



Prüfungsbericht GDV Verhaltenskodex

AXA Konzern AG

30. April 2026

Veröffentlicht von

Susanne Justen, Leiterin Interne Revision, AXA Konzern AG

Adressiert an

Kayum Guerrero, Vorstand Vertrieb, AXA Konzern AG

Betroffene Gesellschaften

- AXA Konzern AG
- AXA Versicherung AG
- AXA Lebensversicherung AG
- AXA Krankenversicherung AG
- Deutsche Ärzteversicherung AG
- AXA easy Versicherung AG

1. ZUSAMMENFASSUNG

1.1 Fazit

Die AXA Konzern AG erfüllt die Anforderungen an den Verhaltenskodex für den Vertrieb von Versicherungsprodukten des Gesamtverbands der Deutschen Versicherungswirtschaft e.V. (GDV Verhaltenskodex).

Die Leitsätze des GDV Verhaltenskodex werden vollständig und wirksam eingehalten. Die dazu getroffenen Grundsätze und Maßnahmen der AXA Konzern AG sind angemessen dokumentiert und implementiert. Alle relevanten Revisionsfeststellungen wurden zeitnah bzw. zum Fälligkeitsdatum umgesetzt.

1.2 Hintergrund und Prüfungsgegenstand

Die AXA Konzern AG ist ein Mitglied des GDV Verhaltenskodex. Dieser sieht vor, dass eine unabhängige Stelle alle drei Jahre die Einhaltung des Kodex überprüft. Seit 2018 kann die Prüfung – außer von Wirtschaftsprüfern - auch durch die Interne Revision erfolgen.

Die Interne Revision der AXA Konzern AG ist als unabhängige Instanz verantwortlich für die Prüfung und Überwachung aller internen Arbeitsprozesse des deutschen AXA Konzerns und aller angeschlossenen Gesellschaften. Der Schwerpunkt der Prüfungen liegt auf der Richtigkeit, Ordnungsmäßigkeit, Zweckmäßigkeit und Wirtschaftlichkeit.

Die Interne Revision prüft jedes Jahr leitsatzrelevante Prozesse. Im Zeitraum 01.04.2023 bis 31.03.2026 wurde in unterschiedlichen Audits die Einhaltung aller Leitsätze des GDV Verhaltenskodex bei der AXA Konzern AG geprüft. Die zur Einhaltung getroffenen Grundsätze und Maßnahmen sind in dem im Anhang beigefügten Compliance Management System (CMS) Vertrieb beschrieben.

Köln, 30.04.2026



Susanne Justen
Leiterin Interne Revision, AXA Konzern AG



**Leitsatz:
Compliance Management System zur Sicherstellung der
Einhaltung des GDV-Verhaltenskodex für den Vertrieb von
Versicherungsprodukten
(CMS-GDV-Verhaltenskodex-Vertrieb)**

Anwendungsbereich:

Der Leitsatz beschreibt das Compliance Management System, durch das die Einhaltung des GDV-Verhaltenskodex für den Vertrieb von Versicherungsprodukten, beschlossen durch die Mitgliederversammlung des Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft e. V. in Berlin in der Fassung vom am 25. September 2018, sichergestellt werden soll.



1.	ZUSAMMENFASSUNG	2
1	EINFÜHRUNG	5
2	VERTRIEB UND COMPLIANCE IM DEUTSCHEN AXA KONZERN	6
2.1	GESCHÄFTSTÄTIGKEIT DES DEUTSCHEN AXA KONZERNS	6
2.2	VERSICHERUNGSVERTRIEB	6
2.3	COMPLIANCE	7
2.4	COMPLIANCE-ORGANISATION	8
3	GRUNDELEMENTE	9
3.1	COMPLIANCE-KULTUR	9
3.2	COMPLIANCE-RISIKEN	10
3.3	COMPLIANCE-ZIELE UND DEREN EINHALTUNG MITTELS COMPLIANCE-PROGRAMMS	10
3.3.1	<i>Leitsatz 1. Die Bedürfnisse der Kund:innen stehen immer im Mittelpunkt.</i>	10
3.3.2	<i>Leitsatz 2. Wer Versicherungen vermittelt, erklärt den Kund:innen seinen Status.</i>	11
3.3.3	<i>Leitsatz 3. Jede Empfehlung berücksichtigt Ziele, Wünsche und Bedürfnisse der Kund:innen.</i>	12
3.3.4	<i>Leitsatz 4. Jede Empfehlung zu einem Vertragsabschluss wird nachvollziehbar begründet und dokumentiert.</i>	14
3.3.5	<i>Leitsatz 5. Versicherungsprodukte werden bedarfsgerecht entwickelt und vertrieben.</i>	15
3.3.6	<i>Leitsatz 6. Kund:innen werden nachhaltig betreut und bei gegebenem Anlass beraten.</i>	16
3.3.7	<i>Leitsatz 7. Qualifikation ist die Basis von ehrlichem, redlichem und professionellem Vertrieb.</i>	16
3.3.8	<i>Leitsatz 8. Die Unabhängigkeit von Versicherungsmaklern wird gewahrt.</i>	18
3.3.9	<i>Leitsatz 9. Versicherungsunternehmen bieten Kund:innen ein systematisches Beschwerdemanagement und ein Ombudsmannsystem.</i>	18
3.3.10	<i>Leitsatz 10. Die Versicherungsunternehmen geben sich Compliance-Vorschriften und kontrollieren deren Einhaltung.</i>	19
3.3.11	<i>Leitsatz 11. Der Kodex ist verbindlich und transparent.</i>	20
3.4	COMPLIANCE-KOMMUNIKATION	21
3.5	ÜBERWACHUNG UND VERBESSERUNG	21

1 Einführung

Das vorliegende Dokument beschreibt die Grundsätze und Prozesse für die Einhaltung der individuell festgelegten Anforderungen aus dem Verhaltenskodex für den Vertrieb von Versicherungsprodukten des GDV für die beigetretenen Gesellschaften des deutschen AXA Konzerns.

Für Verbraucher ist Versicherungsschutz ein wichtiger Bestandteil der Risikoabsicherung und Vorsorge im Alltag. AXA übernimmt mit der Entwicklung und dem Angebot einer Vielfalt von Produkten eine große Verantwortung gegenüber ihren Kund:innen. Dabei muss AXA sich auf eine große Bandbreite von Verbrauchern einstellen, um den unterschiedlichen Erwartungen ihrer Kund:innen in den Bereichen Kommunikation und Dienstleistung gerecht zu werden.

Um diesen Anforderungen gerecht zu werden ist AXA dem GDV-Verhaltenskodex für den Vertrieb von Versicherungsprodukten¹ beigetreten, den die deutsche Versicherungswirtschaft bereits im Jahr 2013 entwickelt hat, um ihrem Selbstverständnis von hoher Qualität der Kundenberatung und umfassender Kundenbetreuung im Wege einer freiwilligen Selbstverpflichtung Ausdruck zu verleihen. Mit Umsetzung der EU-Richtlinie zum Versicherungsvertrieb („Insurance Distribution Directive“) durch den deutschen Gesetzgeber haben die im GDV-Verhaltenskodex festgehaltenen Leitsätze Eingang in die gesetzlichen Vorgaben gefunden. Der GDV-Verhaltenskodex stellt Verhaltensmaßstäbe für den Vertrieb von Versicherungsprodukten transparent dar und gilt für alle Formen des Versicherungsvertriebs gegenüber Verbrauchern. Er beschreibt einen Rahmen von gemeinsamen Normen und Werten, den die beigetretenen Versicherungsunternehmen im Interesse ihrer Kund:innen teilen.

AXA hat diesen Verhaltenskodex für sich verbindlich gemacht, um damit die Wichtigkeit der Kundenorientierung zu unterstreichen. AXA kommt der Verpflichtung nach, die Ausgestaltung der Regeln dieses Kodex zu konkretisieren und hat die notwendigen Maßnahmen ergriffen, um die Regeln des Kodex in den Grundsätzen des eigenen Unternehmens zu verankern. AXA arbeitet nur mit Vertriebspartner:innen zusammen, die diese oder äquivalente Grundsätze als Mindeststandards anerkennen und praktizieren.

AXA lässt die Umsetzung der Regelungen des Kodex regelmäßig, mindestens alle drei Jahre von der Internen Revision als anerkannter unabhängiger Stelle prüfen. Der Umfang der Prüfung richtet sich nach den Vorgaben, die im Compliance Management Systems (CMS) für die Einhaltung des Verhaltenskodex beschrieben werden. Die Beschreibung der Umsetzung und die Ergebnisse der Prüfung werden auf der Website des GDV e. V. veröffentlicht.

Für die folgenden Gesellschaften aus dem deutschen AXA Konzern ist der Verhaltenskodex mit Wirkung zum 11. September 2013 verbindlich:

AXA Konzern AG	AXA Lebensversicherung AG	Deutsche Ärzteversicherung AG
AXA Versicherung AG	AXA easy Versicherung AG	AXA Krankenversicherung AG

¹ Im weiteren Verlauf als „GDV Verhaltenskodex“ oder „Kodex“ bezeichnet.

2 Vertrieb und Compliance im deutschen AXA Konzern

2.1 Geschäftstätigkeit des deutschen AXA Konzerns

AXA in Deutschland blickt auf eine lange Historie zurück. Die Versicherungsunternehmen des AXA Konzerns gingen aus der 1839 gegründeten Kölnische Feuer-Versicherungs-Gesellschaft hervor. Die Muttergesellschaft AXA S.A. mit Sitz in Paris ist die Holdinggesellschaft des deutschen AXA Konzerns, einem weltweit führenden Anbieter von Versicherungen und Asset Management.

Im Einzelnen umfasst die Geschäftstätigkeit des deutschen AXA Konzerns Lebensversicherungen (private und berufliche Vorsorge), Krankenversicherungen, Schaden- und Unfallversicherungen sowie Vermögensanlagen und Finanzierungen. Die Angebotspalette richtet sich an Privat-, Firmen- und Industriekund:innen und wird in Teilbereichen über Produktkooperationen (insb. in der exklusiven Welt) ergänzt, sofern AXA sie als Vollsortimenter nicht anbietet.

2.2 Versicherungsvertrieb

Um die Interessen und Bedürfnisse der Kund:innen bestmöglich zu gewährleisten, nutzt AXA unterschiedliche Vertriebswege. Ein großer Teil unserer Kund:innen, rd. 3,5 Mio. exklusiver Kundenverbindungen wird durch die derzeit rd. 1.700 AXA Agenturen und deren angestellte Mitarbeitende betreut, die den Kund:innen jederzeit mit ihrer Fachkompetenz über diverse Kontaktmedien (persönlich und digital) zur Verfügung stehen. Ergänzt wird dies insbesondere für unsere rund 500k Direktkund:innen über die Direktberatung GmbH. AXA verfolgt eine Omnikanal-Strategie und möchte – egal über welches Kontaktmedium – ein hochwertiges und auf die Präferenzen der Kund:innen eingehendes Wertversprechen (Beratung und Betreuung) leisten.

AXA arbeitet aber auch mit anderen Vertriebswegen wie selbständigen Makler:innen und Mehrfachagent:innen zusammen, die aus dem Maklervertrieb (MVT) betreut werden. Hierzu gehören neben den allgemein tätigen Makler:innen auch Spezialmakler:innen für das Industrie- und Firmenkundengeschäft (IVT) oder die betriebliche Altersversorgung (CEB) sowie Bankenkooperationen und Online-Vergleichsportale wie Check 24. Als Spezialanbieter betreut die AXA über die Deutsche Ärzteversicherung AG Kund:innen, die in akademischen Heilberufen tätig sind.

Im Zuge der Digitalisierung steigt die Bedeutung des Direktvertriebes über das Internet, eine steigende Anzahl von Kund:innen bevorzugt die Erledigung von Versicherungsangelegenheiten bequem von zu Hause oder mobil. AXA fördert die Digitalisierung kontinuierlich, um den Kund:innen optimale Zugangswege zu schaffen und ihnen nutzerorientierte Angebote wie Online-Rechner-Lösungen für die Prämienberechnung oder zur Ermittlung von Versorgungslücken etc. bieten zu können. Kund:innen können in jedem Einzelfall entscheiden, über welchen Kanal sie mit uns in Kontakt treten wollen (digital, telefonisch oder vor Ort / Omnikanal). Die Kund:innen haben dabei - insbesondere bei digitalen Lösungen wie der MyAXA-App - auch die Möglichkeit, innerhalb eines Geschäftsvorfalles den zunächst präferierten Kanal zu wechseln und z.B. den betreuenden Vertriebspartner bequem zu kontaktieren.

Unseren Vertriebspartner:innen bieten wir digitale Beratungs- bzw. Verwaltungsprogramme und Online-Rechner bzw. digitale Tools an (PHP, etc.), so dass sie in ihrer täglichen Beratung und Betreuung von unserer technologischen Unterstützung und fachlichen Expertise profitieren können. Ein bei AXA angestellter Außendienst steht den AXA Vertriebspartner:innen für Unterstützung bei konkreten Kundenanliegen, aber auch für die fachliche, persönliche und unternehmerische Aus- und Weiterbildung dauerhaft und regelmäßig zur Verfügung. Die angebotenen Weiterbildungsangebote gehen dabei weit über die gesetzlichen Mindestanforderungen hinaus.

AXA führt regelmäßig eine systematische Geschäftsqualitätssicherung durch, in der Vermittler:innen auf Auffälligkeiten hin überprüft werden. Für diese Überprüfung werden alle relevanten Kennzahlen sowie die möglicherweise betroffenen Unternehmensbereiche herangezogen. Sofern notwendig werden nachfolgend Maßnahmen mit den Vertriebsverantwortlichen vereinbart. Dieses Vorgehensmodell ist über eine verbindliche Geschäftsordnung und Gremienstruktur tief im Konzern verankert und etabliert.

Zusätzlich finden monatliche Performance-Gespräche je Vertriebsweg statt, in denen die Geschäftsentwicklung des Vertriebsweges sowie einzelner Vertriebspartner:innen besprochen werden und bei Bedarf werden jeweils Maßnahmen zur Qualitätsverbesserung festgehalten.

Auch ist Compliance bei den regelmäßigen Reviews zu ausgewählten Vermittler:innen eingebunden, die nach qualitativen Kriterien wie z.B. erhöhten Stornoquoten, IDD-relevanten Auffälligkeiten innerhalb der Beratungsdokumentation oder Hinweisen aus dem Beschwerdemanagement ausgewählt werden, um die Aufmerksamkeit für Themen aus dem Bereich der Compliance zu schärfen.

2.3 Compliance

Für die Einhaltung der geltenden Gesetze und internen Richtlinien (Compliance) sind zunächst alle Mitarbeitende zuständig. Diese haben sich mit den für ihre tägliche Arbeit geltenden Gesetzen und internen Richtlinien, vor allem dem AXA Compliance Guide und Ethikkodex, sowie den verbindlichen Regeln zum Verhalten gegenüber Kund:innen, Vertreter:innen und Geschäftspartner:innen vertraut zu machen.

Darüber hinaus sind in den gruppenweit geltenden Group Standards und der Compliance Policy sowie den spezifischen Anlagen die Grundsätze für die Organisation sowie den Umgang mit bestimmten Compliance-Risiken (z.B. Vermeidung von Korruption, Geldwäscheprävention oder anderen Finanzstraftaten, Einhaltung von Datenschutzvorschriften, kartellrechtliche und wettbewerbsrechtliche Compliance) beschrieben.

Um dies ständig sicherzustellen, gibt es im Unternehmen drei „Verteidigungslinien“ (engl. „Three Lines of Defence“), die auf unterschiedlichen Stufen ihren Beitrag zu einer wirksamen Compliance-Organisation leisten:

1. Alle Mitarbeitende und Führungskräfte sind grundsätzlich dafür verantwortlich, dass sie sich in der täglichen Arbeit rechtskonform verhalten und Verstöße aufgedeckt werden („First Line of Defence“).

Sie sind dafür verantwortlich, dass Verstöße gegen Compliance-Vorgaben vermieden werden. Hierfür müssen alle Mitarbeitende und Führungskräfte einerseits Sorge tragen, dass sie mit den erforderlichen Richtlinien und Arbeitsanweisungen vertraut sind. Andererseits muss die Compliance-Funktion vertreten durch den Chief Compliance Officer (CCO) unverzüglich konsultiert werden, sobald wesentliche Änderungen in der täglichen Arbeit festgestellt werden, die sich auf Compliance-Risiken auswirken können.

2. Die Compliance-Funktion soll die Mitarbeitende und Führungskräfte im Umgang mit und bei der Eingrenzung von Compliance-Risiken unterstützen. Sie ist dafür verantwortlich, eine wirksame Compliance-Organisation zu schaffen und über ein Risiko- und Kontrollrahmenwerk die Compliance-Risiken im AXA Konzern effektiv zu steuern („Second Line of Defence“).

3. Schließlich ist die Konzernrevision dafür zuständig zu überprüfen, dass die Compliance-Funktion ihren genannten Aufgaben nachkommt. Hierzu hat sie die Compliance-Funktion regelmäßig auf ihre Funktionsfähigkeit zu überprüfen („Third Line of Defence“).

2.4 Compliance-Organisation

Die Compliance-Funktion im AXA Konzern setzt sich zusammen aus der zentralen Compliance-Einheit (COM) unter Leitung des Chief Compliance Officer sowie den Ressort-Compliance Managern, die auch Mitglieder des Compliance & Operational Risk Komitees (COR) sind. Der Chief Compliance Officer – als Inhaber der Compliance-Funktion – gilt als Schlüsselfunktion im aufsichtsrechtlichen Sinn.

Für den Verhaltenskodex dienen die je Leitsatz definierten und kommunizierten Dokumentationen wie Handbücher, Arbeitsanweisungen und Checklisten als Grundlage, um die Einhaltung der Maßnahmen risikoorientiert sicherzustellen. Die jeweils für die Prozesse zuständigen Fachabteilungen sind für die Einhaltung der Dokumentationen zuständig. Nachgelagert wird dies in der Regel durch die jeweils zuständige Fachaufsicht kontrolliert.

Wie für alle Ressorts gibt es auch für das Ressort Vertrieb einen (dezentralen) Ressort-Compliance-Manager. Die Ressort Compliance Manager unterstützen in dem jeweils zuständigen Bereich generell Mitarbeitende und Führungskräfte im Umgang mit Compliance-Risiken. Dafür stehen sie als primäre Ansprechpartner für Compliance relevante Themen zur Verfügung und beraten bei der Umsetzung von Compliance-Vorgaben. Hierbei werden sie durch COM unterstützt, mit der die Ressort Compliance Manager vor allem in Zweifelsfällen Rücksprache halten. Die Ressort Compliance Manager berichten regelmäßig im COR (oder bei Bedarf ad hoc) an den CCO über wesentliche Veränderungen der spezifischen Compliance-Risiken in ihren Zuständigkeitsbereichen. Neben den Ressort Compliance Managern sind mit den Leitern des Risikomanagements sowie der Konzernrevision im COR auch die anderen Funktionen der Governance-Organisation vertreten.

Kernbestandteil der Compliance-Organisation ist das Risiko- und Kontrollrahmenwerk. Es setzt sich zusammen aus der Risikoidentifikation, der Risikoanalyse und -bewertung, der Risikosteuerung sowie der Risikoüberwachung und beschreibt wie Compliance-Risiken rechtzeitig erkannt werden und wie auf die erkannten Risiken angemessen reagiert wird. Das Risiko und Kontrollrahmenwerk wird zentral durch das Risikomanagement gesteuert und dokumentiert. Damit ist es auch Grundlage für die regelmäßige Berichterstattung an die Geschäftsleitung.

3 Grundelemente

Im Folgenden werden die einzelnen Grundelemente des CMS für den Verhaltenskodex in Bezug auf die Einhaltung der einzelnen Leitsätze des Verhaltenskodex beschrieben.

3.1 Compliance-Kultur

Die Vorstandsmitglieder der Gesellschaften des deutschen AXA Konzerns haben 2010 das in dem Compliance-Handbuch beschriebene Compliance Management System des AXA Konzerns beschlossen. Das Compliance-Handbuch wurde an alle Mitarbeitende kommuniziert. Es wird regelmäßig aktualisiert und ist im Intranet in der jeweils aktuellen Fassung einsehbar. Es umfasst auch den Bereich der Vertriebs-Compliance und berücksichtigt die entsprechenden Compliance-Risiken im jährlichen Compliance-Risk-Assessment.

Auch die AXA Gruppe hat Vorgaben für Compliance in dem AXA Compliance und Ethik Kodex sowie in den Group Standards aufgestellt. Die Beachtung dieser Vorgaben wird im Rahmen der regelmäßig stattfindenden Compliance Support & Development Program Visits durch die AXA Gruppe geprüft.

Die besondere Bedeutung von Compliance wird durch den Vorsitzenden und CEO der AXA Gruppe Thomas Buberl in einem Brief zum Compliance und Ethik Kodex betont:

„In unserem Geschäft geht es darum, langfristige Verpflichtungen gegenüber Menschen einzugehen und einzuhalten. Vertrauen ist der wesentliche Bestandteil unseres langfristigen Erfolgs. In diesem Zusammenhang ist ein klarer Werte- und Ethikrahmen von entscheidender Bedeutung, denn er bietet uns - individuell und kollektiv - einen "moralischen Kompass", der uns hilft, die richtige Entscheidung zu treffen, wenn wir mit der technischen Komplexität, konkurrierenden Prioritäten und manchmal widersprüchlichen Anforderungen konfrontiert sind, die Teil unserer täglichen Realität bei der Ausübung unserer Arbeit sind.

Unsere Unternehmenswerte leiten unser Verhalten, das wiederum unser Geschäft beeinflusst. Unsere Werte „Customer First“, „Integrity“, „Courage“ und „One AXA“, sind nur dann von Bedeutung, wenn diese von allen geteilt und verkörpert werden. Sie sollten jeden Tag und in jeder Hinsicht gelten. Wenn wir Zweifel an einer Entscheidung haben, helfen uns unsere Werte bei der Entscheidungsfindung und berücksichtigen dabei unsere Mission, „Wir geben Sicherheit und ermöglichen Menschen ein besseres Leben zu führen“.

AXA engagiert sich seit langem für eine starke Berufsethik. Wir haben den neuen Compliance & Ethik-Kodex entwickelt, um ein gemeinsames Verständnis dafür zu schaffen, was von jedem von uns und den Geschäftsbereichen der Gruppe erwartet wird. Diese Verpflichtungen müssen jeden von uns bei der Erfüllung seiner täglichen Arbeit leiten. Es gibt keinen Widerspruch zwischen der Verfolgung ambitionierter Geschäftsziele und hoher Standards in Bezug auf Ethik, Compliance und Governance, denn sie unterstützen sich gegenseitig. Deshalb erwarte ich von jedem bei AXA, dass er sich persönlich verpflichtet, die Anforderungen unseres neuen Compliance & Ethik-Kodex zu erfüllen.“ (Dr. Thomas Buberl)

Durch den Beitritt zum Verhaltenskodex haben sich die Vorstandsmitglieder der Gesellschaften des deutschen AXA Konzerns ausdrücklich auf die Einhaltung der Leitsätze des Verhaltenskodex verpflichtet und dies gegenüber den Vertriebspartner:innen ausdrücklich kommuniziert.

Zudem sind Compliance-Inhalte generell regelmäßig Inhalt der separaten Führungskräfteveranstaltungen der diversen Vertriebswege sowie der halbjährlichen Ressorttagungen für alle Mitarbeitende der jeweiligen Vertriebswege.

Darüber hinaus wurden der Beitritt und die Verbindlichkeit des Verhaltenskodex für alle Vertriebswege sowie für die Mitarbeitende des angestellten Außendienstes und die relevanten Mitarbeitende des Innendienstes per Anschreiben kommuniziert. Relevante Informationen sind in den jeweiligen Vermittlerportalen hinterlegt.

Für Verstöße gegen die Inhalte des Verhaltenskodex wurden Eskalations- und Sanktionsmechanismen festgelegt und kommuniziert. In den entsprechenden Prozessbeschreibungen ist risikoorientiert je Vertriebsweg konkret beschrieben, wie etwaige Verstöße identifiziert und nach Intensität sowie Häufigkeit behandelt werden. Etwaige Verstöße werden durch den Ressort Compliance Manager für den Vertrieb erfasst und dokumentiert, so dass sichergestellt ist, dass nachhaltige Verstöße erkannt und geahndet werden können.

3.2 Compliance-Risiken

Compliance-Risiken werden im Rahmen des zentralen Compliance- und Operational Risk Assessments erfasst. Dafür werden die Geschäftsprozesse im deutschen AXA Konzern in Bezug auf definierte Compliance Risiken systematisch analysiert. Für die so identifizierten Risiken wird weiter die Wirkung von risikoreduzierenden Steuerungshandlungen untersucht. Schließlich wird das Sanktions- und Eintrittsrisiko für jedes Compliance-Risiko bewertet. Abhängig von dieser Risikobewertung werden unterschiedliche Kontrollhandlungen definiert.

Die Compliance-Risiken werden einmal jährlich in dem Compliance-Risk-Assessment bewertet, um zu bemessen, ob sie noch aktuell sind. Diese Bewertung bezieht auch die implementierten Steuerungshandlungen mit ein. Hierfür werden die Ressort-Compliance-Manager befragt. Die sich aus der Nichteinhaltung der Leitsätze des Verhaltenskodex ergebenden Risiken werden in der Compliance-Risikodatenbank dokumentiert. Die Bewertung erfolgt risikoorientiert unter Berücksichtigung der unterschiedlichen Vertriebswege. Sämtliche Ergebnisse des Compliance-Risk-Assessment können über die Compliance-Risikoliste und -datenbank und zusätzliche Dokumente (z.B. Unterlage Compliance Risk Assessment) nachvollzogen werden.

3.3 Compliance-Ziele und deren Einhaltung mittels Compliance-Programms

Im Folgenden werden zunächst die Leitsätze im Wortlaut wiedergegeben. Sodann wird ausgeführt, welche unternehmensindividuellen Ziele sich der deutsche AXA Konzern im Rahmen seines Compliance Programms zur Ausgestaltung der einzelnen Leitsätze setzt.

3.3.1 Leitsatz 1. Die Bedürfnisse der Kund:innen stehen immer im Mittelpunkt.

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

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

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

GDV-Verhaltenskodex 25.09.2018

Den Grundsatz des ehrlichen, redlichen und professionellen Umgangs im bestmöglichen Interesse der Kund:innen verfolgen AXA und ihre vertrieblichen Partner seit Jahren. Zur angemessenen Erfüllung dieses Leitgedankens und Grundsatzes setzt AXA auf zwei Sicherungsinstrumente:

Zum einen sollen mögliche Interessenskonflikte und Fehlanreize bereits in der Produkterstellung ausgeschlossen werden. Dies erfolgt u.a. durch eine klare Definition des Zielmarktes und eine regelmäßige Überprüfung, ob die Vermittlung tatsächlich innerhalb des Zielmarktes erfolgt.

Zum anderen erfolgt der Ausschluss bzw. die Reduzierung möglicher Nachteile für die Kund:innen über eine angepasste Konzeption der Vertriebs- und Vergütungssysteme.

Zum anderen spiegeln sich die Grundsätze für die Produkterstellung im Leitsatz 5 wider.

Grundsätzlich sind AXA-Vergütungssysteme entsprechend ausgestaltet, Fehlanreize zu unterbinden, d.h. für vergleichbare Produkte nicht unterschiedliche Provisionen bzw. Courtagen zu zahlen. Damit bleibt und steht der Bedarf der Kund:innen im Mittelpunkt der Beratung. Hierbei legt AXA fest, dass folgende Kriterien in einer Vergütung und Provisionierung des Vertriebs eingehalten und/oder Maßnahmen vereinbart werden, um Fehlanreize zu vermeiden:

- Keine Produktfokussierung in den Vertriebszielen;
- Keine sogenannten Schwellenwerte, welche eine Einstiegshürde für eine Vergütung darstellen;
- Aufnahme von Vorgaben definierter Qualitätskriterien in den Vergütungssystemen
- Regelmäßige Kontrollen bzw. Fachaufsichten

Neben dem Verpflichten der vertreibenden Personen auf Leitsätze für ehrliches, redliches und professionelles Handeln werden regelmäßig in Vorgaben und Verträgen der Vertriebswege die Vergütungssysteme analysiert, um damit Fehlanreize auszuschließen.

Hierbei unterstützt AXA die Ausgestaltung durch Leitlinien zur Zulässigkeit von vertrieblichen Anreizen für Angestellte und Vertriebswege. Unabhängig davon werden die Vergütungssysteme der Vertriebswege regelmäßig von einer internen Stelle auf deren Einhaltung und Angemessenheit kontrolliert und beurteilt.

Kundenbedürfnisse und -erwartungen auf eine qualifizierte Beratung und professionellen Service sind unabhängig von Vertriebsvergütungen gelöst bzw. sichergestellt. AXA stellt ihren Vertriebswegen technische Lösungen sowie Informations- und Schulungsmöglichkeiten zur Verfügung, um dem eigenen und dem Kundenanspruch gerecht zu werden.

3.3.2 Leitsatz 2. Wer Versicherungen vermittelt, erklärt den Kund:innen seinen Status.

Kund:innen haben die Wahl, von wem und wie sie sich beraten lassen. Sie sollen sich im Klaren über die Interessenslage ihres Gegenübers sein und sich darauf einstellen können. Vertriebspartner:innen legen den Kund:innen beim ersten Geschäftskontakt ihren Status unaufgefordert klar und eindeutig offen und informieren über die Art und

Quelle ihrer Vergütung. Insbesondere ist verständlich zu erklären, ob die Vergütung für die Beratung direkt von den Kund:innen zu zahlen oder in der Versicherungsprämie enthalten ist. Versicherungsvertreter:innen benennen, in wessen Auftrag sie tätig sind.

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

GDV-Verhaltenskodex 25.09.2018

Das Vertrauen zu Vertriebspartner:innen und -mitarbeitenden entsteht über eine von Beginn an hohe Transparenz auch in Bezug auf die eigenen Interessen. AXA hat neben der Selbstverpflichtung der Vertreibenden in den Verträgen mit gebundenen Vertriebspartner:innen festgehalten, dass sie die gesetzlichen Vorgaben an die Vermittlervorstellung einzuhalten haben.

Durch geeignete Materialien oder Informationen in Systemen wird beim ersten Geschäftskontakt sichergestellt, dass der Vermittelnde sich und seinen Status den Interessent:innen und Kund:innen in verständlicher Weise vorstellt. Auch die Homepages der Vertriebspartner:innen enthalten standardmäßig die geforderten Hinweise.

Weiterhin hat sich AXA für eine hohe Transparenz entschieden. Dies bedeutet, dass die Vertriebspartner:innenvorstellung auch beim Aushändigen von Informationsmaterial bezogen auf das AXA-Produktportfolio erfolgt.

Darüber hinaus sind die Anforderungen an eine klare und eindeutige Legitimation Bestandteil der Wissensvermittlung an gebundene Vermittler:innen.

3.3.3 Leitsatz 3. Jede Empfehlung berücksichtigt Ziele, Wünsche und Bedürfnisse der Kund:innen.

Wer Versicherungen vertreibt, muss die Ziele, Wünsche und Bedürfnisse der Kund:innen zum Versicherungsschutz dem Anlass entsprechend ermitteln, analysieren und bewerten. Auf dieser Basis werden den Kund:innen die wichtigsten Merkmale des Versicherungsproduktes – einschließlich der Ausschlüsse vom Versicherungsschutz – verständlich aufgezeigt.

Jegliche Beratung (persönlich oder digital) fußt auf diesen Zielen, Wünschen und Bedürfnissen. Dabei beachten die Versicherungsunternehmen, dass die Kund:innen entscheiden, ob und wie sie beraten werden möchten.

Die Versicherungsunternehmen unterstützen die Beratung bestmöglich, indem sie die dafür erforderlichen, sachgerechten Informationen zur Verfügung stellen.

Diese werden so aufbereitet, dass sie den Kund:innen eine individuelle Entscheidung ermöglichen. Insbesondere Angaben über mögliche künftige Leistungen im Bereich langlaufender Altersvorsorgeprodukte werden transparent, nachvollziehbar und objektiv auf standardisierten, vergleichbaren, branchenweit akzeptierten Verfahren dargestellt.

GDV-Verhaltenskodex 25.09.2018

AXA legt die Basis für eine ehrliche, redliche und professionelle Zusammenarbeit im Verständnis der Wünsche, Ziele und Bedürfnisse ihrer Kund:innen. Als Maßstab für den Umfang einer Beratung ihrer Kund:innen orientiert sich AXA an einem nachvollziehbaren Verhältnis zwischen Beratungsaufwand und der kundenseitig zu zahlenden Prämien.



AXA unterstützt die Beratungsgespräche in den Vertriebswegen mit Materialien, welche den genauen gesetzlichen Vorschriften entsprechen. Hierin werden u.a. neben der klaren Darstellung der Art und Beschreibung einer Versicherung, Leistungen und Leistungsausschlüssen auch weitere wesentliche Vertragsbestandteile dargestellt. AXA berücksichtigt hierbei auch die Anforderungen an barrierefreie Kommunikation sowie die Anforderungen vulnerabler Kundengruppen.

Hierneben erkennt AXA den Bedarf der Kund:innen für eine bequeme, schnelle, einfache und zeitunabhängige Information und Beratung im Internet. Diesem trägt AXA Rechnung und optimiert laufend das zur Verfügung gestellte Angebot.

Ein besonderes Augenmerk liegt auf solchen Produkten, die neben der Absicherung biometrischer Risiken auch das Ziel der Kapitalanlage – welche Chancen und Risiken im Todes- oder Erlebensfall – beinhalten. Ein professionelles Beratungsgespräch klärt Fragen zu den Anlagezielen, finanziellen Verhältnissen, Wunsch nach Garantien und die Vermögensstrategie der Kund:innen.

Ein Leitgedanke der AXA ist, dass Versicherungsanlageprodukte nur an Kund:innen verkauft werden sollten, die für die Kund:innen und ihrem kenntnis- und erfahrungsgemäßen Hintergrund auch passend sind. Darüber hinaus wird die Kundenentscheidung anerkannt, denn nur die Kund:innen können entscheiden, was für sie gut und richtig ist.

AXA verpflichtet ihre Vertriebspartner:innen zur Nutzung technischer Beratungsunterstützung, welche die genannten Bausteine einer professionellen Beratung vor Antragstellung vorsieht.

3.3.4 Leitsatz 4. Jede Empfehlung zu einem Vertragsabschluss wird nachvollziehbar begründet und dokumentiert.

Die Dokumentation der Beratung ist von besonderer Bedeutung. Sie macht sowohl die Empfehlung als auch die Entscheidung für die Kund:innen nachvollziehbar und muss deshalb mit besonderer Sorgfalt erfolgen.

GDV-Verhaltenskodex 25.09.2018

AXA unterstützt ihre Vertriebspartner:innen und Vertriebsmitarbeitende technisch bei der ordnungsgemäßen Dokumentation des Beratungsgesprächs. AXA-Vertriebspartner:innen und Vertriebsmitarbeitende sind in der Lage, für die Kund:innen eine leicht verständliche, systematische und begleitende Aufzeichnung der Inhalte von Gesprächen und getroffenen Entscheidungen nebst Begründungen anzufertigen und schaffen damit die gebotene Transparenz.

Im Neugeschäft erfolgt die beschriebene angemessene Beratungsdokumentation. Hierbei berücksichtigt AXA, dass Beratungsgespräche an unterschiedlichen Orten mit unterschiedlichen Ausstattungen erfolgen können. Wesentlich ist und bleibt, dass entsprechende Inhalte der Beratungsdokumentation auch den Kund:innen sofort/im Nachgang ausgehändigt werden können. AXA verpflichtet ihre Vertriebspartner:innen zu einer Beratungsdokumentation, da ansonsten kein Versicherungsantrag poliziert wird.

Das Maß und der Umfang der Beratungsdokumentation richtet sich nach dem Verhältnis des Beratungsumfangs. So werden für beratungsintensive Produkte, wie Kapitalanlageprodukte, ausführliche, allgemeine Informationen zum Beratungsanlass, -motivation herangezogen nebst einem Teil, der produktrelevante Informationen der Beratung dokumentiert. Weiterhin wird aus Sicht der AXA die Geeignetheit für ein Kapitalanlageprodukt – wie diese sich im Beratungsgespräch darstellt – dokumentiert.

In einer bestehenden Geschäftsbeziehung erfolgt das Festhalten von Änderungen in den Dokumenten selbst. Diese werden im Nachgang der Beratung den Kund:innen in der gewünschten Art und Weise zur Verfügung gestellt.

AXA sieht auf Wunsch von einer Dokumentation/Zusendung von einer Dokumentation dann ab, wenn der Kund:innen/Interessent:innen lediglich mündlich eine Angebots-/Preisanfrage für ein Versicherungsprodukt stellen.

Telefonische Anfragen an für die Betreuung und Verwaltung von Versicherungsbeständen zuständige Organisationseinheiten sind zu dokumentieren. Dabei ist der konkrete Kund:innenwunsch festzuhalten. Dies gilt insbesondere dann, wenn Leistungsunterschiede bei Anpassungen resultieren oder wenn bei telefonischen Beratungen der Kund:innen sich bewusst gegen eine Empfehlung entscheiden.

3.3.5 Leitsatz 5. Versicherungsprodukte werden bedarfsgerecht entwickelt und vertrieben.

Die Entwicklung von Versicherungsprodukten wird am Bedarf der Kund:innen ausgerichtet. Schon bei der Konzeption neuer Produkte achten die Versicherungsunternehmen darauf, bedarfsgerechten Versicherungsschutz zu entwickeln. Das spiegelt sich auch in der Festlegung des Zielmarktes von Versicherungsprodukten wider. Die Versicherungsunternehmen prüfen regelmäßig, ob ihre Produkte im ermittelten Zielmarkt vertrieben werden und dem Bedarf der Kund:innen, für die sie konzipiert wurden, entsprechen.

Bedarfsgerechte Produkte werden den Lebensumständen und Präferenzen der Kund:innen gerecht. Nicht bedarfsgerecht sind Produkte, die erkennbar nicht zu den Lebensumständen der Kunde:innen passen.

Einfache und verständliche Produktunterlagen sollen den Kund:innen die Sicherheit bieten, eine individuelle und bewusste Entscheidung treffen zu können.

GDV-Verhaltenskodex 25.09.2018

AXA stellt die Kundenbedarfe in den Mittelpunkt ihres Handels. Hierfür hat AXA einen spartenübergreifenden Prozess für die Überwachung und Steuerung unternehmensinterner Produktentwicklungsprozesse eingeführt. Dieser bezieht sich nicht nur auf die Entwicklung selbst, sondern auf den gesamten Produktzyklus – von der Entwicklung bis hin zum Marktaustritt – sowie auf interne Prozesse, Funktionen und Strategien.

AXA, als Hersteller, legt für jedes Versicherungsprodukt eine Kundengruppe fest, an die sich der Verkauf eines Produktes richtet. Diese Kundengruppe, auch als „Zielmarkt“ bezeichnet, stellt eine Gruppe dar, für die folgende Fragen ähnlich/gleich beantwortet werden können: Für wen ist das Produkt geeignet? Welches Risiko wird abgesichert und welche Leistungen sollen für den Fall des Eintretens eines Versicherungsfalles erfolgen?

Für den Vertrieb wählt AXA eine Strategie, welche in Verhältnismäßigkeit zum Verständnis des Produktes Informationsmaterialien, Schulungsmaßnahmen für den Vertrieb sowie Anpassungen für technische Systeme festlegt.

Erst wenn alle Prozessbeteiligten diese Teilschritte durchgeführt und bestätigt haben, kann ein Produkt eingeführt werden.

Durch die Festlegung des „Zielmarktes“ kann zum einen festgestellt werden, ob das Produkt in diesem verkauft wird und gleichzeitig, ob sich Rahmenbedingungen geändert haben, die zum Nachteil der Zielgruppe reichen; der Vertrieb ist zu diesen Informationen verpflichtet.

In regelmäßigen Überprüfungen des Produktes werden diese Informationen sowie Informationen des Beschwerdemanagements dazu verwandt, um Maßnahmen zu ergreifen, die negativen Auswirkungen für die Kund:innen zu verhindern.

Die Kontrolle/Anpassungen des Produktentwicklungsprozesses selbst sowie die Prozesse für die einzelne Produktentwicklung werden dokumentiert.

3.3.6 Leitsatz 6. Kund:innen werden nachhaltig betreut und bei gegebenem Anlass beraten.

Grundlage für eine nachhaltige Geschäftsbeziehung – und damit wichtig für die Versicherungsunternehmen und für die Vertriebspartner:innen – sind Beratung und Betreuung der Kund:innen auch nach Vertragsabschluss. Deshalb erfolgt, sofern ein Anlass erkennbar ist, die Beratung und Betreuung während der gesamten Dauer des Versicherungsverhältnisses, insbesondere im Schaden- und Leistungsfall.

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

GDV-Verhaltenskodex 25.09.2018

Gegenseitiges Vertrauen zur vermittelnden Person, zur AXA, sowie zum Produkt entstehen durch wiederkehrenden Kontakt. Dieses Vertrauen wird im Schaden- und Leistungsfall gerechtfertigt und entsteht durch die Betreuung nach Vertragsabschluss.

Aus diesem Grunde werden die Vertriebspartner:innen durch geeignete Maßnahmen und technische Ausstattungen unterstützt. Sie sind verpflichtet, in ihren Geschäftsbeziehungen dem Anspruch der vertrauensvollen Zusammenarbeit gerecht zu werden.

Im Mittelpunkt des Kontaktes zu unseren Kund:innen stehen die Kundenwünsche und -bedürfnisse. AXA und die für sie tätigen Vertriebspartner:innen berücksichtigen dies in der Beratung bei Produktangeboten. Hierbei werden die Inhalte der Gespräche schriftlich festgehalten und Empfehlungen begründet. Gerade bei Abwerbungen werden die Kund:innen auf mögliche Unterschiede oder mögliche Nachteile hingewiesen und dieses entsprechend schriftlich festgehalten. Die Einhaltung dieser Vorgaben wird im Nachgang von AXA überwacht.

Auch hat sich AXA der Initiative des Verbandes der privaten Krankenkassen (Verfahren bei Tarifwechsel) angeschlossen und sich dazu verpflichtet, wie in den Leitlinien für Versicherer beschrieben, die Kund:innen mit einem hohen Maß an Tarifoffenheit und -informationen zu beraten.

Allgemein beraten und betreuen die Vertriebspartner:innen oder die telefonische Kundenbetreuung der AXA auch nach Vertragsabschluss ihre Kund:innen anlassbezogen. Hierbei erfolgt bei Vertragsänderungen eine Dokumentation durch Übersendung dieser Änderungen nach den Gesprächen. Ergänzt werden diese Angebote durch ein sich stetig weiter entwickelndes Endkunden-Portal (MyAXA), das den Kund:innen relevante Informationen zu ihren Verträgen, Entwicklungen und Services bietet. AXA unterstützt die Vertriebspartner:innen dabei auch durch die Identifizierung und Bereitstellung von Anlässen, die einen Beratungsbedarf implizieren.

3.3.7 Leitsatz 7. Qualifikation ist die Basis von ehrlichem, redlichem und professionellem Vertrieb.

Den Versicherungsunternehmen ist bewusst, dass sie nur dann Vertrauen in Anspruch nehmen können, wenn sie auch vertrauenswürdig handeln. Sie legen Wert darauf, dass die Personen, mit denen sie kooperieren, vertrauenswürdig sind. Die Integrität und die Bindung an die Grundsätze ehrbaren unternehmerischen Handelns sind neben einer guten Qualifikation die Basis jeder Geschäftsbeziehung. Dieser Maxime folgt die

Auswahl von Mitarbeitenden und Vertriebspartner:innen. Die Versicherungsunternehmen achten bei einer Zusammenarbeit darauf, dass die Ausrichtung auf eine langfristige Geschäftsbeziehung ein gemeinsamer Wert und zentraler Maßstab ist.

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

Versicherungsunternehmen sorgen dafür, dass alle unmittelbar oder maßgeblich am Vertrieb beteiligten Personen für ihre Tätigkeit angemessen qualifiziert sind und sich weiterbilden. Darüber hinaus verpflichten sich die Versicherungsunternehmen, auch den angestellten Werbeaußendienst zu Beginn ihrer Tätigkeit eine IHK-Prüfung ablegen zu lassen.

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

GDV-Verhaltenskodex 25.09.2018

Für eine professionelle Beratung ist die fachliche sowie die charakterliche Eignung der am Versicherungsvertrieb beteiligten Personen notwendig.

Die Fachlichkeit ist das Wissen um Produkte/Tarife und deren Zusammenspiel mit Kund:innenbedürfnissen. Dieses wird zum einen erreicht über eine Berufsausbildung oder eine angemessene Qualifizierung. Hierbei stellt AXA durch Prüfungsmaßnahmen sicher, dass nur Personen am Versicherungsvertrieb beteiligt sind, die eine solche mitbringen.

Zum anderen betrachtet AXA die charakterliche Eignung des genannten Personenkreises. Diese wird über eine Prüfung der Zuverlässigkeit sowie der geordneten Vermögensverhältnisse festgestellt. Beides könnten Auslöser für unredlichen Vertrieb sein bzw. Anreize bieten, dass die Kund:innen nicht professionell in Hinblick auf ihre Bedürfnisse beraten werden. Hierbei werden außerbetriebliche Informationen über Außendienstangestellte und Vertriebspartner:innen herangezogen. Jede negative Auskunft hat zur Folge, dass Einzelprüfungen stattfinden, damit AXA feststellen kann, ob die Person am Versicherungsvertrieb teilnehmen kann.

Losgelöst von einer Stichtagsprüfung – wie eine Einstellung oder ein Wechsel des Arbeitsplatzes – ist die dauerhafte Weiterbildung der unmittelbar oder maßgeblich beteiligten Personen. Hier bietet AXA umfangreiche Möglichkeiten zur jährlichen Weiterbildung, mindestens im gesetzlichen Rahmen, an. Die Weiterbildungsmaßnahmen sowie die Trainer:innen erfüllen selbst die strengen gesetzliche Bestimmungen.

Auch erfasst AXA die Weiterbildungszeiten für ihre Vertriebspartner:innen sowie der am Versicherungsbetrieb beteiligten Personen. Unabhängige Vertriebspartner:innen, Makler:innen/Mehrfachagent:innen, sind zur Erfüllung gesetzlicher Bestimmungen selbst verantwortlich. Dennoch bietet AXA auch Weiterbildungsmaßnahmen für diese Personengruppen an.

3.3.8 Leitsatz 8. Die Unabhängigkeit von Versicherungsmaklern wird gewahrt.

Makler:innen sind Beauftragte der Kund:innen und handeln als dessen „Sachwalter:innen“. Deshalb achten die Versicherungsunternehmen darauf, dass die Unabhängigkeit einer Makler:in nicht beeinträchtigt wird.

Auch die Beauftragung von Makler:innen als Dienstleister:innen eines Versicherungsunternehmens darf die Unabhängigkeit der Makler:innen nicht beeinträchtigen – daher müssen beide Seiten etwaige Interessenkonflikte sorgfältig prüfen und vermeiden.

GDV-Verhaltenskodex 25.09.2018

Makler:innen sollen die Kund:innenwünsche und -bedürfnisse vor die eigenen wirtschaftlichen Interessen stellen. Dementsprechend soll die Wahl der Produkte für die Kund:innen unabhängig erfolgen.

AXA trägt grundsätzlich – und auch für unabhängige Vermittler:innen – durch die Ausgestaltung von Vergütungssystemen diesen Anforderungen Rechnung. Weiterhin unterliegen sonstige Zuwendungen an Vertriebspartner:innen, bzw. Veranstaltungen für Vertriebspartner:innen verbindlichen, internen Richtlinien und Kontrollen.

3.3.9 Leitsatz 9. Versicherungsunternehmen bieten Kund:innen ein systematisches Beschwerdemanagement und ein Ombudsmannsystem.

Kund:innen-Feedback, insbesondere in Form von Beschwerden, ist eine hilfreiche Quelle für Verbesserungen. Die Versicherungsunternehmen verfügen über ein systematisches Beschwerdemanagement. Darüber hinaus besteht in der Versicherungswirtschaft ein Ombudsmannsystem. Die Branche bietet ihren Kund:innen damit ein unabhängiges sowie unbürokratisches System zur Beilegung von Meinungsverschiedenheiten mit Versicherungsunternehmen und -Vertriebspartner:innen.

Kund:innen werden explizit auf das Ombudsmannsystem hingewiesen.

GDV-Verhaltenskodex 25.09.2018

AXA nutzt die Chance von Kund:innen-Feedback in Form von Beschwerden und Hinweisen über Produkte, Prozesse oder zur Organisation.

Indirekt erfasst AXA Kund:innen-Feedback über ihre Vertriebspartner:innen, um im Rahmen von Produktüberprüfungen, diese Hinweise einfließen zu lassen. Hierbei werden Vertriebspartner:innen verpflichtet, eben diese Informationen weiterzugeben.

Für direkte Beschwerden stellt AXA ein systematisches, einfach zugängliches und in der Bedienung leichtes und schnelles Beschwerdemanagement im Internet zur Verfügung. So kann AXA Beschwerden in der Regel zügig zuordnen und den relevanten Ansprechpartner:innen zur Klärung zur Verfügung stellen.

Begründete personenbezogene Beschwerden, die eine Zuverlässigkeit des vermittelnden oder der am Vertrieb beteiligten Person in Zweifel ziehen, werden einzeln geprüft, schriftlich niedergelegt und über Konsequenzen entschieden.

Losgelöst hiervon ist der unabhängige und unparteiische Ombudsmann zur Schlichtung von Meinungsverschiedenheiten/Streitfällen. Der Hinweis auf diese Schlichtungsstelle wird den Kund:innen beim Erstkontakt gegeben und ist in jeder Vertragsbedingung der Versicherungspolice der AXA enthalten.

3.3.10 Leitsatz 10. Die Versicherungsunternehmen geben sich Compliance-Vorschriften und kontrollieren deren Einhaltung.

Die Versicherungsunternehmen geben ihren Mitarbeitenden im Vertrieb und ihren Versicherungsvertreter:innen Compliance-Vorschriften und implementieren ein Kontrollsystem. Damit wollen sie Missstände im Vertrieb erkennen, um darauf reagieren zu können.

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

Versicherungsunternehmen sind auf eine Vielzahl von Informationen angewiesen, die einen wesentlichen Bestandteil des Versicherungsgeschäfts darstellen. Der Schutz dieser Informationen vor möglichem Missbrauch ist essenziell. Kund:innen vertrauen darauf, dass ihre Daten bei den Versicherungsunternehmen in guten Händen sind. Der verantwortungsvolle Umgang mit personenbezogenen Daten hat deshalb hohe Priorität. Die Versicherungswirtschaft hat in ihren Verhaltensregeln zum Datenschutz (Code of Conduct) klare Regeln zum Umgang mit persönlichen und vertraulichen Daten und zur Einhaltung der datenschutzrechtlichen Vorschriften getroffen. Die Versicherungsunternehmen erwarten von ihren Vertriebspartner:innen, dass auch sie dem Schutz der personenbezogenen Daten der Kund:innen höchste Aufmerksamkeit widmen und allen Anforderungen an Datenschutz und Datensicherheit gerecht werden.

GDV-Verhaltenskodex 25.09.2018

AXA hat für die Mitarbeitenden sowie für die gebundenen Vertriebspartner:innen unternehmensindividuelle, verbindliche Richtlinien, Regeln und freiwillige Kodizes (Compliance-Vorschriften). Diese werden den jeweiligen Personengruppen zur Einhaltung zur Verfügung gestellt.

Neben allgemeinen Compliance-Vorschriften für bestimmte Personengruppen beinhalten diese auch Vorschriften:

- zur Ächtung von Korruption, Bestechung und Bestechlichkeit,
- zum Umgang mit Einladungen, Geschenken und sonstigen Zuwendungen,
- zu Werbemaßnahmen und Unternehmensveranstaltungen,
- zur Vermeidung von Kollisionen von privaten und geschäftlichen Interessen,
- zum Umgang mit persönlichen und vertraulichen Daten sowie
- zur Einhaltung datenschutzrechtlicher und wettbewerbsrechtlicher Vorschriften.

Weiter finden risikoorientiert, regelmäßige Schulungen für Multiplikatoren oder betroffene Fachbereiche statt. Hierbei werden weitergehende rechtliche Grundlagen vermittelt sowie Handlungsanweisungen für konkrete Fälle gegeben.

Unabhängige Vermittler:innen werden bei Zusammenarbeit mit AXA aufgefordert, sich eigene Compliance-Regeln zu geben oder Compliance-Regeln eines Vermittlerverbandes zu befolgen. AXA arbeitet nur mit Vermittler:innen zusammen, die sich an die jeweils geltenden Compliance-Vorschriften halten. Insbesondere nachhaltige Verstöße können zur Beendigung der Zusammenarbeit führen.

Die Compliance-Regelungen beinhalten auch Regelungen zu direkten Prüfungen durch die Abteilung Compliance selbst, welche dokumentiert werden.

3.3.11 Leitsatz 11. Der Kodex ist verbindlich und transparent.

Die Mitgliedsunternehmen des GDV machen mit ihrem Beitritt diesen Verhaltenskodex für sich verbindlich. Sie ergreifen die notwendigen Maßnahmen, um die Regeln dieses Kodex in den Grundsätzen des eigenen Unternehmens zu verankern und arbeiten nur mit Vertriebspartner:innen zusammen, die diese oder äquivalente Grundsätze als Mindest-standards anerkennen und praktizieren.

Die Mitgliedsunternehmen erklären ihren Beitritt zum Kodex gegenüber dem GDV, der auf seiner Website veröffentlicht, welche Versicherungsunternehmen diesen Kodex als für sich verbindlich anerkennen.

Die beigetretenen Versicherungsunternehmen lassen die Umsetzung der Regelungen des Kodex regelmäßig, mindestens alle drei Jahre von unabhängigen Stellen prüfen. Die Beschreibung der Umsetzung und die Ergebnisse der Prüfung werden auf der Website des GDV e. V. veröffentlicht.

GDV-Verhaltenskodex 25.09.2018

AXA hat die gesetzlichen Regelungen und den GDV-Verhaltenskodex für den Vertrieb in allen relevanten Abläufen prozessual berücksichtigt, so dass diese eingehalten werden.

Durch Kommunikationsmaßnahmen im Intranet wird ein allgemeines Bewusstsein für Verhaltensnormen geschaffen.

Für den GDV-Verhaltenskodex lassen sich die beigetretenen Gesellschaften des AXA Konzerns regelmäßig von einer unabhängigen Stelle auf deren Einhaltung prüfen.

Die Beschreibung des Compliance Management Systems für den Vertrieb, sowie das jeweilige Testat wird alle drei Jahre an den Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) e. V. gesendet.

Eine Veröffentlichung erfolgt auf der Homepage durch den GDV e.V. selbst.

3.4 Compliance-Kommunikation

Über die bereits beschriebenen Maßnahmen hinaus haben Mitarbeitende und Dritte (z.B. Versicherungsnehmende, Lieferant:innen, Vertriebspartner:innen) die Möglichkeit, anonym oder unter Namensnennung mögliche potentielle Compliance-Verstöße Rechtsverletzungen im Unternehmen an die „AXA Anonyme Meldestelle“ zu melden.

Die Kontaktdaten finden sich sowohl im Intra- wie auch im Internet der AXA. Darüber hinaus wurde im Compliance Guide EVT und Compliance Guide DÄF für die gebundenen Vermittler nochmals ausdrücklich auf die AXA Anonyme Meldestelle hingewiesen.

In der jährlichen Berichterstattung zu Compliance an die Vorstände werden Regelverstöße, die Compliance zur Aufmerksamkeit gebracht, umfassend untersucht und aufgeklärt wurden, transparent dargestellt.

Im Rahmen der quartalsweisen Berichterstattung an das Audit Committee wird auch über die wesentlichen durchgeführten Compliance-Maßnahmen und Compliance-Vorgänge von erheblicher Bedeutung berichtet. Darüber hinaus wird auch regelmäßig im Audit and Risk Committee des AXA Konzerns berichtet.

3.5 Überwachung und Verbesserung

Die Einhaltung der oben genannten Maßnahmen zur Einhaltung der unternehmensindividuell ausgestalteten Leitsätze wird neben den Kontrollmechanismen eines internen Kontrollsystems (Spezifische Kontrollen einzelner Geschäftsvorfälle, Fachaufsichten, Linienkontrolle, Analysen zur Geschäftsqualitätssicherung, Einbindung von Compliance in vordefinierte Geschäftsprozesse, individuelle Untersuchungen der Internen Revision) auch durch Analysen und Auswertungen des Beschwerdemanagements des deutschen AXA Konzerns sichergestellt.

Im Rahmen des Beschwerdemanagements werden eingehende Beschwerden anhand bestimmter Merkmale den jeweiligen Ressorts zur Bearbeitung zugeordnet. Der jeweiligen Beschwerdebearbeitenden leiten vertriebsbezogene Beschwerden an die Beschwerdekoordinator:innen Vertrieb zur Bearbeitung weiter. Die Beschwerden werden in der Beschwerdedatenbank unter Angabe eines oder mehrerer Beschwerdegründe vom jeweiligen Beschwerdebearbeitenden erfasst, aus denen die Auswertung auf mögliche Verstöße gegen den Verhaltenskodex gesondert ermöglicht wird.

Es wurde ein Analyse- und Maßnahmen-Prozess definiert, der die Einbeziehung definierter Fachbereiche festschreibt, wo sich abgestimmte Eskalations- /Sanktionsprozesse anschließen und die Ableitung von Verbesserungsmaßnahmen erfolgt. Schließlich werden sich auch im Rahmen der regelmäßig stattfindenden Prüfungen der Internen Revision Erfahrungen und Anregungen für die Verbesserung des Compliance Management Systems für den Verhaltenskodex ergeben.