

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

Die folgenden Unternehmen sind dem Verhaltenskodex für den Vertrieb von Versicherungsprodukten des Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft am 09.07.2013 beigetreten:

- **Wüstenrot & Württembergische AG****
- **Württembergische Versicherung AG***
- **Württembergische Lebensversicherung AG***
- **Württembergische Krankenversicherung AG***
- **Allgemeine Rentenanstalt Pensionskasse AG***
- **Karlsruher Lebensversicherung AG** (zum 01.01.2019 auf die Württembergische Lebensversicherung AG verschmolzen)

Die mit * markierten Gesellschaften werden im Folgenden als „Württembergische Gruppe“ oder „Gruppe“ bezeichnet. Die mit ** markierte Gesellschaft wird im Folgenden als „W&W“ bezeichnet.

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

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

Die vorliegende Erklärung erstreckt sich auf folgende Gesellschaften unserer Gruppe:

- Württembergische Gruppe
- W&W

Unsere Erklärung basiert auf den Erkenntnissen aus der nachfolgend beschriebenen Überprüfung des vertriebsbezogenen CMS. Die Erklärung umfasst den Zeitraum vom 1. Januar 2019 bis 31. Dezember 2022.

Vorgehen bei der Überprüfung

Grundsätzlich werden alle Vertriebsaktivitäten in einem umfassenden Risikomanagement- und Internen Kontrollsystem abgedeckt. Dieses setzt sich aus umfangreichen Kontrollen, Überwachungshandlungen und Beratungen durch unsere unabhängigen Compliance- und Risikomanagementfunktionen, dem Datenschutzbeauftragten sowie den unabhängigen Prüfungen unserer Internen Revision zusammen. Alle Vorgaben unseres vertriebsbezogenen CMS sind Gegenstand laufender Kontrollen, deren sachgerechte Durchführung regelmäßig überwacht und durch die Interne Revision geprüft wird. Die an der Überprüfung beteiligten Stellen sind aufgrund gesetzlicher Vorgaben unabhängig vom Vertrieb und dadurch in der Lage, sich ein objektives Urteil zu bilden. Wir stellen sicher, dass die einzelnen Aspekte des vertriebsbezogenen CMS entsprechend dem Risikogehalt zeitgerecht und mindestens in einem dreijährigen Turnus überprüft wurden. Die Ergebnisse dieser Prüfungen wurden an den gesamten Vorstand aller betroffenen Gesellschaften unserer Gruppe der Württembergische-Gruppe und der W&W berichtet. Soweit daraus Maßnahmen zur Optimierung des Systems resultieren, wird deren zeitgerechte Umsetzung von unserer Internen

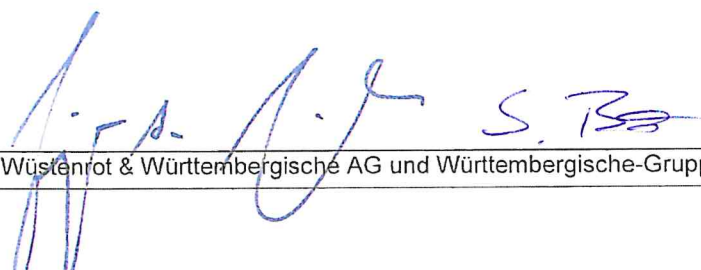

Revision und der Compliance-Funktion überwacht. Dadurch haben wir die Weiterentwicklung unseres vertriebsbezogenen CMS sichergestellt.

Ergebnis der Überprüfung

Auf der Basis unserer Überprüfung im Zeitraum vom 27. Januar 2023 bis 21. März 2023 kommen wir für die Unternehmen der Württembergische-Gruppe und der W&W zu folgendem Ergebnis:

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

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

Kornwestheim, 14.04.2023	 Zeliha Hanning Digital unterschrieben von Zeliha Hanning Datum: 2023.04.25 10:55:02 +02'00'	 Jacques Wasserfall Digital signiert von: Jacques Wasserfall Datum: 2023.04.25 15:56:53 +02'00'
Ort und Datum	Wüstenrot & Württembergische AG und Württembergische-Gruppe	

Anlage

Beschreibung des Compliance-Management-Systems für den Vertrieb der

Württembergische Versicherung AG

Württembergische Lebensversicherung AG

Württembergische Krankenversicherung AG

Allgemeine Rentenanstalt Pensionskasse AG

Wüstenrot & Württembergische AG

Beschreibung des Compliance-Management-Systems für den Vertrieb

der

WÜRTEMBERGISCHE VERSICHERUNG AG

sowie der

WÜRTEMBERGISCHE LEBENSVERSICHERUNG AG

und

WÜRTEMBERGISCHE KRANKENVERSICHERUNG AG

und

ALLGEMEINEN RENTENANSTALT PENSIONSASSE AG

und

WÜSTENROT & WÜRTEMBERGISCHE AG

auf Basis des

GDV-Verhaltenskodexes für den Vertrieb von Versicherungsprodukten

Beschlossen durch die Mitgliederversammlung
des Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft e. V.
in Berlin am 25. September 2018

19. Januar 2023

Vorwort	3
1. Allgemeiner Teil	4
2. Besonderer Teil	6
2.1 Compliance als wesentliches Element der Unternehmenskultur der Württembergischen	6
2.1.1 Allgemeine Merkmale der Unternehmenskultur	6
2.1.2 Besondere Merkmale der Unternehmenskultur	7
2.1.3 Rolle der Aufsichtsorgane für die Compliance-Kultur	8
2.1.4 Umsetzung der GDV-Vorgaben in der Compliance-Kultur	8
2.2 Compliance-Ziele als Teil der Unternehmensziele	9
2.2.1 Das Compliance-Management-System der Württembergischen	10
2.3 Compliance-Risiken im Vertrieb der WV	11
2.4 Grundsätze und Maßnahmenbeschreibung des Compliance-Programms	14
2.4.1 Gruppenweite Regelungen	14
2.4.2 Kontrolle des Compliance-Programms	15
2.5. Grundsätzliche Verantwortlichkeit und Gestaltungsprinzipien	16
2.5.1 Einbindung und Kapazität des Vertriebs-Compliance-Beauftragten	18
2.5.2 Hilfsmittel	18
2.5.3 Kommunikationskonzept	18
2.5.4 Grundsätzliche Reporting-Wege beim Auftreten von Verstößen	20
2.6 Ziele, Zuständigkeiten und Überwachungsplan	20
2.6.1 Inkrafttreten und Änderungen an dieser CMS-Beschreibung	21
2.6.2 Ressourcen, Berichte und Berichtswege	21
2.6.3 Verbesserung des Compliance-Management-Systems	22
3. Abkürzungsverzeichnis	23

Vorwort

Die Württembergische Versicherung AG (Württembergische oder WV) gehört zu den traditionsreichsten Versicherern Deutschlands und wurde 1828 als „Württembergische Privat-Feuer-Versicherungs-Gesellschaft“ gegründet. Heute bietet das Unternehmen maßgeschneiderte Produkte in der Schaden- und Unfallversicherung. Das breite Angebotsspektrum macht die WV zu einem der größten deutschen Schaden- und Unfallversicherer. Schon aus historischen Gründen legt die WV nicht nur großen Wert auf die Qualität ihrer Versicherungsprodukte, sondern auch auf die Beratungsleistungen, die ihren Kunden gegenüber erbracht werden. Um diesem Qualitätsanspruch noch weiter zu verbessern, sind alle Versicherungen der W&W-Gruppe dem novellierten Verhaltenskodex für den Vertrieb des Gesamtverbandes der deutschen Versicherungswirtschaft e.V. (GDV) am 9. Juli 2013 beigetreten.

Der Verhaltenskodex des GDV gibt in elf Leitlinien den Rahmen für eine transparente und bedarfsgerechte Vermittlung von Versicherungsprodukten vor. Ziel ist es, eine noch höhere Qualität im Versicherungsvertrieb zu erreichen, das Bewusstsein für die Interessen der Verbraucher weiter zu schärfen und zugleich Vertriebspraktiken zu unterbinden, die den Belangen der Kunden widersprechen.

Die Württembergische begrüßt die Initiative des GDV und anerkennt in den Leitlinien integrale Bestandteile ihrer Compliance-Aktivitäten. Dies wurde auch im Rahmen der Prüfung des Vertriebs-Compliance-Management-Systems (CMS) erstmals 2015 und 2017 durch eine Wirtschaftsprüfungsgesellschaft positiv bestätigt. Nachdem der GDV 2018 den Verhaltenskodex novelliert hatte, wurde die Überprüfung erstmals, ebenfalls erfolgreich, durch die interne Revision der Württembergischen durchgeführt. Insofern versteht die Württembergische die GDV-Initiative als Fortsetzung ihrer Compliance-Engagements und erblickt in Compliance nicht nur ein Teil ihrer Geschäftsprozesse, sondern insbesondere auch die Art, wie Versicherungsprodukte gestaltet und Kunden beraten werden. Wir sind überzeugt davon, dass wir nur auf dieser Grundlage langfristige, vertrauensvolle und erfolgreiche Kundenbeziehungen schaffen können.

Dabei besteht das Bewusstsein, dass diese Beschreibung des CMS immer nur eine aktuelle Bestandsaufnahme darstellen kann. Sich ändernde Kundenbedürfnisse oder gesetzliche Entwicklungen werden dafür sorgen, dass sie fortlaufend den aktuellen Erfordernissen angepasst werden muss.

Diese CMS-Beschreibung wurde auf Basis der vorhergehenden Version vom 28. Oktober 2020 novelliert und beschreibt die Angemessenheit des CMS des Vertriebes der WV unter besonderer Berücksichtigung der elf Leitlinien des Verhaltenskodexes für den Vertrieb des GDV (Stand 25. September 2018).

1. Allgemeiner Teil

Die vorliegende Beschreibung des CMS für den Teilbereich „Vertrieb“ der WV tangiert eine Vielzahl gesetzlicher Vorschriften sowie interner Regelungen, die in der Gesamtheit das regelkonforme Verhalten der mit dem Vertrieb von Versicherungsprodukten der WV befassten Personen, Gesellschaften und Organisationen sicherstellen sollen.

Die WV mit Sitz in Stuttgart, betreibt das Kompositversicherungsgeschäft. Gemeinsam mit der Württembergische Lebensversicherung AG, der Württembergische Krankenversicherung AG sowie weiteren Versicherungsgesellschaften der W&W-Gruppe, bilden sie die Württembergische Versicherungsgruppe, zu der noch weitere Tochtergesellschaften gehören. Bei der vorliegenden CMS-Beschreibung sind allerdings nur solche Gesellschaften berücksichtigt, die mittel- oder unmittelbar mit der Erbringung von Versicherungsdienstleistungen an Kunden (entsprechend den Anforderungen des GDV-Verhaltenskodexes) beteiligt sind.

Bei der Vermittlung von Versicherungsprodukten der Württembergischen Versicherungsgruppe werden verschiedene Vertriebswege genutzt, um Kunden gezielt ansprechen zu können. Die größte Rolle spielt dabei der sogenannte Ausschließlichkeitsvertrieb. Dabei handelt es sich um selbstständige Handelsvertreter, die mit der WV entsprechende Handelsvertreterverträge abgeschlossen haben. Im Bereich Vertrieb Partner (hier: Partnervertrieb) sind mit verschiedenen Kooperationspartnern Verträge geschlossen worden, die selbst den Vertrieb von Versicherungsprodukten vornehmen. Eine spezielle Ausprägung des Partnervertriebes sind Kooperationsverträge mit Bankinstituten (Vertriebsweg Bankenkooperation, BAKO), deren Mitarbeiter Verträge für die Versicherungsunternehmen der W&W-Gruppe vermitteln. Der Vertrieb durch Versicherungsmakler (Württembergische Vertriebspartner GmbH) wird über eine eigene Tochtergesellschaft realisiert. Der Vertrieb über den Direktkanal – und dort vor allem über das Internet – gewinnt immer mehr Akzeptanz bei Kunden. Dem hat die WV durch die Adam Riese GmbH Rechnung getragen. Adam Riese vermittelt dabei im Wege eines Online-Prozesses Versicherungsverträge und ergänzt ihr Dienstleistungsportfolio durch einen volligitalen Schadensprozess. Die WV geht vor dem Hintergrund der fortschreitenden Digitalisierung von einer weiter zunehmenden Bedeutung des Direktangebots von Versicherungsprodukten aus. Die Aktivitäten in diesem Bereich sind für den gesamten Konzern in dem eigens dafür geschaffenen Geschäftsfeld Brandpool gebündelt worden.

Seit dem Zusammenschluss im Jahre 1999 agieren im Geschäftsfeld Wohnen und Bausparen auf der einen und im Geschäftsfeld Versichern auf der anderen Seite jeweils rechtlich selbstständige Vertriebe. Die Wüstenrot Bausparkasse AG mit Sitz in Ludwigsburg bildet für den Vertrieb der WV im Bereich des Partnervertriebs insofern

eine Besonderheit als hier der Vertrieb einer zur W&W-Gruppe gehörenden Gesellschaft zur Vermittlung von Versicherungsprodukten genutzt wird.

Die W&W-Gruppe nutzt somit eigene wie auch fremde Vertriebskanäle, um in deren Zusammenwirken den Verkauf von Versicherungsprodukten zu ermöglichen. Die Vermittlung der Versicherungsprodukte erfolgt dabei ausschließlich über den bei der WV angesiedelten Vertrieb, der hierzu die bereits dargestellten Vertriebskanäle nutzt. Ein Vertrieb von Versicherungsprodukten außerhalb der WV durch andere Gesellschaften der Württembergische-Gruppe findet nicht statt. Vor diesem Hintergrund gilt die hier vorliegende Beschreibung des CMS für den Vertrieb der WV auch für die sonstigen dem GDV-Verhaltenskodex beigetreten Gesellschaften der Württembergische-Gruppe.

Seit dem Zusammenschluss von Wüstenrot und WV zur W&W-Gruppe ist diese in der Lage, Kunden eine finanzielle Rundum-Vorsorge aus einer Hand anbieten zu können. Vor diesem Hintergrund wird auch in Zukunft die Wahl von Vertriebskanälen nicht nur davon abhängen, wie erfolgreich individuelle Zielgruppen erreicht werden können, sondern insbesondere auch von der Seriosität des jeweiligen Vertriebs- und Kooperationspartners.



2. Besonderer Teil

2.1 Compliance als wesentliches Element der Unternehmenskultur der Württembergischen

Das Vertrauen der Kunden ist das wichtigste Gut der WV und bildet auch die Grundlage für eine weiterhin erfolgreiche unternehmerische Zukunft. Neben Faktoren, wie z.B. die finanzielle Sicherheit des Unternehmens, leistet das richtige Verhalten von Führungskräften, Mitarbeitern und Vermittlern einen wesentlichen Beitrag dazu, dieses Vertrauen zu sichern und weiter auszubauen. Dies gilt insbesondere auch für das Verhalten des Einzelnen in der Öffentlichkeit, im Rahmen von Vertriebsveranstaltungen sowie im persönlichen Kontakt mit Kunden. Daher sind die Regeln, welche dieses Verhalten sicherstellen, für die WV und ihren Vertrieb von großer Bedeutung¹.

In der Beschreibung strategischer Ziele wird die Bedeutung regelkonformen Verhaltens ebenso betont, wie auch in den operativen Maßnahmen. Das Zielbild der W&W als „Vorsorge-Gruppe“ wird demzufolge nicht nur durch eine gruppenweite Sicht auf Kunden, Produkte, Vertrieb und Wettbewerb erreicht. Vielmehr ist für das Erreichen strategischer Ziele gleichermaßen die Kultur des Führens, des Entscheidens und Handelns sowie der Einhaltung entsprechender Regeln im Vertrieb bedeutsam¹.

Daher nimmt Compliance, die Beschreibung und Einhaltung regelkonformen Verhaltens, eine zentrale Stellung in der Kultur sowohl bei der WV und ihrem Vertrieb als auch in der gesamten W&W-Gruppe ein².

2.1.1 Allgemeine Merkmale der Unternehmenskultur

Die Compliance-Kultur zeigt sich dabei u. a. in folgenden Merkmalen:

- Dass die Unternehmenswerte vermittelnde Verhalten der gesetzlichen Vertreter.
- Öffentliches Bekenntnis zu den Marktstandards einer modernen Corporate Governance mit der Verankerung von Compliance.³
- Eindeutiges Commitment der Geschäftsleitung zur Bedeutung von Compliance für das Unternehmen (tone of the top).

¹ W&W-Verhaltenskodex, Stand 10.2022; Vertriebskodex für die Handelsvertreter und Angestellten des Außendienstes der Württembergischen; W&W-Geschäftsstrategie 2023, Seite 8, Compliance-Policy, Stand 10.2022, Ziffer 1.1

² 10. Leitsatz, GDV-Vertriebskodex

³ W&W-Verhaltenskodex, Stand 10.2022, Compliance-Policy, Stand 10.2022

- Ernennung von Vertriebs-Compliance-Beauftragten für beide Ausschließlichkeitsorganisationen (WV und Wüstenrot Bausparkasse AG).
- Verankerung von Compliance im Führungsstil und der Personalpolitik.
- Einführung eines Group-Compliance-Committees (GCC).
- Beitritt zum GDV-Verhaltenskodex für den Vertrieb am 09.07.2013 durch sämtliche Versicherungsgesellschaften der W&W-Gruppe.
- Sanktionierung von Verstößen im Sinne einer Zero-Tolerance-Politik (z.B. Kündigung, Schadensersatz, Strafanzeigen).
- Schulung neuer Mitarbeiter und Handelsvertreter im Bereich Compliance und fortlaufenden Bereitstellung von Informationen zu diesem Themenbereich.
- Aufgestellte und kommunizierte Verhaltensgrundsätze und Handlungsprinzipien.
- Spezifische Regelungen in Arbeits- und Handelsvertreterverträgen sowie diverse Handlungsanweisungen.
- Einführung und Umsetzung des W&W-Verhaltenskodexes und Handbuchs für alle Mitarbeiter des Innen- und Außendienstes mit folgenden Zielsetzungen:
 - Grundlage für rechtskonformes und integrires Verhalten
 - Repräsentiert die Erwartungshaltung der Vorstände und Geschäftsführer
 - Verpflichtende Unterzeichnung bei allen Neueinstellungen
 - Kommunikation von Spielregeln, Wertvorstellungen und Rahmenbedingungen als Leitlinie
 - Umsetzung verpflichtender regulatorischer Anforderungen
 - Voraussetzung zur Schaffung einer adäquaten Compliance- und Risikokultur
 - Vermeidung von Interessenkonflikten auf allen Ebenen
 - Aufzeigen von nicht toleriertem Verhalten und möglicher Sanktionen bei Verstößen

2.1.2 Besondere Merkmale der Unternehmenskultur

- Integrität des Verhaltens der Mitglieder des Managements auf allen Ebenen.
- Eine durch die Geschäftsleitung vorgelebte und praktizierte Compliance-Kultur.
- Einbindung der Führungskräfte in die Kommunikation der Compliance-Ziele.
- Verankerung von Compliance bei der Konzeption und Durchführung von Vertriebsveranstaltungen⁴.
- Schaffung von Anreizsystemen für regelkonformes Verhalten.

⁴ Richtlinie für Vertriebsveranstaltungen der Wüstenrot und Württembergischen, Stand 2021

- Einhaltung des GDV-Verhaltenskodexes für den Vertrieb, des W&W-Verhaltenskodexes, des Vertriebskodexes der WV als Bestandteile der Personalpolitik für Angestellte und Handelsvertreter.
- Integration des GDV-Verhaltenskodexes in die Ausbildungsinhalte des Vertriebes, sowie Implementierung eines Monitoringverfahrens für Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen.
- Berücksichtigung von Compliance bei der Produktentwicklung⁵
- Konsequente Durchführung von Jahresgesprächen für alle angestellten Mitarbeiter im Innen- und Außendienst mit Behandlung und Dokumentation des individuellen Verhaltens u. a. im Bereich „Arbeitsergebnisse“.
- Durchführung von Schulungsmaßnahmen (Präsenzschulungen und E-Learning) zum Thema Compliance für die Ausschließlichkeitsorganisation der WV.
- Standardisierte Einholung von AVAD- und Creditreform-Auskünften bei neuen Vermittlern⁶, sowie anlassbezogene und seit Ende 2018 turnusmäßige Einholung bei bestehenden Vermittlern.
- Konsequente Verfolgung und Ahndung von Verstößen gegen Compliance-Vorschriften.

2.1.3 Rolle der Aufsichtsorgane für die Compliance-Kultur

- Der Aufsichtsrat ist für die Überwachung der Unternehmensaktivitäten, die der Vorstand veranlasst, verantwortlich. Hierunter fällt auch dieses CMS⁷.
- Der Aufsichtsrat wird beim Eintritt bedeutender Compliance-Verstöße informiert⁸.

2.1.4 Umsetzung der GDV-Vorgaben in der Compliance-Kultur

- Ein eigener Vertriebskodex für die Handelsvertreter und Angestellten des Außendienstes der WV mit expliziter verpflichtender Bezugnahme auf den GDV-Verhaltenskodex für den Vertrieb wurde erarbeitet und ist Bestandteil der Handelsvertreterverträge.
- Die Regelungen des GDV-Verhaltenskodexes sind ebenfalls Bestandteil der Handelsvertreterverträge und werden hierdurch verbindlich gemacht.

⁵ Konzern-Standard ST035

⁶ 7. Leitsatz, GDV-Vertriebskodex

⁷ Compliance-Policy, Stand 10.2022

⁸ Compliance-Policy, Stand 10.2022

- Für Bestandsverträge der Handelsvertreter wurde der GDV-Verhaltenskodex mittels Rundschreiben und bei Mitarbeitern des angestellten Außendienstes mittels Arbeitsanweisung verbindlich gemacht.
- Kooperationspartner (Versicherungsmakler, Banken oder andere Versicherungen) wurden durch Anschreiben auf die Bedeutung des GDV-Verhaltenskodexes und dessen Beachtung für die gemeinsame Zusammenarbeit aufmerksam gemacht.
- Zusammenarbeit mit Maklern erfolgt nur, wenn diese die Regelungen des GDV-Verhaltenskodexes oder gleichwertige Regelungen anerkennen.
- Erstellung einer Broschüre, mit deren Hilfe die Bedeutung und Relevanz des GDV-Verhaltenskodexes verdeutlicht wird.
- Die Bedeutung und die Pflicht zur Einhaltung des GDV-Verhaltenskodexes werden im Rahmen des Aus- und Weiterbildungsprogramms der Vertriebsmitarbeiter sichergestellt.
- Über mögliche Konsequenzen, die sich aus dem Nichteinhalten der Pflichten aus dem GDV-Verhaltenskodex ergeben, wird hingewiesen.

2.2 Compliance-Ziele als Teil der Unternehmensziele

Auf der Grundlage der allgemeinen Unternehmensziele der W&W-Gruppe wurden übergreifende Compliance-Ziele beschrieben, welche im Vertrieb der WV mit deren Compliance-Management-System erreicht werden sollen. Diese Compliance-Ziele sind:

- Risikominimierung: Vermeidung, Aufdeckung und Sanktionierung von Handlungsweisen, welche nicht im Einklang mit gesetzlichen Vorschriften, den Leitlinien des GDV-Verhaltenskodexes oder sonstigen internen und externen Regelungen allgemeiner Art sowie solchen, mit ausdrücklichem Compliancebezug (W&W-Verhaltenskodexes, Vertriebskodex usw.) stehen.
- Effizienzsteigerung: Vermeidung und konsequente Verfolgung von Regelverstößen (Zero-Tolerance) auf der Grundlage eines vertretbaren Verhältnisses zwischen Aufwand und Nutzen.
- Effektivitätssteigerung: Sicherstellung regelkonformen Verhaltens hinsichtlich externer und unternehmensinterner Vorschriften durch die einzelnen Fachbereiche (dezentraler Compliance-Ansatz).

In Anwendung des dezentralen Compliance-Ansatzes bezieht sich dieses CMS auf die in der Verantwortung des Vertriebes der WV liegenden Themenbereiche. Zwischen dem CMS der W&W-Gruppe einerseits, dessen schriftlich fixierte Ordnung auf einem für die gesamten W&W-Gruppe gültigen Konzern-Standard⁹ nebst weiterer Dokumente gründet, sowie der hier vorliegenden CMS-Beschreibung für den Vertrieb

⁹ Konzern-Standard ST038

der WV, besteht ein Über- und Unterordnungsverhältnis. Im Zweifel und bei Auslegungsfragen gehen die Regelungen des Compliance-Standards ST038 dieser Beschreibung vor. Die hier vorliegende CMS-Beschreibung basiert auf dem vorgenannten Konzern-Standard.

Die Compliance-Ziele für den Vertrieb der WV, sowie die zur Umsetzung erforderlichen Ressourcen, werden mindestens jährlich, aber auch ad hoc, folgendermaßen angepasst:

- Für die vertrieblichen Belange durch den Vertriebs-Compliance-Beauftragten der WV.
- In Abstimmung mit dem Compliance-Beauftragten für das Geschäftsfeld Versicherern.¹⁰
- In Abstimmung mit den Fachbereichsverantwortlichen für die jeweiligen Versicherungs-Vertriebswege.
- Durch die interne Revision (KV) oder durch externe Wirtschaftsprüfer im Rahmen der mindestens alle drei Jahre stattfindenden GDV-Verhaltenskodex-Prüfung.
- Durch Erkenntnisse aus dem GCC.

2.2.1 Das Compliance-Management-System der Württembergische Versicherung

Das Vertrauen der Kunden ist eine der wesentlichen Grundlagen für den Vertrieb der WV und korrespondiert mit den Anforderungen des GDV-Vertriebskodexes, das Kundenbedürfnis in den Mittelpunkt vertrieblicher Aktivitäten zu stellen¹¹. Dies gilt insbesondere auch vor dem Hintergrund des in die Zukunft gerichteten Leistungsversprechens als Wesen einer Versicherung. Professionelle Standards und ethische Grundwerte tragen dabei wesentlich zum Vertrauen der Kunden bei. Daher kommt deren Einhaltung durch Führungskräfte, Mitarbeiter und selbständigen Vermittler einer entscheidenden Bedeutung für die Württembergische und ihren Vertrieb zu.

Das Compliance-Management-System für den Vertrieb der WV soll einen wesentlichen Beitrag dazu leisten, dieses Vertrauen der Kunden zu sichern und weiter auszubauen. Hierzu wurden u. a. folgende Teilziele identifiziert:

¹⁰ Mindestanforderung an Vertriebs-Compliance (Anlage zum Schnittstellenkonzept für die Compliance-Funktion, Stand 05.2021)

¹¹ Leitsatz 1, GDV-Vertriebskodex

- Monitoring der für den Vertrieb der WV relevanten Rechtsvorschriften und Rechtsnormen¹².
- Vermeidung von Regelverstößen und damit auch die Vermeidung potenzieller Reputations- oder Vermögensschäden.
- Sanktionierung von Regelverstößen.
- Einrichtung der Position eines Vertriebs-Compliance-Beauftragten für das Geschäftsfeld Versichern.
- Beschreibung von Rollen und Verantwortlichkeiten innerhalb des Compliance-Management-Systems auf Grundlage des dafür geltenden Konzern-Standards.
- Einrichtung und Betrieb des Compliance-Management-Systems im Einklang von Aufwand und Ertrag.

Wesentliche Grundlagen des Compliance-Management-Systems für den Vertrieb der WV bilden:

- Allgemeine gesetzliche und aufsichtsrechtliche Vorschriften (z.B. Versicherungsaufsichtsgesetz, Geldwäschegesetz, Versicherungsvertrags-gesetz, MaGo).
- GDV-Verhaltenskodex für den Vertrieb, der in elf Leitlinien die für den Vertrieb von Versicherungsprodukten relevanten gesetzlichen Pflichten wiederholt.
- Unternehmensspezifische Verhaltensnormen (z.B. W&W-Verhaltenskodex, Vertriebskodex der WV).
- Spezifische vertriebliche Vorgaben (z.B. zur Beratung von Kunden und Ausbildung von Versicherungsvertretern).

Die Versicherungsprodukte der WV werden durch unterschiedliche Vertriebswege vermittelt. Dieses Compliance-Management-System bezieht sich dabei auf folgende Vertriebswege:

- Ausschließlichkeitsorganisation.
- Maklerorganisation.
- Bankenkooperation.
- Vertrieb Partner.
- Direktvertrieb.

2.3 Compliance-Risiken im Vertrieb der WV

Unter Compliance wird die Einhaltung von Regeln verstanden¹³. Compliance im Vertrieb bezieht sich somit auf die Einhaltung von Regeln durch den Vertrieb.

¹² Compliance-Policy, Stand 10.2022 i.V.m. dem Methodenhandbuch

¹³ W&W-Compliance-Policy, Ziffer 1.1, Stand 10.2022

Compliance-Risiken im Vertriebskontext beschreiben daher Ereignisse mit potenziell negativen Konsequenzen innerhalb des Vertriebes, welche aus einer Nichteinhaltung von Regeln entstehen.

Die Compliance-Risiken für die WV werden auf Basis des W&W-Compliance-Policy (sowie dem Methodenhandbuch auf Basis eines Konzernstandards¹⁴) mit Hilfe eines systematischen Verfahrens zur Risikoidentifizierung (unterschieden nach bestehenden und veränderten Rechtsnormen unter Anwendung einer risikobasierenden Sicht) kategorisiert. Für die identifizierten Risiken werden potentielle Schäden abgeschätzt und mit Hilfe von Eintrittswahrscheinlichkeiten bewertet. Durch Festlegung konkreter Maßnahmen und Beurteilung der Angemessenheit und Wirksamkeit sowie ggf. zusätzlicher Überwachungshandlungen wird die Grundlage für einen kontinuierlichen Prozess zur Verbesserung und Mitigation von Schäden und Risiken geschaffen¹⁵.

Darüber hinaus existieren besondere Compliance-Risiken, die sich als Ausprägung der im GDV-Verhaltenskodex enthaltenen Leitsätze ergeben:

- Versicherungsprodukte werden nicht bedarfsgerecht entwickelt und vertrieben¹⁶
- Die Interessen des Kunden, dessen Ziele, Wünsche und Bedürfnisse, stehen bei der Beratung nicht im Mittelpunkt.¹⁷
- Die Kunden werden nicht nachhaltig betreut und nicht anlassbezogen beraten¹⁸.
- Es bestehen keine ausreichenden Compliance-Vorschriften¹⁹.
- Es erfolgt keine ordnungsgemäße Beratungsdokumentation, welche auch nicht die Empfehlung des Vermittlers zu einem Vertragsschluss nachvollziehbar begründet²⁰.
- Bei Abwerbungen von Versicherungsverträgen wird das Kundeninteresse nicht beachtet²¹.
- Es erfolgt keine eindeutige und klare Legitimation des Vermittlers gegenüber dem Kunden. Kunden müssen über den Status des Vermittlers und die Art und Quelle seiner Vergütung informiert werden.²²

¹⁴ Konzernstandard ST038

¹⁵ W&W-Compliance-Policy i.V.m. Methodenhandbuch, Stand 10.2022

¹⁶ 5. Leitsatz, GDV-Vertriebskodex

¹⁷ 3. Leitsatz, GDV-Vertriebskodex

¹⁸ 6. Leitsatz, GDV-Vertriebskodex

¹⁹ 10. Leitsatz, GDV-Vertriebskodex

²⁰ 4. Leitsatz, GDV-Vertriebskodex

²¹ 6. Leitsatz, GDV-Vertriebskodex

²² 2. Leitsatz, GDV-Vertriebskodex

- Es wird keine hochwertige Qualifikation der Versicherungsvertreter sichergestellt und die erforderliche AVAD-Auskunft über die Versicherungsvertreter wird nicht eingeholt²³.
- Die Unabhängigkeit von Versicherungsmakler wird nicht gewahrt²⁴.
- Es erfolgt kein geeigneter Hinweis auf das bestehende Ombudsmannsystem²⁵.
- Es besteht kein systematisches Beschwerdemanagement²⁶.
- Es erfolgt eine Zusammenarbeit mit Vertriebspartnern, die nicht nach dem GDV-Verhaltenskodex oder vergleichbare Kodizes/Grundsätzen arbeiten.
- Fehlende oder unvollständige Vermittlerregistrierung und –lizenzierung.

Die für das Compliance-Management-System im Vertrieb relevanten Risiken lassen sich dabei in folgende Themenbereiche gliedern:

- Allgemeine Verhaltensstandards.
- Angestellte und Handelsvertreter.
- Kooperationspartner (BAKO, Partner Vertrieb, Makler).
- Kunden (im direkten und indirekten Vertrieb).
- Produkte.
- Vertriebsveranstaltungen/sonstige Veranstaltungen.
- IT.
- Standorte.
- Steuerung.
- Umsetzung.

Unklarheiten im Hinblick auf die deren Bewertung und Festlegung von Zuständigkeiten erfolgt im Group Compliance Committee. Das Gremium tagt mindestens quartalsweise auf Einladung des Compliance-Beauftragten²⁷.

Risiken werden auch in anderen Organisationseinheiten erfasst, so etwa die zentrale Steuerungs- und Überwachungsstelle (Internes Kontrollsystem oder IKS) oder der Internen Revision (KV). Eine Darstellung des Zusammenwirkens zwischen den einzelnen Organisationseinheiten erfolgt in einer Anlage zum Konzern Standard Compliance²⁸.

²³ 7. Leitsatz, GDV-Vertriebskodex

²⁴ 8. Leitsatz, GDV-Vertriebskodex

²⁵ 9. Leitsatz, GDV-Vertriebskodex

²⁶ 9. Leitsatz, GDV-Vertriebskodex

²⁷ W&W-Compliance-Policy, Ziffer 2.3.5, Stand 10.2022

²⁸ Schnittstellenkonzept, Anlage 1 zur W&W-Compliance-Policy, Stand 10.2022

2.4 Grundsätze und Maßnahmenbeschreibung des Compliance-Programms

Die Maßnahmen des Compliance-Programms²⁹ zielen auf die Verhinderung von Regelverstößen (Prävention) ab und beinhalten auch das rechtzeitige Erkennen von Compliance-Verstößen, sowie die erforderlichen Reaktionen auf erkannte Risiken, wie beispielsweise die zeitnahe Kommunikation an die zuständigen Stellen³⁰. In der W&W-Gruppe ist die Compliance-Funktion als "2nd line of defense" fest in der Organisationsstruktur verankert und hat sowohl eine Beratungsfunktion als auch eine Kontrollfunktion. Dabei werden die Fachbereiche (1st line of defense) und auch das Management in Bezug auf Compliance-relevante Themen unterstützt. Zu den Maßnahmen des Compliance-Programms zählen zudem die Kontrollen, mit denen die Einhaltung der Grundsätze und die Durchführung der Maßnahmen sichergestellt werden.

2.4.1 Gruppenweite Regelungen

Auf Ebene der W&W-Gruppe wurden Regelungen ergriffen, welche für alle Konzernunternehmen und damit auch für den Vertrieb der WV verbindlich sind. Wesentliche Regelungen mit gruppenweiter Gültigkeit sind:

- Allgemeiner Verhaltenskodex sowie das ergänzende Handbuch: Ausführliche Beschreibung grundsätzlicher Regelungen zum Verhalten aller Unternehmensangehöriger u.a. zu Nichtdiskriminierung, Vermeidung potenzieller Interessenskonflikte und von Korruption/Bestechung, Datenschutz, Kommunikation mit Behörden/Dritten, Geldwäsche, Wettbewerbsrecht, Geschäfte mit Kunden und Spenden/Sponsoring.
- Standardisierter Umgang mit Compliance-relevanten Themen grundsätzlicher Bedeutung: Behandlung relevanter Themen im GCC mit Initiierung entsprechender Konsequenzen für das Einzelthema und für eine potenzielle Weiterentwicklung des Compliance-Management-Systems³¹.
- Monatliches Reporting operativer Compliance-relevanter Einzelvorgänge durch den Vertriebs-Compliance-Beauftragten an den Compliance-Beauftragten.³²
- Ansprechpartner: Möglichkeit einer anonymen Meldung von Compliance-Verstößen an Ansprechpartner außerhalb der Führungshierarchie wie z.B. den Konzern-Compliance-Beauftragten, den Vertriebs-Compliance-Beauftragten oder den unternehmensexternen Ombudsmann.

²⁹ W&W-Compliance Policy; Ziffer 2.4, Stand 10.2022

³⁰ W&W-Compliance-Policy; Ziffer 2.5, Stand 10.2022

³¹ W&W-Compliance-Policy, Ziffer 2.4.2, Stand 10.2022

³² Mindestanforderung an Vertriebs-Compliance (Anlage zum Schnittstellenkonzept für die Compliance-Funktion, Stand 05.2021)

Neben den Regelungen mit gruppenweiter Gültigkeit bestehen Regelungen, welche für den Vertrieb der WV verabschiedet wurden, wie z.B.:

- Verhaltenskodex für den Vertrieb der WV.
- Richtlinie zur Durchführung von Vertriebsveranstaltungen der Wüstenrot und Württembergischen.
- W&W-Verhaltenskodex bzw. Handbuch zum W&W-Verhaltenskodex, hier insbesondere die Entscheidungsmatrix zum Umgang mit Einladungen, Geschenken und Zuwendungen.

2.4.2 Kontrolle des Compliance-Programms

Zur Sicherstellung der Einhaltung des Compliance-Programms mit seinen Regeln und Maßnahmen bestehen unterschiedliche Formen von Kontrollen. Zum einen weisen sie generellen Charakter auf und finden sich in verschiedenen Bereichen des Unternehmens wieder. Zum anderen wurden im Zuge der Einführung des Compliance-Management-Systems für den Vertrieb verschiedene spezifische Kontrollen und Kontrollverfahren etabliert.

Beispiele für Kontrollen mit generellem Charakter sind:

- Berechtigungskonzepte, z.B. zur Regelung eines eingeschränkten Zugangs zu Kundendaten.
- Genehmigungsverfahren und Unterschriftenregelungen, z.B. für die Freigabe von Zahlungen über bestimmte Limits.
- Unabhängige Gegenkontrollen, z.B. durch die Verankerung des 4-Augen-Prinzips.

Beispiele für Kontrollen und Kontrollverfahren mit spezifischem Charakter sind:

- Unternehmensexterner Ombudsmanns als Ansprechpartner im Rahmen eines Hinweisgeberversfahrens.
- Überwachung des Compliance-Management-Systems im Vertrieb der WV durch prozessneutrale Stellen (KV).
- Stichpunktprüfungen bei Versicherungsmaklern bezüglich der GDV-Vertriebskodex-Pflichten.
- Pflicht, Vertriebsveranstaltungen vor deren Durchführung mit dem Vertriebs-Compliance-Beauftragten abzustimmen.

- Compliance-Überwachungshandlungen auf Grundlage eines jährlichen Plans in Abstimmung mit dem Compliance-Beauftragten³³.

2.5. Grundsätzliche Verantwortlichkeit und Gestaltungsprinzipien

Die Verantwortlichkeit für die operative Geschäftsführung liegt beim Vorstand³⁴ des jeweiligen Unternehmens der Württembergischen-Gruppe. Dies gilt dabei insbesondere auch für die Einhaltung allgemeiner gesetzlicher oder aufsichtsrechtlicher Vorschriften. Insofern liegt auch dort die grundsätzliche Verantwortlichkeit für Compliance.³⁵

Bei der Wahrnehmung der Verantwortlichkeit wird der Vorstand durch den Compliance-Beauftragten, sowie dessen operative Compliance-Einheit unterstützt.

Die aufsichtsrechtlich geforderte Compliance-Funktion ist für die W&W-Gruppe in der Abteilung RC (Risk und Compliance) angesiedelt. Der zuständige Compliance-Beauftragte wurde dazu den jeweiligen Geschäftsleitungen der Versicherungsunternehmen unterstellt und auf Grundlage eines Konzern-Standards³⁶ mit entsprechenden Kompetenzen ausgestattet. Der Compliance-Beauftragte hat somit auch eine der gesetzlichen bzw. sonstigen aufsichtsrechtlichen Anforderungen entsprechende unmittelbare Berichtspflicht an die jeweiligen Geschäftsleitungen.

Der Compliance-Beauftragte wird im Hinblick auf Vertriebs-Compliance durch den Vertriebs-Compliance-Beauftragten unterstützt. Dessen Aufgaben und Kompetenzen sind in einer Anlage zum Konzernstandard „Compliance“ detailliert geregelt³⁷.

Die grundsätzliche Struktur der Compliance-Organisation für den Vertrieb der WV beinhaltet somit zwei interne Funktionen mit unterschiedlichen Aufgaben, die aufeinander aufbauen. Sie ist in folgender Übersicht dargestellt.

³³ Mindestanforderungen an Vertriebs-Compliance, Anlage zum Schnittstellenkonzept für die Compliance-Funktion, Stand 05.2021

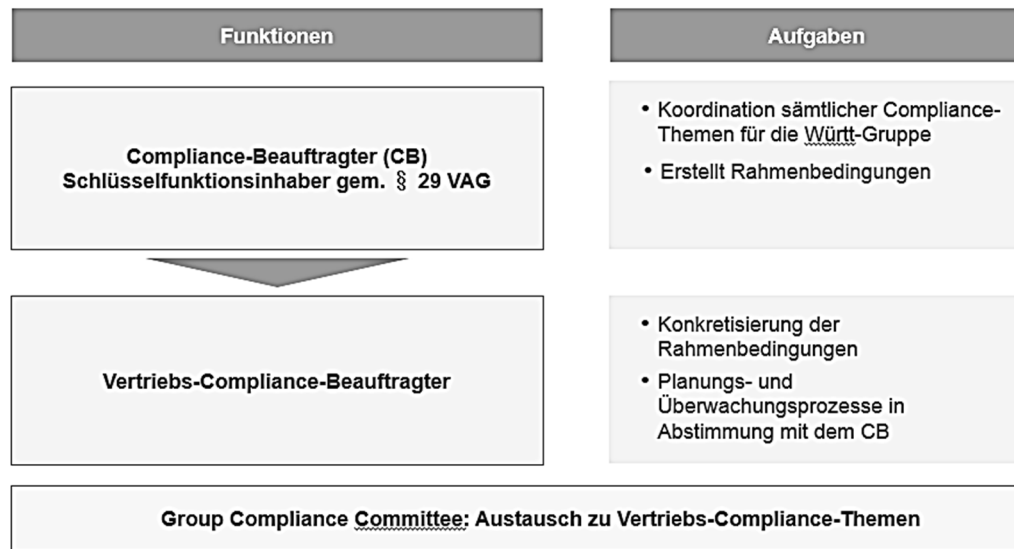
³⁴ W&W-Compliance-Policy; Ziffer 2.3.2, Stand 10.2022

³⁵ wie zuvor

³⁶ Konzern-Standard ST038

³⁷ Mindestanforderungen an Vertriebs-Compliance; Anlage zum Schnittstellenkonzept für die Compliance-Funktion, Stand 05.2021.

Übersicht der Compliance-Funktion bei der Württembergischen



Der Vertriebs-Compliance-Beauftragte ist u.a. Ansprechpartner für alle operativen Compliance-Fragestellungen aus dem Vertrieb der WV, sowie³⁸:

- Erstellung und Durchführung eines jährlichen Vertriebscompliance-Überwachungsplans (als Bestandteil des Compliance- und Überwachungsplans der Compliance-Funktion³⁹) unter Berücksichtigung der geschäftsfeldspezifischen Risikobereiche, in Abstimmung mit dem Compliance-Beauftragten.
- Überprüfung, ob Kontrollhandlungen der internen Vertriebsregelungen durchgeführt werden.
- Schulungsaktivitäten zu Compliance-Themen bei Vermittlern in Abstimmung mit RC.
- Monatliches Reporting operativer Compliance-Vorgänge und Aktivitäten an den Compliance-Beauftragten.
- Jährlicher Compliance-Report an den Compliance-Beauftragten und die Geschäftsleiter.

³⁸ Mindestanforderungen an Vertriebs-Compliance; Anlage zum Schnittstellenkonzept für die Compliance-Funktion, Stand 05.2021

³⁹ W&W-Compliance-Policy; Ziffer 2.4.3, Stand 10.2022

2.5.1 Einbindung und Kapazität des Vertriebs-Compliance-Beauftragten

Die Funktion des Vertriebs-Compliance-Beauftragten für die WV wird derzeit durch den Bereich VRC (Vertriebsrecht, Compliance und Grundsatzfragen) wahrgenommen. Durch entsprechende Arbeitsverteilung innerhalb des Vertriebsressorts wird sichergestellt werden, dass der Vertriebs-Compliance-Beauftragte ausreichend Kapazitäten für die Wahrnehmung seiner Aufgaben zur Verfügung hat.

2.5.2 Hilfsmittel

Für die Umsetzung der einzelnen Bausteine des Compliance-Management-Systems im Vertrieb werden unterschiedliche Hilfsmittel eingesetzt. Ihre Verwendung richtet sich zum einen danach, welche Hilfsmittel für die einzelnen Compliance-Bausteine auf Konzern-Ebene eingesetzt werden⁴⁰. Zum anderen sollen innerhalb des Vertriebes Hilfsmittel eingesetzt werden, die bereits vorhanden und erprobt sind, um höhere Effektivität in der Wirkung mit Kosteneffizienz bei Aufbau und Pflege zielgerichtet zu verbinden.

Im Rahmen des Compliance-Management-Systems im Vertrieb kommen insbesondere folgende Hilfsmittel zum Einsatz:

- Unterlagen und Präsentationen zur Darstellung und Dokumentation des Compliance-Management-Systems⁴¹.
- Verhaltenskodex für den Vertrieb.
- Vertriebskodex der Württembergischen.
- GDV-Vertriebskodex.
- Überwachungsplan.

2.5.3 Kommunikationskonzept

Ausreichende Kenntnisse und ein entsprechendes Bewusstsein von Mitarbeitern und Führungskräften über das Compliance-Management-System stellen eine zentrale Voraussetzung für dessen Wirksamkeit dar. Daher nimmt die zielgerichtete und empfängerorientierte Information und Kommunikation über das Compliance-Management-System auch eine hohe Bedeutung im Vertrieb der WV ein. Das Kommunikations-Konzept basiert hierbei auf drei Säulen:

⁴⁰ Hilfsmittel im Rahmen des Konzernstandard ST038

⁴¹ Konzern-Standard ST038

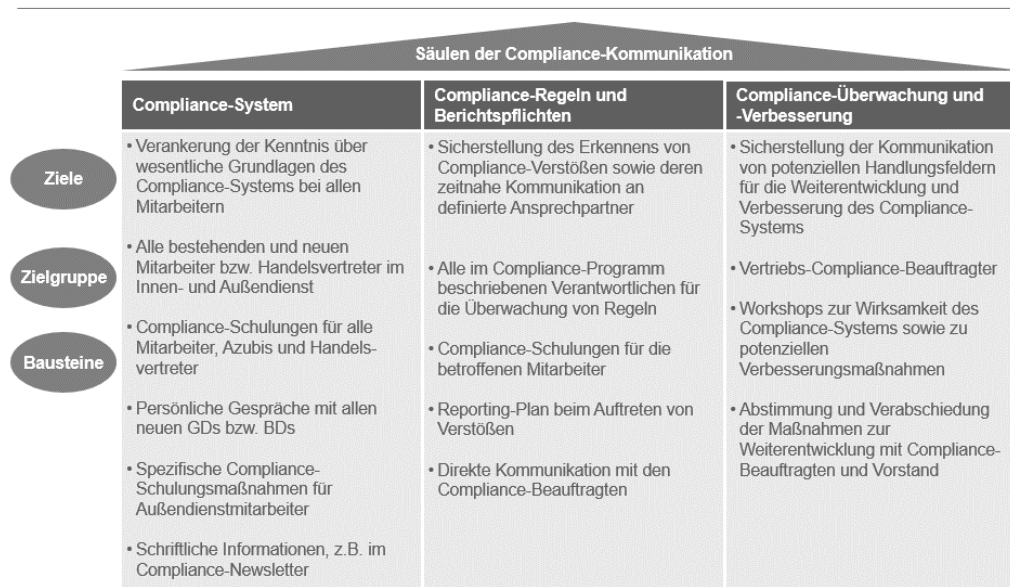
- Der Kommunikation des Compliance-Management-Systems an alle Führungskräfte, Mitarbeiter im Innen- und Außendienst und Handelsvertreter.
- Der Kommunikation der Compliance-Regeln (mit den Berichtspflichten und entsprechenden Kommunikationswegen bei Regelverstößen) an alle im Compliance-Programm beschriebenen Verantwortlichen für die Überwachung von Regeln (Compliance-Regeln und Berichtspflichten).
- Der Kommunikation der Ergebnisse von Überwachungsmaßnahmen und Verbesserungsvorschlägen zur Weiterentwicklung des Compliance-Management-Systems vom Vertriebs-Compliance-Beauftragten an den Compliance-Beauftragten.
- Anlassbezogener Versand von Compliance-Newsletter an den Vertriebsinnen- und Außendienst.

Die Kommunikationsmaßnahmen werden hierbei systematisch geplant und fallweise durchgeführt, um die Verankerung und Bewusstseinsbildung im Vertrieb sicherzustellen.

Die Kommunikationsprozesse verlaufen dabei stets in zwei Richtungen, vom Unternehmen zu den Mitarbeitern, z.B. durch Informationsveranstaltungen und -Material, sowie von den Mitarbeitern zum Unternehmen, z.B. im Rahmen von Hinweisen auf potenzielle Verstöße.

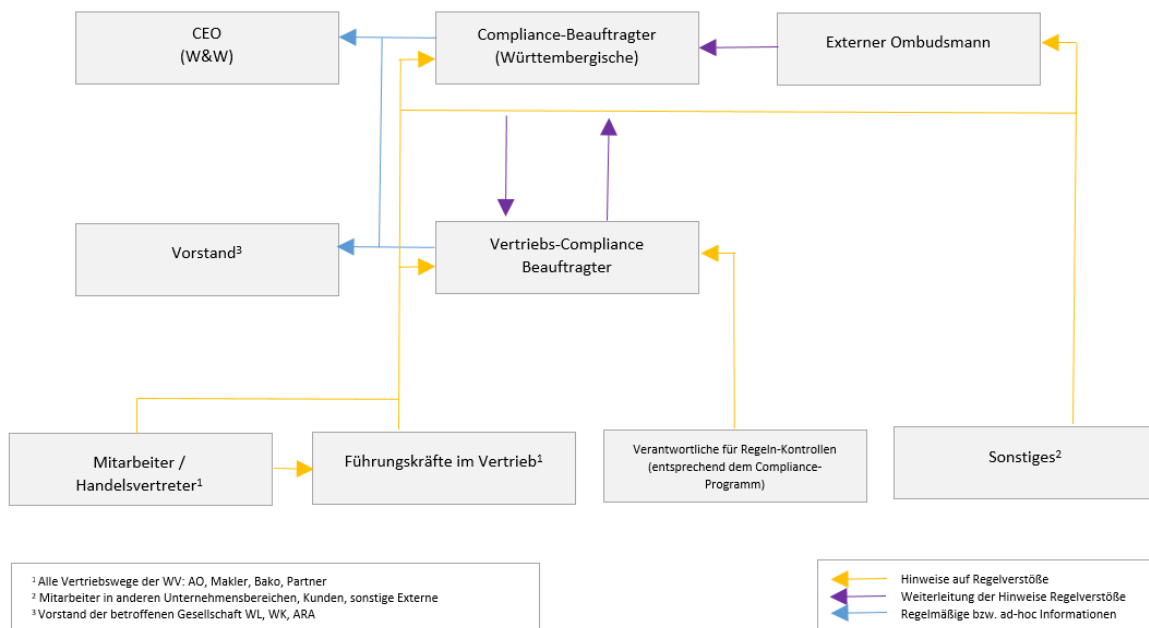
Potenzielle Verstöße können den Führungskräften gemeldet werden. Daneben besteht die Möglichkeit, die Compliance-Beauftragten oder den externen Ombudsmann über entsprechende Vorgänge zu informieren.

Compliance-Kommunikation: Drei Säulen-Ansatz



2.5.4 Grundsätzliche Reporting-Wege beim Auftreten von Verstößen

Compliance-Verstöße können neben einem Ansehensverlust der Württembergischen und finanziellen Schäden auch zu rechtlichen Nachteilen, insbesondere staatlichen Sanktionsmaßnahmen, führen. Das Hinweisgebersystem gibt Mitarbeitern des Innen- und Außendienstes die Möglichkeit, Hinweise auf etwaiges Fehlverhalten an verschiedenen Stellen (externer Ombudsmann, Compliance-Beauftragter, Vertriebs-Compliance-Beauftragter) zu melden.



2.6 Ziele, Zuständigkeiten und Überwachungsplan

Das Compliance-Management-System ist auf Dauer angelegt und soll permanent die Einhaltung von Regeln im Vertrieb sicherstellen. Diese Regeln verändern sich im Zeitablauf u. a. aufgrund neuer gesetzlicher Rahmenbedingungen, veränderter vertrieblicher Vorgaben sowie als Reaktion auf beobachtete oder antizipierte neue Risiken. Daher stellt die fortlaufende Überwachung und Verbesserung des Compliance-Management-Systems eine wesentliche Voraussetzung für deren dauerhafte Wirksamkeit dar. Die Compliance-Überwachung zielt folgerichtig darauf ab, festzustellen, ob das Compliance-Management-System angemessen ausgestaltet und wirksam ist. Dies wird im Rahmen eines standardisierten Regelprozesses, dem Compliance-Regelkreis, sichergestellt.⁴²

⁴² W&W-Compliance-Policy, Stand 10.2022

Die grundsätzliche Zuständigkeit für die Compliance-Überwachung auf Gruppen-Ebene und auf Ebene der WV liegt in der Abteilung KV. Damit ist die Prozessunabhängigkeit der Überwachung dieses Compliance-Management-Systems sichergestellt.

Darüber hinaus werden einzelne vertriebsspezifischen Risiken sowie die Einhaltung spezifischer Regeln auf Grundlage eines Überwachungsplanes sichergestellt. Dieser wird jährlich in Abstimmung mit dem Compliance-Beauftragten erstellt.⁴³

2.6.1. Inkrafttreten und Änderungen an dieser CMS-Beschreibung

Eine Überprüfung dieser CMS-Beschreibung auf Aktualität und Angemessenheit erfolgt durch den Vertriebs-Compliance-Beauftragten bei Bedarf, mindestens jedoch jährlich.

Nicht grundlegende Änderungen des Dokumentes, wie z.B. solche redaktioneller Art, Anpassung von Prozessen und Arbeitsabläufen ohne wesentlichen Eingriff in Kompetenzen oder Verantwortlichkeiten oder Vornahme von Anpassungen aufgrund von organisatorischen Änderungen, liegen im Ermessen des Vertriebs-Compliance-Beauftragten und bedürfen nicht der Zustimmung des Vorstands, werden aber im Rahmen der regelmäßigen Berichterstattung dem Compliance-Beauftragten berichtet.

Die Erstellung bzw. eine wesentliche Änderung der Dokumentation wird mit der Änderung tangierten Einheit, sowie dem Compliance-Beauftragten abgestimmt. Die Anpassungen werden durch den Beschluss der zuständigen Vorstände im Division Board Versicherung freigegeben.

Die Freigabe der CMS-Beschreibung vom 28.02.2018 erfolgte durch Beschluss der Vorstände des Divisionboards am 08.03.2018, sowie des Managementboards (die W&W AG betreffend) am 19.03.2018. Die Novellierung der CMS-Beschreibung vom 08.03.2018 erfolgte durch Beschluss der Vorstände des Divisionboards am 28.01.2020, sowie des Managementboards (die W&W betreffend) ebenfalls am 28.01.2020. Eine weitere Aktualisierung der CMS-Beschreibung erfolgte im Januar 2023. Da die Änderungen ausschließlich redaktioneller Natur, sowie die Anpassung von Prozessen betrafen, wurde auf eine Zustimmung der Vorstände verzichtet. Der Compliance-Beauftragte wurde über die Aktualisierung am 19.01.2023 in Kenntnis gesetzt.

2.6.2 Ressourcen, Berichte und Berichtswege

Bereitstellung von Ressourcen:

⁴³ Die weiteren Details hierzu sind in der Anlage zum Schnittstellenkonzept für die Compliance-Funktion enthalten.

- Die Überwachung des Compliance-Management-Systems wird von KV mit den notwendigen Ressourcen durchgeführt.
- Die von der KV eingesetzten Mitarbeiter haben dabei die für die Durchführung der Überwachungsmaßnahmen erforderliche Erfahrung. Bei Bedarf kann zusätzlich auf das Wissen und die Erfahrung anderer Abteilung zurückgegriffen werden.
- Bei Erkenntnissen über Compliance-Verstöße stehen dem Vertriebs-Compliance-Beauftragten die in der Anlage zum Konzernstandard definierten Kompetenzen zur Verfügung⁴⁴.

Erstellung der Berichte und Berichtswege für die Ergebnisse des Überwachungsplans:

- Verantwortlich für die Berichterstattung der Ergebnisse des Überwachungsplans ist der Vertriebs-Compliance-Beauftragte. Er stellt die Überwachungsergebnisse der betroffenen Organisationseinheit zur Verfügung und spricht gegenüber den Organisationseinheiten ggf. Empfehlungen aus. Deren Umsetzung obliegt der betroffenen Organisationseinheit bzw. dem Verantwortlichen der Organisationseinheit.
- Weitergehende Berichtspflichten ergeben sich aus der Anlage zum Konzernstandard definierten Aufgaben⁴⁵.

2.6.3 Verbesserung des Compliance-Management-Systems

Auswertung der Berichte und Verbesserung des Compliance-Management-Systems:

- Übergreifendes Ziel ist, das Compliance-Management-System kontinuierlich hinsichtlich Effektivität und Effizienz weiterzuentwickeln und zu verbessern. Hierfür können die Berichte des Überwachungsplans einen Beitrag liefern.
- Die Ergebnisse des Überwachungsplans werden daher insbesondere auch daraufhin untersucht, ob Hinweise auf Handlungsbedarfe und Verbesserungsmöglichkeiten bestehen. Diese können sich insbesondere in zweierlei Hinsicht ergeben. Zum einen kann ein Handlungsbedarf zur Weiterentwicklung des Compliance-Management-Systems selbst identifiziert werden (z. B. Anpassung von Regeln innerhalb des Compliance-Programms, Intensivierung von Schulungsmaßnahmen). Zum anderen können sich aus Regelverstößen Konsequenzen auf individueller Ebene ergeben (z. B. Vermerk in Mitarbeiterbeurteilung, Abmahnung, Kündigung).

⁴⁴ Mindestanforderungen an Vertriebs-Compliance, Anlage zum Schnittstellenkonzept, Stand 05.2021

⁴⁵ wie zuvor

3. Abkürzungsverzeichnis

CMS	Compliance-Management-System
GCC	Group-Compliance-Committee
GDV	Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft e.V.
KV	Abteilung Konzernrevision (Interne Revision)
RC	Abteilung RC (Risk und Compliance)
WV	Württembergische Versicherung AG