugelassen und wenn dies dem ausdrücklichen Kundenwunsch entspricht. Dieses Verfahren wird dem Vertrieb in Schulungen vermittelt und die

eindeutige Vorgabe gegeben, Umdeckungen in der Dokumentation der Beratung gesondert zu hinterlegen.

Das standardisierte, zentrale Beschwerdemanagement und das Versicherungsombudsmann-Verfahren stehen den Kunden zur Verfügung, die sich in ihrer Wahrnehmung als ungenügend aufgeklärt fühlen.

Regelmäßige statistische Auswertungen (IKS „Auffälligkeiten im Vertrieb“) und Kontrollen durch die Führungskräfte sind geeignet, Auffälligkeiten früh zu erkennen.

### 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-/ Bauparkassenaußendienst und Versicherungsmakler in Deutschland e. V. (AVAD) als Pflicht.*

Eine Zusammenarbeit findet nur mit qualifizierten und gut beleumundeten Vermittlern statt. Die Zuverlässigkeitsprüfung vor Einstellung beinhaltet insbesondere folgende Elemente:

- Einholung der AVAD-Auskunft
- Auszug aus dem Gewerbezentralregister
- Vorlage eines polizeilichen Führungszeugnisses
- Anfrage an das Schuldnerregister

Eine Verpflichtung auf den GDV-Verhaltenskodex ist ebenso Bestandteil der Vollständigkeit der Einstellungsunterlagen.

Die VPV bedient sich dabei eines standardisierten und digitalisierten Einstellungsprozesses (AREA), der durch im VPV-Intranet abrufbare Checklisten unterstützt wird. Hierbei kann sie beispielsweise auf ein EDV-gestütztes Bewerbermanagement, Recruiting-Broschüren oder standardisierte Stellenausschreibungen zurückgreifen.

Die VPV hat auch nach der Einstellung des jeweiligen Vermittlers ein großes Interesse an dem Fortbestehen seiner Zuverlässigkeit.

Hierzu führt die VPV regelmäßig statistische Auswertungen durch, die Anhaltspunkte für Zuverlässigkeit liefern. Darüber hinaus werden anlassbezogene Prüfungen vorgenommen.

Persönliche Veränderungen in der Person des jeweiligen Vermittlers, wie beispielsweise Veränderung der Vermögensverhältnisse in der SCHUFA, führen zu einer Neubewertung des Vermittlerisikos. Dies liegt in der Verantwortung des jeweiligen Vorgesetzten.

Die VPV arbeitet nur mit Vermittlern zusammen, die über eine ausreichende und nachgewiesene Qualifikation verfügen.

So beschäftigt die VPV nur Vermittler, die sachkundig sind. Bei der VPV kann auch der IHK-Sachkundenachweis mit geeigneter Unterstützung erworben werden.

Um Fehlberatungen oder den Verkauf ungeeigneter Produkte aufgrund mangelnder Qualifizierung zu minimieren, hält die VPV zahlreiche Maßnahmen vor.

So wird bereits in der Beratungssituation durch den Einsatz der VPV Kundenberatungsoftware ein standardisierter und qualifizierter Beratungsprozess sichergestellt, der das Risiko von Fehlberatungen minimiert.

Inhalte des Beratungsprozesses sind zum Beispiel Argumentationsleitfäden, Verkaufshilfen, Sales-Stories und Fragebögen.

Die VPV bietet für die laufende Weiterbildung eigene Schulungsveranstaltungen zur Erreichung der geforderten Weiterbildungsstunden an. Ergänzend können die Vermittler aber auch bei externen Bildungsanbietern IDD-fähige Weiterbildungen besuchen.

Das Trainingskonzept sieht unter anderem Schulungen zur Thematik der kundenorientierten Beratung und Protokollierung vor. Außerdem finden spezifische auf die Kundenzielgruppe ausgerichtete Schulungen je nach Risikothema statt. Diese Schulungen behandeln in Zusammenarbeit mit dem Compliance Officer Vertrieb Themen, die als compliance-relevant eingestuft wurden.

Schließlich finden sowohl Präsenztrainings als auch eLearnings statt. Für die Präsenzveranstaltungen werden von den Trainern einheitliche Trainerleitfäden und Seminarunterlagen verwendet.

Mit Hilfe eines EDV-gestützten Seminarmanagementprogramms werden Seminare angelegt, organisiert, Anmeldungen durchgeführt und durchgeführte Veranstaltungen inklusive Teilnehmerlisten archiviert. Zudem werden auf Grundlage der Teilnehmerlisten die

Weiterbildungsstunden pro Vermittler generiert und kontrolliert.

Ergänzend müssen die Vermittler web-basierte Schulungen mit integrierter Leistungsfortschrittskontrolle zu den Themen Compliance, Datenschutz, IT-Sicherheit und Geldwäsche absolvieren. Darüber hinaus werden sie fortwährend über aktuelle Themen und Produktentwicklungen geschult.

Neben dem bestehenden Schulungsangebot können bei Bedarf auch individuelle Schulungen angefordert werden.

Die Vermittler der Ausschließlichkeitsorganisation haben darüber hinaus die Möglichkeit, sich selbst über das VPV-Intranet umfassend über beispielsweise Fachinformationen oder Produkte zu informieren. Für die Makler steht ein eigenes Maklerportal zur Verfügung.

Die Akquisition von Maklern und die Zusammenarbeit sind im „Handbuch-Makler“ der VPV geregelt. Die dort definierten Standardprozesse beschreiben die Anforderungen an Makler hinsichtlich Zuverlässigkeit und Vertrauenswürdigkeit.

Die VPV schaltet keine Zeitungs- oder Internetannoncen zur Anwerbung von Maklern, die Auswahl erfolgt durch die Maklerorganisation. Für die Makler-Akquisitionsgespräche stellt die VPV der Maklerorganisation einen standardisierten Interviewbogen zur Verfügung. Über das internetbasierte Maklerportal der VPV können sich Makler für zahlreiche Fortbildungsangebote der VPV, zum Beispiel Fachseminare der Online-Akademie für Makler anmelden.

Darüber hinaus sind im Maklerportal Verkaufshilfen und Informationsmaterialien für Produkte der VPV verfügbar. Spezialisierte Maklerbetreuer der VPV stehen den Maklern insbesondere für Produktfragen zur Verfügung.

## 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 VPV achtet den Grundsatz der Unabhängigkeit der Versicherungsmakler.

Die Vergütungsmodelle der VPV sind daher nicht geeignet, die Unabhängigkeit des Maklers zu tangieren. Die Zusammenarbeit mit Maklern findet auf der Basis von standardisierten Courtagezusagen statt.

Es bestehen keine Zusagen über umsatzabhängige Zusatzvergütungen. Dies bedeutet, dass es neben den vertraglich vereinbarten Courtagesätzen keine weiteren finanziellen Zuwendungen gibt.

Darüber hinaus gewährt die VPV Maklern keine Incentivierungen, auch nicht in Form von Sachleistungen oder sonstigen Kostenerstattungen.

### 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 VPV ist dem Ombudsmann-System für Versicherungen seit Beginn der Einführung beigetreten.

Im Rahmen der Aushändigung der Statusinformation – entweder als Teil des Beratungsprotokolls oder als separates Einzelblatt – ist der Hinweis auf ein außergerichtliches Schlichtungsverfahren durch den Ombudsmann exponiert herausgestellt.

Des Weiteren erfolgen Hinweise auf den Versicherungsunterlagen und auf der VPV-Homepage.

Die VPV verfügt über ein standardisiertes und zentrales Beschwerdemanagement gemäß den Vorgaben der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht. Erkenntnisse aus dem Beschwerdemanagementprozess werden für eine Optimierung der Geschäftsprozesse herangezogen. Compliance ist mit dem Beschwerdemanagement regelmäßig in Kontakt, um mögliche Compliance-Risiken zu identifizieren.

### 5.10 Die Versicherungsunternehmen geben sich Compliance-Vorschriften und kontrollierenderen Einhaltung

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

*Inhalt der Compliance-Vorschriften sind insbesondere auch die Beachtung der wettbewerbsrechtlichen Vorschriften, die Ächtung von Korruption, Bestechung und Bestechlichkeit; klare Regeln für den Umgang mit Geschenken und Einladungen und sonstige Zuwendungen; klare Regeln in Bezug auf Werbemaßnahmen und Unternehmensveranstaltungen sowie Vorschriften zur Vermeidung von Kollisionen privater und geschäftlicher Interessen.*

*Versicherungsunternehmen sind auf eine Vielzahl von Informationen angewiesen, die einen wesentlichen Bestandteil des Versicherungsgeschäfts darstellen. Der Schutz dieser Informationen vor möglichem Missbrauch ist essenziell. Kunden vertrauen darauf, dass ihre Daten bei den Versicherungsunternehmen in*

*guten Händen sind. Der verantwortungsvolle Umgang mit personenbezogenen Daten hat deshalb hohe Priorität. Die Versicherungswirtschaft hat in ihren Verhaltensregeln zum Datenschutz (Code of Conduct) klare Regeln zum Umgang mit persönlichen und vertraulichen Daten und zur Einhaltung der datenschutzrechtlichen Vorschriften getroffen. Die Versicherungsunternehmen erwarten von ihren Vermittlern, dass auch sie dem Schutz der personenbezogenen Daten der Kunden höchste Aufmerksamkeit widmen und allen Anforderungen an Datenschutz und Datensicherheit gerecht werden.*

Die VPV versteht Compliance umfassend – nicht nur als das Einhalten von Recht und Gesetz sowie den internen Regeln, insbesondere des VPV-Verhaltenskodexes, sondern auch als Grundlage aller Entscheidungen und Aktivitäten - und zugleich als elementaren Teil von Integrität. Compliance ist kein Programm, sondern die Art und Weise, wie die VPV Geschäfte macht und Integrität verwirklicht.

Für die Angestellten und die selbständigen Vermittler der Ausschließkeitsorganisation hat die VPV in ihrem VPV-Verhaltenskodex konkrete Compliance-Regelungen formuliert. Der VPV-Verhaltenskodex ist für alle Angestellten und Beschäftigten der Ausschließkeitsorganisation verbindlich. Die Regelungen des VPV-Verhaltenskodex werden teilweise durch weitere eigenständige Richtlinien konkretisiert.

#### 1. Wettbewerbsrechtliche Vorschriften

Die VPV bekennt sich ausdrücklich zu den vom GDV entwickelten Wettbewerbsrichtlinien der Versicherungswirtschaft. Sie führt demgemäß den Wettbewerb nur sachlich mit ehrlichen und anständigen Mitteln.

Bei Zweifelsfragen über die Zulässigkeit des Verhaltens im Wettbewerb haben die Beschäftigten stets den Chief Compliance Officer zu konsultieren.

#### 2. Ächtung von Korruption, Bestechung und Bestechlichkeit

Korruption und sonstige Verstöße gegen den fairen Wettbewerb vorzubeugen hat höchste Priorität bei der VPV.

Dazu gehört es, Recht und Gesetz einzuhalten. Darüber hinaus hat die VPV in ihrem VPV-Verhaltenskodex Prinzipien für integrires geschäftliches Verhalten verankert. Der VPV-Verhaltenskodex gilt für alle Beschäftigten und hebt den Stellenwert der Korruptionsbekämpfung besonders hervor.

#### 3. Klare Regeln für den Umgang mit Geschenken und Einladungen und sonstige Zuwendungen

Die VPV toleriert keinerlei Form von Bestechlichkeit und Bestechung. Hierzu hat sie eine Geschenkerichtlinie entwickelt, die von jedem Beschäftigten einzuhalten ist. In der Geschenkerichtlinie sind sozial adäquate Obergrenzen und Genehmigungsprozesse festgelegt.

#### 4. Unlautere Werbung und klare Regeln in Bezug auf Werbemaßnahmen und Unternehmensveranstaltungen

Die VPV bekennt sich zu offenen Märkten und fairem Wettbewerb. Daher agiert die VPV ausschließlich mit fairen und rechtmäßigen Mitteln, um die Geschäftsziele zu erreichen.

Zur Hilfestellung und Orientierung dient den Beschäftigten außerdem die VPV Geschenkerichtlinie und die GDV Leitlinie Kartellrecht und Verbandsarbeit.

#### 5. Vorschriften zur Vermeidung von Kollisionen von privaten und geschäftlichen Interessen

Im VPV Verhaltenskodex sind klare Orientierungshilfen bei möglichen Kollisionen festgelegt. Entscheidend ist hier die Schaffung von Transparenz durch die Offenlegung möglicher Konflikte.

#### 6. Klare Regeln zum Umgang mit persönlichen und vertraulichen Daten und zur Einhaltung der datenschutzrechtlichen und wettbewerbsrechtlichen Vorschriften

Der Datenschutz hat eine große Bedeutung bei der VPV. Die VPV hat für die Einhaltung des Datenschutzes einen Datenschutzbeauftragten bestellt. Außerdem ist sie dem Code of Conduct Datenschutz des GDV beigetreten. Den Vermittlern werden die entsprechenden Inhalte über eine webbasierte Schulung vermittelt.

Die VPV hat Compliance dauerhaft zu einem integralen Bestandteil ihrer Geschäftsprozesse gemacht. Die Arbeit am VPV-Compliance-System wird stetig weiterentwickelt. Seine Effizienz und Praxistauglichkeit wird fortlaufend optimiert und die Risikoanalyse dem sich ständig weiterentwickelnden Geschäft angepasst. Näheres hierzu regelt die Leitlinie Allgemeines Governance System der VPV und die Compliance Leitlinie.

Der Beitritt zum GDV-Verhaltenskodex ist ein klares Bekenntnis zu Verbraucherschutz, Beratungsqualität und Vermittlerqualifikation sowie transparenten verbindlichen Regelungen für den Umgang mit Kunden und schafft damit die Voraussetzung für eine Vertrauensbildung im gesamten Bereich der Versicherungsvermittlung. Daher ist die Einhaltung und Umsetzung des GDV-Verhaltenskodex auch ein wichtiger Bestandteil des Compliance-Systems der VPV.

Diese Compliance-Regelungen werden aktiv kommuniziert und sind auf der Compliance-Seite im VPV-Intranet nachlesbar. Hier wird auch eine Online-Schulung mit integrierter Anzeige hinsichtlich des Lernfortschrittes bereitgestellt.

Die VPV hat ein wirksames Hinweisgebersystem implementiert. Dieses verfügt über unterschiedliche Meldewege. Über ein externes Hinweisgebersystem der Firma EQS werden die Vorgaben des Hinweisgeberschutzgesetzes (HinSchG) eingehalten, insbesondere kann auf Wunsch des Hinweisgebers seine Identität geschützt werden.

Auch an Versicherungsmakler und Mehrfachagenten hat die VPV klare Erwartungen.

Aufgedeckte Verfehlungen werden je nach Erschwerungsgrad gerügt oder die Zusammenarbeit wird in schwerwiegenden Fällen beendet.

## 5.11 Der Kodex ist transparent und verbindlich

*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 VPV arbeitet in der Ausschließlichkeitsorganisation nur mit Vermittlern zusammen, die den GDV-Verhaltenskodex verbindlich anerkannt haben.

Auch bei der Zusammenarbeit mit Versicherungsmaklern bildet der GDV-Verhaltenskodex eine verbindliche Grundlage. Dies betrifft insoweit die Punkte, die auf Makler anwendbar sind und insbesondere dadurch ihre Unabhängigkeit nicht tangiert werden.

Hat ein Versicherungsmakler oder ein Mehrfachvertreter für sich bzw. sein Unternehmen dem GDV-Verhaltenskodex entsprechende Compliance-Regeln aufgestellt, akzeptiert die VPV diese im Rahmen der Zusammenarbeit mit dem Makler. Ferner akzeptiert die VPV Versicherungsmakler, die im Rahmen einer Mitgliedschaft in einem Vermittlerverband (z. B. BVK, BDVM, VGA, VOTUM) ebenfalls

angemessene Compliance-Regeln anerkennen.

Erforderlich ist, dass diese Regeln den Inhalten des GDV-Verhaltenskodex entsprechen.

Des Weiteren erkennt die VPV bei Maklern auch die Erstellung eigener Compliance-Regelungen, soweit sie vom Grundgedanken des GDV-Verhaltenskodex getragen werden, an.

Festgestellte Verstöße gegen die Grundgedanken des GDV-Verhaltenskodex oder wiederholte berechtigte Kundenbeschwerden können in letzter Konsequenz die Beendigung der Zusammenarbeit zur Folge haben.

## 6 Compliance-Organisation

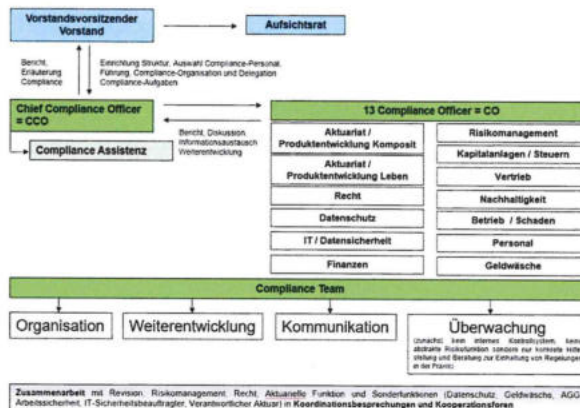
### 6.1 Compliance-Organisation

Der Gesamtvorstand ist verantwortlich für die Einhaltung aller relevanten Gesetze und Regularien und für die Sicherstellung der Compliance.

Die Compliance-Funktion der VPV Versicherungen wird dezentral durch die Compliance-Organisation in den Fachbereichen wahrgenommen.

Der verantwortliche Compliance-Beauftragte ist der Chief Compliance Officer. Er wird vom Compliance-Team, bestehend aus den dezentralen Compliance Officers der verschiedenen Bereiche der VPV, unterstützt. Der Chief Compliance Officer organisiert das Compliance-Team ohne gesonderte disziplinarische Weisungsbefugnis.

Die durch das Compliance-Team sowie in den Fachbereichen gelebte Compliance-Struktur wird mit dem nachstehenden Schaubild verdeutlicht:



Die spezifischen Aufgaben der Compliance werden zum Teil von bestehenden Einheiten erbracht, die bereits auch mit Compliance-Aufgaben befasst sind.

Für folgende Einheiten werden Beschäftigte zum Compliance-Team zugeordnet:

- Finanzen
- IT/Datensicherheit
- Kapitalanlagen/Steuern
- Aktuariat, Produktentwicklung Leben
- Aktuariat, Produktentwicklung Komposit
- Betrieb/Schaden
- Personal
- Datenschutz
- Recht
- Vertrieb
- Geldwäsche
- Nachhaltigkeit
- Risikomanagement

### 6.2 Vorstand

Die offizielle Beauftragung der Compliance-Funktion erfolgt durch den Gesamtvorstand.

Die Compliance-Funktion, vertreten durch den Chief Compliance Officer, arbeitet als dezentral ausgerichtete Funktion intensiv mit den Leitern der anderen Governance-Funktionen Interne Revision, Risikomanagement, Versicherungsmathematische Funktion und weiteren wichtigen Funktionen (Datenschutzbeauftragter, Informations-Sicherheitsbeauftragter, Nachhaltigkeitsbeauftragter und Geldwäschebeauftragter) zusammen. Diese treffen sich regelmäßig, mindestens zweimal im Jahr, zu Abstimmungsgesprächen und nutzen wechselseitig die Informationen der jeweils anderen

Governance-Funktionen (Kooperationsforum Governance). Es bestehen keine Weisungsbefugnisse der Funktionen untereinander. Dadurch wird die Unabhängigkeit der einzelnen Funktionen gewährleistet. Bei Konflikten besteht eine Eskalationsmöglichkeit nach oben über die jeweiligen zuständigen Vorstände.

### 6.3 Chief Compliance Officer

Der Chief Compliance Officer organisiert und koordiniert die Weiterentwicklung des Compliance Management Systems, die Bearbeitung von Compliance-Vorgängen, Schulungen und Kommunikation (Erstellung einer Compliance-Informationenplattform). Er hat keine disziplinarische Weisungsbefugnis. Der Chief Compliance Officer stellt erforderliche Berichte, wie zum Beispiel den jährlichen Compliance-Bericht sowie die Quartalsberichte an den Vorstand zusammen und setzt Schwerpunkte etwa durch Erstellung eines Jahresplanes.

### 6.4 Compliance-Beauftragter für den Bereich Vertrieb

Die VPV verfügt nach der Compliance-Organisation speziell für den Vertriebsbereich über einen Compliance Officer. Dieser wird nicht vom Fachbereich selbst gestellt, sondern von einem Stabsbereich, der über das notwendige Compliance- und Vertriebswissen verfügt und vom Vertrieb unabhängig ist.

Der Compliance Officer Vertrieb bearbeitet Compliance-Themen im Bereich Vertrieb. Er ist Ansprechpartner für den jeweiligen Fachbereich, hat Einblick in die Tätigkeit und Organisation des Bereiches und Einsicht in die Vorgänge.

Er kann dabei Compliance-Themen einbringen und im laufenden Betrieb unterstützen. Die Tätigkeit ist vorbeugend und begleitend, jedoch nicht kontrollierend.

Der Vertrieb hat die für ihn geltenden Vorgaben selbst zu verantworten und zu gewährleisten. Auch die Fachverantwortung bleibt im Vertrieb.

Die spezifischen Aufgaben der Compliance werden damit von bestehenden Vertriebseinheiten erbracht, die bereits in der bisherigen Tätigkeit auch mit Compliance-Themen befasst waren.

Neben der fachlichen Qualifikation stellen die soziale Kompetenz und der tatsächliche Überblick über die Vorgänge in dem von ihm betreuten Bereich ein entscheidendes Auswahlkriterium dar.

Durch geeignete Weiterbildungsmaßnahmen stellt der Compliance Officer Vertrieb sicher, dass er über die erforderlichen und aktuellen Kenntnisse für den Vertrieb verfügt und mit der Risikostruktur der zu prüfenden Prozesse vertraut ist. Hierzu werden neben internen Maßnahmen und Bildungsangeboten externe Seminarangebote genutzt. Ferner wird die Leitung der Compliance-Funktion auch in die Mitarbeit externer Gremien, wie zum Beispiel Arbeitskreis Compliance der Lebensversicherungsunternehmen am Standort Stuttgart, eingebunden. Darüber hinaus ist die Compliance im Berufsverband der Compliance Manager e.V. aktiv.

Aufgaben der Compliance Officer
<p style="text-align: center;"><b>Vorbeugung</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Identifizierung von Compliance-Themen ohne systematische Untersuchungen</li> <li>➤ Vorbeugende Maßnahmen und Empfehlungen zur Risikominimierung</li> <li>➤ Durchführung von Schulungen</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Begleitung</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Empfehlung von Maßnahmen zur Abstellung von Missständen in Abstimmung mit Compliance-Team und zuständigen Stellen</li> <li>➤ Ansprechpartner + Berater für Compliance (inkl. Meldung von Fehlverhalten und Missständen), wobei Funktion beschränkt ist auf Weiterleitung an verantwortliche Stelle</li> <li>➤ Begleitung der Umsetzung von internen Regelungen und Weisungen in den verantwortlichen Bereichen</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Kontrolle</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Kein Monitoring/Controlling</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Management und Organisation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Mitarbeit bei Jahresplanung und Veränderung bzgl. Compliance-Struktur</li> <li>➤ Berichterstattung an Chief Compliance Officer. Weitergabe durch diesen an Vorstand</li> <li>➤ Diskussion und Koordination im Compliance-Team</li> <li>➤ Bereichsübergreifender Informationsaustausch</li> <li>➤ Planung von Fortbildungsmaßnahmen (als Compliance-Officer)</li> </ul>

### 6.5 Aufsichtsrat

Den Aufsichtsräten bzw. gegebenenfalls dem Risiko- und Prüfungsausschuss wird in Abstimmung mit den Mitgliedern des Gesamtvorstandes Bericht erstattet. Bei schwerwiegenden Vorfällen erfolgen Ad-hoc-Berichterstattungen.

## 7 Compliance-Kommunikation und -Training

### 7.1 Kommunikationskonzept

Compliance nutzt zur Kommunikation insbesondere die Medien VPV-Intranet, VPV Update (Ad hoc E-Mails des Vorstandes) oder die Hauszeitschrift Kontext. Mindestens zweimal im Jahr veröffentlicht Compliance einen Newsletter an alle Beschäftigten. Im VPV-Intranet erfolgen wichtige Hinweise zur VPV Compliance. Neben allgemeinen Erläuterungen zu Compliance findet man dort nützliche Fundstellen VPV-interner Unterlagen und Verlinkungen auf die Internetseiten des Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft e.V., der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht und der Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex. Änderungen oder Neuerungen auf der Compliance-Seite werden den Beschäftigten über einen Newsticker im Intranet bekannt gegeben.

Der Chief Compliance Officer erstellt einen vierteljährlichen schriftlichen Bericht für den Vorstand. Außerdem berichtet er regelmäßig im Risiko- und Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats über aktuelle Compliance-Entwicklungen in der VPV.

Der Bericht hat in der Regel folgende Agenda

- Allgemeine Informationen zur Compliance-Tätigkeit
- Tätigkeitsberichte der Compliance Officer
- Stand des Compliance-Plans
- Wesentliche Compliance Themen und Risiken
- Compliance Radar
- Gesetzliche/regulatorische Compliance Entwicklungen
- Empfehlungen

Für die Bewertung des Umgangs mit identifizierten Compliance-Themen in der VPV wird ein Ampel-System verwendet.

Sofern die Feststellungen schwerwiegende Compliance-Verstöße mit gravierenden Auswirkungen auf den Vertrieb oder den VPV

Konzern ergeben, wird der Gesamtvorstand unverzüglich informiert.

Der Chief Compliance Officer erstellt einen Jahresbericht. Dieser enthält Informationen über die Compliance Organisation, wesentliche Compliance Themen, die Umsetzung des Compliance Plans, des Compliance Inventar, Compliance Aktivitäten sowie gesetzliche/regulatorische Entwicklungen. Der Jahresbericht wird dem Gesamtvorstand und dem Aufsichtsrat vorgelegt.

### 7.2 Trainingskonzept

Das Vertriebstaining entwickelt in Zusammenarbeit mit dem Compliance Officer Vertrieb Schulungskonzepte, die die aktuellen vertriebsrelevanten Compliance-Themen berücksichtigen.

Änderungen in der Gesetzgebung werden dort ebenso berücksichtigt wie aufgedeckte Compliance-Verstöße, deren Wiederholung es zu verhindern gilt. Die Kommunikation erfolgt dann entweder über Präsenztrainings, eLearnings, Vertriebsbriefe oder Einzelcoaching.

Darüber hinaus ist für die Grundausbildung und Weiterbildung der Beschäftigten eine computerbasierte Compliance-Schulung entwickelt worden, die für alle Beschäftigten verbindlich ist.

Die Schulung wird mit einem Prüfungsteil abgeschlossen. Bei Nichtbestehen muss die Prüfung wiederholt werden. Die Ergebnisse werden dokumentiert.

Daneben stehen der Chief Compliance Officer und der Compliance Officer Vertrieb als ständige Ansprechpartner für den Vorstand und alle Vertriebsbeschäftigten der VPV zur Verfügung. Sie beraten den Vertrieb zu Compliance-Themen und bringen sich bei der Verbesserung von Prozessen durch Information und Diskussion sowie bei der Umsetzung von neuen Regelungen im Unternehmen ein.

Anforderungen aus neuen rechtlichen Entwicklungen werden im Zusammenwirken mit weiteren Strukturen, etwa der

Rechtsabteilung, in Stellungnahmen festgehalten. Bei umfangreichen Themen werden auch interne Schulungen entwickelt, organisiert und abgehalten.

## 8 Compliance-Überwachung und Verbesserung/Ausblick

### 8.1 Compliance-Überwachung

Die VPV verfügt über das Modell der 3 Verteidigungslinien:

- **1. Linie Beschäftigte/Führungskräfte**  
Verantwortlich für Identifikation, Analyse und Bewertung, Steuerung sowie Überwachung von Risiken aller Art im Tagesgeschäft. Aus betrieblicher Sicht hat die Einhaltung des GDV-Verhaltenskodex an dieser Stelle ein besonderes Gewicht.
- **2. Linie Risikomanagement-Funktion, Compliance-Funktion sowie versicherungsmathematische Funktion**  
Regelmäßige Überwachung der Geschäftsbereiche.
- **3. Linie Revision**  
Regelmäßige Prüfung des Governance-Systems, also auch der anderen Governance-Funktionen sowie sämtlicher sonstiger Prozesse und Aktivitäten des Unternehmens.

Hieraus ergeben sich folgende Definitionen:

#### *Kontrolle:*

Eine Kontrolle erfolgt auf der 1. Verteidigungslinie durch entsprechende Aktivitäten in einem Prozess. Beispiel hierfür ist etwa das Vier-Augen-Prinzip. Die Compliance-Organisation übt selbst keine originären Monitoring- und Controlling-Funktionen aus, bearbeitet aber die Behandlung gemeldeter Compliance-Verstöße und überwacht die Umsetzung der Problemlösung in den risikoverantwortlichen Bereichen.

#### *Überwachung:*

Es erfolgt eine Bewertung, ob die Kontrollen ordnungsgemäß durchgeführt werden und wirksam sind, d.h. ob die Kontrollen der 1. Verteidigungslinie richtig entworfen („Control

Design“) und funktionsfähig sind („Control Testing“). Die Überwachung der Kontrollen erfolgt insbesondere durch die 1. Verteidigungslinie und die 2. Verteidigungslinie.

#### *Prüfung:*

Diese bedeutet eine prozessunabhängige, nachgelagerte Prüfung der 1. und 2. Verteidigungslinie durch die Revision.

Die Konzernrevision ist für die prozessunabhängige Überwachung des gesamten Geschäftsbetriebes des VPV Konzerns zuständig. Die Prüfung beinhaltet die Bewertung, ob der interne Kontrollrahmen und andere Bestandteile des Governance-Systems angemessen und wirksam sind.

Der Konzernrevision sind Informationen von den Verantwortlichen der Unternehmenseinheiten unverzüglich und ohne konkretes Auskunftersuchen zuzuleiten. Dies betrifft beispielsweise zu erkennende wesentliche Mängel (insbesondere im internen Kontrollsystem) oder aufgetretene wesentliche finanzielle Schäden oder wenn ein konkreter Verdacht auf Unregelmäßigkeiten besteht.

Im Falle eines bestehenden Anfangsverdacht im Hinblick auf Fraud regelt das Compliance-Handbuch die erforderlichen Prozesse in der VPV.

### 8.2 Einhaltung und Verstöße

Die Verletzung des GDV-Verhaltenskodex oder anderer Regelungen und Richtlinien der VPV führen unabhängig von gesetzlich vorgeschriebenen Konsequenzen ggf. zu Disziplinarmaßnahmen (Ermahnung, Abmahnung, Versetzung) bis hin zu einer Beendigung des Arbeitsverhältnisses, Vermittlervertrags oder Courtagevereinbarung durch Kündigung, Schadensersatzanspruchnahme oder zu anderen rechtlichen Schritten.

Die VPV stellt alle festgestellten Verstöße gegen den GDV-Verhaltenskodex oder gegen den Verhaltenskodex der VPV schnellstmöglich ab und ahndet, soweit erforderlich, diese mit den zur Verfügung stehenden Mitteln.

Werden die im Compliance-Bericht beschriebenen Mängel nicht in angemessener Zeit vom Vertrieb beseitigt bzw. setzt der Bereich ohne nachvollziehbaren Grund nicht die empfohlenen Maßnahmen um, bleibt der Vorgang in den zukünftigen Berichten an den Vorstand stehen und wird gegebenenfalls im Rahmen des Ampel-Systems kritischer beurteilt. Werden seitens der verantwortlichen Ressorts/Bereiche/Abteilungen erforderliche Maßnahmen zur Behebung von Compliance-Risiken abgeschlossen, wird ein Compliance-Thema in der Berichterstattung (regelmäßig aber erst nach einer Beobachtung und Validierung ergriffener Maßnahmen) nicht weiterverfolgt.

Jeder Beschäftigte wird gebeten, sich in Zweifelsfragen hinsichtlich des eigenen Verhaltens oder bei Kenntnis von Zuwiderhandlungen gegen Vorschriften in seiner Umgebung zunächst direkt an seinen Vorgesetzten, an die Compliance Officer oder an den Chief Compliance Officer, die Rechtsabteilung oder die Konzernrevision zu wenden. Bei Bedarf steht es jedoch jedem Beschäftigten frei, sich an die von der VPV eingerichtete externe Hinweisgeberstelle zu wenden.

Die VPV stellt sicher, dass kein Beschäftigter, der eine Mitteilung zu Compliance-Verstößen macht, Nachteile erleidet, auch wenn sich die Mitteilung als unbegründet herausstellt, es sei denn, es wurde vorsätzlich oder leichtfertig gehandelt.

### 8.3 Vertriebscontrolling

Das Vertriebscontrolling, als Bestandteil der Vertriebssteuerung der VPV, unterstützt die bedarfsgerechte Beratung und soll damit einem Verkaufsverhalten entgegenwirken, das dem Kundeninteresse zuwiderlaufen könnte.

Hierzu bedient es sich unter anderem eines Kontrollsystems, das der Vorbeugung und Erkennung von Auffälligkeiten und Missbrauchsfällen dient.

Quartalsweise wird ein Report „Auffälligkeiten im Vertrieb“ mit den zu betrachtenden Kennzahlen erstellt. Die entsprechenden Stellungnahmen, Ergebnisberichte und Maßnahmen

werden dokumentiert, archiviert und konsequent nachgehalten.

Für Auffälligkeiten, die ein EDV-gestütztes System nicht oder nur mit erheblichem Aufwand erkennen kann, werden Hinweise aus den Fachbereichen weiterverfolgt, die es ermöglichen, entsprechende Vorgänge manuell im Kontrollsystem mit zu berücksichtigen.

Weitere Aufgaben zur Wahrung der Kundeninteressen sind:

- Auswertungen bezogen auf Produktion, Stornoverhalten und Verkaufsschwerpunkte.
- Überprüfung und Vergleich des Verkaufsverhaltens sowohl in Aktions- bzw. Wettbewerbszeiträumen als auch darüber hinaus anhand definierter Kennzahlen und Vergangenheitsbetrachtungen.

### 8.4 Verbesserung/Ausblick

Die VPV ist bestrebt, das CMS insbesondere im Hinblick auf den Vertrieb aufgrund aktueller Entwicklungen stetig zu verbessern und diese Optimierungen in die CMS-Beschreibung zu integrieren.

Die Versicherungsbranche und mit ihr die VPV stehen aktuell und in Zukunft vor externen Einflüssen und Veränderungen, die sich vermehrt auf das unternehmerische Handeln auswirken.

Die großen Treiber sind

- Wohlverhaltensaufsicht der BaFin
- Zinsentwicklung
- Zunehmende Regulatorik
- Kosteneffizienz als ein Erfolgsfaktor
- Verdrängungswettbewerb in Komposit
- Kunde sucht Lösungen statt Produkte
- Nachhaltigkeit
- Insurtechs suchen Kooperationen
- Plattformen nehmen zu
- Potential neuer Technologien
- Informationssicherheit (DORA)

Die von der VPV eingeführte Marke *FairParent*<sup>®</sup> wird bei Bedarf weiterentwickelt. Sie soll auch zukünftig das hohe Niveau der

Beratungsqualität der VPV Vermittler aus der Masse der Vermittler herausragen lassen. Wenn der *FairParent*<sup>®</sup>-Vermittler im Mittelpunkt steht, müssen auch die unternehmensweiten Prozesse weiter darauf ausgerichtet werden, damit die Vermittler *FairParent*<sup>®</sup> erleben können und dies ein attraktives Angebot für sie darstellt. Aus diesem Grund ist bei *FairParent*<sup>®</sup> nicht nur der Vertrieb gefordert, sondern auch der gesamte Innendienst. Der hierfür erforderliche Kulturwandel wird weiter fortgeführt. Jeder Einzelne wird weiterhin seinen Beitrag dazu leisten, dass das Vertrauen und die Unterstützung in den *FairParent*<sup>®</sup>-Vermittler durch nichts erschüttert werden kann. Unterstützt wird dies durch unseren Erfolgsfaktor „#Wir 2.0“ mit den 4 Prinzipien „Qualität“, „Mut“, „Eigenverantwortung“ sowie „Erfolgsorientierung“, die zukünftig wesentlich für das eigene Tun, die Zusammenarbeit, für die Führung und nicht zuletzt für den Erfolg der VPV entscheidend sind.

Über das Zielbild 2030 machen wir unsere Strategie greifbar und erlebbar.

Im Zielbild 2030 nehmen wir uns ambitionierte Ziele vor, die wir erreichen wollen. Mit der Übersetzung der Zielbilder in konkrete Handlungsfelder legen wir fest, wie die Ziele erreicht werden sollen. Die Leitlinie unserer Überlegungen sind die Erwartungen unserer Kunden. Diese Erwartungen zu übertreffen und die Kunden dadurch zu begeistern, ist unser Ziel.

Das Zielbild 2030 umfasst die folgenden fünf Zukunftsfähigkeiten:

- Daten managen und nutzen
- Technik als Erfolgsfaktor verstehen
- Produktivität steigern
- Bestandspotenziale heben
- Testqualität und -effizienz etablieren

## 9 CMS relevante Dokumente

### 9.1 VPV intern

Neben dieser CMS-Beschreibung sind weitere, ergänzende Dokumente im VPV-Intranet veröffentlicht, die detailliertere Informationen zu verschiedenen Themen bieten.

- VPV Wegweiser (Die wichtigsten Aspekte der Zusammenarbeit der Beschäftigten und der VPV)
- Verhaltenskodex der VPV
- diverse Betriebsvereinbarungen
- Kompendium „Würdigung und Einschätzung des VPV-Vergütungssystems im Blick auf die Umsetzung der IDD in nationales Recht“
- Regelungen zum Notfallmanagement
- Bearbeitungsrichtlinien (in prozessbezogenen Bearbeitungsrichtlinien werden ablauforientiert sämtliche erforderlichen Arbeitsschritte beschrieben)
- Beschaffungsrichtlinie und Reisemanagement
- Geschenkerichtlinie
- Verhaltensregeln zum Datenschutz
- Bearbeitungsrichtlinien zur Geldwäsche
- Richtlinien zur Informationssicherheit-Sicherheit

### Solvency II Leitlinien:

- Allgemeine Governance Leitlinie
- ALM/Liquiditätsrisikomanagement
- Ausgliederung
- Berichterstattung und Offenlegung
- Business Continuity
- Compliance
- Datenschutz
- Datenqualität Versicherungstechnik Leben
- Fit & Proper
- IKS
- Interne Revision
- Grundsatz unternehmerischer Vorsicht
- Kapitalmanagement
- Operationelle Risiken
- ORSA
- Passive Rückversicherung Komposit
- Passive Rückversicherung Leben
- Produktfreigabeverfahren Komposit
- Produktfreigabeverfahren Leben
- Reservierung Komposit
- Reservierung Leben
- Risikomanagement
- Risikotragfähigkeit und Limitsystem
- Risikoübernahme Komposit
- Underwriting Leben
- Vergütungspolitik
- VmF Gruppe
- VmF LAG
- VmF VVaG

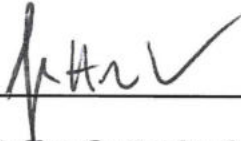
- VmF SAG
- Wesentlichkeitskonzept

## 9.2 Externe Fundstellen

- GDV Leitfaden „Kartellrecht“
- Deutscher Corporate Governance Kodex
- GDV-Verhaltenskodex für den Vertrieb
- GDV Wettbewerbsrichtlinien der Versicherungswirtschaft

**Stuttgart, 08.04.2026**

**Für den Vorstand**



**Steffen Guttenbacher**

Vorstandsmitglied



**Dietmar Stumböck**

Vorstandsmitglied