
Prüfungsbericht

Allianz Deutschland AG
München

Prüfung der Angemessenheit, Implementierung und Wirksamkeit des Compliance-Management-Systems (CMS) der Allianz Deutschland AG zur Umsetzung geeigneter Grundsätze und Maßnahmen zur Einhaltung des Verhaltenskodex für den Vertrieb von Versicherungsprodukten des Gesamtverbands der Deutschen Versicherungswirtschaft e.V. (GDV)

Inhaltsverzeichnis	Seite
A. Prüfungsauftrag.....	5
B. Gegenstand, Art und Umfang der Prüfung	7
C. Feststellungen zum CMS.....	10
I. Konzeption des CMS für die Umsetzung der Anforderungen aus dem GDV- Verhaltenskodex für den Vertrieb.....	10
II. Feststellungen, die zu einer Einschränkung oder einer Versagung des Gesamturteils geführt haben.....	10
D. Prüfungsurteil	11
 Anlage 1: Beschreibung des Compliance-Management-Systems der Allianz Deutschland AG zur Einhaltung des Verhaltenskodex des Gesamtverbands der Deutschen Versicherungs- wirtschaft e.V. (GDV) für den Vertrieb von Versicherungsprodukten	
 Anlage 2: Allgemeine Auftragsbedingungen	

A. Prüfungsauftrag

1. Mit Schreiben vom 5. Oktober 2017 hat uns die Allianz Deutschland AG beauftragt, eine Prüfung der in nachstehender Anlage 1 beigefügten Beschreibung zur Angemessenheit und Wirksamkeit ihres Compliance-Management-Systems (nachfolgend als „CMS-Beschreibung“ bezeichnet) im Hinblick auf die Umsetzung der Anforderungen aus dem Verhaltenskodex für den Vertrieb von Versicherungsprodukten des Gesamtverbands der Deutschen Versicherungswirtschaft e.V. (GDV) mit Stand vom 14. November 2012 (nachfolgend auch als „GDV-Verhaltenskodex“ bezeichnet) durchzuführen.
2. Zusätzlich wurden wir beauftragt, in diesem Rahmen eine Prüfung der Einhaltung der Anforderungen nach Ziffer 3 der „Leitlinien der Privaten Krankenversicherung für einen transparenten und kundenorientierten Tarifwechsel“ vom 3. Juni 2014 (nachfolgend auch als „PKV-Leitlinien“ bezeichnet) des Verbands der Privaten Krankenversicherung e.V. (PKV-Verband) zum Tarifwechselrecht nach § 204 Versicherungsvertragsgesetz vorzunehmen.
3. Unsere Prüfung erstreckt sich dabei vereinbarungsgemäß ausschließlich auf die folgenden (inländischen) Einzelgesellschaften:
 - Allianz Deutschland AG, München sowie deren Tochtergesellschaften:
 - Allianz Lebensversicherungs-AG, Stuttgart
 - Allianz Versicherungs-AG, München
 - Allianz Private Krankenversicherungs-AG, München
 - Allianz Beratungs- und Vertriebs-AG, München
 - AllSecur Deutschland AG, München
 - Deutsche Lebensversicherungs-AG, Berlin

(alle in der Gesamtheit im Folgenden als „Allianz Deutschland“ bezeichnet).

4. Unter einem CMS sind die Grundsätze und Maßnahmen eines Unternehmens zu verstehen, die auf die Sicherstellung eines regelkonformen Verhaltens des Unternehmens und seiner Mitarbeiter sowie ggf. Dritter abzielen, d.h. auf die Einhaltung bestimmter Regeln und damit auf die Verhinderung von wesentlichen Verstößen gegen Regeln in abgegrenzten Teilbereichen (Regelverstöße). Unser Auftrag bezog sich auf die Beurteilung der Angemessenheit und Wirksamkeit der in der als Anlage 1 beigefügten CMS-Beschreibung aufgeführten Grundsätze und Maßnahmen für die Umsetzung der Anforderungen aus dem GDV-Verhaltenskodex. Die Prüfung der Wirksamkeit erstreckt

sich auch darauf, ob die dargestellten und implementierten Grundsätze und Maßnahmen tatsächlich während des Zeitraums vom 1. Juli 2017 bis zum 31. Dezember 2017 wirksam waren.

5. Gemäß Ziffer 3 des GDV-Verhaltenskodex hat sich ein Unternehmen für seine Mitarbeiter und Vermittler für den Teilbereich „GDV-Verhaltenskodex im Vertrieb“ Compliance-Vorschriften zu geben, die insbesondere auch die Ächtung von Korruption und Bestechung zum Inhalt haben. Auftragsgemäß umfasst unsere Prüfung nur Compliance-Vorschriften, die sich auf den Teilbereich „GDV-Verhaltenskodex im Vertrieb“ beziehen.
6. Weiterhin war unsere Prüfung vereinbarungsgemäß auf solche Maßnahmen und Grundsätze begrenzt, die die Allianz Deutschland innerhalb ihrer Unternehmensorganisationen eingerichtet hat. Grundsätze und Maßnahmen, die von Dritten, die nicht unmittelbar in die Unternehmensorganisation eingebunden sind, wie (Einfach- und Mehrfach-)Versicherungsvertreter (§ 84 HGB) und Versicherungsmakler (§ 93 HGB) (nachfolgend als „externer Vertrieb“ bezeichnet), in deren eigenen Häusern eingerichtet sind, waren nicht Gegenstand unserer Prüfung. Insoweit ist das Prüfungsurteil auf die bei der Allianz Deutschland eingerichteten Grundsätze und Maßnahmen beschränkt. Maßnahmen und organisatorische Vorkehrungen, die direkt durch den externen Vertrieb in deren Häusern eingerichtet sind, sind demnach nicht Gegenstand dieser Prüfung, sodass wir diesbezüglich keine Aussage treffen.
7. Schließlich weisen wir darauf hin, dass eine inhaltliche Beurteilung der von der Allianz Deutschland vertriebenen Versicherungsprodukte nicht Gegenstand unserer Prüfung war. Insoweit beinhaltet unser Prüfungsurteil keine Aussage zu den Versicherungs- oder sonstigen Produkten der Allianz Deutschland hinsichtlich deren Eignung zur Vermögensanlage oder Absicherung von Risiken. Unser Prüfungsurteil ist nicht dazu bestimmt, dass Dritte hierauf gestützt Entscheidungen hinsichtlich des Abschlusses von Verträgen über Versicherungsprodukte oder sonstige Vermögensentscheidungen treffen.
8. Wir erstatten diesen Prüfungsbericht auf Grundlage des mit der Allianz Deutschland AG geschlossenen Auftrags. Die Prüfung wurde für Zwecke der Allianz Deutschland durchgeführt und der Prüfungsbericht ist zur Information der Allianz Deutschland über das Ergebnis der Prüfung bestimmt. Darüber hinaus dient der Prüfungsbericht der Allianz Deutschland dazu, die Öffentlichkeit über die Durchführung der Prüfung zu informieren. Der Prüfungsbericht ist jedoch nicht dazu bestimmt, dass Dritte hierauf gestützt mit dem Unternehmen vertragliche Beziehungen eingehen oder sonstige (Vermögens-)Entscheidungen treffen. Unsere Verantwortung besteht allein der Allianz Deutschland gegenüber. Dritten gegenüber übernehmen wir dagegen keine Verantwortung.

B. Gegenstand, Art und Umfang der Prüfung

9. Gegenstand unserer Prüfung waren die in der als Anlage 1 beigefügten CMS-Beschreibung enthaltenen Aussagen über die Umsetzung der Anforderungen aus dem GDV-Verhaltenskodex und der Einhaltung der Anforderungen nach Ziffer 3 der PKV-Leitlinien unter Beachtung der in Abschnitt A. genannten Begrenzungen. Bei der Konzeption des CMS hat die Allianz Deutschland den GDV-Verhaltenskodex mit Stand vom 14. November 2012 sowie als weitere Konkretisierung der Anforderungen des GDV-Verhaltenskodex die vom GDV seinen Mitgliedsunternehmen empfohlenen Auslegungshinweise zum GDV-Verhaltenskodex in der Fassung vom 10. Juni 2013 zugrunde gelegt.
10. Die Verantwortung für das CMS einschließlich der Abgrenzung der Teilbereiche und der Dokumentation des CMS sowie für die Inhalte der CMS-Beschreibung liegt bei den gesetzlichen Vertretern der Allianz Deutschland.
11. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über die in der CMS-Beschreibung enthaltenen Aussagen der gesetzlichen Vertreter zur Angemessenheit, Implementierung und Wirksamkeit der Grundsätze und Maßnahmen für die Umsetzung der Anforderungen aus dem GDV-Verhaltenskodex bei der Allianz Deutschland abzugeben. Die Zielsetzung der Prüfung liegt als Systemprüfung nicht in dem Erkennen von einzelnen Regelverstößen. Sie ist daher nicht darauf ausgerichtet, Prüfungssicherheit über die tatsächliche Einhaltung einzelner Regeln zu erlangen.
12. Das für die Umsetzung der Anforderungen aus dem GDV-Verhaltenskodex bei der Allianz Deutschland implementierte CMS ist angemessen, wenn es geeignet ist, mit hinreichender Sicherheit sowohl Risiken für wesentliche Regelverstöße gegen den GDV-Verhaltenskodex rechtzeitig zu erkennen als auch solche Regelverstöße zu verhindern. Zu einem angemessenen CMS zählt auch, dass bereits eingetretene Verstöße an die zuständige Stelle im Unternehmen zu berichten sind, damit die notwendigen Konsequenzen für eine Verbesserung des CMS getroffen werden. Die Wirksamkeit des CMS ist dann gegeben, wenn die Grundsätze und Maßnahmen in den laufenden Geschäftsprozessen von den hiervon Betroffenen nach Maßgabe ihrer Verantwortung zur Kenntnis genommen und beachtet werden. Hinreichende Sicherheit bedeutet nicht absolute Sicherheit: Auch ein ansonsten angemessenes und wirksames CMS unterliegt systemimmanenten Grenzen, sodass möglicherweise auch wesentliche Regelverstöße auftreten können, ohne systemseitig verhindert oder aufgedeckt zu werden. Diese systemimmanenten Grenzen ergeben sich u.a. aus menschlichen Fehlleistungen, Missbrauch oder Vernachlässigung der Verantwortung durch für bestimmte Maßnahmen verantwortliche Personen oder der Umgehung oder Außerkraftsetzung von Kontrollen durch Zusammenarbeit zweier oder mehrerer Personen.

13. Wir haben unsere Prüfung auf der Grundlage der für Wirtschaftsprüfer geltenden Berufspflichten unter Beachtung des IDW Prüfungsstandards: Grundsätze ordnungsmäßiger Prüfung von Compliance Management Systemen (IDW PS 980) (Stand: 11. November 2011) sowie des IDW Prüfungshinweises: Einzelfragen zur Prüfung des Verhaltenskodex des Gesamtverbands der Deutschen Versicherungswirtschaft für den Vertrieb von Versicherungsprodukten (IDW PH 9.980.1) (Stand: 27. Mai 2016) durchgeführt. Hiernach haben wir die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass wir mit hinreichender Sicherheit beurteilen können, ob die in der CMS-Beschreibung enthaltenen Aussagen über die Grundsätze und Maßnahmen des CMS in allen wesentlichen Belangen angemessen dargestellt sind, dass die dargestellten Grundsätze und Maßnahmen in Übereinstimmung mit den angewandten CMS-Grundsätzen geeignet sind, mit hinreichender Sicherheit sowohl Risiken für wesentliche Verstöße gegen den GDV-Verhaltenskodex mit Stand vom 14. November 2012 einschließlich der in der CMS-Beschreibung dargestellten Konkretisierungen rechtzeitig zu erkennen als auch solche Regelverstöße zu verhindern, und dass die Grundsätze und Maßnahmen zum 31. Dezember 2017 implementiert und während des Zeitraums vom 1. Juli 2017 bis zum 31. Dezember 2017 wirksam waren.
14. Die Auswahl unserer Prüfungshandlungen haben wir nach unserem pflichtgemäßen Ermessen und unter Berücksichtigung der im Abschnitt A beschriebenen Begrenzungen vorgenommen. Im Rahmen unserer Prüfung haben wir die Kenntnisse über das rechtliche und wirtschaftliche Umfeld und die Compliance-Anforderungen des Versicherungsunternehmens berücksichtigt. Wir haben die in der CMS-Beschreibung dargestellten Grundsätze und Maßnahmen sowie die von uns vorgelegten Nachweise überwiegend auf Basis von Stichproben beurteilt. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.
15. Im Einzelnen haben wir u.a. folgende wesentliche Prüfungshandlungen durchgeführt:
- Beurteilung möglicher Risiken im Zusammenhang mit dem GDV-Verhaltenskodex
 - Einsichtnahme in vorhandene interne Regelwerke und Handbücher sowie Durchsicht sonstiger Unterlagen der Allianz Deutschland mit Bezug zu den Anforderungen des GDV-Verhaltenskodex und den in den Auslegungshinweisen des GDV dargestellten unverbindlichen Empfehlungen an Mitgliedsunternehmen
 - Beurteilung der eingerichteten Maßnahmen und Grundsätze auf Eignung zur Sicherstellung der Ziele des GDV-Verhaltenskodex
 - Durchführung von Befragungen von geeigneten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Allianz Deutschland

- Ziehung und Beurteilung von Stichproben im Hinblick auf die Durchführung der eingerichteten Grundsätze und Maßnahmen
 - Nachvollziehen und Beurteilung der Maßnahmen bei erkannten Regelverstößen
16. Wir haben unsere Prüfung (mit Unterbrechungen) in der Zeit vom 6. Oktober 2017 bis zum 20. April 2018 durchgeführt.
17. Alle von uns erbetenen Aufklärungen und Nachweise sind erteilt worden. Die gesetzlichen Vertreter haben uns die Vollständigkeit und Richtigkeit der CMS-Beschreibung und der uns erteilten Aufklärungen und Nachweise zur Konzeption des CMS sowie zur Angemessenheit, Implementierung und Wirksamkeit schriftlich bestätigt.

C. Feststellungen zum CMS

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

18. Die auf das CMS zur Umsetzung des GDV-Verhaltenskodex für den Vertrieb bezogene CMS-Beschreibung liegt als Anlage 1 diesem Bericht bei.

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

19. Im Rahmen der Prüfungen wurden keine Feststellungen getroffen, die zu einer Einschränkung oder einer Versagung des Gesamturteils geführt haben.

D. Prüfungsurteil

20. Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse sind die in der CMS-Beschreibung enthaltenen Aussagen über die Grundsätze und Maßnahmen des CMS in Bezug auf den GDV-Verhaltenskodex für den Vertrieb in allen wesentlichen Belangen angemessen dargestellt. Die in der CMS-Beschreibung dargestellten Grundsätze und Maßnahmen sind in Übereinstimmung mit den angewandten CMS-Grundsätzen geeignet, mit hinreichender Sicherheit sowohl Risiken für wesentliche Verstöße gegen den GDV-Verhaltenskodex einschließlich der in der CMS-Beschreibung dargestellten Konkretisierungen rechtzeitig zu erkennen als auch solche Regelverstöße zu verhindern. Die Grundsätze und Maßnahmen waren zum 31. Dezember 2017 implementiert und während des Zeitraums vom 1. Juli 2017 bis zum 31. Dezember 2017 wirksam.
21. Ohne dieses Urteil einzuschränken, weisen wir darauf hin, dass sich unsere Prüfung auf diejenigen Maßnahmen und Grundsätze beschränkt hat, die das Unternehmen bei sich zur Einhaltung der Anforderungen des GDV-Verhaltenskodex implementiert hat; weitergehende Prüfungshandlungen bei externen Vertrieben haben wir nicht vorgenommen.
22. Die CMS-Beschreibung für die Umsetzung der Leitsätze des GDV-Verhaltenskodex bei der Allianz Deutschland wurde zum 31. Dezember 2017 erstellt; die Ausführungen zu den Prüfungshandlungen zur Beurteilung der Wirksamkeit einzelner Grundsätze und Maßnahmen erstreckt sich auf den Zeitraum vom 1. Juli 2017 bis zum 31. Dezember 2017. Jede Übertragung dieser Angaben auf einen zukünftigen Zeitpunkt birgt die Gefahr, dass wegen zwischenzeitlicher Änderungen des CMS falsche Schlussfolgerungen gezogen werden.
23. Auch ein wirksames CMS unterliegt systemimmanenten Grenzen, sodass möglicherweise auch wesentliche Regelverstöße auftreten können, ohne systemseitig verhindert oder aufgedeckt zu werden.

München, den 25. April 2018

PricewaterhouseCoopers
GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft



Alexander Hofmann
Wirtschaftsprüfer



Gunter Lescher

Anlagen

Anlage 1:

Beschreibung des Compliance-Management-Systems der Allianz Deutschland AG zur Einhaltung des Verhaltenskodex des Gesamtverbands der Deutschen Versicherungswirtschaft e.V. (GDV) für den Vertrieb von Versicherungsprodukten

Beschreibung des Systems
der Allianz Deutschland AG
zur Einhaltung des

Verhaltenskodex des Gesamtverbands der Deut-
schen Versicherungswirtschaft (GDV)
für den Vertrieb von Versicherungsprodukten

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	5
2	Relevante Teilsysteme innerhalb der Allianz Deutschland und Elemente des Compliance Management Systems.....	6
2.1	Beschreibung der relevanten, übergeordneten CMS-Elemente der Allianz Deutschland	6
2.1.1	Compliance-Kultur und “Tone from the Top”	6
2.1.2	Compliance-Ziele	6
2.1.3	Compliance-Risiken	7
2.1.4	Projektorganisation und Projektkommunikation.....	7
2.1.4.1	Kommunikationsmaßnahmen in der Ausschließlichkeitsorganisation.....	7
2.1.4.2	Kommunikationsmaßnahmen im Maklervertrieb.....	8
2.2	Relevante Teilsysteme	9
3	Regeln des GDV-Verhaltenskodex und Programm der Allianz zu deren Umsetzung	11
3.1	Klare und verständliche Versicherungsprodukte – Angaben über mögliche zukünftige Gesamtleistungen basieren auf standardisierten und fairen Verfahren	11
3.1.1	Anforderung des GDV-Kodex.....	11
3.1.2	Maßnahmen der Allianz Deutschland Gruppe	11
3.1.2.1	Preis-Leistungs-Darstellung bei Altersvorsorgeprodukten (Leben).....	12
3.1.2.2	Berechnung und Darstellung der Ablaufleistung bei UBR-Versicherungen....	14
3.1.2.3	Erläuterung der Informationsunterlagen durch die Verkäufer	15
3.2	Das Kundenbedürfnis steht im Mittelpunkt bei der Beratung und Vermittlung.....	16
3.2.1	Anforderung des GDV-Kodex.....	16
3.2.2	Maßnahmen/Umsetzung der Allianz Deutschland Gruppe	16
3.2.2.1	Maßnahmen/Umsetzung in der ABV	16
3.2.2.2	Maßnahmen/Umsetzung im Maklervertrieb	18
3.2.2.3	Maßnahmen/Umsetzung im Direktvertrieb	19
3.2.2.4	Maßnahmen/Umsetzung bei Global Automotive	19
3.2.2.5	Maßnahmen und Umsetzung bei GA Halle/Berlin	20
3.3	Compliance	21
3.3.1	Anforderung des GDV-Kodex.....	21
3.3.2	Maßnahmen der Allianz Deutschland Gruppe	21
3.3.2.1	Relevante Compliance-Richtlinien der Allianz Deutschland AG	21
3.3.2.2	Vermeidung von Kollisionen von privaten und geschäftlichen Interessen.....	22
3.3.2.3	Datenschutz.....	22
3.3.2.4	Informationssicherheit.....	23
3.3.2.5	Interne wettbewerbsrechtliche Regelungen.....	23
3.3.2.6	Kommunikation der Compliance-Regeln	23
3.3.2.7	Maßnahmen zur Überwachung der Einhaltung	24
3.3.2.8	Maklervertrieb	24
3.3.2.9	Direktvertrieb.....	24
3.3.2.10	Global Automotive.....	25
3.3.2.11	GA Halle/Berlin	25
3.4	Beratungsdokumentation bei Abschluss.....	26
3.4.1	Anforderung des GDV-Kodex.....	26
3.4.2	Maßnahmen/Umsetzung der Allianz Deutschland Gruppe	26

3.4.2.1	Beratungsdokumentation in der ABV	26
3.4.2.2	Beratungsdokumentation im Maklervertrieb	27
3.4.2.3	Beratungsdokumentation im Direktvertrieb.....	27
3.4.2.4	Beratungsdokumentation bei Global Automotive.....	27
3.5	Beratung des Kunden auch nach Vertragsschluss	28
3.5.1	Anforderung des GDV-Kodex.....	28
3.5.2	Maßnahmen/Umsetzung der Allianz Deutschland Gruppe	28
3.5.2.1	Maßnahmen in der ABV.....	28
3.5.2.2	Maßnahmen/Umsetzung im Maklervertrieb.....	29
3.5.2.3	Maßnahmen/Umsetzung im Direktvertrieb	29
3.5.2.4	Maßnahmen/Umsetzung bei Global Automotive	29
3.5.3	Anforderung der Leitlinien der Privaten Krankenversicherung für einen transparenten und kundenorientierten Tarifwechsel an die APKV	30
3.5.4	Maßnahmen/Umsetzung der APKV	30
3.5.4.1	Tarifauswahl im Tarifberater in Meine Allianz.....	30
3.5.4.2	Tarifauswahl in der Fachberatung und im Kundenservice	31
3.6	Bei Abwerbungen bzw. Umdeckungen von Versicherungsverträgen ist das Kundeninteresse zu beachten	32
3.6.1	Anforderung des GDV-Kodex.....	32
3.6.2	Maßnahmen/Umsetzung der Allianz Deutschland Gruppe	32
3.6.2.1	Abwerbung/Umdeckung in der ABV	32
3.6.2.2	Abwerbung/Umdeckung im Maklervertrieb.....	33
3.6.2.3	Abwerbung/Umdeckung im Direktvertrieb	33
3.6.2.4	Abwerbung/Umdeckung bei Global Automotive	33
3.7	Eindeutige und klare Legitimation von Vertretern, Maklern und Beratern gegenüber dem Kunden.....	34
3.7.1	Anforderung des GDV-Kodex.....	34
3.7.2	Maßnahmen/Umsetzung der Allianz Deutschland Gruppe	34
3.7.2.1	Legitimation in der ABV.....	34
3.7.2.2	Legitimation im Maklervertrieb	35
3.7.2.3	Legitimation im Direktvertrieb.....	35
3.7.2.4	Legitimation bei Global Automotive	36
3.7.2.5	Legitimation bei GA Halle/Berlin.....	36
3.8	Hoher Stellenwert der Vermittlerqualifikation	37
3.8.1	Anforderung des GDV-Kodex.....	37
3.8.2	Maßnahmen/Umsetzung der Allianz Deutschland Gruppe	37
3.8.2.1	Maßnahmen in der ABV.....	37
3.8.2.2	Maßnahmen im Bankenvertrieb	38
3.8.2.3	Maßnahmen im Maklervertrieb.....	39
3.8.2.4	Maßnahmen im Direktvertrieb.....	40
3.8.2.5	Maßnahmen bei Global Automotive	41
3.8.2.6	Maßnahmen bei GA Halle/Berlin.....	41
3.9	Zusatzvergütungen mit Versicherungsmaklern.....	42
3.9.1	Anforderung des GDV-Kodex.....	42
3.9.2	Maßnahmen/Umsetzung der Allianz Deutschland Gruppe	42
3.10	Hinweis auf das bestehende Ombudsmannsystem für Versicherungen	43
3.10.1	Anforderung des GDV-Kodex.....	43
3.10.2	Maßnahmen/Umsetzung der Allianz Deutschland Gruppe	43
3.10.2.1	Hinweis auf den Ombudsmann in der ABV	43
3.10.2.2	Hinweis auf das Ombudsmannsystem im Maklervertrieb	43

3.10.2.3	Hinweis auf den Ombudsmann im Direktvertrieb.....	44
3.10.2.4	Hinweis auf den Ombudsmann bei Global Automotive.....	44
3.10.2.5	Hinweis auf den Ombudsmann bei GA Halle/Berlin.....	44
3.11	Kontrolle und Überwachung der Einhaltung der Maßnahmen.....	45
3.11.1	Beschwerdemanagement	45
3.11.2	Kontrolle und Überwachung in der ABV	45
3.11.3	Kontrolle und Überwachung im Maklervertrieb.....	46
3.12	Verbindlichkeit des Kodex und Evaluierung.....	47
3.12.1	Anforderung des GDV Kodex.....	47
3.12.2	Maßnahmen in der Allianz Deutschland Gruppe	47
3.12.2.1	Verbindlichmachung in der ABV.....	47
3.12.2.2	Verbindlichmachung im Maklervertrieb.....	47
3.12.2.3	Verbindlichmachung im Direktvertrieb.....	48
3.12.2.4	Verbindlichmachung Global Automotive.....	48
3.12.2.5	Verbindlichmachung GA Halle/Berlin	48
3.13	Konsequenzenmanagement.....	49
3.13.1	Anforderung des GDV-Kodex.....	49
3.13.2	Maßnahmen/Umsetzung der Allianz Deutschland Gruppe	49
3.13.2.1	Konsequenzenmanagement in der ABV.....	49
3.13.2.2	Konsequenzenmanagement im Maklervertrieb	49
3.13.2.3	Beschwerde- und Konsequenzenmanagement bei Global Automotive.....	50
4	Glossar.....	51
5	Abkürzungsverzeichnis.....	52

1 Einleitung

Dieses Dokument dient der Beschreibung, welche Maßnahmenbündel die Allianz Deutschland AG und ihre Tochterunternehmen (nachfolgend „Allianz Deutschland“) vorhalten, um die Regeln des GDV Verhaltenskodex zu erfüllen.

Folgende Gesellschaften der Allianz Deutschland Gruppe sind dem Verhaltenskodex für den Vertrieb von Versicherungsprodukten des GDV in der Fassung vom 14. November 2012 (nachfolgend „GDV Verhaltenskodex“) beigetreten:

- § Allianz Deutschland AG (Allianz Deutschland), Königinstraße 28, D-80802 München; Sitz der Gesellschaft: München, Registergericht: München HRB 158878
- § Allianz Lebensversicherungs AG (AZL), Reinsburgstr.19, D-70178 Stuttgart. Sitz der Gesellschaft ist Stuttgart. Registergericht: Amtsgericht Stuttgart HRB 20231
- § Allianz Versicherungs-AG (AZ VERS) Königinstraße 28, D-80802 München; Sitz der Gesellschaft: München. Registergericht: Amtsgericht München HRB 75727
- § Allianz Private Krankenversicherungs- AG (APKV), Königinstraße 28, D-80802 München, Sitz der Gesellschaft: München. Registergericht: Amtsgericht München HRB 2212
- § Allianz Beratungs- und Vertriebs-AG (ABV), Nymphenburger Str. 110-112, D-80636 München. Sitz der Gesellschaft: München. Registergericht: Amtsgericht München HRB 160238
- § AllSecur Deutschland AG (AllSecur), Königinstr.28, D-80802 München; Sitz der Gesellschaft: München. Registergericht: Amtsgericht München HRB 95802
- § Deutsche Lebensversicherungs-AG (DLVAG), An den Treptowers 3, D-12435 Berlin; Sitz der Gesellschaft: Berlin, Registergericht: Amtsgericht Berlin-Charlottenburg HRB 33773.

Die o.g. Gesellschaften der Allianz Deutschland AG bedienen sich diverser Vertriebskanäle:

- § In der **ABV** ist der Vertrieb über nachfolgende Wege organisiert:
 - die hauptberufliche Ausschließlichkeitsvertreterorganisation (AO),
 - den Angestelltenvertrieb (AV), der sich nebenberuflicher Ausschließlichkeitsvertreter bedient,
 - den Allianz Mitarbeiter Service (AMS), der sich nebenberuflich vermittelnd tätiger Allianz Mitarbeiter bedient,
 - die Volks- und Raiffeisenbanken in Bayern und Baden-Württemberg, die als Mehrfachvertreter auch für die Allianz tätig sind (VR-Banken).
 - die Filialen der Commerzbank, die Ausschließlichkeitsvertreterin der Allianz ist (Bankenvertrieb CB),
 - die Filialen der Oldenburgischen Landesbank, die Ausschließlichkeitsvertreterin der Allianz ist (Bankenvertrieb OLB),
 - die Santander Consumer Bank AG (Santander Bank),
 - die Outbound-Telefonie der KVM ServicePlus Kunden- und Vertriebsmanagement GmbH, die im Auftrag der ABV bestimmte direkte Kundenbestände betreut und durch telefonische Ansprache der Kunden Bestandserhaltungs- und Bestandsausbaumaßnahmen betreibt.
- § **Makler** und sonstige **Mehrfachvertreter** sind in den Maklervertrieben und Drittvertrieben organisiert.
- § Bestimmte Versicherungsprodukte (Kfz-, Risiko-Lebens- und Zahnzusatzversicherung) werden auch im **Direktvertrieb** angeboten. Dabei hat der Kunde je nach Wahl des Tarifs und Serviceangebots die Möglichkeit, nach einem Online-Abschluss eine Betreuung

durch einen Vertreter der ABV während der Laufzeit und im Schadensfall zu bekommen oder auch ganz hierauf zu verzichten. Neben dem Vertrieb über die Allianz-eigenen Webseiten (allianz.de und allsecur.de) erfasst das Direktgeschäft auch die Vermittlung über Preisvergleichsportale, die in der Rechtsform als Makler auftreten.

- § In der GA Global Automotive Versicherungsservice GmbH, Halle (GA Halle) werden für den Produktgeber Allianz Versicherungs- AG Kraftversicherungen aus Kundenüberleitungen von Autohäusern betreut. Soweit es sich dabei um eine selbständige und gewerbliche Vermittlung handelt, wird hierauf eingegangen.

2 Relevante Teilsysteme innerhalb der Allianz Deutschland und Elemente des Compliance Management Systems

2.1 Beschreibung der relevanten, übergeordneten CMS-Elemente der Allianz Deutschland

2.1.1 Compliance-Kultur und “Tone from the Top”

Kundenzufriedenheit ist für die Allianz Deutschland ein übergeordnetes, strategisches Ziel und aus verschiedenen Gründen essentiell: Einerseits geben „begeisterte Kunden“ Empfehlungen bei Bekannten und Familienangehörigen, andererseits halten sie der Allianz lange die Treue. Um Kunden zu begeistern, orientieren wir uns in allen unseren Prozessen, aber vor allem in der Beratung und dem Verkauf, an den Werten „Schnelligkeit“, „Kompetenz“, „Engagement“, „Fairness“ und „Transparenz“. Mit dem jährlichen Bericht „Ergebnis für den Kunden“ der Allianz wird zudem gezeigt, wie wir allen diesen Werten im Einzelnen gerecht werden.

Mit dem GDV Verhaltenskodex soll die bedarfsgerechte und faire Vermittlung von Versicherungsprodukten zusätzlich abgesichert werden. Aus diesem Grund ist der GDV Verhaltenskodex ein wichtiges Anliegen aller Vorstandsmitglieder in der Allianz Deutschland Gruppe.

Die Maßnahmen der Allianz Deutschland zur Sicherung einer guten Compliance-Kultur sind in der Dokumentation des Compliance Management Systems (CMS) beschrieben.

2.1.2 Compliance-Ziele

Die Formulierung von Compliance-Zielen innerhalb der Allianz Deutschland erfolgt unter Berücksichtigung der allgemeinen Unternehmensziele, gruppenweiter Vorgaben der Allianz SE und regulatorischer Verpflichtungen sowie gesetzlichen und sonstigen aufsichtsrechtlichen Vorgaben. Der GDV Verhaltenskodex stellt hier ein Grundelement zur Ableitung der Compliance-Ziele für den Vertrieb von Versicherungsprodukten dar.

Das grundsätzliche Anliegen des GDV Verhaltenskodex, eine bedarfsgerechte und redliche Vermittlung von Versicherungsprodukten, ist innerhalb der Allianz Deutschland ein wichtiges Unternehmensziel.

Als “Compliance Ziel” im Sinne des GDV Verhaltenskodex ist die Einhaltung aller Regeln des GDV Verhaltenskodex durch Mitarbeiter und Vermittler der Allianz Gruppe zu verstehen.

Maßnahmen, welche die Einhaltung des GDV Verhaltenskodex unterstützen sind regelmäßig auch Bestandteil des jährlich zu erstellenden Compliance-Plans der Compliance-Organisation der Allianz Deutschland Gruppe.

2.1.3 Compliance-Risiken

Eine sorgfältige Analyse möglicher Compliance-Risiken stellt die Grundlage der Planung von Compliance-Maßnahmen im Unternehmen dar.

Die Allianz Deutschland hat verschiedene Verfahren zur Risikoerkennung, -bewertung und -berichterstattung eingeführt. Die festgestellten Risiken werden anhand der Eintrittswahrscheinlichkeit und der Schwere, der zu erwartenden Folgen durch die Compliance-Funktion und die Risikomanagement-Funktion analysiert.

Das sog. Top Risk Assessment (TRA) der Allianz Deutschland zielt auf eine strukturierte Identifizierung aller Kernrisiken der Allianz Deutschland und ihrer Tochtergesellschaften ab. Die Kernrisiken werden in Workshops mit den zuständigen Fachverantwortlichen und Vorständen anhand verschiedener Risikodimensionen bewertet. Das TRA wird jährlich durchgeführt, so dass ein kontinuierliches Monitoring der Entwicklung der Kernrisiken sichergestellt ist. Der Umgang mit Compliance-Risiken und operativen, vertrieblichen Risiken wird in der CMS-Dokumentation sowie in der Dokumentation der Risiko-Management-Funktion dargestellt.

2.1.4 Projektorganisation und Projektkommunikation

Für die erstmalige Zusammenfassung aller Maßnahmen, die die Umsetzung des Kodex in der Fassung vom 14. November 2012 sicherstellen, als auch für die Erstellung einer erstmaligen Dokumentation über die Einhaltung des GDV Verhaltenskodex, wurde innerhalb der Allianz Deutschland unter Leitung eines Lenkungsausschusses eine Projektorganisation unter der Schirmherrschaft der Vorstandsvorsitzenden der Allianz Deutschland und der ABV eingerichtet.

2.1.4.1 Kommunikationsmaßnahmen in der Ausschließlichkeitsorganisation

Zur Sensibilisierung und Schulung des Vertriebs wurde zudem ein Kommunikations- und Schulungskonzept entwickelt. Dieses umfasst zunächst im Jahr 2014 eine Qualitätsoffensive „Qualität in der Beratung“. Folgende Maßnahmen und Zielgruppen werden angesprochen:

- Bei den Jahresauftaktveranstaltungen der Führungskräfte und auf den Veranstaltungen der Geschäftsstellen wurde ein Filmtrailer gezeigt, der die Erfordernisse und Hauptbotschaften des GDV-Verhaltenskodex transportiert. Dies wurde ergänzt durch eine Präsentation, anhand derer die Führungskraft das Thema verbal aufgreift. Zielgruppe sind alle Vertriebsmitarbeiter und alle Vertreter.
- Im Anschluss daran wurden auf den Geschäftsstellen anhand eines vorgegebenen Foliensatzes durch die jeweilige Vertriebsführungskraft etwa einstündige Schulungen zum Verhaltenskodex durchgeführt. Zielgruppe waren wiederum alle Vertriebsmitarbeiter und alle Vertreter. Die Teilnahme wurde vom Geschäftsstellenleiter geprüft und er bestätigte die Durchführung der Schulungen dem Vertriebsdirektor bzw. Compliance.
- Jedem Vertreter und Außendienstangestellten wurde anschließend eine Informationsbroschüre zum GDV-Verhaltenskodex zugesandt, die die Bedeutung der Einhaltung der Kodexregeln und ihre Umsetzung in der Praxis übersichtlich zusammenfasst.
- Jedem Angestellten im Außendienst, der sich vor Beginn seiner Vermittlertätigkeit in der Ausbildung befindet (in der AVA = Allianz Vertriebsausbildung oder der ATV = Allianz Training für Versicherungsfachleute), werden, in der ersten Woche dieser jeweiligen Ausbildung, der GDV-Verhaltenskodex mit seinen verschiedenen

Aspekten und den vertiefenden Informationen über die Vermittlung von Versicherungen zur Verfügung gestellt bzw. diese Grundsätze in der Ausbildung vermittelt.

2.1.4.2 Kommunikationsmaßnahmen im Maklervertrieb

Zur Sensibilisierung und Schulung des Maklervertriebes wurde ein Kommunikations- und Schulungskonzept entwickelt. Die Maßnahmen orientieren sich an den verschiedenen Zielgruppen.

Das Thema Weiterbildungspunkte innerhalb der Brancheninitiative „Weiterbildung“ des GDV wurde den Multiplikatoren im Maklervertrieb der Allianz-Standorte in einer eintägigen Schulungsveranstaltung vorgestellt. Vor dem eigentlichen Beginn eines jeden Seminars und der Präsentation der Referenten wird in einem gesonderten Imagefoliensatz u. a. auf die Bildungsinitiative hingewiesen bzw. den Teilnehmern vorgestellt. Bis Sommer 2017 wurde zudem jedem Teilnehmer mit der Einladung zu den Seminaren der Allianz Maklerakademie angeboten, ein Weiterbildungskonto über die Allianz als sog. „Trusted Partner“ zu eröffnen. Die Maklervertriebe haben im Rahmen der Allianz Maklerakademie ein Seminar zum Thema *„Compliance – wie kann ich als Makler meine Reputation wirksam schützen“* und ein Seminar *„Maklerhaftung – Haftungsmanagement und Rechtssicherheit durch Beratungsqualität“* angeboten. Im Jahr 2015 wurden zu diesen Themenkomplexen acht Veranstaltungen durchgeführt. Mit diesen werden rund 400-500 Geschäftspartner erreicht.

Auch im Rahmen des Seminars der Allianz Maklerakademie *„Maklerrecht für die Praxis“* sind Regelungen des GDV-Verhaltenskodex (insbes. Beratungsqualität, Kundenorientierung, Dokumentation und Vergütung) integraler Bestandteil. Die Veranstaltung wurde 2016 sechs Mal und 2017 fünf Mal durchgeführt und erreichte rd. 240 Geschäftspartner.

Regelmäßig erfolgt eine Ansprache der Grundregelungen des GDV-Verhaltenskodex in Mitarbeiterveranstaltungen (Maklerbetreuer).

Im Maklervertrieb Leben/Kranken wurde im Rahmen der IDD Umsetzung darauf hingewiesen (in Schulungen, Präsentationen und „Sprechs“), dass die Beachtung der Grundregeln des GDV-Verhaltenskodex wichtiger Baustein zur Vorbereitung auf die Erfüllung der Vermittlerpflichten nach Umsetzung der IDD in Deutschland ist.

2.2 Relevante Teilsysteme

Innerhalb der Allianz Gruppe existiert eine Vielzahl relevanter Teilsysteme, die in erster Linie einer konsequenten Kundenorientierung dienen. Konsequente Kundenorientierung setzt eine faire und bedarfsgerechte Beratung des Kunden voraus, die für die Allianz Deutschland im Mittelpunkt steht. Die Teilsysteme tragen damit automatisch zur Erfüllung der Anforderungen des GDV-Verhaltenskodex bei.

Dies sind im Besonderen die nachfolgenden Systeme:

- § Das CMS der Allianz Deutschland, welches die Einhaltung aller externen und intern auf-erlegten Regelungen (Verhaltenskodizes) überwacht und Verstöße verfolgt.
- § Projektbasierte Grundlagenforschung.
- § Produktentwicklungsprozess mit definierten Quality Gates.
- § Das Sales Compliance Programm der Allianz Deutschland zur Sicherstellung einer be-darfsgerechten Beratung und verständlicher, für den Kunden transparenter Produkte, mit den sechs Säulen:
 - Sicherstellung von Sales Compliance in der Produktentwicklung
AZD Compliance erhält stets eine Einladung zum Produkt-Kick-Off und stimmt das weitere Vorgehen mit ABV Compliance ab. Weitergehende Einbindung von AZD Compliance wird risikobasiert direkt mit Produktgeber geklärt. Die Produkt-konzepte werden AZD Compliance nach Aufforderung zur Durchsicht zur Verfü-gung gestellt. Je nach von Compliance als erforderlich erachteter Einbin-dungstiefe erfolgt eine Durchsicht aller relevanten Unterlagen. Eine entspre-chende Kommentierung im Sign-Off-Prozess ist möglich. Ein Veto-Recht besteht bei klaren Verstößen gegen Rechtsnormen.
 - Auswahl qualifizierter und zuverlässiger Vermittler und regelmäßige Weiterbil-dung/Training
 - Überwachung der Vertriebssteuerung und von Incentivierungsmaßnahmen, um eine Fehlsteuerung der Vertriebe zu unterbinden
 - Bedarfsorientierte Beratung der Kunden entsprechend ihrer Bedürfnisse
 - Monitoring und Berichtswesen
 - Beschwerdemanagement.
- § Der Prozess „Kundenorientierte Vertriebssteuerung“ mit definierten Quality Gates und u.a. der risikoorientierten Mitwirkung der Compliance-Organisation, bspw. in der Ge-schäftsplankommission.
- § Die Beratungsmethodik „Pro 3“, die aus dem Allianz Beratungsprozess (ABP), besonde-ren Qualifizierungsmaßnahmen der Vertriebsführungskräfte und besonderer technischer Unterstützung besteht.
- § Vertragsgestaltung mit Vertretern der Ausschließlichkeitsorganisation: Vertretervertrag zzgl. Anlagen (Wettbewerbsgrundsätze und der Verhaltenskodex für Vertreter sind ver-bindliche Bestandteile des Vertrages).
- § Bestandteil der Courtagezusagen für Makler und der Verträge mit Mehrfachvertreter sind u. a. Regelungen zur Ächtung von Korruption und Bestechung.
- § Das System der „Verbindlichen Mitteilungen“ für Vertreter der Ausschließlichkeitsorgani-sation stellt sicher, dass alle relevanten Informationen und Arbeitsanweisungen (bspw. aufgrund gesetzlicher Änderungen oder veränderter interner Anforderungen) in digitaler

Form zu den Vertretern gelangen. Geschäftspartner der Drittvertriebe werden auf einem ähnlichen Weg unterrichtet.

- § System der Zuverlässigkeitsprüfungen bei Vermittlern vor Vertragsunterzeichnung/Reversierung.
- § Das Fortbildungskonzept der Allianz Außendienstakademie (AAA) stellt sicher, dass alle unsere gebundenen Vermittler eine hochwertige Grundausbildung erhalten und sich permanent weiterbilden können.
- § Das Fortbildungskonzept der Allianz Maklerakademie bietet Maklern und Mitarbeitern von Maklerhäusern Fortbildungsmöglichkeiten. Weiterhin engagieren sich Mitarbeiter der Allianz in Vortragstätigkeit bei der Deutschen Maklerakademie (DMA) und des „Arbeitskreises Beratungsprozesse“.
- § Publikationen im Maklerportal der Allianz Deutschland und Beiblätter / Courtagenachträge sichern ebenfalls die Einhaltung unserer Beratungsstandards.
- § Das Schulungskonzept der Compliance-Abteilung der Allianz Beratungs- und Vertriebs – AG stellt mit Hilfe von Online-Schulungen und kontinuierlichen Präsenztrainings sicher, dass alle Außendienstmitarbeiter regelmäßig u.a. zu den Themen ethisches Handeln im Vertrieb und Korruptionsrisiken geschult werden.
- § Reportingsystem des Beschwerdemanagements.
- § System zur Überprüfung der Kundenzufriedenheit: NPS-Messung, Mystery-Shopping u. a.
- § Eingerichtete dauerhafte Kontrollen, wie z.B. Stornokontrolle Bonifikationen, Storno/Neu-Geschäfte.
- § Prüfungsaktivitäten der Internen Revision auf Basis des jährlichen Prüfungsplans.

3 Regeln des GDV-Verhaltenskodex und Programm der Allianz zu deren Umsetzung

3.1 Klare und verständliche Versicherungsprodukte – Angaben über mögliche zukünftige Gesamtleistungen basieren auf standardisierten und fairen Verfahren

3.1.1 Anforderung des GDV-Kodex

„Die wichtigsten Merkmale des Versicherungsproduktes – einschließlich der für den Kunden bedeutenden Ausschlüsse vom Versicherungsschutz – sind dem Kunden einfach und für ihn verständlich aufzuzeigen. Dem Kunden ist durch diese Information eine individuelle Entscheidung zu ermöglichen. Angaben über mögliche künftige Leistungen, insbesondere im Bereich lang laufender Altersvorsorgeprodukte, wie Annahmen zu der Entwicklung des Kapitalmarktes und zur Renditeentwicklung eines Produktes, sind transparent auf standardisierten branchenweit akzeptierten Verfahren plausibel darzustellen.“

3.1.2 Maßnahmen der Allianz Deutschland Gruppe

Die Allianz Deutschland hat ihren grundlegenden Anspruch an die Verständlichkeit von Versicherungsprodukten im Allianz Purpose „Überzeugende Angebote“ definiert:

- „Wir machen unseren Kunden ein für ihre Bedürfnisse individuell passendes und flexibel anpassbares Angebot.
- Dabei antizipieren wir Kundenwünsche und gehen als Lösungsanbieter in Lebenswelten weit über die finanzielle Deckung hinaus.
- Alle Produkte sind einfach, verständlich und fair – sie bergen auch keinerlei Gefahr negativer Überraschung.
- Unsere Preise gelten als angemessen und unsere Preisentwicklungen sind nachvollziehbar.“

Prozesse und Teilsysteme, die klare und verständliche Versicherungsprodukte in der Allianz Deutschland Gruppe sicherstellen, sind:

- § Die Berücksichtigung des Kundeninteresses ist für die Zielerreichung „begeisterte Kunden“ eine wesentliche Grundlage und daher durch eine zentrale zuständige Stelle in der Aufbauorganisation verankert.
- § Der Produktentwicklungsprozess der Allianz Deutschland sieht eine risikobasierte Mitwirkung der Compliance-Funktion und eine Einbindung der Rechtsexperten der Produktgeber vor.
- § Innerhalb des Produktentwicklungsprozesses ist ein Prüfpunkt „Verkaufsmedien“ definiert: Um eine faire Vermittlung sicherzustellen, werden zusätzlich Verkaufsunterlagen risikobasiert durch die Compliance-Organisation der Allianz Deutschland geprüft.
- § Der Chief Customer Officer wird bei unterschiedlichen Sichten zur Kundenorientierung über kritische Aspekte des Produktes informiert und unterstützt bei Findung kundenorientierter Lösungen.
- § Die Anforderungen der gesetzlichen Informationspflichten werden in den Angebotsmedien und Vertragsunterlagen transparent und kundenfreundlich umgesetzt. Die Konzeption dieser Unterlagen erfolgt durch den Produktgeber anhand von Vorlagen und Qualitätsstandards, die durch die Rechtsabteilungen der Allianz Deutschland in Zusammenarbeit Marktmanagement und den Produktgebern entwickelt wurden.
- § Die Compliance-Funktion und die Rechtsabteilungen der Allianz Deutschland verfolgen die Entwicklung der Rechtslage zu den Informationspflichten aufmerksam und erarbeiten bei Bedarf Anpassungen oder Optimierungen der Standards für Vertragsunterlagen. Die

Umsetzung erfolgt bei Bedarf mittels Projektstrukturen (bspw. Projekt AVB-Harmonisierung).

- § Bei Produkten mit Ablaufleistung erhalten die Kunden jährliche Standmitteilungen vom Produktgeber.
- § Um die Verständlichkeit und Transparenz der Versicherungsbedingungen zu gewährleisten, existieren AVB-Muster-Regelungen.

Seit 2006 befragt die Allianz Deutschland jährlich Kunden, wie zufrieden sie mit ihren Versicherungen sind. Darüber hinaus werden vierteljährlich die Meinungen unserer Ausschließlichkeitsvertreter zu unseren Produkten eingeholt. Die Allianz Vertreter kennen ihre Produkte sehr genau und melden ihre Erfahrungen an die Produktgeber zurück. Der Fachbereich „Customer Insights & Experience“ führt die Ergebnisse der Kundenbefragungen sowie weiterer interner und externer Messungen systematisch in einem Mess- und Steuerungssystem zur langfristigen Kundenorientierung zusammen. Daneben wacht die „Leitstelle Produktportfolio“ im Rahmen des Produktentwicklungsprozesses über die Fairness und Transparenz des Produktangebots. Der Fachbereich „Portfolio und Ecosystems“ lässt sich die wesentlichen Vertriebsförderungsmaßnahmen zur Durchsicht auf mögliche unangemessene Lenkungswirkungen vorlegen und begutachtet die Fairness von Bestandsangeboten.

3.1.2.1 Preis-Leistungs-Darstellung bei Altersvorsorgeprodukten (Leben)

§ Angaben zu künftigen Leistungen

Neben den garantierten Ablauf- bzw. Rentenleistungen werden beispielhafte Gesamtleistungen (garantierte Leistungen zuzüglich nicht garantierter Leistungen aus der Überschussbeteiligung) für Kapital und Rente ausgewiesen.

Die Todesfalleistung sowie die Gesamtleistung bei Kündigung werden dem Kunden modellhaft für jedes Jahr bis zum geplanten Rentenbeginn dargestellt. Dabei werden die aktuellen Rechnungsgrundlagen sowie die aktuelle unternehmensindividuelle Überschussbeteiligung unterstellt. Der Gesamtleistung bei Kündigung liegt der Rückkaufswert nach § 169 Abs. 3 Versicherungsvertragsgesetz (VVG) zu Grunde.

Diese Angaben werden ergänzt um die gesetzlich vorgeschriebenen Angaben in den vorgeschriebenen Informationspflichten, die in einer eigenen/gesonderten Unterlage („Versicherungsinformationen“) ausgewiesen werden: garantierter Rückkaufswert, garantierte Todesfalleistung bei Beitragsfreistellung sowie für die entsprechenden Produkte in der nach § 154 Abs. 1 VVG vorgeschriebenen Modellrechnung (seit 01.01.2017 besteht ein gesetzliches Darstellungsverbot für Riester- und Basisvorsorgeprodukte).

§ Darstellung der Wertentwicklungen

Bei den Vorsorgekonzepten Klassik und Perspektive, bei denen die Altersvorsorgebeiträge der Kunden im klassischen Sicherungsvermögen investiert werden, erfolgt der Ausweis der Gesamtleistungen modellhaft sowohl für die aktuelle unternehmensindividuelle Überschussbeteiligung sowie zusätzlich auch für eine um einen Prozentpunkt niedrigere sowie um einen Prozentpunkt höhere Überschussbeteiligung.

Beim Vorsorgekonzept KomfortDynamik erfolgt die Gesamtanlage im KomfortDynamik Sondervermögen und im Sicherungskapital, über das die Garantieleistungen abgesichert werden. Da das KomfortDynamik Sondervermögen direkter an Chancen und Risiken der Kapitalmärkte partizipiert, werden beispielhaft sechs jährlich gleichbleibende Wertentwicklungen der Gesamtanlage von 0,00 % bis 6,00 % dargestellt.

Bei den Vorsorgekonzepten IndexSelect, InvestFlex (vormals Invest alpha-Balance und Invest), bei denen die Altersvorsorgeverträge direkter an Chancen und Risiken der Kapitalmärkte partizipieren, werden beispielhaft sechs jährlich gleichbleibende Wertentwicklungen von 0% bis 6% dargestellt.

Diese Wertentwicklungen sind Wertentwicklungen vor Kosten. In den Modellrechnungen werden alle Kosten (inkl. Fondskosten) berücksichtigt.

Allianz Leben folgt somit den unverbindlichen Verbandsempfehlungen des GDV zur Leistungsdarstellung (vgl. insbesondere Rundschreiben 1020/2008 sowie 1505/2010). Insbesondere kommt die Unverbindlichkeit der nur beispielhaft dargestellten, nicht garantierten Leistungen und der Überschussbeteiligung entsprechend zum Ausdruck, dass die Garantiewerte grundsätzlich durch Fettdruck von modellhaft ermittelten Werten abgehoben und textlich grundsätzlich getrennt ausgewiesen sowie Vorbehaltsangaben zu Gesamtwerten gemacht werden.

Bei der Berechnung der Gesamtrente ist durch die zu Grunde liegenden Rechnungsgrundlagen bereits berücksichtigt, dass sich der Trend zur Erhöhung der Lebenserwartung weiter fortsetzt. Es wird dargestellt, wie sich die Gesamtrente entwickeln könnte, wenn sich die Lebenserwartung um zwei bzw. drei (abhängig vom Eintrittsalter) Jahre mehr als bisher angenommen erhöht. Dies gilt für alle Vorsorgekonzepte, bei denen die Gesamtrente mit den Rechnungsgrundlagen zu Rentenbeginn bestimmt wird.

§ Preis-Leistungs-Darstellung

Im Produktinformationsblatt für Produkte außerhalb von Riester- und Basis-Renten (PIB-VVG-InfoV) erfolgt der in § 2 (1) Nr. 1 VVG-InfoV vorgeschriebene Kostenausweis grundsätzlich in einer übersichtlich, tabellarischen Form. Differenziert werden die Kostenangaben darüber hinaus auch nach den im Produkt ggf. enthaltenen Zusatzbausteinen (z.B. Todes- oder Berufsunfähigkeitsvorsorge). Zusätzlich ausgewiesen werden auch Kostenangaben für im späteren Vertragsverlauf ggf. mögliche gesonderte Zuzahlungen.

Im Produktinformationsblatt nach VVG-InfoV wird die Gesamtkostenquote ausgewiesen. Sie gibt an, um wie viel sich die jährliche Wertentwicklung nach Abzug von Abschluss- und Vertriebskosten sowie von laufenden Kosten in der Aufschubdauer reduziert.

Über die Angabe von Gesamtkostenquote und resultierender Wertentwicklung nach Kosten stellen wir unseren Kunden die Wirkung aller Kosten in Abhängigkeit von der Wertentwicklung sowie zwischen unterschiedlichen Altersvorsorgeprodukten in vergleichbarer Weise dar. Allianz Leben folgt damit der unverbindlichen Verbandsempfehlung des GDV zur Preis-Leistungs-Darstellung gemäß Rundschreiben 0076/2011.

Bei Basis- und RiesterRenten werden gemäß AltVPIBV im standardisierten Produktinformationsblatt (PIB-AltVPIBV) anstelle der Gesamtkostenquote seit 01.2017 die Effektivkosten sowie die Chance-Risiko-Klasse (CRK) angegeben.

Für sämtliche Lebensversicherungsprodukte stellen wir in einer gesonderten Übersicht zusätzlich auch alle Kosten dar, die durch Handlungen des Versicherungsnehmer selbst ausgelöst werden und Zusatzkosten verursachen würden („Kostenübersicht für zusätzlichen Verwaltungsaufwand“, z.B. für die gewünschte Ausstellung eines Ersatzversicherungsscheines, Lastschriftrückläufer).

Beim fondsgebundenen Vorsorgekonzept InvestFlex (vormals Invest alpha-Balance, Invest) werden zusätzlich die Fondskosten angegeben. Der Ausweis erfolgt individuell je Fonds sowie summarisch (in Abhängigkeit von der durch den Kunden gewählten prozentualen Fonds-Aufteilung), abhängig von der durch den Kunden gewählten Fonds-Aufteilung. Die Fondskosten sowie die Rückvergütungen werden im Fondsinformationsblatt bzw. im Produktinformationsblatt genannt. Bzgl. der Rückvergütung folgt Allianz Leben damit der unverbindlichen Verbandsempfehlung des GDV gemäß Rundschreiben 1060/2010.

Die Rückvergütung wird in Form einer fondsabhängigen Überschussbeteiligung an den Kunden weitergegeben.

§ Sonstiges

Bei der Fondsauswahl werden die Risikoneigung des Kunden und damit die unterschiedlichen Kundenbedürfnisse anhand von vier Anlegertypen berücksichtigt (Ziffer 2 des GDV Verhaltenskodex).

Jedes Informationspaket enthält einen Hinweis auf den Ombudsmann und das dahinterstehende Verfahren (Ziffer 10 im GDV Verhaltenskodex) sowie den Verweis, dass die Allianz Lebensversicherungs-AG der Aufsicht der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) unterliegt.

3.1.2.2 Berechnung und Darstellung der Ablaufleistung bei UBR-Versicherungen

Bei der UBR handelt es sich aufsichts- und vertragsrechtlich um eine Unfallversicherung mit integrierter garantierter Beitragsrückzahlung. Aufgrund der Beitragsrückzahlung gelten aber eine Reihe von Vorschriften für die Lebensversicherung (Verantwortlichen Aktuar oder die Differenzmethode im Einkommensteuerrecht, vgl. § 20 (6) EStG). Die Kunden erhalten jährliche Standmitteilungen.

Allerdings bieten die Produkte keine Auszahlung der Leistung aus der Kapitalversicherung als Rente und sind deshalb auch nicht auf die Altersvorsorge fokussiert. Daher existieren grundsätzliche Unterschiede zur Lebensversicherung, die auch in der Betrachtung eine wesentliche Rolle spielen

Das Produktversprechen garantiert die Rückzahlung der Beiträge (ohne Versicherungssteuer) im Todes- und Erlebensfall, weshalb eine Renditebetrachtung nicht möglich/sinnvoll ist. Neben der Modellrechnung auf Basis der aktuellen Deklaration gibt die Allianz die Auswirkung einer um einen Prozentpunkt höheren bzw. niedrigeren Verzinsung an. Unter Berücksichtigung der produktspezifischen Besonderheiten sind die Informationen zu künftigen Leistungen und die Darstellung der Wertentwicklung vom Umfang und Inhalt weitgehend analog zur Lebensversicherung.

Darüber hinaus gehende Überlegungen der Lebensversicherung sind für die UBR nicht sinnvoll anwendbar.

Auch der Gesetzgeber trägt der Andersartigkeit der UBR bei Informationspflichten Rechnung. So werden weder eine normierte Modellrechnung für die Überschussbeteiligung, noch ein Kostenausweis gefordert (vgl. § 2 Abs. 5 VVG Informationspflichtenverordnung (VVG-InfoV)).

3.1.2.3 Erläuterung der Informationsunterlagen durch die Verkäufer

Die Verkäufer der ABV werden so aus- und kontinuierlich weitergebildet, dass sie in der Lage sind, dem Kunden die Versicherungsunterlagen und Beispielrechnungen umfassend zu erläutern. So sind bspw. Beratungsgespräche und Beispielrechnungen ein regelmäßiger Bestandteil von Seminaren und Fortbildungen.

Die Vertriebsführungskräfte der Ebene 2 und 3 der Ausschließlichkeitsorganisation werden zudem im Rahmen des Geschäftsstellenwettbewerbs bzw. ihres Geschäftsplanes incentiviert, die Vermittler zur Einhaltung einer umfassenden vorvertraglichen Information anzuleiten und zu überwachen.

3.2 Das Kundenbedürfnis steht im Mittelpunkt bei der Beratung und Vermittlung

3.2.1 Anforderung des GDV-Kodex

„Versicherungsschutz ist für den Verbraucher eine Vertrauensangelegenheit. Um dieses Vertrauen zu wahren, orientieren sich die Versicherungsunternehmen und der Versicherungsvertrieb an den Bedürfnissen des Kunden und stellen diese in den Mittelpunkt ihres Handelns. Die Beachtung der berechtigten Interessen und Wünsche des Kunden hat Vorrang vor dem Provisionsinteresse der Vertriebe. Die Vertriebssteuerung unterstützt die bedarfsgerechte Beratung. Die Wünsche und Bedürfnisse des Kunden zum Versicherungsschutz werden vom Versicherungsvermittler ermittelt, strukturiert analysiert und bewertet. Die Empfehlung des Versicherungsvermittlers erfolgt nach Erörterung mit dem Kunden in einer für diesen verständlichen Weise.“

3.2.2 Maßnahmen/Umsetzung der Allianz Deutschland Gruppe

Hinsichtlich der Beratungsintensität sind die Kundenwünsche maßgeblich. Bei Kundenanfrage nach einem spezifischen Produkt (bspw. Haftpflicht) wird der Kunde i. d. R. auch ausschließlich zum gewünschten Produkt beraten. In diesem Fall wird der Kunde gebeten, seine Bedürfnisse explizit mitzuteilen.

Wünscht der Kunde eine „Rundumberatung“ oder eine Beratung zu einem komplexen Produkt, werden die konkreten Kundenbedürfnisse in der Ausschließlichkeitsorganisation mit einem sog. Beratungsassistenten der Angebotssoftware „AMIS“, mittels Verkaufsunterlagen oder mit Hilfe des Allianz Beratungsprozesses (ABP) ermittelt.

3.2.2.1 Maßnahmen/Umsetzung in der ABV

Um sicherzustellen, dass das Kundenbedürfnis im Mittelpunkt der Beratung und Vermittlung steht, sind nachfolgende Teilsysteme und Prozesse maßgeblich:

- § Der Verhaltenskodex für Vertreter formuliert Leitlinien für Allianz Vertreter und deren Mitarbeiter, um regeltreues, rechtlich und ethisch korrektes Handeln sicherzustellen.
- § Innerhalb der Tarifierungssoftware „AMIS“ sind sog. Beratungsassistenten hinterlegt, die in beratungsintensiven Bereichen (Leben und Kranken) die ganzheitliche und bedarfsorientierte Beratung unterstützen.
- § Der Allianz Beratungsprozess (ABP) als Bestandteil von „Pro 3“ unterstützt die gebundenen Vermittler der Allianz mit einem vorstrukturierten, softwarebasierten Beratungsprozess, um eine bedarfsgerechte Beratung sicherzustellen.
- § Die „Sales Compliance Prüfung“ durch die Compliance Organisation der Allianz Deutschland in den Prozessen Kundenorientierte Vertriebssteuerung und Produktentwicklung beinhaltet u. a. die Überwachung der Vergütung sowie die Incentivierung / Vertriebssteuerung, um eine Fehlsteuerung der Vertriebe zu vermeiden.
- § Für eine kontinuierliche Verbesserung der Beratungsqualität bittet die Allianz Deutschland ihre Kunden in Stichproben, die Beratungsqualität ihrer Agentur gegenüber einem neutralen Team am Telefon zu bewerten.

Folgende Maßnahmen stellen sicher, dass eine Ermittlung des Kundenbedürfnisses im Beratungsgespräch tatsächlich erfolgt:

- § „Konsequente Kundenorientierung“ steht auf unternehmenskultureller / strategischer Ebene als eines von fünf Elementen im Mittelpunkt der sog. „Erneuerungsagenda“ und

ist damit das Hauptziel der Allianz Deutschland. Das individuelle Kundenbedürfnis zu ermitteln ist demnach für die Allianz eine Selbstverständlichkeit.

- § Regelungen im Standard-Vertretungsvertrag und im Verhaltenskodex für Vertreter geben vor, dass die Bedarfssituation des Kunden eindeutig im Vordergrund bei der Vermittlung von Versicherungsprodukten steht. Diese Regelungen werden durch sog. Verbindliche Mitteilungen (VM) präzisiert und ergänzt. Bspw. führt die VM „VVG-Reform: Neuerungen zum 01.07.2008 und weitere Hinweise“ die Neuerungen der VVG-Reform umfänglich ein. Weitere VM, wie bspw. die VM „Beratungs- und Dokumentationspflichten“ vom 23. August 2010 weisen auf solche rechtlichen Anforderungen an eine korrekte Beratung hin.
- § Der Allianz Beratungsansatz verlangt, die Bedürfnisse des Kunden zu erfragen und auf deren Grundlage den individuellen Kundenbedarf abzuleiten.
- § Umfassende Bedarfsermittlung im Allianz Beratungsprozess (ABP).

Sicherung einer bedarfsgerechten Beratung durch die Vertriebssteuerung:

- § Die Compliance Abteilung der ABV nimmt regelmäßig an den Sitzungen der Geschäftsplankommission der ABV teil. Sämtliche sonstigen zentralen Incentives in der ABV werden mit ABV Compliance abgestimmt, um unangemessen hohe Incentivierungen zu vermeiden und das Risiko von Misselling zu mitigieren bzw. zu vermeiden. Die Durchführung von Incentive-Veranstaltungen ist in einem Rundschreiben aus dem Jahr 2012 ausführlich geregelt.
- § Weiterhin werden in der jährlichen Geschäftsplankommission Incentivierungen geplant und eingeführt, welche die Beratungsqualität steigern sollen: zur Förderung der umfassenden Information des Kunden vor Vertragsschluss (kein Verzicht auf Aushändigung der Vertragsunterlagen) oder bspw. die Förderung von Stornovermeidung, Bestandsbetreuung und -ausbau.
- § In der zentralen Incentivierung für die Geschäftsstellenleiter sind explizit zu beachtende Compliance-Maßgaben aufgeführt. Verstöße hiergegen führen dazu, dass die jeweilige Führungskraft im Wettbewerb herabgestuft wird. Dies wird auf Basis einer Vorlage von Compliance regelmäßig zum Schluss des Geschäftsjahres in einer Vorstandssitzung besprochen und entschieden.

Berücksichtigung bereits bestehenden Versicherungsschutzes bei der Beratung

- § Gemäß dem definierten Allianz-Anspruch erstellt der Vertreter, wenn nicht anders gewünscht, stets eine umfassende Bedarfsanalyse inklusive bestehender Versicherungen und priorisiert mit dem Kunden die Bedarfe.
- § Der ABP und die Beratungsassistenten in den EDV-gestützten Tarifierungsprogrammen stellen durch Abfrage der bestehenden Vorsorge und sonstiger relevanter Daten ein strukturiertes Beratungsgespräch sicher.
- § Die ABP-Software übernimmt eingepflegte Daten automatisch als Grundlage zu Lückenberechnungen.
- § Aus den systematisch erhobenen Daten und Wünschen der Kunden analysieren die Vermittler den individuellen Absicherungsbedarf. Gemeinsam mit dem Kunden erfolgt dann die Festlegung der Reihenfolge, in der die jeweiligen Themen besprochen werden.
- § Im Angestelltenvertrieb obliegt es den Nebenberufsvertretern, überwiegend neue Kundenkontakte herzustellen, sowie die Aufnahme von Vertrags- und Kundendaten, sowie die Vereinbarung von Terminen. Ausgewählte Nebenberufsvertreter nutzen auch selbstständig auf AMIS basierende IT Ausstattungen und Anwendungen (ABV-Portal).

- § Innen- und Außendienstmitarbeiter der Allianz können ihrerseits als Nebenberufsvertreter tätig werden. Das Vertriebsmodell und die eingesetzte Angebotstechnik (AMIS) entsprechen damit grundsätzlich dem des Angestelltenvertriebs.
- § Die Mitarbeiter der Volks- und Raiffeisen Banken sowie in der Commerzbank nutzen für die Beratung hausinterne Beratungsprogramme (Volksbank: agreeBAP) bzw. den KundenKompass (KuKo) und die Elektronische Vertriebsanwendung Commerzbank Vorsorge (EVA ComVor). Diese Programme verfolgen ebenfalls eine ganzheitliche Kundensicht und stellen die Bedürfnisse und Wünsche des Kunden gleichfalls in den Mittelpunkt. Benötigt der Bankmitarbeiter spezielle Unterstützung in Versicherungsfragen, fordert er diese bei seinen Kollegen des Versicherungsdienstes oder den zuständigen Fachspezialisten ein oder leitet den Beratungsvorgang an diese über. In der OLB wird auch von Mitarbeitern der Bank AMIS angewandt.
- § Die Mitarbeiter der Santander Bank nutzen für die Beratung kein elektrifiziertes Beratungsprogramm, sondern die papierhafte Konzeptberatung. Diese verfolgt ebenfalls eine ganzheitliche Kundensicht und stellt die Bedürfnisse und Wünsche des Kunden inkl. des Vorsorgebedarfs gleichfalls in den Mittelpunkt. Benötigt der Bankmitarbeiter spezielle Unterstützung in Vorsorgefragen, fordert er diese bei der Digitalen Spezialisten Einheit (DSE) bzw. bei seinem zuständigen LV-Coach an. Der Vertrieb durch KVM erfolgt ausschließlich auf fernmündlichem Weg und unter Einsatz des Beratungssystems AMIS. Es werden nur einfache, für diesen Vertriebsansatz geeignete Versicherungsprodukte zum Bestandserhalt beraten und vertrieben.

3.2.2.2 Maßnahmen/Umsetzung im Maklervertrieb

Versicherungsmakler vermitteln im Auftrag der Versicherungsnehmer Versicherungsverträge an die Allianz-Gesellschaften auf Basis einer Courtagezusage. Bei der Courtagezusage handelt es sich um eine einseitige Regelung, die die Marktusance im Maklermarkt konkretisiert.

In den Courtagebestimmungen zur Courtagezusage für Versicherungsmakler ist geregelt, dass der Makler in eigener Verantwortung die für seine selbständige gewerbliche Tätigkeit jeweils einschlägigen gesetzlichen Bestimmungen zu beachten hat.

Mit Umsetzung der EU-Vermittlerrichtlinie in deutsches Recht wurden Makler und Mehrfachvertreter per Rundschreiben vom 22. Mai 2007 auf die Einhaltung der Beratungs- und Dokumentationspflicht und die Aufbewahrung der Beratungsdokumente nach den gesetzlichen Aufbewahrungsfristen hingewiesen.

Im Januar 2014 wurde eine weitere Information für unsere Geschäftspartner per Allianz-Rundschreiben veröffentlicht, die erneut auf die rechtlichen Anforderungen an eine korrekte Beratung hinweist.

Versicherungsmakler sind nicht vertraglich an eine Versicherungsgesellschaft gebunden und unterliegen als "treuhänderähnliche Sachwalter" einer vertraglichen Beratungsverpflichtung dem Kunden gegenüber. Sie sind darüber hinaus gemäß § 60 Abs.1 VVG verpflichtet, ihre Beratung auf eine hinreichende Anzahl von am Markt angebotenen Versicherungsprodukten und Versicherern zu stützen. Die Allianz Gesellschaften stellen aus diesem Grund den Versicherungsmaklern keine Mustervorlage für die Beratungsdokumentation zur Verfügung.

Die Maklervertriebe der Allianz schließen auch mit Mehrfachvertretern Vermittlungsvereinbarungen ab. Die Maklervertriebe der Allianz arbeiten mit sog. echten Mehrfachvertretern zu-

sammen, die zueinander in Konkurrenz stehende Versicherungsverträge eines oder mehrerer Versicherungsunternehmen vermitteln.

In der Standard-Vermittlungsvereinbarung für Mehrfirmenvertreter i. V. m. den Rundschreiben und Informationen für Geschäftspartner wird darauf hingewiesen, dass der Mehrfirmenvertreter verpflichtet ist, die gesetzlichen Informations-, Beratungs- und Dokumentationspflichten bei der Vermittlung und laufenden Betreuung von Versicherungsverträgen zu erfüllen. Im Falle einer Kundenbeschwerde sind die Mehrfachvertreter angewiesen, die Beratungsdokumentation den Allianz Gesellschaften zur Prüfung zur Verfügung zu stellen.

3.2.2.3 Maßnahmen/Umsetzung im Direktvertrieb

Wenn sich ein Kunde im (eingeschränkten) Angebot des Direktvertriebs um Versicherungsschutz bemüht, muss er derzeit entsprechend der Vorgaben des VVG (vgl. § 6 Abs. 6 VVG) im Fernabsatz vom Versicherungsunternehmen nicht aktiv beraten werden. § 6 Abs. 6 VVG schafft eine gesetzliche Ausnahme von der allgemeinen Beratungspflicht.

Eine Basisaufklärung bzw. –beratung wird dem Kunden aber auch im Direktvertrieb zu Teil: Für die jeweiligen Kundenbedürfnisse gibt es verschiedene Angebote, die der Kunde annehmen kann, um eine passende Empfehlung zu finden. Im Online-Bereich werden vielfältig und an dafür passenden Stellen Infobuttons angeboten, um dem Kunden die Absicherung möglichst transparent zu machen.

Im Direktvertrieb via Allianz.de hat der Kunde die Wahl zwischen Online Offerings und der telefonischen Beratung (Hotline-Nummer) sowie der Beratung durch einen vom Kunden auszuwählenden/e Vertreter/in.

Im Vertrieb über Preisvergleichsportale erhöhen strukturierte Preis- und Leistungsvergleiche, sowie Zusatzinformationen zu den Anbietern (inkl. Zufriedenheitsratings der Kunden), die Transparenz für Kunden bzw. Interessenten zusätzlich. Dem Kunden wird damit ein vertriebskanalspezifischer Mehrwert geboten.

Im Telefonie-Bereich werden angebotene Produkte und Tarife beschrieben und Fragen der Interessenten/Kunden beantwortet. Im postalischen Mailing-Bereich erhalten die Kunden/Interessenten Produktinformationen in Form von Flyern und Anschreiben. Jede postalische Unterlage enthält eine Hotline-Nummer, unter der sich der angeschriebene Kunde/Interessent fachlich beraten lassen kann, sofern er sich es wünscht.

3.2.2.4 Maßnahmen/Umsetzung bei Global Automotive

Auch im Bereich Global Automotive fokussiert die Beratung auf das Kundenbedürfnis. Die Bedürfnisse möglicher Kunden von Global Automotive sind auf die Kfz-Versicherung begrenzt. Der Kunde erhält ein auf sein Fahrzeug (Typklasse) und seine persönliche Situation zugeschnittenes Versicherungsangebot.

Die Kunden kommen telefonisch auf die Vertriebswege von Global Automotive zu oder Global Automotive erhält die Kontaktdaten von Interessenten aus den Autohäusern. Beraten wird ausschließlich zum Produkt Kfz-Versicherung.

Es erfolgt eine klar definierte Beratung über einen standardisierten Angebotsprozess im Automotive Portal. Der Kunde muss seinen Schadensfreiheitsrabatt (SFR) aufgrund der erforderlichen SFR-Einstufung obligatorisch im Portal angeben.

Die relevanten Fahrzeug- und Kundendaten werden im Portalprozess zwingend erfragt und die persönlichen Bedürfnisse des Kunden bei der Fahrzeugnutzung (z.B. jährliche Fahrleis-

tung; Art der Fahrzeugnutzung) berücksichtigt. Als Ergebnis der Datenerhebung werden dem Kunden in einem Bild alle möglichen Versicherungsbausteine innerhalb der Kfz-Versicherung in einer Übersicht zur Auswahl dargestellt. Infobuttons ermöglichen zu jedem Baustein eine vertiefende Informationsvermittlung durch den Vermittler.

3.2.2.5 Maßnahmen und Umsetzung bei GA Halle/Berlin

In der GA Halle/Berlin erfolgt die telefonische Beratung von Interessenten, deren Kontaktdaten die GA Halle/Berlin mit deren Einwilligung durch die Autohäuser und/oder durch die Financial Service-Einheiten erhält („outbound“). Die Kunden von Autohäusern kommen auch aktiv telefonisch auf GA Halle/Berlin zu („inbound“). GA Halle/Berlin berät ausschließlich derart empfohlene/anrufende Kunden und ausschließlich zum Produkt Kfz-Versicherung. Angeboten werden alle Allianz Tarifbausteine. Die Auswahl trifft der Kunde selbst.

3.3 Compliance

3.3.1 Anforderung des GDV-Kodex

„Die Versicherungsunternehmen geben sich für ihre Mitarbeiter und Vermittler Compliance-Vorschriften. Inhalt der Compliance-Vorschriften sind insbesondere auch 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 von privaten und geschäftlichen Interessen. Sie definieren weiterhin klare Regeln zum Umgang mit persönlichen und vertraulichen Daten und zur Einhaltung der datenschutzrechtlichen und wettbewerbsrechtlichen Vorschriften.

3.3.2 Maßnahmen der Allianz Deutschland Gruppe

3.3.2.1 Relevante Compliance-Richtlinien der Allianz Deutschland AG

Folgende Compliance-Richtlinien der Allianz Deutschland haben für den Vertrieb von Versicherungsprodukten Relevanz:

- § Der Allianz Verhaltenskodex für Business Ethik und Compliance (Group Compliance) ist Teil des Arbeitsvertrages aller Allianz Deutschland-Mitarbeiter.
- § Der Verhaltenskodex für AO-Vertreter ist eine verbindliche Anlage zum Vertretervertrag.
- § Die VR-Banken haben über den Genossenschaftsverband übergreifende Compliance-Regeln erlassen, die durch versicherungsspezifische Besonderheiten (Allianz Vorgaben) ergänzt wurden.
- § Im Bankenvertrieb gilt für die Mitarbeiter der Allianz der *Verhaltenskodex für Business Ethik und Compliance*, während sowohl die Commerzbank als auch die OLB für ihre Mitarbeiter eigene Compliance-Richtlinien erlassen haben. Die Verhaltensrichtlinie der Commerzbank ist veröffentlicht über die Homepage der Commerzbank. Der Verhaltenskodex der OLB wird ergänzt durch die an alle Vertriebsmitarbeiter der OLB kommunizierten „Richtlinien für die Vermittlung von Versicherungen an die Allianz“ vom 25. Januar 2013.
- § Der Standard „Anti-Fraud Policy“ (Allianz Deutschland).
- § Verbindliche Mitteilung für Vertreter der ABV "Neues Geldwäschegesetz (GwG)" vom 21.07.2017
- § Mindeststandard für Sales-Compliance.
- § Mit den sog. „Compliance Basics“ werden alle Mitarbeiter über die Compliance-Schwerpunkte der Allianz Deutschland informiert (Allianz Deutschland).

Regelungen gegen Korruption, Bestechung und Bestechlichkeit; klare Regeln für den Umgang mit Geschenken und Einladungen und sonstige Zuwendungen sowie Werbemaßnahmen und Unternehmensveranstaltungen:

- § Allianz Standard für Antikorruption, Geschenke & Einladungen.
- § Ziffer 7 des Verhaltenskodex für Vertreter.
- § Hospitality Events – Anlage zum Verhaltenskodex für Vertreter.
- § Regelungen „Prävention von Korruption und Bestechung“ als Vertragsgrundlage der Zusammenarbeit bei Maklern und Mehrfachvertretern.

3.3.2.2 Vermeidung von Kollisionen von privaten und geschäftlichen Interessen

Verbindliche Regeln zur Vermeidung von Interessenskonflikten finden sich hier:

- § Ziffern 7, 15 und 18 des Verhaltenskodex für Business Ethik und Compliance.
- § Ziffer 1 Abs. 6 und Ziffer 5 Abs. 3 des Verhaltenskodex für Vertreter.
- § Regelungen in den sog. „Compliance Basics“, die zum Arbeitsvertrag gereicht werden.
- § Einkaufsrahmenrichtlinien der Allianz Deutschland Gruppe.

3.3.2.3 Datenschutz

Der GDV Verhaltenskodex verlangt klare Regeln, wie die am Vertrieb von Finanzprodukten beteiligten Personen mit personenbezogenen Kundendaten umgehen. Der Code of Conduct der Allianz Gruppe verpflichtet Mitarbeiter in seiner Ziffer 2 zu strengster Vertraulichkeit in Bezug auf personenbezogene Daten.

Es gibt ferner eine regelmäßige „Tone from the top“ Message am jährlichen Datenschutz-Tag, dem 28. Januar.

Die Allianz Gruppe hat für ihre Gesellschaften eine zentrale Einheit als zuständige Stelle bestimmt, um eine nahtlose Anwendung des Bundesdatenschutzgesetzes zu gewährleisten und effizient Know-How über die Gesellschaftsgrenzen hinweg zur Verfügung zu stellen. Weiterhin hat die Allianz Deutschland Gruppe einen eigenen Datenschutzbeauftragten, der über eine eigene Abteilung verfügt.

Die Allianz Versicherungs-AG, die Allianz Lebensversicherungs-AG sowie die Allianz Private Krankenversicherungs-AG sind zum 1. Januar 2014 den Verhaltensregeln für den Umgang mit personenbezogenen Daten durch die deutsche Versicherungswirtschaft beigetreten. In diesen Verhaltensregeln hat der GDV gemeinsam mit Daten- und Verbraucherschützern Verhaltensregeln für die Datenverarbeitung in der Versicherungsbranche entwickelt, die vom Berliner Beauftragten für Datenschutz und Informationsfreiheit genehmigt wurden. Die Selbstverpflichtung konkretisiert die allgemeinen Regeln des Bundesdatenschutzgesetzes für die Versicherungswirtschaft und schafft Transparenz über die Datenverarbeitung. Die beigetretenen Allianz Gesellschaften müssen ihre Datenverarbeitung innerhalb einer Frist von maximal drei Jahren ab Beitritt den gesteuerten Anforderungen anpassen.

Die Datenschutzvorgaben der Allianz Deutschland AG werden mit Fachrundschriften an die Mitarbeiter kommuniziert und verbindlich gemacht. Die Rundschreiben sind im Intranet verfügbar.

In der ABV unterstützt ABV Compliance die Anliegen des Datenschutzes. Außerdem finden sich Datenschutz-Vorgaben für Vertreter in AMIS Online, dem zentralen Informations-Repository für die Ausschließlichkeitsorganisation. Über AMIS-Online sind alle Richtlinien, Verbindlichen Mitteilungen etc. zu diesem Thema einfach abzurufen.

Im Bereich des Datenschutzes führt der Bereich des Datenschutzbeauftragten anlassbezogen oder auf Anforderung Präsenzs Schulungen durch und bietet weiterhin ein Web-Based-Training (WBT) an.

Der Missbrauch personenbezogener Daten kann über das Hinweisgebersystem der Allianz Deutschland gemeldet werden. Verstöße werden vom Datenschutzbeauftragten, Compliance und der Internen Revision untersucht. Die Interne Revision prüft bei ihren Audits verdachtsunabhängig die Einhaltung der einschlägigen Regeln durch die geprüften Stellen.

Das Risiko des Datenverlustes ist als eines der fünf Top-Risiken der Allianz Gruppe eingestuft.

Das Reporting des Datenschutzbeauftragten erfolgt zum einen periodisch an den Vorstand Betriebsorganisation/IT, als auch halbjährlich als Bericht an die Vorstände der Allianz Deutschland AG und an die Vorstände der Produktgebergesellschaften.

Die Kommunikation des Datenschutzbeauftragten mit der Internen Revision findet regelmäßig monatlich sowie bei Bedarf ad-hoc statt. Ein Informationsaustausch findet darüber hinaus bei Bedarf ad-hoc mit ABV Compliance statt.

Ein Informationsaustausch erfolgt auch regelmäßig zwischen den Datenschutzbeauftragten der Allianz Deutschland und der Allianz SE.

3.3.2.4 Informationssicherheit

Für die Thematik „Informationssicherheit“ wurden von der zuständigen Abteilung Richtlinien und Arbeitsanweisungen verfasst.

Zusätzlich sind in dieser Hinsicht exponierte Mitarbeiter der Allianz Deutschland, die im Rahmen einer Risikoanalyse definiert wurden, verpflichtet, ein WBT zum Thema Informationssicherheit zu absolvieren.

3.3.2.5 Interne wettbewerbsrechtliche Regelungen

Interne wettbewerbsrechtliche Regularien sind:

- § Lokale Umsetzung des „Minimum Standard for Antitrust Compliance“ der Allianz SE Ziffer 6.2 des Verhaltenskodex für Vertreter („Kartellrechtsverstöße“) verpflichtet Vertreter, die Bestimmungen des Kartellrechts zu beachten.
- § Ziffer 6.4.1 des Vertretervertrages verpflichtet die Vertreter zur Einhaltung der Wettbewerbsrichtlinien der Versicherungswirtschaft.
- § Das in AMIS Online zur Verfügung stehende „Merkblatt Versicherungskartellrecht Vertrieb“ gibt detaillierte Hinweise auf durch Vertreter einzuhaltende kartellrechtliche Bestimmungen.
- § Ziffer II. 5 der Vermittlungsvereinbarung für Mehrfachvertreter verpflichtet zur Einhaltung der Wettbewerbsrichtlinien der Versicherungswirtschaft.
- § Die Respektierungsgrundsätze für Gesellschaften der Allianz Gruppe in Deutschland beinhalten verbindliche Regelungen zum Wettbewerb zwischen bei der ABV angebotenen Vertretern der Allianz.

3.3.2.6 Kommunikation der Compliance-Regeln

Die Kommunikation der Compliance-Regeln an die Vermittler erfolgt über:

- § Verbindliche Mitteilungen.
- § Direkte E-Mails (im Bedarfsfall).
- § Information für Geschäftspartner (Drittvertriebe).
- § Nachtrag zur Courtagezusage für Versicherungsmakler und Vermittlungsvereinbarung für Mehrfachvertreter in 01/2014 sowie flankierend Artikel im Maklermagazin und weiteren Medien (z. B. in Jahresaufakttagungen).
- § Zugriff auf alle Richtlinien im Intranet der Allianz Deutschland Gruppe für gebundene Vermittler.
- § Fach- und Vorstandsrundschreiben.
- § Schulungsmaßnahmen der Compliance-Organisationen.

3.3.2.7 Maßnahmen zur Überwachung der Einhaltung

Der mit Compliance-Aufgaben befasste Bereich der ABV entwickelt die strategische Ausrichtung der vertrieblichen Compliance-Maßnahmen der Allianz Beratungs- und Vertriebs AG anhand der jeweils definierten Compliance-Ziele, der identifizierten Compliance-Risiken sowie der vorgegebenen Mindeststandards.

Verantwortlichkeiten und Meldepflichten sind in der Beschreibung des Compliance Management Systems dokumentiert.

Die Compliance-Organisation der ABV berichtet regelmäßig über die Einhaltung der Compliance-Bestimmungen an den ABV Vorstand. Der jährliche Bericht gliedert sich nach den Grundelementen eines Compliance-Management-Systems gem. IDW PS 980 und wird durch eine Vorgangsstatistik, einen Bericht zu ständigen Arbeiten und Schwerpunkten in der Help-Desk-Funktion sowie im Beschwerdemanagement ergänzt. Der schriftliche Bericht wird ergänzt um regelmäßige Gespräche des Chief Compliance Officers der ABV mit dem Vorstandsvorsitzenden der ABV.

3.3.2.8 Maklervertrieb

Die Auslegungshinweise des GDV zur Regel 3 (Compliance) sehen vor, dass Versicherungsmakler und Mehrfachvertreter den Anforderungen genügen, wenn sie im Rahmen ihrer Mitgliedschaft in einem Vermittlerverband (z. B. BVK, VDVM, VGA, VOTUM) die aufgestellten Compliance-Regelungen anerkennen. Die Verbandsmitglieder erkennen laut Satzungen im Rahmen ihrer Mitgliedschaft die Berufsregelungen der Verbände an. Darüber hinaus können sich die Makler und Mehrfachagenten auch eigene Compliance-Regeln geben, die die Versicherer akzeptieren können. Von diesen Möglichkeiten macht die Allianz Gebrauch.

Sollte ein Versicherungsmakler oder Mehrfachvertreter weder Verbandsmitglied sein, noch über eigene durch die Allianz anerkannte Compliance-Richtlinien verfügen, sind die Regelungen des GDV Kodex – konkretisiert durch den „Basis Kodex für Versicherungsvermittler“ – Geschäftsgrundlage der Zusammenarbeit mit diesen Vertriebspartnern. Hierzu erhielten alle Versicherungsmakler und Mehrfachvertreter im Januar 2014 einen Nachtrag zur Courtagezusage bzw. Mehrfachvertreter ein kaufmännisches Bestätigungsschreiben.

Hat ein Versicherungsmakler bzw. Mehrfachvertreter der Einbeziehung der Regelungen des GDV Verhaltenskodex (konkretisiert durch den „Basis Kodex für Versicherungsvermittler“) als Geschäftsgrundlage widersprochen, wurde nach einer Nachfrist die Zusammenarbeit mit ihm beendet.

Sollten beim Vermittler darüber hinaus Abweichungen zwischen dem Rechtsgedanken des Kodex und dem tatsächlichen Tun festgestellt werden, setzt ein Konsequenzenmanagement ein (vgl. Tz. 3.13), das ggf. zu einer Beendigung der Zusammenarbeit führen kann. Ansatzpunkt für eine Überprüfung des Vermittlers sind dabei (vermehrte) Kundenbeschwerden.

3.3.2.9 Direktvertrieb

Für die Mitarbeiter des Direktvertriebs (Markt Management / Digitaler Vertrieb) gelten die Compliance-Grundsätze der Allianz Deutschland inklusive der hierfür vorgesehenen Schulungen der Mitarbeiter.

Im Direktvertrieb über vorgeschaltete Preisvergleichsportale (die alle juristisch als Makler ausgestaltet sind) werden die hierfür erforderlichen Vorgaben ebenfalls eingehalten. Die Verankerung erfolgt durch entsprechende Verpflichtung des Maklers im jeweiligen Kooperationsvertrag bzw. durch dessen Mitgliedschaft in einem Vermittlerverband (vgl. Abschnitt zu Maklervertrieb oben).

3.3.2.10 Global Automotive

Für die Mitarbeiter von Global Automotive gelten die Compliance-Grundsätze der Allianz Deutschland Gruppe inklusive der hierfür vorgesehenen Schulungen der Mitarbeiter. Über die Vermittlungsverträge werden die Obervermittler auf die Einhaltung der entsprechenden Compliance-Regelungen verpflichtet.

3.3.2.11 GA Halle/Berlin

Die Compliance-Richtlinien und Regeln zur Informationssicherheit der Allianz sind Bestandteil der Arbeitsverträge der GA GmbH Halle/Berlin.

3.4 Beratungsdokumentation bei Abschluss

3.4.1 Anforderung des GDV-Kodex

Die ordnungsgemäße Dokumentation eines gesetzlich vorgeschriebenen Beratungsgesprächs ist von besonderer Bedeutung. Versicherungsunternehmen und ihre Vermittler gehen hierbei mit besonderer Sorgfalt vor. Das Dokument ist dem Kunden bei persönlicher Beratung im Falle des Abschlusses auszuhändigen. Zu beachten ist, dass der Gesetzgeber die Möglichkeit des Verzichts auf Dokumentation als Ausnahme vorgesehen hat.

3.4.2 Maßnahmen/Umsetzung der Allianz Deutschland Gruppe

3.4.2.1 Beratungsdokumentation in der ABV

Grundsätzlich obliegt dem Kunden die Entscheidung zwischen einem umfassenden Beratungsgespräch oder einer produktspezifischen Beratung. Die umfassende Beratung, beispielsweise im ABP-Beratungsprozess, ist als Angebot an den Kunden zu verstehen. Insofern kann keine umfassende Beratungsdokumentation ausgestellt und ausgehändigt werden, wenn auf eine ganzheitliche Beratung durch den Kunden verzichtet wurde.

Alle gebundenen Vermittler der Allianz, die angestellten Verkäufer im Angestelltenvertrieb sowie ausgewählte und geeignete Nebenberufsvertreter nutzen die Tarifierungssoftware AMIS: Angaben zur Beratungsdokumentation werden im AMIS-Antragsdialog eingegeben, entsprechende Fragefelder sind hinterlegt. Gleiches gilt für die Allianzmitarbeiter im Bankenvertrieb. Es gibt ein Anklick-Feld in AMIS, wenn der Kunde zu seinem Bedarf weitere Angaben machen möchte. Der Kunde gibt weiterhin Summe oder Beitrag vor. Zusätzlich nutzen immer mehr gebundene Vermittler den ABP: Hier wird eine Dokumentation der gesamten Beratung durch die ABP-Software erstellt. Endprodukt ist der Kundenstatus, den der Kunde erhält. Die Tarifierung erfolgt anschließend durch den AMIS-Baustein. Die Beratungsdokumentation enthält, den gesetzlichen Anspruch erfüllend, die Beratung zum Produkt.

Im AMIS ist die Beratungsdokumentation im Antragsprozess immer automatisch hinterlegt. Ein gesetzlich möglicher Verzicht auf eine Beratungsdokumentation muss dagegen gesondert angesteuert und auf einem Beiblatt vom Kunden unterschrieben werden. Ein Verzicht auf die Beratungsdokumentation ist deshalb in der Allianz äußerst selten.

Bei Beratungen durch Angestellte der kooperierenden Banken mit deren Beratungsprogrammen wird die Dokumentation durch eben diese Mitarbeiter erstellt und ausgehändigt. Im AMS erfolgt die Beratung und damit die Dokumentation durch AMIS.

Bei der Vermittlung von Versicherungs- und Vorsorgeprodukten durch die Bestandsbetreuung KVM erfolgt die AMIS-Beratungsdokumentation analog zur obigen Darstellung durch AMIS.

Eine Beratungsdokumentation wird rechtlich nur bei Abschluss eines Produktes verlangt.

Im ABP wird im Fall einer Beratung (mit oder ohne Abschluss) bei allen Pro 3-Beratungen die AMIS-Beratungsdokumentation softwaregestützt erstellt und kann an den Kunden/Interessenten versendet werden. Der mit dem ABP beratene Kunde erhält eine einheit-

liche, ausführliche und manuell erstellte Zusammenfassung des Beratungsgesprächs, den sogenannten „Kundenstatus“.

Durch elektronische Übermittlung der Beratungsdaten mit den Antragsdaten an den Innendienst und anschließenden automatischen Versand mit der Police an den Kunden ist sichergestellt, dass der Kunde nach dem Beratungsgespräch die Beratungsdokumentation auch tatsächlich erhält. Wenn der Vermittler im Produktbaustein auswählt, dass die Beratungsdokumentation durch ihn bereits ausgehändigt wurde, wird die Beratungsdokumentation nicht mehr durch die Gesellschaft mit der Police verschickt.

Die Bankberater der Santander Bank steigen über das Dashboard in die AMIS-Tarifierung ein und dokumentieren bei Abschluss entsprechend. Die Beratungsprotokolle werden an das Logistik und Service-Zentrum Berlin versandt und dort gespeichert.

3.4.2.2 Beratungsdokumentation im Maklervertrieb

Versicherungsmakler unterliegen – anders als Ausschließlichkeitsvertreter - einer eigenen (vertraglichen) Beratungsverpflichtung dem Kunden gegenüber und sind gemäß § 60 Abs.1 VVG verpflichtet, ihre Beratung auf eine hinreichende Anzahl von am Markt angebotenen Versicherungsprodukten und Versicherern zu stützen. Die Allianz Gesellschaften stellen den Versicherungsmaklern daher keine Beratungsdokumentation zur Verfügung. Im Beschwerdefall wird das Beratungsprotokoll vom Versicherungsmakler zur Prüfung der Kundenbeschwerde angefordert und überprüft.

Eine gleichlautende Regelung gilt für Beratungsprotokolle von Mehrfachvertretern. Mehrfachvertreter werden durch die Allianz darüber hinaus angewiesen, die Beratungsprotokolle unter Beachtung der gesetzlichen Aufbewahrungspflicht zu archivieren. Die Protokollierung des Verkaufsgesprächs liegt damit in der Verantwortung dieser Vermittler.

3.4.2.3 Beratungsdokumentation im Direktvertrieb

Im Direktvertrieb erfolgt der Abschluss regelmäßig selbständig durch den Kunden über die jeweilige Website (allsecur.de oder allianz.de) oder die Website eines Preisvergleichsportals (bspw. check24.de oder verivox.de) bzw. telefonisch oder postalisch. Auf expliziten Wunsch des Kunden kann auf ein Beratungsgespräch verzichtet werden. In diesen Fällen findet auch keine Gesprächsdokumentation statt und wird keine Beratungsdokumentation ausgehändigt. Bei Telefongesprächen erhält der Kunde bereits derzeit eine Beratung, jedoch ohne Beratungsdokumentation.

3.4.2.4 Beratungsdokumentation bei Global Automotive

Die Beratungsdokumentation ist prozessual im Automotive Portal hinterlegt und wird in jedem Fall automatisch mit dem Antragsdokument ausgedruckt.

Über die Vermittlungsverträge werden die Obervermittler verpflichtet, für eine Aushändigung des Beratungsprotokolls an den Kunden sowie Aufbewahrung einer Kopie Sorge zu tragen.

3.5 Beratung des Kunden auch nach Vertragsschluss

3.5.1 Anforderung des GDV-Kodex

„Die Beratung des Versicherungsnehmers nach Maßgabe seiner Wünsche und Bedürfnisse ist auch nach Vertragsschluss die Grundlage für eine nachhaltige Kundenbeziehung. Aus diesem Grund erfolgt, soweit ein Anlass für eine Beratung des Versicherungsnehmers erkennbar ist, eine solche auch nach Vertragsschluss während der Dauer des Versicherungsverhältnisses, insbesondere im Schaden- und Leistungsfall.“

3.5.2 Maßnahmen/Umsetzung der Allianz Deutschland Gruppe

In § 6 Abs. 4 S. 1 VVG ist eine nachvertragliche Beratungspflicht des Versicherungsunternehmens geregelt, die sich auf bestehende Versicherungsverträge bezieht. Die Forderung des GDV Verhaltenskodex betreffend Beratung des Kunden auch nach Vertragsschluss adressiert daher primär die Versicherungsunternehmen und deren aus dem Vertragsverhältnis entstehende Obliegenheit einer Beratung des Kunden, soweit ein Anlass für eine Beratung erkennbar ist. Ein Anlass besteht, wenn der Kunde Beratungsbedarf äußert oder dieser sich aus dem Versicherungsverhältnis heraus ergibt.

In zweiter Linie regt der GDV Verhaltenskodex in seinen Auslegungshinweisen an, die Vermittler hier einzubeziehen und ihnen dazu klare Handlungsanweisungen zu geben. Dies bedeutet, dass der Vermittler Kundenerklärungen entgegennimmt und Kundenfragen kompetent beantwortet oder weiterleitet.

Ergibt sich aus dem Versicherungsverhältnis heraus das Erfordernis einer erneuten Beratung, so ist diese vom Versicherer oder durch von ihm beauftragte Dritte zu erbringen. Um zu gewährleisten, dass dieser Verpflichtung entsprochen wird, haben die Sparten und Branchen der Allianz die Anweisung, den Kunden direkt anzusprechen. Der für den Kunden zuständige Vermittler erhält, soweit datenschutzrechtlich zulässig, eine Kopie des Schriftverkehrs der Allianz mit dem Kunden und wird so in die Lage versetzt, den Kunden auf den jeweiligen Sachverhalt anzusprechen und eine persönliche Beratung anzubieten.

Die Beratungsanlässe, die einen Schriftwechsel des Versicherers mit dem Kunden auslösen müssen, sind in der Allianz definiert und werden bei Bedarf aktualisiert. Beratungsanlässe, die eine Kommunikation des Versicherers mit dem Kunden auslösen können, werden im Produktentwicklungsprozess durch Marktmanagement identifiziert. Es wird sichergestellt, dass die entsprechenden Beratungsanlässe erkannt, geeignete Hinweise an die Kunden automatisch gesendet und in der Vorgangserfassung zum Vertrag dokumentiert werden. Durch kontinuierliche Monitoring-Prozesse in den Rechtsabteilungen der Allianz Deutschland wird gewährleistet, dass relevante gesetzliche Vorgaben und deren konkrete Anwendung aktuell bekannt sind und Änderungen durch Gesetze und Rechtsprechung zeitgerecht umgesetzt werden.

3.5.2.1 Maßnahmen in der ABV

Die Vertreter der ABV sind durch den Verhaltenskodex für Vertreter und über direkte vertretervertragliche Regelungen verpflichtet, die Allianz bei der laufenden Pflege des von ihnen betreuten Bestandes zu unterstützen und mitzuwirken, insbesondere bei der Entgegennahme, Bearbeitung und/oder Weiterleitung von Anliegen und Mitteilungen der Kunden. Weiter-

hin bei der Beratung der Kunden während der Laufzeit der vom jeweiligen Vermittler betreuten Verträge, insbesondere wenn ein Anlass für eine Nachfrage beim Kunden oder Beratung des Kunden erkennbar ist, sowie bei der Schaden-/Leistungsbearbeitung, wenn und soweit dies im Rahmen der Kundenbetreuung erforderlich ist.

Die Bestandsbetreuung KVM agiert bezüglich der betreuten Bestände analog.

3.5.2.2 Maßnahmen/Umsetzung im Maklervertrieb

Der Makler ist auf Grund des mit dem Kunden bestehenden Maklervertrags für die anlassbezogene Beratung aus eigener Verpflichtung verantwortlich, Beratungsanlässe zu erkennen (§§ 6 Abs.4, 6 VVG). Die Pflicht zur Unterstützung des Kunden durch den Makler im Schadens- / Leistungsfall ergibt sich also aus dem Maklervertrag zwischen Kunde und Makler.

Makler werden aber auch von der Allianz über rechtliche oder vertriebliche Beratungsanlässe informiert. Insoweit bekommen Makler die gleichen Hinweise wie Vertreter. Zudem unterstützt die Allianz als Förderer die Brancheninitiative „Arbeitskreis Beratungsprozesse“, die den ungebundenen Vermittlern seit Jahren neutrale Beratungshilfen zur anlassbezogenen Beratung zur Verfügung stellt.

Mehrfachvertreter sind angewiesen, die nachvertragliche Beratungspflicht als Erfüllungshilfe des Versicherers zu erfüllen. Die Mehrfachvertreter wurden im Januar 2014 durch eine Information für Geschäftspartner erneut auf die rechtlichen Anforderungen an eine korrekte Beratung, auch nach Vertragsschluss, hingewiesen und für die Thematik sensibilisiert.

3.5.2.3 Maßnahmen/Umsetzung im Direktvertrieb

Im Direktvertrieb (AllSecur) erfolgt die Betreuung des Kunden durch die Versicherungsgesellschaft selbst. Ergibt sich aus dem Versicherungsverhältnis heraus das Erfordernis einer Beratung, gelten auch hier die allgemeinen Grundsätze der Beratung der Allianz Deutschland Gruppe (vgl. Ausführungen unter Tz. 3.5.2).

Im Direktvertrieb (Allianz Deutschland) via Allianz.de, Telefon oder Direktmailing wählt der Kunde die von ihm gewünschte Betreuungsform aus: Er kann einen Vertreter als Ansprechpartner auswählen oder die Betreuung durch die Versicherungsgesellschaft (Direktbetreuung) wählen.

3.5.2.4 Maßnahmen/Umsetzung bei Global Automotive

Da es sich um einen reinen Kfz-Versicherungsbestand handelt, ist eine nachträgliche Beratung nur selten notwendig.

Eine Beratung bei konkreten Anlässen erfolgt bei Anrufen des Kunden bei zentralisierten Kraft-Betrieb-Einheiten oder über das Autohaus im Rahmen von Werkstattbesuchen. Im Regelfall erfolgt die Schadenmeldung, Behebung des Schadens und Abrechnung mit der Allianz Versicherungs-AG in einer für den Kunden optimierten Weise direkt durch das Autohaus.

3.5.3 Anforderung der Leitlinien der Privaten Krankenversicherung für einen transparenten und kundenorientierten Tarifwechsel an die APKV

„Der Umstand, dass es sich um eine Auswahl handelt, muss benannt werden. Die Auswahl soll verkaufsoffene und andere, bestandsstarke Tarife umfassen. Je nach Unternehmensgröße und –historie müssen die Schwellenwerte für die Bestandsgröße vom Unternehmen individuell festgelegt werden.

Die der Auswahl zugrunde liegenden Kriterien müssen den Grundsätzen dieses Leitfadens entsprechen und sie müssen die gesetzlichen Bestimmungen berücksichtigen, insbesondere § 12 der Kalkulationsverordnung, wonach sich das gesetzliche Tarifwechselrecht nur auf Tarife mit „gleichartigem Versicherungsschutz“ bezieht, sowie den § 6 Abs. 2 der VVG-Informationspflichtenverordnung mit den entsprechenden zusätzlichen Informationspflichten bei Beitragsanpassungen. Die Auswahlkriterien und das darauf basierende Auswahlverfahren sind auf ihre Vereinbarkeit mit dem Leitfaden und den gesetzlichen Anforderungen durch eine Wirtschaftsprüfungsgesellschaft im Rahmen einer Angemessenheitsprüfung zu prüfen. Zur Sicherung bestmöglicher Transparenz und Verständlichkeit stellt das Versicherungsunternehmen Tarifalternativen derart dar, dass dem Versicherten ein Überblick über die Gruppe der gleichwertigen Tarife sowie über die Gruppe der Tarife mit höherem und niedrigerem Leistungsniveau möglich ist.

Der Versicherer teilt dem Versicherten für die ausgewählten Zieltarife den unter Anrechnung der vorhandenen Alterungsrückstellung zu zahlenden Beitrag mit. Bestehende und die sich aus einer Risikoprüfung ergebenden Risikozuschläge bleiben davon unberührt.“

3.5.4 Maßnahmen/Umsetzung der APKV

3.5.4.1 Tarifauswahl im Tarifberater in Meine Allianz

Zur transparenten Beratung im Tarifwechsel nach §204 VVG stellen wir unseren Kunden im Kundenportal „Meine Allianz“ einen Tarifberater Online zur Verfügung (zu erreichen unter meine.allianz.de). Dieser greift auf das gesamte Spektrum an Tarifen in der Heilkostenvollversicherung zurück. Die Auswahl der Tarife orientiert sich insbesondere an den Kundenwünschen zur individuellen Leistungsabsicherung, die der Tarifberater Online vom Kunden abfragt. Dem Kunden werden alle Tarife inkl. Leistungen und Beiträge (unter Anrechnung der vorhandenen Alterungsrückstellungen) angezeigt, die auf seine Auswahl passen. Bei der Tarifauswahl finden die gesetzlichen Regelungen zum Tarifwechsel Anwendung.

Der Tarifberater Online wurde im Zuge einer von der APKV initiierten Marktforschung entwickelt und ist das Kernelement unseres ganzheitlichen und transparenten Beratungsansatzes zum Tarifwechsel in der Heilkostenvollversicherung.

Der Tarifberater Online bedient die häufigsten Motive für einen Tarifwechsel über zwei verschiedene Beratungsansätze, Angebotsstrang und Beratungsstrang. Selbstverständlich kann der Kunde beide Stränge durchlaufen. Der Angebotsstrang gibt einen Überblick über gleichwertige Tarife, der Beratungsstrang zeigt neben gleichwertigen Tarifen auch Tarife mit höherem und niedrigerem Leistungsniveau auf.

Im Angebotsstrang erhält der Kunde Alternativen mit einer Beitragsersparnis bei weitestgehendem Leistungserhalt ohne Gesundheitsprüfung. Dieser Strang bedient den durch die

Marktforschung bestätigten Kundenwunsch nach Tarifalternativen mit Beitragsersparnis. Kunden erhalten hier günstigere Alternativen, ohne grundlegende Einschränkungen in Ihrem bestehenden Versicherungsschutz.

Der Beratungsstrang bietet die Möglichkeit, die Leistungen der bestehenden Heilkostenvollversicherung im Hinblick auf mögliche Höher- und Niederstufungen zu überprüfen. Die APKV bedient damit den Kundenwunsch nach einer Leistungsüberprüfung, der im Rahmen einer Marktforschung mit PKV Kunden bestätigt wurde.

Grundlage für die Auswahl der Tarife sind Kundenantworten zum gewünschten Absicherungsniveau in sechs Leistungsmerkmalen: Ambulante Absicherung, Stationäre Absicherung, Absicherung im Zahnbereich, Direktzugang zum Facharzt, Heilpraktiker und Selbstbehalt. Alle Tarife, die auf die Kundenauswahl passen, werden dem Kunden angezeigt. Der Tarifberater Online berücksichtigt die kundenindividuelle Versicherungsfähigkeit der Tarife. Das Ergebnis beider Beratungsansätze ist eine Ergebnisseite mit kundenindividuellen Tarifen, inkl. der wichtigsten Leistungsmerkmale und der zu zahlenden Beiträge. Zudem hat der Kunde die Möglichkeit, weitere Leistungsmerkmale im Vergleich abzurufen. Dabei handelt es sich um einen ausführlichen, tabellarischen Leistungsvergleich aller relevanten Leistungskriterien zwischen dem bestehenden Quelltarif und einem potentiellen Zieltarif. Über den Tarifberater Online erhält der Kunde in Form von FAQ Informationen über die Regelungen im Bereich Tarifwechsel.

Im Anschluss an den Tarifberater Online hat der Kunde die Möglichkeit, unsere Kundenbetreuung telefonisch zu kontaktieren, oder eine Anfrage mit einem Wunsch nach Beratung an seinen Vermittler zu senden. Dabei wird die Ergebnisseite an den Vermittler weitergeleitet, damit dieser mit seiner Beratung an die Kundenauswahl anknüpfen kann. Mit dem Tarifberater Online geben wir dem Kunden die Möglichkeit, sich umfassend über für ihn passende Tarife zu informieren.

3.5.4.2 Tarifauswahl in der Fachberatung und im Kundenservice

Jede Anfrage zum Tarifwechsel wird gemäß der Leitlinie für einen transparenten und kundenorientierten Tarifwechsel bedient. Der Kunde kann den Kundenservice telefonisch oder schriftlich kontaktieren. Die Tarifauswahl orientiert sich an den Kundenwünschen. Der Prozess ist über Arbeitsanweisungen geregelt und wird geschult. Zudem finden regelmäßige Qualitätskontrollen statt.

In der Ergebnisdarstellung für den Kunden werden Tarifalternativen mit Beiträgen unter Anrechnung der Alterungsrückstellungen dargestellt. Die Kundenwünsche, die der Tarifauswahl zu Grunde gelegt wurden, sind dokumentiert. Zusätzlich erhält der Kunde von unseren Mitarbeitern einen Hinweis, dass es sich um eine Tarifauswahl handelt und eine Beratung zu weiteren Tarifen im Tarifberater Online in Meine Allianz möglich ist. Auf den Tarifberater Online verweisen wir auch in unseren Beitragsanpassungsschreiben.

3.6 Bei Abwerbungen bzw. Umdeckungen von Versicherungsverträgen ist das Kundeninteresse zu beachten

3.6.1 Anforderung des GDV-Kodex

„Die Abwerbung von Versicherungsverträgen ist nur mit wettbewerbskonformen Mitteln zulässig. Der Kunde ist zu bereits bestehenden Versicherungsverträgen zu befragen. Besonders im Bereich der Lebens- und Krankenversicherung kann eine Abwerbung von Versicherungsverträgen oft mit erheblichen Nachteilen für den Kunden verbunden sein. Der Kunde ist in jedem Fall über eventuelle Nachteile konkret aufzuklären. Dies ist Bestandteil der Beratungsdokumentation“

3.6.2 Maßnahmen/Umsetzung der Allianz Deutschland Gruppe

Im Bereich der Lebens- und Krankenversicherung entstehen im Falle einer Abwerbung oder Umdeckung ggf. bereits durch die Tarifierung Nachteile (höheres Eintrittsalter, erneute implizite Belastung mit Abschlusskosten, erneute Gesundheitsprüfung etc.), über die der Kunde aufzuklären ist. In AMIS erfolgt in Leben, Kranken und UBR ein expliziter Hinweis an den Berater auf diese möglichen Nachteile. Bei Umdeckungen im Sachversicherungsbereich können die Nachteile lediglich in unterschiedlichen Produktmerkmalen bestehen, die dem Kunden bereits durch das PIB und durch den Berater mit Hilfe der AMIS-Produktdokumentation ausführlich erläutert werden.

3.6.2.1 Abwerbung/Umdeckung in der ABV

Definierte Vorgaben zu Abwerbungen und Umdeckungen sind:

- § Die Wettbewerbsrichtlinien (Besonderer Teil, „Thema Ausspannung von Versicherungen“) als Vertragsbestandteil des VT-Vertrages verlangen in der Lebens- und Krankenversicherung die Aufklärung des VN über konkrete Nachteile.¹
- § Der Verhaltenskodex für Vertreter regelt, dass bereits bestehende Versicherungsverträge des Kunden bei der Beratung zu berücksichtigen sind und weist darauf hin, dass besonders im Bereich der Lebens-, UBR- und Krankenversicherung eine Abwerbung von Versicherungsverträgen oft mit Nachteilen für den Kunden verbunden sein kann. Der Kodex gibt explizit vor, dass Kunden in jedem Fall über eventuelle Nachteile konkret aufzuklären sind.
- § Eine Abwerbung/Umdeckung der Versicherungsverträge eines Kunden von einem Allianz-Vertreter zu einem anderen Allianz-Vertreter wird durch die Respektierungsgrundsätze der Allianz (Bestandteil des Vertretervertrages) grundsätzlich untersagt.
- § In den Beratungsprotokollen Leben, Kranken und UBR ist im Falle von Abwerbung oder Umdeckung von Fremd- und Allianz Verträgen ein obligatorisches Ankreuzfeld vorgesehen, das im Protokoll einen Hinweis auf eventuelle Nachteile des Neuabschlusses steuert.
- § Diese Vorgaben gelten für alle in der ABV implementierten Vertriebswege. Bei Anwendung von bankspezifischer Beratungssoftware wird gesondert auf eventuelle Nachteile hingewiesen.

¹ Vgl. Wettbewerbsrichtlinien der Versicherungswirtschaft, Besonderer Teil, A. Lebensversicherung I.48. „Unzulässigkeit der Ausspannung“; B. Krankenversicherung I. 65. „Unzulässigkeit der Ausspannung“

§ Die Bestandsbetreuung KVM ist ausschließlich im Rahmen von bestandserhaltenden Maßnahmen und im Ausbau der bestehenden Kundenverbindung vertrieblich tätig, soweit dies fernmündlich sinnvoll beraten werden kann. Abwerbungen oder Umdeckungen werden nicht betrieben.

3.6.2.2 Abwerbung/Umdeckung im Maklervertrieb

Der Makler ist zur Wahrung der Interessen des Kunden besonders verpflichtet – demnach besteht bei Verstößen (entstandener Nachteil beim Kunden durch Abwerbung/Umdeckung) grundsätzlich eine Schadensersatzpflicht des Maklers gegenüber dem Kunden.

Nach der Standard-Vermittlungsvereinbarung für Mehrfachvertreter werden auch diese zur Einhaltung der Wettbewerbsrichtlinien der Versicherungswirtschaft verpflichtet, mithin auch auf die Einhaltung der dortigen Regeln zur Abwerbung und Umdeckung von Versicherungen. Zusätzlich wurden die Mehrfachvertreter im Januar 2014 durch eine Information für Geschäftspartner erneut auf die rechtlichen Anforderungen an eine korrekte Beratung, insbesondere bei Abwerbungen/Umdeckungen, hingewiesen.

Interne Regelungen verhindern darüber hinaus eine Abwerbung und einen für den Kunden nachteiligen Neuabschluss innerhalb der Allianz (durch die Storno/Neu-Regelung und verlängerte Haftzeiten im Bereich der Lebens- bzw. Krankenversicherung).

3.6.2.3 Abwerbung/Umdeckung im Direktvertrieb

Der Vertrieb der AllSecur umfasst ein eingeschränktes und vereinfachtes Produktportfolio mit Kfz-, Hausrat-, Privathaftpflicht-, Risiko-Lebens- und Zahnzusatzversicherung. Auch auf Allianz.de ist nur ein eingeschränktes Portfolio (z.B. Kfz-, Risikoleben-, Zahnzusatz-, Reisekranken-, Hausrat-, Rechtsschutzversicherung) online abschließbar. Das Geschäftsmodell ist geprägt durch Eigeninitiative des Kunden und dem selbständigen Abschluss des Vertrages.

Es besteht demnach nur ein sehr geringes Risiko ungerechtfertigter Umdeckungen (keine kapitalbildenden Versicherungen; kein "Push-Vertrieb").

Diese Ausführungen gelten analog für den Vertrieb über Preisvergleichsportale.

3.6.2.4 Abwerbung/Umdeckung bei Global Automotive

Das Geschäftsmodell von Global Automotive bezieht sich grundsätzlich auf den Versicherungsabschluss beim Fahrzeugkauf (Neugeschäft), daher werden nur in sehr geringem Maße bestehende Versicherungen abgeworben. Im Kfz-Versicherungsbereich birgt auch ein regelmäßiger Wechsel des Versicherers im Regelfall keine nachteiligen Folgen für den Verbraucher, demnach kommen Versicherungsverwechsel in diesem Bereich regelmäßig vor.

Die Wettbewerbsrichtlinien der Versicherungswirtschaft sind sowohl in den Oberversicherungsverträgen mit den Versicherungsdiensten als auch in den Unterversicherungsverträgen mit den Autohäusern verankert.

3.7 Eindeutige und klare Legitimation von Vertretern, Maklern und Beratern gegenüber dem Kunden

3.7.1 Anforderung des GDV-Kodex

Alle Vermittler haben ihren Status gegenüber dem Kunden beim Erstkontakt unaufgefordert klar und eindeutig offenzulegen. Versicherungsvertreter haben gegenüber dem Kunden das bzw. die Auftrag gebenden Versicherungsunternehmen bzw. die Vertriebsorganisation, in deren Namen sie tätig werden, zu benennen.

3.7.2 Maßnahmen/Umsetzung der Allianz Deutschland Gruppe

3.7.2.1 Legitimation in der ABV

Die registrierten AO Vermittler und gewerbsmäßig tätige und damit ebenfalls registrierte Nebenberufsvertreter verwenden durchgehend Visitenkarten mit einem Hinweis auf den Ombudsmann und die Tätigkeit als gebundener Vermittler, einschließlich eines Hinweises auf die Zugehörigkeit zur ABV. Gleiches gilt für alle angestellten Verkäufer. Der Verhaltenskodex für Vertreter verweist explizit auf die Informationsverpflichtung als Ausschließlichkeitsvertreter und verpflichtet die „Ausschließlichkeitsvertreter, jedem Neukunden beim ersten Geschäftskontakt Informationen zu ihrer Person und Vertreter Tätigkeit in Textform zur Verfügung zu stellen.“

Dies wurde weiterhin durch die Verbindliche Mitteilung „Umsetzung des neuen Vermittlerrechts im Allianz Vertrieb“ vom 19. Mai 2007 und nachfolgend mit weiteren Verbindlichen Mitteilungen (bspw. betreffend Firmierungsänderungen) angewiesen.

Weiterhin sind die Wettbewerbsrichtlinien der Versicherungswirtschaft Vertragsbestandteil der AO-Vertreterverträge. Insofern gilt, dass die Firmierung der Versicherungsunternehmen und der selbstständigen Vermittler den Geschäftsgegenstand klar, vollständig und richtig erkennen lassen soll. Eine Firmierung, die über die Vermittlereigenschaft täuschen kann, ist unzulässig.²

Im Erstkontakt zum Thema Versicherungen wird den Kunden vom Vermittler ein Informationsblatt mit allen nach der Versicherungsvermittlungsverordnung vorgeschriebenen Hinweisen ausgehändigt (Art des Vermittlers mit Registrierungsnummer und Hinweis auf Ombudsmann, Schlichtungsstelle und Registerbehörde).

KVM ist ausschließlich bei bestehenden Kundenverbindungen tätig. Die Kunden werden schriftlich informiert, wenn ihre Versicherungsverträge zur Betreuung an KVM übertragen werden und haben die Gelegenheit, dem zu widersprechen.

² Vgl. Tz. 24 der Wettbewerbsrichtlinien der Versicherungswirtschaft

3.7.2.2 Legitimation im Maklervertrieb

Versicherungsmakler haben eigenverantwortlich die Informationspflichten gemäß § 11 VersVermV (Verordnung über die Versicherungsvermittlung und –beratung) zu beachten. Sie erfüllen diese Pflichten in der Praxis regelmäßig durch Überlassung einer Visitenkarte an den Versicherungsnehmer, auf der insbesondere auch die IHK-Registernummer des Versicherungsmaklers abgedruckt ist.

Ein Verstoß gegen die Informationspflichten stellt gemäß § 18 VersVermV eine Ordnungswidrigkeit dar, die mit einem Bußgeld sanktioniert werden kann.

Mehrfachvertreter, die suggerieren Makler zu sein, setzen sich der Gefahr aus, als sog. „Scheinmakler“ (vgl. § 59 Abs. 3 S. 2 VVG) behandelt zu werden – dies kann den existenzgefährdenden Verlust des Haftpflichtversicherungsschutzes zur Folge haben.

In Fällen, in denen sich aus einer Beschwerde oder aus sonstigen Feststellungen Unklarheiten ergeben können, wird der jeweilige Vermittler von der Allianz um Klarstellungen ersucht.

Die Standardvermittlungsvereinbarung für Mehrfachvertreter verpflichtet zur Einhaltung der gesetzlichen Informationspflichten. Dazu gehört auch die Information des Versicherungsnehmers gemäß § 11 VersVermV und damit die Offenlegung des Status als Mehrfachvertreter.

Ergänzend verpflichtet die Standardvermittlungsvereinbarung Mehrfachvertreter zur Einhaltung der Wettbewerbsrichtlinien der Versicherungswirtschaft. Tz. 24 der Wettbewerbsrichtlinien der Versicherungswirtschaft gilt unmittelbar auch für Mehrfachvertreter.

Bestehen Anhaltspunkte dafür, dass ein Makler oder Mehrfachvertreter sich nicht richtig legitimiert, wird dies innerhalb des im Maklervertrieb eingerichteten Integrity Committees besprochen und bei Bedarf werden Maßnahmen eingeleitet.

Sorgt der Makler oder Mehrfachvertreter nicht für Klarheit hinsichtlich seines Status gegenüber den Kunden, kann dies die Beendigung der Zusammenarbeit zur Folge haben.

3.7.2.3 Legitimation im Direktvertrieb

Über die Vertriebskanäle im Direktvertrieb (AllSecur, allianz.de, Vergleichsportale, Telefon-/Direktmailingverkauf) ist das relevante Versicherungsunternehmen beim Erstkontakt klar genannt und erkennbar.

Bei den Produkten Risikoleben und Zahnzusatz wird der User auf den Seiten des Abschlussdialogs über den Status informiert. Der Text bei Zahnzusatz auf allsecur.de lautet beispielsweise:

„Die AllSecur Deutschland AG, ein Unternehmen der Allianz, unterbreitet Ihnen mit dieser Versicherung ein Angebot der Allianz Private Krankenversicherung-AG (Risikoträger).“

Im Vertrieb über Preisvergleichsportale wird die eindeutige Legitimation in der oben genannten Weise durch Vertragsnachträge mit den jeweiligen Partnern fest vereinbart. Darin ist geregelt, dass aus dem Onlineauftritt der Portale klar hervorgehen muss, für welche Versicherungsgesellschaft ein Portal vermittelt und welchen Status es aufweist.

3.7.2.4 Legitimation bei Global Automotive

Im Downloadbereich des Portals wird ein standardisiertes Formular "Visitenkarte" bereitgestellt. Die Ergänzung und der Ausdruck erfolgen durch den einzelnen Verkäufer. Die Übergabe erfolgt dann bei Erstkontakt mit dem Kunden. Über die Vermittlungsverträge werden die Obervermittler verpflichtet, für eine ordnungsgemäße Legitimation gegenüber den Kunden Sorge zu tragen.

3.7.2.5 Legitimation bei GA Halle/Berlin

Im Telefonvertrieb (Outbound) über die GA Halle/Berlin legitimieren sich die Mitarbeiter klar als Zugehörige der Allianz.

3.8 Hoher Stellenwert der Vermittlerqualifikation

3.8.1 Anforderung des GDV-Kodex

Die Versicherungsunternehmen stellen eine hochwertige Ausbildung der Vermittler sicher. Sie arbeiten nur mit qualifizierten und gut beleumdeten Vermittlern zusammen. Die Einholung einer Auskunft bei der Auskunftsstelle für den Versicherungsaußendienst (AVAD) ist Pflicht. Über die gesetzlich vorgeschriebene Qualifizierung selbstständiger Versicherungsvermittler hinaus haben sich die Versicherungsunternehmen im Manteltarifvertrag verpflichtet, auch den angestellten Werbeaußendienst durch die Ablegung einer IHK-Prüfung entsprechend zu qualifizieren. Die stetige Weiterbildung der Versicherungsvermittler ist in der Versicherungswirtschaft Standard. Die Versicherungsunternehmen arbeiten nur mit Versicherungsvermittlern zusammen, die sich laufend fortbilden und dies auch nachweisen.

3.8.2 Maßnahmen/Umsetzung der Allianz Deutschland Gruppe

3.8.2.1 Maßnahmen in der ABV

Die Zuverlässigkeitsprüfung von Vermittlern der AO und aller Außendienstangestellten der ABV (inkl. Mitarbeiter im Bankenvertrieb, des AMS und von NV) erfolgt vor Abschluss des Vermittler- oder Arbeitsvertrages und weiterhin anlassbezogen, sofern Auffälligkeiten während des Vertragsverhältnisses auftreten. Die Durchführung der Zuverlässigkeitsprüfung ist durch Rundschreiben vom 24.02.2014 vorgeschrieben. Sie umfasst:

- § Einholung und Auswertung einer Auskunft der Auskunftsstelle für den Versicherungs-/Bausparkassen-Außendienst und Versicherungsmakler in Deutschland e.V. (AVAD).
- § Einholung eines aktuellen Gewerbezentralregisterauszugs, wenn der Bewerber früher bereits als Selbstständiger tätig war.
- § Vorlage eines behördlichen Führungszeugnisses.
- § Einholung und Auswertung einer aktuellen SCHUFA-Auskunft (die Geschäftsstelle bzw. vertragsführende Stelle veranlasst die Anfrage nach Einholung der „Einwilligung zum Datenaustausch mit der SCHUFA“).

Vertreter sind entsprechend verpflichtet, Zuverlässigkeitsprüfungen für ihre eigenen Mitarbeiter durchzuführen. Die hierzu einschlägige Verbindliche Mitteilung „Qualifikation und Zuverlässigkeit bei Außendienstmitarbeitern und Untervermittlern von Agenturen“ ist Bestandteil des Vertretervertrages.

Für Personen mit abgeschlossener Berufsausbildung, die sich beruflich weiterentwickeln möchten, existiert die Allianz Vertriebsausbildung (AVA):

- § Die AVA vermittelt den Teilnehmern umfangreiche Kenntnisse in den Produktbereichen Versicherung, Vorsorge und Vermögen. Darüber hinaus werden die aktuellen rechtlichen Rahmenbedingungen für die Tätigkeit als Verkäufer vermittelt.
- § Die AVA dauert insgesamt 24 Monate; sie besteht aus 14 Präsenztrainings (Seminare) und 13 Praxisphasen im Verkauf. Im Verlauf der AVA legen die Teilnehmer zwei staatlich anerkannte IHK-Sachkundeprüfungen ab. Im neunten Monat der Ausbildung wird die Prüfung zum „Versicherungsfachmann (m/w)“ abgelegt und im 15. Monat die Prüfung zum „Finanzanlagenfachmann (m/w)“.

§ Seit dem 1. April 2013 wird im Rahmen der AVA nur noch der Allianz Beratungsprozess (ABP) geschult, der auf eine ganzheitliche Kundenbetreuung abzielt.

Versicherungsvermittler, die bereits einen entsprechenden Abschluss haben, absolvieren das Allianz Training für Versicherungsfachleute (ATV):

- § Durch die ATV werden Vermittler ausgebildet, die u.a. von anderen Versicherungsunternehmen zur Allianz wechseln.
- § Ziel der ATV ist die schnelle Einarbeitung in die Beratungsphilosophie der Allianz, deren Produkte sowie die Anwendung des ganzheitlichen Beratungsansatzes.
- § Die Einarbeitung zu Produkten für Privatkunden dauert drei Monate und besteht aus Seminaren und Praxisphasen.
- § Im Anschluss werden Qualifizierungsmaßnahmen im Firmenbereich angeboten. Diese werden gemeinsam mit den Teilnehmern der Allianz Vertriebsausbildung durchlaufen.
- § Zusätzlich müssen alle ATV -Teilnehmer ohne Qualifikation im Bereich Finanzanlagen die staatlich anerkannte Sachkundeprüfung zum Finanzanlagenfachmann (m/w) vor der IHK ablegen. Hierzu nehmen die Teilnehmer an der entsprechenden Prüfungsvorbereitung der Allianz Vertriebsausbildung teil.

Im Bereich der Vertriebsfortbildung sind die wesentlichen Maßnahmen:

- § Über das Portal der Allianz Außendienst Akademie können Vertreter und angestellte Vermittler selbstständig weiterführende Seminarangebote auswählen und buchen.
- § Die Allianz unterstützt die Weiterbildungsinitiative des GDV (BIW). Eine Teilnahme an der Weiterbildungsinitiative durch den AO-Vertreter ist im überarbeiteten Vertretervertrag für neue AO-Vertreter verpflichtend enthalten. Die übrigen Vertreter und alle angestellten Außendienstmitarbeiter, die als Primärverkäufer tätig sind, werden per Verbindlicher Mitteilung zur Teilnahme an der BIW verpflichtet. Die Umsetzung der BIW ist in der Verbindlichen Mitteilung „Initiative „gut beraten“ - Weiterbildung der Versicherungsvermittler in Deutschland“ vom 30. Dezember 2013 geregelt.
- § Vertreter, die der BIW nicht beitreten, müssen jährlich alternative, individuelle Nachweise über geleistete Weiterbildung erbringen.
- § Sofern sich in der täglichen Zusammenarbeit herausstellt, dass ein Vertreter nicht qualifiziert ist (durch den Innendienst, in der Aufsicht durch die Geschäftsstelle oder durch Beschwerden), kommen die Vertriebsführungskräfte der Geschäftsstellen ihrer Aufsichtspflicht nach. Dies erfolgt durch Ermahnung, eigene Schulungsmaßnahmen und bei grundsätzlicher Obstruktion auch durch Abmahnungen bis hin zur Vertragskündigung.
- § Nebenberufsvertreter werden durch die LVR/KVR gemäß ihrem Tätigkeits- und Anforderungsprofil geschult. Bildungsmaßnahmen sind für Neueinstellungen obligatorisch und bestehen aus mindestens 2 Bausteinen. Bestehende NV werden bei Bedarf ebenfalls in diesen Bausteinen geschult. Die Qualifizierungsmaßnahmen müssen anschließend in der Vertreterakte dokumentiert werden. Die Mitarbeiter der Bestandsbetreuung KVM müssen über eine vollständige Ausbildung als geprüfter Versicherungsfachmann oder Vergleichbares verfügen. Ihre Weiterbildung wird durch Integration der Weiterbildungsmaßnahmen der AO gewährleistet.

3.8.2.2 Maßnahmen im Bankenvertrieb

Die Zuverlässigkeit ihrer eigenen Mitarbeiter überprüfen die Banken aufgrund der regulatorischen Vorgaben für Kreditinstitute.

Für die in den Banken eingesetzten Versicherungsspezialisten der Allianz gelten hinsichtlich Aus- und Weiterbildung die gleichen Grundsätze wie für die AO.

Bankmitarbeiter der OLB, der Commerzbank und der Santander Bank erhalten, bevor sie zu Allianz-Produkten beraten dürfen, eine den Anforderungen entsprechende, zielgerichtete und sachkundeorientierte Ausbildung durch die Kooperationspartner in Abstimmung mit den Branchen der Allianz Deutschland AG.

Bei der Santander Bank haben wir gemeinsam mit der eLearnig Manufaktur und unter Mitwirkung der AAA und der Produktgeber ein digitales Lernkarten-System aufgebaut, welches den Mitarbeitern ein örtliches und zeitlich ungebundenes Lernen der Produkte und Prozesse bei der Allianz (AZL) ermöglicht. Gemeinsam mit dem BR der Santander Bank wurde ein Messsystem etabliert, das es der Santander Bank ermöglicht, den Lernfortschritt jedes einzelnen Mitarbeiters individuell zu tracken und nachzuhalten.

Der Genossenschaftsverband Bayern hat als Prüfungsverband der Volks- und Raiffeisenbanken in Bayern einen eigenen Verhaltenskodex für die Versicherungsvermittlung der angegliederten Banken verfasst. Dieser Kodex lehnt sich inhaltlich an den GDV-Kodex an. Die VR-Banken in Bayern machen sich damit die Forderungen des GDV-Kodex in weitgehendem und abgestimmtem Umfang zu eigen.

Im Vertriebsvertrag mit der Commerzbank und der OLB ist vereinbart, dass die Bank ihren Mitarbeitern, die innerhalb der Banken direkt bei der Versicherungsvermittlung mitwirken, Kenntnisse vermittelt, die den Anforderungen der vermittelten Produkte entsprechen. Dies bestätigen die Commerzbank und die OLB durch ein jährliches Accountability Statement.

Die Santander Bank wird erstmalig für das Geschäftsjahr 2017 ein Accountability Statement abgeben.

3.8.2.3 Maßnahmen im Maklervertrieb

Die Maklervertriebe der Allianz Gesellschaften arbeiten nur mit Versicherungsmaklern und Mehrfachvertretern zusammen, welche die Voraussetzungen der Zuverlässigkeitsprüfung erfüllen. Dies sind:

- § Vorhandensein einer Registrierung als ungebundener Versicherungsvertreter oder Versicherungsmakler im Vermittlerregister (www.vermittlerregister.info). Vor der Erteilung der Gewerbeurteilung und damit einem Eintrag ins Vermittlerregister prüft die zuständige IHK: Behördliches Führungszeugnis, Gewerbezentralregisterauszug, geordnete Vermögensverhältnisse des Versicherungsvermittlers, Vorliegen einer Berufshaftpflichtversicherung, Sachkunde mit Nachweis einer Basisqualifikation.
- § Vorliegen einwandfreier AVAD-Auskunft: Die AVAD-Auskunft gibt Aufschluss darüber, ob besondere Sachverhalte gegen den Vermittler vorliegen, bspw. ob es in der bisherigen Tätigkeit zu einschlägigen Straftaten gekommen ist.
- § Vorliegen einer Wirtschaftsauskunft (bspw. Bürgel) ohne Negativmerkmale. Die Einholung von Wirtschaftsauskünften dient der Beurteilung der wirtschaftlichen Liquidität des Vermittlers und wird in Form einer Kennziffer eingeschätzt.

Darüber hinaus findet eine laufende Zuverlässigkeitsprüfung des Maklers nach Begründung der Zusammenarbeit statt, z.B. durch einen regelmäßigen Abgleich der sog. DIHK-Löschliste. Mit dieser Löschliste werden dem Versicherer von der DIHK diejenigen Versicherungsvermittler gemeldet, denen durch die IHK die Gewerbeurteilung wieder entzogen wur-

de. Wurde einem Versicherungsvermittler die Gewerbeerlaubnis entzogen, wird die Zusammenarbeit mit ihm beendet.

Weiterhin erhalten die Maklervertriebe über einen regelmäßigen Datenaustausch von der AVAD Informationen über den Makler oder Mehrfachvertreter.

Über den Versicherungsvermittler werden anlassbezogen während der laufenden Zusammenarbeit Wirtschaftsauskünfte dann eingeholt, wenn es zu Rechtsformänderungen, Änderungen in der Geschäftsführung oder zu Auffälligkeiten in der Zusammenarbeit kommt.

Die Maklervertriebe der Allianz arbeiten zudem nur mit Vermittlern zusammen, die eine gewisse Mindestproduktion erwarten lassen. Eine solche ist nur mit entsprechend professionellen Geschäftsprozessen zu erreichen. Zu den professionellen Geschäftsprozessen gehört auch die regelmäßige und stetige Fortbildung. Ein ungebundener Vermittler, der sich nicht bereits innerhalb des Marktes fortbildet, kann seine Tätigkeit nicht erfolgreich ausüben, da er die notwendigen aktuellen Kenntnisse nicht erwarten lässt.

Makler und Mehrfachvertreter bilden sich dazu bei Bildungsanbietern und auch verschiedenen Versicherungsunternehmen weiter.

Die Allianz bietet mit der Allianz Maklerakademie und bspw. der Beteiligung an der Deutschen Maklerakademie ein breites Bildungsspektrum, das mehrere Tausend Makler und Mehrfachvertreter im Jahr fortbildet.

Zudem erfolgen weitere – primär, aber nicht ausschließlich produktspezifische – Fortbildungen über die Fortbildungskanäle, bspw. von Maklerpools oder ähnlichen Bildungsanbietern.

Die Allianz sieht in Übereinstimmung mit dem Vertriebskodex die Erfüllung von Fortbildungsverpflichtungen als Geschäftsgrundlage der Zusammenarbeit mit Versicherungsmaklern und Mehrfachvertretern an.

Hierzu haben die Versicherungsmakler im Januar 2014 einen Nachtrag zur Courtagezusage erhalten, mit dem die Makler auf die Notwendigkeit der Einhaltung der Fortbildungsverpflichtung hingewiesen werden.

Die Mehrfachvertreter haben im Januar 2014 einen Nachtrag zu ihrer Vermittlungsvereinbarung in Form eines kaufmännischen Bestätigungsschreibens erhalten. Darin werden die Mehrfirmenvertreter durch die Allianz angewiesen, die Weiterbildungsverpflichtung zu erfüllen. Eine Überprüfung der Erfüllung der den Vermittlern als Geschäftsgrundlage verbindlich mitgeteilten Grundregelungen des Kodex muss die ungebundene Stellung der Versicherungsvermittler einerseits und die Nachhaltigkeit der Anstrengungen andererseits berücksichtigen. Daher sind Aufsatzzpunkt der Prüfungen sowohl Kundenbeschwerden, als auch von den Außendienstbetreuern gemeldete Auffälligkeiten. Aus beiden Quellen erlangte Informationen werden über alle drei Branchen zusammengefasst und führen je nach Schwere der Auffälligkeit (bspw. Nachlässigkeit, Lücken in der Fachkompetenz oder Verstoß gegen Grundregeln des Kodex) zu Maßnahmen der Allianz.

Durch fehlende Fachkunde induzierte Kundenbeschwerden werden in diesem Zusammenhang ein besonderes Gewicht beigemessen. Wird aufgrund von Kundenbeschwerden festgestellt, dass ein Versicherungsvermittler keine hinreichende Qualifikation hat, wird ein Konsequenzenmanagement angestoßen, das zur Beendigung der Zusammenarbeit führen kann.

3.8.2.4 Maßnahmen im Direktvertrieb

Regel 8 ist für den Direktvertrieb über die eigene Website (z.B. allsecur.de und allianz.de) nur bedingt relevant, weil der Kunde den Vertrag selbständig abschließt. Soweit Allianz-

Mitarbeiter (externe Dienstleister) dabei mit vertrieblichen (Teil-)Funktionen betraut sind (z.B. Telefonie-Mitarbeiter), werden sie regelmäßig bedarfsgerecht geschult und fortgebildet.

Beim Direktvertrieb über Preisvergleichsportale (=Makler) gelten die für diesen Vermittlertyp anwendbaren Regeln (bspw. Gewerbeerlaubnis, AVAD-Auskunft, Wirtschaftsauskunft, laufende Zuverlässigkeitsprüfung). Dies wird in den jeweiligen Verträgen mit den Partnern entsprechend vereinbart, die Umsetzung erfolgt in Verantwortung des Partners.

3.8.2.5 Maßnahmen bei Global Automotive

Hinsichtlich der Zuverlässigkeitsprüfung ist die Einholung von AVAD-Auskünften zu vermittelnden Autohäusern obligatorisch. Bei nicht markengebundenen Autohäusern wird zusätzlich eine Bürgel-Auskunft zum Nachweis der Solvenz eingeholt. Eine produktbezogene Aus- und Fortbildung der Vermittler erfolgt durch den Versicherungsaußendienst der Obervermittler oder durch eigene GAD-Mobilitätsmanager (Global Automotive Angestellte, die Autohäuser betreuen). Zudem hat Global Automotive in Zusammenarbeit mit der AAA ein produkt- und vertriebsspezifisches WBT für die Außendienstmitarbeiter und Autoverkäufer entwickelt, das im Rahmen der Ausbildungsaktivitäten regelmäßig zum Einsatz kommt.

Die Ausbildungs-Anforderungen an die Kooperationspartner werden durch die verantwortlichen Accountmanager im Rahmen der Vertragsnachträge zum GDV-Verhaltenskodex kommuniziert.

Für bestehende GA-Mitarbeiter werden initiale Schulungen unter Einbezug des WBT durchgeführt. Neu hinzukommende Mitarbeiter erhalten Schulungen im Rahmen der Grundausbildung, ebenfalls ergänzt um ein WBT.

3.8.2.6 Maßnahmen bei GA Halle/Berlin

Alle Mitarbeiter der GA Halle/Berlin, die direkt Versicherungsverkauf und -beratung betreiben, erhalten obligatorisch eine Grundschulung, teilweise mittels WBT. Fortbildungen über Neuerungen erfolgen jedes Jahr, bzw. bei aktuellen Veränderungen auch unterjährig.

3.9 Zusatzvergütungen mit Versicherungsmaklern

3.9.1 Anforderung des GDV-Kodex

„Vereinbarungen zwischen Versicherungsunternehmen und Versicherungsmaklern über umsatzbezogene Zusatzvergütungen, d. h. Vergütungen über die vertragsgemäße Courtagevereinbarung hinaus, können die Unabhängigkeit des Versicherungsmaklers tangieren. Es ist daher darauf zu achten, dass solche Vereinbarungen die Unabhängigkeit des Maklers und das Kundeninteresse nicht beeinträchtigen.“

3.9.2 Maßnahmen/Umsetzung der Allianz Deutschland Gruppe

Die Maklervertriebe der Allianz Deutschland haben sich interne Arbeitsanweisungen im Umgang mit Provisionen/Courtage und Zusatzvergütungen an ungebundene Vermittler gegeben.

Im Maklervertrieb Sach wurde der Umgang mit Provisions-/Courtagesätzen sowie ‚Nettoisierungswünschen‘ von ungebundenen Vermittlern mit Rundschreiben in 2015 neu geregelt. Diese Arbeitsanweisung wurde in 2016 aktualisiert. Ergänzt wird diese Arbeitsanweisung durch die Richtlinien für Zusatzvergütungen an ungebundene Vermittler, die ebenfalls per Rundschreiben kommuniziert wurden. Dieses Rundschreiben wurde im August 2015 aktualisiert und kommuniziert.

Für den Maklervertrieb Leben und Kranken sind entsprechende Regelungen ebenfalls in einem Rundschreiben 2013 neu geregelt worden. Das Rundschreiben wurde 2017 aktualisiert und neu veröffentlicht.

Diese Arbeitsanweisungen an die Maklervertriebe gewährleisten, dass bei Zahlungen von Vergütungen an ungebundene Versicherungsvermittler insbesondere die strafrechtlichen Vorschriften (bspw. § 299 StGB), die Allianz-Grundsätze der „Sales Compliance“ sowie Ziffer 9 des GDV Verhaltenskodex für den Vertrieb von Versicherungsprodukten beachtet werden. Es sind somit solche Zusatzvergütungen an Versicherungsvermittler unzulässig, die die Entscheidung des Versicherungsvermittlers unlauter oder unangemessen beeinflussen können.

Für Zahlungen außerhalb der Provision/Courtage gelten innerhalb der Allianz Maklervertriebe klare Regelungen, ein Mehraugen-Prinzip und vor- bzw. nachgelagerte Prüfprozesse. Zusätzlich wurde für derartige Zahlungen an Sach-Makler ab August 2015 ein genereller Sign-off-Prozess (Sign-off Funktion beim Maklervertrieb HV) implementiert.

Die Einhaltung dieser Regelungen wird durch die Compliance-Organisation überwacht, die in Genehmigungsprozesse involviert ist und stichprobenartig Zusatzvergütungszahlungen prüft.

Sofern im **Direktvertrieb** Vereinbarungen zu Provisions-/Courtagesätzen mit Maklern getroffen werden (bspw. mit Preisvergleichsportalen, die juristisch als Makler ausgestaltet sind), wird darauf geachtet, dass das Kundeninteresse nicht beeinträchtigt und die Unabhängigkeit des Maklers durch die Vergütung nicht unlauter und unangemessen beeinflusst wird. Hierzu hat sich die Allianz eigene verbindliche Regeln für die Maklervergütung im Direktvertrieb gegeben („Zusammenarbeit mit Preisvergleichsportalen (Maklern)“).

3.10 Hinweis auf das bestehende Ombudsmannsystem für Versicherungen

3.10.1 Anforderung des GDV-Kodex

In der Versicherungswirtschaft besteht ein Ombudsmannsystem. Hiermit bietet die Branche ihren Kunden ein unabhängiges, unbürokratisches System zur Beilegung von Meinungsverschiedenheiten mit Versicherungsunternehmen und -vermittlern. Der Kunde ist auf das bestehende Ombudsmannsystem in geeigneter Form hinzuweisen.

3.10.2 Maßnahmen/Umsetzung der Allianz Deutschland Gruppe

Ein verständlicher Hinweistext ist in allen Produktentwicklungsblättern branchenübergreifend enthalten.

3.10.2.1 Hinweis auf den Ombudsmann in der ABV

Die Vertreter der AO verwenden standardisierte Visitenkarten mit einem Hinweis auf den Ombudsmann. Der Verhaltenskodex für Vertreter verweist in Ziffer 2 auf die "Informationsverpflichtung als Ausschließlichkeitsvertreter". Ein weiterer Hinweis auf den Ombudsmann findet sich im Infopakete.

Im Angestelltenvertrieb erfolgen Hinweise auf das Ombudsmannsystem sowie in der AO, bzw. im Rahmen einer Informationsblattlösung (mit Hinweisen auf das Ombudsmannsystem) analog zum Vorgehen in der Commerzbank, Santander Bank, VR Bank und in der OLB. Dabei verwenden die im Vermittlerregister eingetragenen NV Visitenkarten. Für nicht einzutragende NV besteht gemäß VM „Legitimationspflicht für Nebenberufsvertreter“ keine Visitenkartenpflicht.

KVM ist ausschließlich bei bestehenden Kundenverbindungen tätig. Die Kunden werden über das Ombudsmannsystem im Rahmen des Infopakets informiert.

3.10.2.2 Hinweis auf das Ombudsmannsystem im Maklervertrieb

Versicherungsmakler haben eigenverantwortlich die Informationspflichten gemäß § 11 VersVermV zu beachten. Sie erfüllen diese Pflichten in der Praxis regelmäßig durch Überlassung einer Visitenkarte an den Versicherungsnehmer, auf der insbesondere auch ein Hinweis auf den Ombudsmann angebracht ist.

Ein Verstoß gegen die Informationspflichten stellt gemäß §§ 11, 18 VersVermV eine Ordnungswidrigkeit dar, die mit einem Bußgeld sanktioniert werden kann.

In der Standard-Vermittlungsvereinbarung für Mehrfachvertreter werden diese verpflichtet, die gesetzlichen Informationspflichten einzuhalten. Dazu gehört auch die Information des Versicherungsnehmers gemäß § 11 VersVermV und damit zur Mitteilung der Anschrift der Schlichtungsstelle.

In Fällen, in denen sich aus einer Beschwerde oder aus sonstigen Feststellungen ergibt, dass der Versicherungsnehmer nicht über die Anschrift der Schlichtungsstelle informiert war, wird der Mehrfachvertreter bzw. Makler um Klarstellung ersucht. Im Wiederholungsfall setzt das Konsequenzenmanagement ein.

3.10.2.3 Hinweis auf den Ombudsmann im Direktvertrieb

Die Hinweise auf den Ombudsmann werden dem Kunden bereits im laufenden Prozess des Online-Abschlusses übermittelt. Darüber hinaus finden sich diese Informationen auch im Infopaket. Für Preisvergleichsportale gelten diese Ausführungen analog. Beim Telefonverkauf erhält der Kunde diese Informationen (sofern er auf die vorvertraglichen Informationen im Vorfeld verzichtet) mit der Police. Im Direktmailing-Verkauf werden in der Regel die vorvertraglichen Informationen (in Form eines Booklets) mitgeschickt.

3.10.2.4 Hinweis auf den Ombudsmann bei Global Automotive

In der „Visitenkartenlösung“ (vgl. Ausführungen zu Regel 7 in diesem Dokument, Tz. 3.7.2.4) ist ein Hinweis auf den Ombudsmann enthalten. Zusätzliche Hinweise auf den Ombudsmann finden sich im Infopaket.

3.10.2.5 Hinweis auf den Ombudsmann bei GA Halle/Berlin

Im Telefonvertrieb über die GA GmbH Halle/Berlin erfolgt der Hinweis auf den Ombudsmann im Infopaket bzw. in den AKB.

3.11 Kontrolle und Überwachung der Einhaltung der Maßnahmen

3.11.1 Beschwerdemanagement

Im Rahmen der Überwachung der Einhaltung des GDV Verhaltenskodex spielt das Beschwerdemanagement eine zentrale Rolle.

Wir haben in unserem Unternehmen das Bewusstsein für Beschwerden gestärkt und sehen Beschwerden als Chance zu lernen. Es gibt eine zentrale Abteilung, die sich ausschließlich um Beschwerden kümmert (D-VK, Leitstelle Beschwerde). D-VK-LSB ist direkt bei dem Vorstandsvorsitzen angesiedelt. Das unterstreicht die Bedeutung des Themas. Das Team der Leitstelle Beschwerde wertet die Beschwerden systematisch aus und entwickelt geeignete Prozesse für die Beschwerdebearbeitung. Das Beschwerdemanagement haben wir mit dem Ziel aufgebaut, für unsere Kunden einen Mehrwert zu erzielen und künftig Beschwerden zu vermeiden bzw. zu minimieren. Für die Sicherung und die stetige Verbesserung der Qualität in der Beschwerdebearbeitung werden regelmäßige Fachkontrollen zur Beschwerdefachlichkeit durchgeführt. Diese interne Überprüfung mit unterschiedlichen Themenschwerpunkten wird unter Berücksichtigung der CFR (Closed File Review)-SE-Methodik für die Ermittlung von Ursachen bei den Bearbeitungsauffälligkeiten vorgenommen.

Die Allianz Deutschland sorgt seit Jahren für ein ausgewogenes Schulungsangebot für ihre Mitarbeiter. Darauf aufbauend wurde als weitere Qualifizierungsmaßnahme das barrierefreie WBT Beschwerdemanagement implementiert.

Klares Signal: Beschwerden sind willkommen. Wir sehen darin die Chance, uns zu verbessern. Beschwerden weisen uns auf mögliche Schwachstellen in unseren Prozessen oder Produkten hin, die es zu beheben gilt. Wir gewinnen über den stetigen Austausch mehr Klarheit über die Bedürfnisse unserer Kunden.

3.11.2 Kontrolle und Überwachung in der ABV

In den durch die ABV gesteuerten Vertriebswegen erfolgt die direkte Überwachung und Kontrolle der Vermittleraktivitäten bezüglich der Einhaltung der Regeln durch die den Vertreter- oder Angestelltenvertrag führende Stelle der ABV. Dies ist regelmäßig die Geschäftsstelle und der verantwortliche Geschäftsstellen- oder Formatleiter und die diesem beigeordneten Vertriebsführungskräfte.

In zweiter Linie wird die Geschäftstätigkeit der Vermittler indirekt überwacht durch die Abteilung Compliance, Qualitäts- und Beschwerdemanagement der ABV (ABV Compliance):

- Produktgeber, v. a. das Referat Grundsatzfragen der Allianz Lebensversicherungs-AG melden Auffälligkeiten in Bezug auf besondere Abschlüsse (bspw. Eigenverträge der Vermittler und ihrer Familienangehörigen, von Vertretern bezahlte Kundenverträge, Großgeschäfte) an die Geschäftsstellen oder ABV Compliance zur weiteren direkten Überwachung und ggf. - sofern ein Verstoß nachgewiesen wurde - angemessenen Sanktionierung.
- Auswertungen zur Beschwerdehäufigkeit sowie Erkenntnisse aus Mystery-Shopping Analysen, die Hinweise auf spezifisches Fehlverhalten geben, werden dazu genutzt, gezielte Präventions- und Überwachungsmaßnahmen zu konzipieren und durchzuführen.
- ABV Compliance veranlasst geeignete statistische Auswertungen (bspw. über Produktabschlüsse, Stornoauffälligkeiten, Kundenbeschwerden, finanzielle Zuverlässig-

keit) und meldet Verdachtsmomente an die Geschäftsstellen zur weiteren direkten Überwachung, Sanktionierung und Rückmeldung.

- Auch der Whistleblowing-Prozess der Allianz Deutschland wird durch ABV Compliance konsequent zur Detektion und Sanktionierung von Fehlverhalten genutzt.
- Bei schweren Verdachtsmomenten auf Fehlverhalten führt ABV Compliance eigene Befragungen der Vertriebsmitarbeiter durch und überwacht die aufgetragenen Sanktionsmaßnahmen.

3.11.3 Kontrolle und Überwachung im Maklervertrieb

Wesentlicher Ansatzpunkt für Prüfungen sind auch im Maklervertrieb Kundenbeschwerden über Vermittler. Der Maklervertrieb zieht eingehende Beschwerden über ungebundene Vermittler zur Überprüfung der Zuverlässigkeit und der Einhaltung der Grundsätze des GDV Verhaltenskodex (konkretisiert durch den Basis-Kodex für Versicherungsvermittler) heran. Der Maklervertrieb erstellt regelmäßig Berichte über Auffälligkeiten und Häufungen von Beschwerden bei Maklern.

Neben der Prüfung der Registrierung des konkreten Untervermittlers bei Versicherungsvermittlungsgesellschaften - sowohl Anlassbezogen, als auch auf der Basis von Stichproben - werden auch Häufungen von Beschwerden analysiert, die auf ein Fehlverhalten hinweisen können.

3.12 Verbindlichkeit des Kodex und Evaluierung

3.12.1 Anforderung des GDV Kodex

*„Die Mitgliedsunternehmen des Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft e. V. bekennen sich zu diesem Kodex und **machen ihn für sich und die Beziehungen zu ihren Vertriebspartnern verbindlich**. Sie arbeiten nur mit Vertriebspartnern zusammen, die diese Grundsätze als Mindeststandards anerkennen und praktizieren. Sie ergreifen die notwendigen Maßnahmen, um die Regeln dieses Kodex in den Grundsätzen des eigenen Unternehmens zu verankern. Die Mitgliedsunternehmen erklären ihren Beitritt zum Kodex gegenüber dem Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft, der die Versicherungsunternehmen, die diesen Kodex als für sich verbindlich anerkennen, auf seine Homepage und im Jahresbericht veröffentlicht. Die Versicherungsunternehmen, die den Kodex als für sich verbindlich anerkennen, lassen sich alle zwei Jahre von einer Wirtschaftsprüfungsgesellschaft oder einem Wirtschaftsprüfer prüfen. Die Prüfung kann sich auf die Angemessenheit oder auf die Wirksamkeit beziehen. Gegenstand der Prüfung ist somit die Feststellung, ob das Versicherungsunternehmen die Regelungen des Kodex in seine eigenen Vorschriften aufgenommen hat und diese – im Fall der Wirksamkeitsprüfung – auch praktiziert. Der Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft e. V. wird auf seiner Homepage in der Liste der beigetretenen Versicherungsunternehmen den Ersteller des Testats und das Datum des letzten Testats veröffentlichen. Versicherungsunternehmen, die nicht alle zwei Jahre ein Testat nachweisen, werden aus der Liste gestrichen. Näheres regelt eine Verfahrensvorschrift, die das Präsidium beschließt.“*

3.12.2 Maßnahmen in der Allianz Deutschland Gruppe

3.12.2.1 Verbindlichmachung in der ABV

Durch die Zurverfügungstellung und Anerkennung von Verhaltenskodizes, Rundschreiben, verbindlichen Mitteilungen, Informationen für Geschäftspartner, vertraglichen Vereinbarungen wurden die einzelnen Regelungen des Kodex in allen Vertriebswegen verbindlich und zur Geschäftsgrundlage gemacht.

3.12.2.2 Verbindlichmachung im Maklervertrieb

Im Januar 2014 erhielten alle Versicherungsmakler einen Nachtrag zur Courtagezusage und die Mehrfachvertreter ein kaufmännisches Bestätigungsschreiben. Als Anlage zu diesem Nachtrag/kaufmännischen Bestätigungsschreiben wurde mit dem Hinweis auf den GDV Verhaltenskodex der von den Verbänden erarbeitete „Basiskodex“ für ungebundene Versicherungsvermittler als Geschäftsgrundlage der Zusammenarbeit der Allianz mit übersandt. Im Weigerungsfalle - sollte der Versicherungsmakler und Mehrfachvertreter die Regelungen des GDV-Kodexes als Geschäftsgrundlage nicht anerkannt und auch keine anderweitigen Verhaltens- und Compiancerichtlinien für sich verbindlich erklärt haben - war eine Eskalation vorgesehen, die letztlich eine Beendigung der Zusammenarbeit zur Folge haben kann. Darüber hinaus ist seit Januar 2014 der „Basis-Kodex für Versicherungsvermittler“ Bestandteil der Courtagezusage bzw. Vermittlungsvereinbarung für alle ungebundenen Vermittler, mit denen eine Zusammenarbeit neu begründet wird.

3.12.2.3 Verbindlichmachung im Direktvertrieb

Der GDV-Verhaltenskodex ist verbindliche Grundlage der Geschäftstätigkeit der Allianz-Gesellschaften im Direktvertrieb. Die Verbindlichkeit gegenüber Preisvergleichsportalen (= Makler) wird durch Vertriebsvereinbarungen hergestellt.

3.12.2.4 Verbindlichmachung Global Automotive

Es wurde ein Verhaltenskodex für GA-Vertreter entwickelt, der inhaltlich die Anforderungen des GDV Verhaltenskodex für den Vertrieb von Versicherungsprodukten vollständig abdeckt.

In einem Nachtrag zum Vermittlungsvertrag wird der Obervermittler verpflichtet, seine Untervermittler (Autohäuser) in gleicher Weise auf die für ihn gültigen Standards, insbes. den "Verhaltenskodex", zu verpflichten.

Der GDV-Verhaltenskodex wird bei der Anpassung bestehender und beim Abschluss neuer Vermittlungsvereinbarungen mit den Vermittlungsgesellschaften der Automobilhersteller (Versicherungsdienste) einbezogen.

3.12.2.5 Verbindlichmachung GA Halle/Berlin

GA Halle/Berlin ist eine Tochtergesellschaft der Allianz Deutschland und damit dem GDV Verhaltenskodex verpflichtet.

3.13 Konsequenzenmanagement

3.13.1 Anforderung des GDV-Kodex

„Die Mitgliedsunternehmen des Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft e. V. bekennen sich zu diesem Kodex und machen ihn für sich und die Beziehungen zu ihren Vertriebspartnern verbindlich. Sie arbeiten nur mit Vertriebspartnern zusammen, die diese Grundsätze als Mindeststandards anerkennen und praktizieren“.

3.13.2 Maßnahmen/Umsetzung der Allianz Deutschland Gruppe

3.13.2.1 Konsequenzenmanagement in der ABV

Bei Verstößen gegen die Anforderungen des Kodex greift in der ABV ein vierstufiges Konsequenzenmanagement:

1. Information/Schulung
2. Ermahnung
3. Abmahnung (Ermahnung mit Androhung arbeitsrechtlicher oder vertretervertraglicher Kündigung)
4. Kündigung des Arbeitsvertrages bzw. des Vertretervertrages.

Abhängig von der Schwere des Verstoßes können Stufen zusammengefasst oder übersprungen werden. Im Rahmen des ABV Beschwerdemanagements aufgenommene Beschwerden mit Verdacht auf einen Verstoß gegen den GDV Verhaltenskodex werden an die Compliance-Organisation weitergemeldet und dort weiter verfolgt.

Bei bestimmten schweren Verstößen (diese sind abschließend definiert), wird durch die Compliance-Organisation nach den per Vorstandsrundschreiben aufgestellten Regeln das Integrity Committee der Allianz Deutschland eingeschaltet. Für das Integrity Committee existiert weiterhin eine Geschäftsordnung.

3.13.2.2 Konsequenzenmanagement im Maklervertrieb

Das Konsequenzenmanagement im Maklervertrieb ist detailliert geregelt.

Bei der Auswertung von verhaltensbezogenen Beschwerden über ungebundene Vermittler können sich für die Maklervertriebe Hinweise auf Unzuverlässigkeit des ungebundenen Vermittlers ergeben, zum Beispiel, wenn ein ungebundener Versicherungsvermittler die Regelungen des GDV Verhaltenskodex verletzt.

Die Maklervertriebe der Allianz Deutschland Gruppe bearbeiten Beschwerden über Versicherungsmakler und Mehrfachvertreter im Rahmen des eingerichteten Beschwerdemanagements. Informationsgrundlage des Beschwerdemanagements sind sowohl die erfassten Kundenbeschwerden, als auch alle sonstigen Informationen, die die Betreuer im Außendienst von bzw. über den jeweiligen Vermittler erhalten.

Im Rahmen des Beschwerdemanagements wird die Beschwerde nach Inhalt kategorisiert (reine Organisationsbeschwerde, Beratungs- und Betreuungsbeschwerde sowie Beschwerde mit ordnungsrechtlichem/strafrechtlichem Bezug) und nach Schwere des Vorwurfes bepunktet. Bei Überschreiten einer bestimmten Punktezahl wird ein Konsequenzenmanagement ausgelöst und Maßnahmen gegen den ungebundenen Versicherungsvermittler eingeleitet, mit dem Ziel, ein regelkonformes Verhalten des Vermittlers sicherzustellen.

Erforderlichenfalls wird der Sachverhalt weiter aufgeklärt. Bei festgestellten Verstößen gegen Vorschriften des GDV Verhaltenskodex nimmt der zuständige Maklervertrieb Kontakt mit dem Vermittler zur Klärung auf. Bestätigt sich der Beschwerdesachverhalt wird zunächst eine Nachfrist gesetzt, innerhalb derer er Optimierungsmaßnahmen durchführen soll, die zur Sicherstellung eines regelkonformen Verhaltens im Sinne des GDV Verhaltenskodex führen.

Die Maklervertriebe der Allianz Deutschland AG haben ein sog. „Integrity Committee Makler“ installiert. Das Integrity Committee Makler setzt sich aus Vertretern der jeweiligen Sparten der Maklervertriebe und dem Chief Compliance Officer der Allianz Deutschland AG zusammen. Das Integrity Committee Makler entscheidet final bei der Bewertung von Beschwerden gegen ungebundene Versicherungsvermittler mit spartenübergreifendem Bezug, in Beschwerden mit hohem Reputationsrisiko und in sonstigen Zweifelsfragen.

3.13.2.3 Beschwerde- und Konsequenzenmanagement bei Global Automotive

Basis für die Beschwerdeerfassung und abgeleitete Konsequenzen bei Global Automotive ist die monatlich von der Leitstelle Beschwerden gelieferte Beschwerdeliste. In dieser werden auf GA-Vermittler entfallende Beschwerden in den Kategorien „Beratung/begründete Beschwerden“ aufgeführt. Auf Basis der Listeneinträge nimmt GA eine Bewertung der einzelnen Beschwerden mittels eines Punktsystems vor.

Erreicht ein einzelnes Autohaus innerhalb von zwölf Monaten kumuliert oder durch einen einzelnen Vorgang eine bestimmte Beschwerdepunktzahl, wird das Autohaus in den Regelprozess Konsequenzenmanagement überführt. Werden dem einzelnen Autohaus in einem Zeitraum von 12 Monaten keine weiteren Beschwerdepunkte zugeordnet, verfallen die bisher angefallenen Beschwerdepunkte des Autohauses.

Ab Überschreiten einer definierten Zahl von Beschwerdepunkten wird ein Markenmanager benannt, der in Zusammenarbeit mit dem jeweiligen Obervermittler die Klärung der Hintergründe der Beschwerde und die Vereinbarung von konkreten Maßnahmen zur Sicherstellung der Einhaltung der Regeln des GDV-Kodex im betroffenen Autohaus vornimmt.

Nach Abschluss der Prüfung und Ablauf einer ggf. vereinbarten Nachfrist zur Erledigung vereinbarter Maßnahmen erstellt der zuständige Außendienst GA oder Markenmanager einen Abschlussbericht, der eine Empfehlung an den Obervermittler zur Fortsetzung oder zur Beendigung der Zusammenarbeit mit dem Autohaus enthält.

Bei Empfehlung, die Zusammenarbeit zu beenden, wird über den zuständigen Markenmanager in Zusammenarbeit mit dem Obervermittler auf eine Beendigung des Vertragsverhältnisses mit dem betroffenen Autohaus hingewirkt.

4 Glossar

agreeBAP

agreeBAP ist das Anwenderprogramm der deutschen Genossenschaftsbanken, mit dem der bare und beleghafte Zahlungsverkehr abgewickelt wird. Darüber hinaus dient die Anwendung der Verwaltung und Aufbereitung von Kundendaten, -beständen und -volumen. Es bietet verschiedene Assistenz- und Unterstützungsfunktionen für die Beratung und den Verkauf (u.a. die Erstellung von Beratungsprotokoll), sowie die Möglichkeit zur Simulation von Modellrechnungen bankeigener Produkte und von Produkten der Verbund- bzw. Kooperationspartner.

Allianz Beratungsprozess (ABP)

Der ABP ist ein Beratungstool (Verkaufssoftware) und kann nur von Teilnehmern des Vertriebsformats Pro3 genutzt werden. Das Tool führt Verkäufer und Kunde strukturiert durch das Beratungsgespräch und stellt bei der Bedarfsermittlung auf 4 Bedarfsefelder ab, die sich ihrerseits jeweils in 3 Subbedarfsefelder unterteilen

Die einzelnen Subbedarfsefelder werden anschließend im Dialog mit dem Kunden priorisiert. Auf dieser Basis erfolgt dann in den jeweiligen Themen-/Branchen-Modulen die systematische Ermittlung von Deckungslücken sowie – unter enger Verzahnung mit AMIS - die Berechnung konkreter Versicherungslösungen.

Kundenbericht „Ergebnis für den Kunden“

In dem jährlich erscheinenden Bericht „Ergebnis für den Kunden“ berichtet die Allianz über die konkrete Umsetzung der im Rahmen von Marktforschungen erhobenen 5 wichtigsten „Kunden-Werte“ durch das Unternehmen. Neben Informationen zu kundenbezogenen Projekten und Initiativen werden unter anderem die Ergebnisse von Kundenbefragungen sowie die erzielten Fortschritte bei der Umsetzung der daraus gewonnen Erkenntnisse vorgestellt.

Vermittler

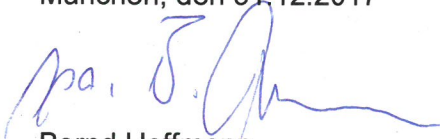
Vermittler sind Versicherungsvertreter und Versicherungsmakler (vgl. § 59 Abs. 1 VVG und § 34d Abs. 1 GewO).

5 Abkürzungsverzeichnis

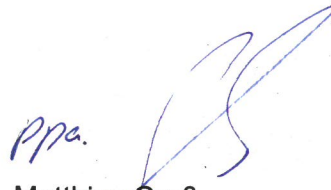
Abkürzungsverzeichnis	
AAA	Allianz Außendienst Akademie
ABP	Allianz Beratungsprozess (Beratungstool)
ABV	Allianz Beratungs- und Vertriebs AG
ABV-Compliance	Abteilung Compliance, Qualitätsmanagement und Beschwerdemanagement der ABV
AMS	Allianz Mitarbeiter Service
ATV	Allianz Training für Versicherungsfachleute
AV	Angestelltenvertrieb der ABV
AO	Ausschließlichkeitsorganisation (hauptberufliche Vertreter)
AZD	Allianz Deutschland AG
AVA	Allianz Vertriebsausbildung
AVAD	Auskunftsstelle des Versicherungs-/Bausparkassen-Außendienst und Versicherungsmakler in Deutschland e.V.
BaFin	Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht
BIW	Weiterbildungsinitiative des GDV
BVK	Bundesverband Deutscher Versicherungskaufleute e.V.
CMS	Compliance Management System
GA	Global Automotive, Geschäftsbereich der AZTRAD
GDV	Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft e.V.
KVR	Kundenbetreuer Verkaufsregion
LVR	Leiter Verkaufsregion
NV	Nebenberuflicher Ausschließlichkeitsvertreter
OLB	Oldenburgische Landesbank
PIB	Produktinformationsblatt
SFR	Schadenfreiheitsrabatt
TRA	Top-Risk Assessment
VersVermV	Verordnung über die Versicherungsvermittlung und -beratung
VR	Versicherungsreferent (Angestellter in VR-Bank)
VR-Banken	Volks- und Raiffeisenbanken (Vertriebspartner der ABV)
VDVM	Verband Deutscher Versicherungsmakler e.V.
VGA	Bundesverband der Assekuranzführungskräfte e.V.
VOTUM	Verband Unabhängiger Finanzdienstleistungs-Unternehmen in Europa e. V.
VVG	Versicherungsvertragsgesetz (2008)

VVG-InfoV	VVG Informationspflichtenverordnung
WBT	Web-Based-Training (Online-Schulung)

München, den 31.12.2017



Bernd Hoffmann
Chief Compliance Officer,
Allianz Deutschland AG



Matthias Groß
Leitung Compliance
Qualitäts- und Beschwerdemanagement,
Allianz Beratungs- und Vertriebs-AG

Anlage 2:
Allgemeine Auftragsbedingungen

Allgemeine Auftragsbedingungen

für Wirtschaftsprüfer und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften vom 1. Januar 2017

1. Geltungsbereich

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

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

2. Umfang und Ausführung des Auftrags

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

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

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

3. Mitwirkungspflichten des Auftraggebers

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

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

4. Sicherung der Unabhängigkeit

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

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

5. Berichterstattung und mündliche Auskünfte

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

6. Weitergabe einer beruflichen Äußerung des Wirtschaftsprüfers

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

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

7. Mängelbeseitigung

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

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

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

8. Schweigepflicht gegenüber Dritten, Datenschutz

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

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

9. Haftung

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

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

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

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

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

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

10. Ergänzende Bestimmungen für Prüfungsaufträge

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

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

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

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

11. Ergänzende Bestimmungen für Hilfeleistung in Steuersachen

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

12. Elektronische Kommunikation

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

13. Vergütung

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

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

14. Streitschlichtungen

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

15. Anzuwendendes Recht

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