

Prüfungsbericht:

Einhaltung des Verhaltenskodex des Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) für den Vertrieb von Versicherungsprodukten i.d.F. vom 25. September 2018 zum 31. Dezember 2020

PRÜFUNGSBERICHT

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

Allianz Deutschland AG
München

Prüfungsbericht:

Einhaltung des Verhaltenskodex des Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) für den Vertrieb von Versicherungsprodukten i.d.F. vom 25. September 2018 zum 31. Dezember 2020

INHALTSVERZEICHNIS:

	Seite
1. Prüfungsauftrag.....	III
2. Gegenstand, Art und Umfang der Prüfung	V
3. Feststellungen zum Compliance-Management-System (CMS).....	VII
3.1. Konzeption des CMS für die Umsetzung der Anforderungen aus dem GDV-Verhaltenskodex für den Vertrieb.....	VII
3.2. Empfehlungen und Feststellungen zum Compliance Management System	VII
4. Prüfungsurteil	VIII
5. Anlage 1: Beschreibung des Systems der Allianz Deutschland AG zur Einhaltung des Verhaltenskodex des Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) für den Vertrieb von Versicherungsprodukten.....	IX
6. Anlage 2: Allgemeine Auftragsbedingungen.....	X

Prüfungsbericht:

Einhaltung des Verhaltenskodex des Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) für den Vertrieb von Versicherungsprodukten i.d.F. vom 25. September 2018 zum 31. Dezember 2020

1. Prüfungsauftrag

Mit Schreiben 18. Juni 2020 hat uns die

Allianz Deutschland AG, München

-- im Folgenden auch „Gesellschaft“ genannt --

beauftragt, eine Prüfung zur Angemessenheit und Wirksamkeit ihres Compliance-Management-Systems (CMS) im Hinblick auf die Umsetzung der Anforderungen aus dem Verhaltenskodex für den Vertrieb von Versicherungsprodukten des Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft e.V. (GDV) mit Stand vom 25. September 2018 (nachfolgend auch als „der GDV-Verhaltenskodex“ bezeichnet) durchzuführen. Die Beschreibung des CMS ist als Anlage 1 diesem Bericht (im Folgenden „CMS-Beschreibung“) beigefügt.

Unsere Prüfung erstreckt sich dabei vereinbarungsgemäß ausschließlich auf die folgenden (inländischen) Gesellschaften:

- Allianz Deutschland AG,
- Allianz Lebensversicherungs-AG (Stuttgart),
- Allianz Versicherungs-AG (München),
- Allianz Private Krankenversicherungs-AG (München),
- Allianz Beratungs- und Vertriebs-AG (München),
- Allianz Direct Versicherungs-AG (München) und
- Deutsche Lebensversicherungs-AG (Berlin).

Im Folgenden werden diese Gesellschaften „Allianz“ genannt.

Unter einem CMS sind die Grundsätze und Maßnahmen eines Unternehmens zu verstehen, die auf die Sicherstellung eines regelkonformen Verhaltens des Unternehmens und seiner Mitarbeiter sowie ggf. Dritter abzielen, d. h. auf die Einhaltung bestimmter Regeln und damit auf die Verhinderung von wesentlichen Verstößen gegen Regeln in abgegrenzten Teilbereichen (Regelverstöße). Unser Auftrag bezog sich auf die Beurteilung der Angemessenheit und Wirksamkeit der in der als Anlage 1 beigefügten CMS-Beschreibung aufgeführten Grundsätze und Maßnahmen für die Umsetzung der Anforderungen aus dem GDV-Verhaltenskodex. Die Prüfung erstreckt sich auch darauf, ob die dargestellten Grundsätze und Maßnahmen tatsächlich zum 1. Juli 2020 implementiert und während des Zeitraums vom 1. Juli bis 31. Dezember 2020 wirksam waren.

Gemäß Leitsatz 10 des GDV-Verhaltenskodex hat sich das Versicherungsunternehmen für seine Mitarbeiter und Vermittler u. a. Compliance-Vorschriften zu geben, die insbesondere auch die Ächtung von Korruption und Bestechung sowie Regeln zum Umgang mit Geschenken, Einladungen und sonstigen Zuwendungen zum Inhalt haben. Des Weiteren

Prüfungsbericht:

Einhaltung des Verhaltenskodex des Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) für den Vertrieb von Versicherungsprodukten i.d.F. vom 25. September 2018 zum 31. Dezember 2020

werden gemäß Leitsatz 10 des GDV-Verhaltenskodex Regeln in Bezug auf Werbemaßnahmen, Unternehmensveranstaltungen und Vorschriften zur Vermeidung von privaten und geschäftlichen Interessenkonflikten sowie Regelungen zum Umgang mit persönlichen und vertraulichen Daten und zur Einhaltung datenschutzrechtlicher und wettbewerbsrechtlicher Vorschriften verlangt. Auftragsgemäß umfasst unsere Prüfung nur Compliance-Vorschriften, die sich auf den Teilbereich GDV-Verhaltenskodex beziehen.

Weiterhin war unsere Prüfung vereinbarungsgemäß auf solche Maßnahmen und Grundsätze begrenzt, die Allianz innerhalb ihrer Unternehmensorganisation eingerichtet hat. Grundsätze und Maßnahmen, die von Dritten, die nicht unmittelbar in die Unternehmensorganisation eingebunden sind, wie (Einfach- und Mehrfach-) Versicherungsvertreter (§ 84 HGB) und Versicherungsmakler (§ 93 HGB) (nachfolgend als „Drittvertrieb“ bezeichnet), in deren eigenen Häusern eingerichtet sind, waren nicht Gegenstand unserer Prüfung. Insoweit ist das Prüfungsurteil auf die bei Allianz eingerichteten Grundsätze und Maßnahmen beschränkt. Maßnahmen und organisatorische Vorkehrungen, die direkt durch die Drittvertriebe in deren Häusern eingerichtet sind, sind demnach nicht Gegenstand dieser Prüfung, sodass wir diesbezüglich keine Aussage treffen.

Schließlich weisen wir darauf hin, dass eine inhaltliche Beurteilung der von der Allianz vertriebenen Versicherungsprodukte nicht Gegenstand unserer Prüfung war. Insoweit beinhaltet unser Prüfungsurteil keine Aussage zu den Versicherungs- oder sonstigen Produkten der Allianz hinsichtlich deren Eignung zur Vermögensanlage oder Absicherung von Risiken. Unser Prüfungsurteil ist nicht dazu bestimmt, dass Dritte hierauf gestützt Entscheidungen hinsichtlich des Abschlusses von Verträgen über Versicherungsprodukte oder sonstige (Vermögens-) Entscheidungen treffen. Wir erstatten diesen Prüfungsbericht auf Grundlage des mit der Allianz geschlossenen Auftrags. Die Prüfung wurde für Zwecke der Gesellschaft durchgeführt und der Prüfungsbericht ist zur Information der Gesellschaft über das Ergebnis der Prüfung bestimmt. Darüber hinaus dient der Prüfungsbericht der Allianz dazu, die Öffentlichkeit über die Durchführung der Prüfung zu informieren. Der Prüfungsbericht ist jedoch nicht dazu bestimmt, dass Dritte hierauf gestützt mit dem Unternehmen vertragliche Beziehungen eingehen oder sonstige (Vermögens-) Entscheidungen treffen. Unsere Verantwortung besteht allein der Gesellschaft gegenüber. Dritten gegenüber übernehmen wir dagegen keine Verantwortung. Die unter Abschnitt 1 aufgeführten Gesellschaften der Allianz sind nicht Dritte im Sinne dieses Prüfungsberichts.

Dem Auftrag, in dessen Erfüllung wir vorstehend benannte Leistungen für die Gesellschaft erbracht haben, lagen die Allgemeinen Auftragsbedingungen für Wirtschaftsprüfer und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften vom 1. Januar 2017 (Anlage 2) zugrunde.

Prüfungsbericht:

Einhaltung des Verhaltenskodex des Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) für den Vertrieb von Versicherungsprodukten i.d.F. vom 25. September 2018 zum 31. Dezember 2020

2. Gegenstand, Art und Umfang der Prüfung

Gegenstand unserer Prüfung waren die in der als Anlage 1 beigefügten CMS-Beschreibung enthaltenen Aussagen über die Umsetzung der Anforderungen aus dem GDV-Verhaltenskodex unter Beachtung der in Abschnitt 1 genannten Begrenzungen. Bei der Konzeption des CMS hat die Allianz den GDV-Verhaltenskodex mit Stand vom 25. September 2018 zugrunde gelegt.

Die Verantwortung für das CMS einschließlich der Abgrenzung der Teilbereiche und der Dokumentation des CMS sowie für die Inhalte der CMS-Beschreibung liegt bei den gesetzlichen Vertretern der Allianz.

Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über die in der CMS-Beschreibung enthaltenen Aussagen der gesetzlichen Vertreter zur Angemessenheit, Implementierung und Wirksamkeit der Grundsätze und Maßnahmen für die Umsetzung der Anforderungen aus dem GDV-Verhaltenskodex bei der Allianz abzugeben. Die Zielsetzung der Prüfung liegt als Systemprüfung nicht in dem Erkennen von einzelnen Regelverstößen. Sie ist daher nicht darauf ausgerichtet, Prüfungssicherheit über die tatsächliche Einhaltung einzelner Regeln zu erlangen.

Das für die Umsetzung der Anforderungen aus dem GDV-Verhaltenskodex bei der Allianz implementierte CMS ist angemessen, wenn es geeignet ist, mit hinreichender Sicherheit sowohl Risiken für wesentliche Regelverstöße gegen den GDV-Verhaltenskodex rechtzeitig zu erkennen als auch solche Regelverstöße zu verhindern. Zu einem angemessenen CMS zählt auch, dass bereits eingetretene Verstöße an die zuständige Stelle im Unternehmen zu berichten sind, damit die notwendigen Konsequenzen für eine Verbesserung des CMS getroffen werden. Die Wirksamkeit des CMS ist dann gegeben, wenn die Grundsätze und Maßnahmen in den laufenden Geschäftsprozessen von den hiervon Betroffenen nach Maßgabe ihrer Verantwortung zur Kenntnis genommen und beachtet werden. Hinreichende Sicherheit bedeutet nicht absolute Sicherheit: Auch ein ansonsten angemessenes und wirksames CMS unterliegt systemimmanenten Grenzen, sodass möglicherweise auch wesentliche Regelverstöße auftreten können, ohne systemseitig verhindert oder aufgedeckt zu werden. Diese systemimmanenten Grenzen ergeben sich u. a. aus menschlichen Fehlleistungen, Missbrauch oder Vernachlässigung der Verantwortung durch für bestimmte Maßnahmen verantwortliche Personen oder der Umgehung oder Außerkraftsetzung von Kontrollen durch Zusammenarbeit zweier oder mehrerer Personen.

Wir haben unsere Prüfung auf der Grundlage der für Wirtschaftsprüfer geltenden Berufspflichten unter Beachtung des IDW Prüfungsstandards: Grundsätze ordnungsmäßiger Prüfung von Compliance Management Systemen (IDW PS 980) durchgeführt. Hiernach haben wir die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass wir mit hinreichender Sicherheit beurteilen können, ob die in der CMS-Beschreibung enthaltenen Aussagen über die Grundsätze und Maßnahmen des CMS in allen wesentlichen Belangen angemessen dargestellt sind, dass die dargestellten Grundsätze und Maßnahmen in Übereinstimmung mit den angewandten CMS-Grundsätzen geeignet sind, mit hinreichender Sicherheit sowohl Risiken für wesentliche Verstöße gegen den GDV-Verhaltenskodex mit

Prüfungsbericht:

Einhaltung des Verhaltenskodex des Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) für den Vertrieb von Versicherungsprodukten i.d.F. vom 25. September 2018 zum 31. Dezember 2020

Stand vom 25. September 2018 einschließlich der in der CMS-Beschreibung dargestellten Konkretisierungen rechtzeitig zu erkennen als auch solche Regelverstöße zu verhindern, und dass die Grundsätze und Maßnahmen zum 1. Juli 2020 implementiert und während des Zeitraums vom 1. Juli bis 31. Dezember 2020 wirksam waren.

Die Auswahl unserer Prüfungshandlungen haben wir nach unserem pflichtgemäßen Ermessen und unter Berücksichtigung der im Abschnitt 1 beschriebenen Begrenzungen vorgenommen. Im Rahmen unserer Prüfung haben wir die Kenntnisse über das rechtliche und wirtschaftliche Umfeld und die Compliance-Anforderungen der Allianz berücksichtigt. Wir haben die in der CMS-Beschreibung dargestellten Grundsätze und Maßnahmen sowie die uns vorgelegten Nachweise überwiegend auf Basis von Stichproben beurteilt. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Im Einzelnen haben wir u. a. folgende wesentliche Prüfungshandlungen auf zentraler Ebene durchgeführt:

- Beurteilung möglicher Risiken im Zusammenhang mit dem GDV-Verhaltenskodex,
- Einsichtnahme in vorhandene interne Regelwerke und Handbücher sowie Durchsicht sonstiger Unterlagen der Allianz mit Bezug zu den Anforderungen des GDV-Verhaltenskodex an Mitgliedsunternehmen,
- Beurteilung der eingerichteten Maßnahmen und Grundsätze auf Eignung zur Sicherstellung der Ziele des GDV-Verhaltenskodex für die unternehmenseigenen Vertriebswege der Allianz,
- Gespräche mit Mitarbeitenden, verantwortlichen Ansprechpartnern des Bereich Compliance, Leitsatzverantwortlichen des GDV-Verhaltenskodex und weiteren verantwortlichen Ansprechpartner der Allianz,
- Ziehung und Beurteilung von Stichproben im Hinblick auf die Durchführung der eingerichteten Grundsätze und Maßnahmen.

Bei Drittvertrieben der Allianz wie bei Maklern und Kooperationspartnern haben wir keine Prüfungshandlungen durchgeführt. Hier haben wir unsere Prüfungshandlungen auf die Maßnahmen beschränkt, die die Allianz im Rahmen der Leitsätze 8 & 11 umgesetzt hat.

Wir haben unsere Prüfung (mit Unterbrechungen) in den Monaten Oktober 2020 bis April 2021 (bis zum 21. April 2021) durchgeführt.

Alle von uns erbetenen Aufklärungen und Nachweise sind erteilt worden. Die gesetzlichen Vertreter haben uns die Vollständigkeit und Richtigkeit der CMS-Beschreibung und der uns erteilten Aufklärungen und Nachweise zur Konzeption des CMS sowie zur Angemessenheit, Implementierung und Wirksamkeit schriftlich bestätigt.

Prüfungsbericht:

Einhaltung des Verhaltenskodex des Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) für den Vertrieb von Versicherungsprodukten i.d.F. vom 25. September 2018 zum 31. Dezember 2020

3. Feststellungen zum Compliance-Management-System (CMS)

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

Die auf das CMS zur Umsetzung des GDV-Verhaltenskodex für den Vertrieb bezogene CMS-Beschreibung liegt als Anlage 1 diesem Bericht bei. Das Dokument dient der Beschreibung, welche Maßnahmenbündel die Allianz vorhält, um die Regeln des GDV-Verhaltenskodex zu erfüllen.

Das umfassende Dokument ist in eine Beschreibung der relevanten, übergeordneten CMS-Elemente der Allianz sowie in Ausführungen zum Compliance-Programm in die elf Leitsätze des GDV-Verhaltenskodex untergliedert, in denen die Grundsätze, Maßnahmen und Prozesse zur Einhaltung des GDV-Verhaltenskodex beschrieben werden.

Die Ausführungen zu den übergeordneten CMS-Elementen Compliance-Kultur, Compliance-Ziele, Compliance-Risiken, Compliance-Organisation, Compliance-Kommunikation und Compliance-Überwachung und -Verbesserung sowie den relevanten Teilsystemen werden in der CMS-Beschreibung erläutert und durch die zentralen Unternehmensziele, -strategien und Steuerungsmechanismen konkretisiert.

Wir haben uns davon überzeugt, dass die wesentlichen Grundsätze und Maßnahmen zu Beginn des Wirksamkeitszeitraums, am 1. Juli 2020, angemessen implementiert und während des Zeitraums vom 1. Juli bis 31. Dezember 2020 wirksam waren. Die zur Einhaltung der einzelnen Leitsätze des GDV-Verhaltenskodex notwendigen Maßnahmen und Prozesse wurden in Form von Richtlinien, Rundschreiben, Arbeitsanweisungen, Leitfäden o. ä. verbindlich gemacht und durch entsprechende Schulungen und Fortbildungen implementiert und nachgehalten. Dabei wurden, bei weitgehender inhaltlicher Homogenität, Prozesse und Schulungen zur Einhaltung jedes einzelnen Leitsatzes des GDV-Verhaltenskodex entsprechend der jeweiligen (rechtlichen) Besonderheiten der Vertriebswege, ausgestaltet.

3.2. Empfehlungen und Feststellungen zum Compliance Management System

Im Rahmen der Prüfung wurden keine Feststellungen identifiziert, die zu einer Einschränkung oder einer Versagung des Gesamturteils führen.

Prüfungsbericht:

Einhaltung des Verhaltenskodex des Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) für den Vertrieb von Versicherungsprodukten i.d.F. vom 25. September 2018 zum 31. Dezember 2020

4. Prüfungsurteil

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse sind die in der CMS-Beschreibung enthaltenen Aussagen über die Grundsätze und Maßnahmen des CMS in Bezug auf den GDV-Verhaltenskodex für den Vertrieb in allen wesentlichen Belangen angemessen dargestellt. Die in der CMS-Beschreibung dargestellten Grundsätze und Maßnahmen sind in Übereinstimmung mit den angewandten CMS-Grundsätzen geeignet, mit hinreichender Sicherheit sowohl Risiken für wesentliche Verstöße gegen den GDV-Verhaltenskodex einschließlich der in der CMS-Beschreibung dargestellten Konkretisierungen rechtzeitig zu erkennen als auch solche Regelverstöße zu verhindern. Die Grundsätze und Maßnahmen waren zum 1. Juli 2020 implementiert und während des Zeitraums vom 1. Juli bis 31. Dezember 2020 wirksam.

Ohne dieses Urteil einzuschränken, weisen wir darauf hin, dass sich unsere Prüfung auf diejenigen Maßnahmen und Grundsätze beschränkt hat, die die Allianz bei sich zur Einhaltung der Anforderungen des GDV-Verhaltenskodex implementiert hat; weitergehende Prüfungshandlungen bei Drittvertrieben haben wir nicht vorgenommen.

Die CMS-Beschreibung für die Umsetzung der Leitsätze des GDV-Verhaltenskodex bei der Allianz wurde zum 31. Dezember 2020 aktualisiert, die Ausführungen zu den Prüfungshandlungen zur Beurteilung der Wirksamkeit einzelner Grundsätze und Maßnahmen erstrecken sich auf den Zeitraum vom 1. Juli bis 31. Dezember 2020. Jede Übertragung dieser Angaben auf einen zukünftigen Zeitpunkt birgt die Gefahr, dass wegen zwischenzeitlicher Änderungen des CMS falsche Schlussfolgerungen gezogen werden.

Auch ein wirksames CMS unterliegt systemimmanenten Grenzen, sodass möglicherweise auch wesentliche Regelverstöße auftreten können, ohne systemseitig verhindert oder aufgedeckt zu werden. Die Zielsetzung der Prüfung liegt als Systemprüfung nicht in dem Erkennen von einzelnen Regelverstößen. Sie ist daher nicht darauf ausgerichtet, Prüfungssicherheit über die tatsächliche Einhaltung von Regeln zu erlangen.

Dem Auftrag, in dessen Erfüllung wir vorstehend benannte Leistungen für die Allianz erbracht haben, lagen die Allgemeinen Auftragsbedingungen für Wirtschaftsprüfer und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften vom 1. Januar 2017 (Anlage 2) zugrunde.

Köln, den 21. April 2021

axis advisory + audit GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft



Dr. Jens Schumacher



Prof. Dr. Jochen Axer

Prüfungsbericht:

Einhaltung des Verhaltenskodex des Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) für den Vertrieb von Versicherungsprodukten i.d.F. vom 25. September 2018 zum 31. Dezember 2020

- Anlage 1: Beschreibung des Systems der Allianz Deutschland AG zur Einhaltung des Verhaltenskodex des Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) für den Vertrieb von Versicherungsprodukten**

Beschreibung des Systems
der Allianz Deutschland AG
zur Einhaltung des

Verhaltenskodex des Gesamtverbands der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV)
für den Vertrieb von Versicherungsprodukten

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	5
2	Relevante Teilsysteme innerhalb der Allianz Deutschland und Elemente des Compliance Management Systems	6
2.1	Beschreibung der relevanten, übergeordneten CMS-Elemente der Allianz Deutschland	6
2.1.1	Compliance-Kultur und “Tone from the Top”	6
2.1.2	Compliance-Ziele	6
2.1.3	Compliance-Risiken	6
2.1.4	Kommunikation	7
2.1.4.1	Kommunikationsmaßnahmen in der Ausschließlichkeitsorganisation	7
2.1.4.2	Kommunikationsmaßnahmen im Maklervertrieb	7
2.2	Relevante Teilsysteme	8
3	Leitsätze des GDV-Verhaltenskodex und Programm der Allianz zu deren Umsetzung	10
3.1	Leitsatz 1: Die Bedürfnisse der Kunden stehen immer im Mittelpunkt.	10
3.1.1	Anforderung des GDV-Verhaltenskodex	10
3.1.2	Maßnahmen/Umsetzung der Allianz Deutschland Gruppe	10
3.1.2.1	Maßnahmen/Umsetzung in der ABV	10
3.1.2.2	Maßnahmen/Umsetzung im Maklervertrieb.....	12
3.1.2.3	Maßnahmen/Umsetzung im Direktvertrieb	13
3.1.2.4	Maßnahmen/Umsetzung bei Automotive	14
3.1.2.5	Maßnahmen und Umsetzung bei GA Halle/Berlin	14
3.2	Leitsatz 2: Wer Versicherungen vermittelt, erklärt den Kunden seinen Status... ..	15
3.2.1	Anforderung des GDV-Verhaltenskodex	15
3.2.2	Maßnahmen/Umsetzung der Allianz Deutschland Gruppe	15
3.2.2.1	Legitimation in der ABV	15
3.2.2.2	Legitimation im Maklervertrieb	16
3.2.2.3	Legitimation im Direktvertrieb.....	16
3.2.2.4	Legitimation bei Automotive	16
3.2.2.5	Legitimation bei GA Halle/Berlin.....	17
3.3	Leitsatz 3: Jede Empfehlung berücksichtigt Ziele, Wünsche und Bedürfnisse der Kunden.....	18
3.3.1	Anforderung des GDV-Verhaltenskodex	18
3.3.2	Maßnahmen der Allianz Deutschland Gruppe zur Beratung anhand des Kundenbedürfnisses	18
3.3.3	Maßnahmen der Allianz Deutschland Gruppe zur Sicherstellung sachgerechter Produktinformationen.....	18
3.3.3.1	Sachgerechte Produktinformationen allgemein	18
3.3.3.2	Angaben zur künftigen Leistungsdarstellung in der Altersversorgung.....	18
3.3.3.3	Berechnung und Darstellung der Ablaufleistung bei UBR-Versicherungen.....	20

3.4	Leitsatz 4: Jede Empfehlung zu einem Vertragsabschluss wird nachvollziehbar begründet und dokumentiert.	22
3.4.1	Anforderung des GDV-Verhaltenskodex	22
3.4.2	Maßnahmen/Umsetzung der Allianz Deutschland Gruppe	22
3.4.2.1	Begründung und Dokumentation in der ABV	22
3.4.2.2	Begründung und Dokumentation im Maklervertrieb.....	23
3.4.2.3	Begründung und Dokumentation im Direktvertrieb	23
3.4.2.4	Begründung und Dokumentation bei Automotive	23
3.5	Leitsatz 5: Versicherungsprodukte werden bedarfsgerecht entwickelt und vertrieben.	24
3.5.1	Anforderung des GDV-Verhaltenskodex	24
3.5.2	Maßnahmen der Allianz Deutschland Gruppe	24
3.6	Leitsatz 6: Kunden werden nachhaltig betreut und bei gegebenem Anlass beraten.	26
3.6.1	Anforderung des GDV-Verhaltenskodex	26
3.6.2	Maßnahmen/Umsetzung der Allianz Deutschland Gruppe – Nachhaltige Betreuung.....	26
3.6.2.1	Maßnahmen in der ABV	27
3.6.2.2	Maßnahmen/Umsetzung im Maklervertrieb.....	27
3.6.2.3	Maßnahmen/Umsetzung im Direktvertrieb	27
3.6.2.4	Maßnahmen/Umsetzung bei Automotive	27
3.6.3	Maßnahmen/Umsetzung der Allianz Deutschland Gruppe – Abwerbung und Umdeckung.....	28
3.6.3.1	Abwerbung/Umdeckung in der ABV	28
3.6.3.2	Abwerbung/Umdeckung im Maklervertrieb.....	28
3.6.3.3	Abwerbung/Umdeckung im Direktvertrieb	29
3.6.3.4	Abwerbung/Umdeckung bei Automotive	29
3.7	Leitsatz 7: Qualifikation ist die Basis von ehrlichem, redlichem und professionellem Vertrieb.	30
3.7.1	Anforderung des GDV-Verhaltenskodex	30
3.7.2	Maßnahmen/Umsetzung der Allianz Deutschland Gruppe	30
3.7.2.1	Maßnahmen in der ABV.....	30
3.7.2.2	Maßnahmen im Bankenvertrieb	33
3.7.2.3	Maßnahmen im Maklervertrieb.....	34
3.7.2.4	Maßnahmen im Direktvertrieb.....	35
3.7.2.5	Maßnahmen bei Automotive	35
3.7.2.6	Maßnahmen bei GA Halle/Berlin.....	36
3.7.2.7	Maßnahmen Personal Allianz Deutschland AG.....	36
3.8	Leitsatz 8: Die Unabhängigkeit von Versicherungsmaklern wird gewahrt.....	37
3.8.1	Anforderung des GDV-Verhaltenskodex	37
3.8.2	Maßnahmen/Umsetzung der Allianz Deutschland Gruppe	37
3.9	Leitsatz 9: Versicherungsunternehmen bieten Kunden ein systematisches Beschwerdemanagement und ein Ombudsmannsystem	38
3.9.1	Anforderung des GDV-Verhaltenskodex	38
3.9.2	Maßnahmen/Umsetzung der Allianz Deutschland Gruppe	38

3.9.2.1	Beschwerdemanagement in der Allianz Deutschland Gruppe	38
3.9.2.2	Hinweis auf den Ombudsmann in der gesamten Allianz Deutschland Gruppe.....	38
3.9.2.3	Hinweis auf den Ombudsmann in der ABV	39
3.9.2.4	Hinweis auf das Ombudsmannsystem im Maklervertrieb	39
3.9.2.5	Hinweis auf den Ombudsmann im Direktvertrieb	39
3.9.2.6	Hinweis auf den Ombudsmann bei Automotive	39
3.9.2.7	Hinweis auf den Ombudsmann bei GA Halle/Berlin	39
3.10	Leitsatz 10: Die Versicherungsunternehmen geben sich Compliance-Vorschriften und kontrollieren deren Einhaltung.....	40
3.10.1	Anforderung des GDV-Verhaltenskodex	40
3.10.2	Maßnahmen der Allianz Deutschland Gruppe	40
3.10.2.1	Relevante Compliance-Richtlinien der Allianz Deutschland AG	40
3.10.2.2	Vermeidung von Kollisionen von privaten und geschäftlichen Interessen.....	41
3.10.2.3	Datenschutz.....	41
3.10.2.4	Informationssicherheit.....	42
3.10.2.5	Interne wettbewerbsrechtliche Regelungen	42
3.10.2.6	Kommunikation der Compliance-Regeln	43
3.10.2.7	Maßnahmen zur Überwachung der Einhaltung	43
3.10.2.8	Maklervertrieb	43
3.10.2.9	Direktvertrieb	44
3.10.2.10	Automotive.....	44
3.10.2.11	GA Halle/Berlin	44
3.10.3	Kontrolle und Überwachung der Einhaltung der Maßnahmen	45
3.10.3.1	Kontrolle und Überwachung in der ABV	45
3.10.3.2	Kontrolle und Überwachung im Maklervertrieb.....	45
3.11	Leitsatz 11: Der Kodex ist verbindlich und transparent.	46
3.11.1	Anforderung des GDV-Verhaltenskodex	46
3.11.2	Maßnahmen in der Allianz Deutschland Gruppe	46
3.11.2.1	Verbindlichmachung in der ABV.....	46
3.11.2.2	Verbindlichmachung im Maklervertrieb	46
3.11.2.3	Verbindlichmachung im Direktvertrieb.....	46
3.11.2.4	Verbindlichmachung Automotive.....	46
3.11.2.5	Verbindlichmachung GA Halle/Berlin	47
3.12	Konsequenzenmanagement - Maßnahmen/Umsetzung der Allianz Deutschland Gruppe	48
3.12.1	Konsequenzenmanagement in der ABV	48
3.12.2	Konsequenzenmanagement im Maklervertrieb	48
3.12.3	Beschwerde- und Konsequenzenmanagement bei Automotive.....	49
4	Glossar.....	50
5	Abkürzungsverzeichnis	51

1 Einleitung

Dieses Dokument dient der Beschreibung, welche Maßnahmenbündel die Allianz Deutschland AG und ihre Tochterunternehmen (nachfolgend „Allianz Deutschland“ oder „Allianz Deutschland Gruppe“) vorhalten, um die Anforderungen der Leitsätze des GDV-Verhaltenskodex in der Fassung vom 25. September 2018 zu erfüllen.

Folgende Gesellschaften der Allianz Deutschland Gruppe sind dem Verhaltenskodex für den Vertrieb von Versicherungsprodukten des GDV (nachfolgend „GDV-Verhaltenskodex“) beigetreten:

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

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

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

auch ganz hierauf zu verzichten. Neben dem Vertrieb über die Allianz-eigenen Webseiten (allianz.de und allianzdirect.de) erfasst das Direktgeschäft auch die Vermittlung über Preisvergleichsportale, die in der Rechtsform als Makler auftreten.

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

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

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

2.1.1 Compliance-Kultur und “Tone from the Top”

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

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

2.1.2 Compliance-Ziele

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

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

Als „Compliance Ziel“ im Sinne des GDV-Verhaltenskodex ist die Einhaltung aller Anforderungen der Leitsätze des GDV-Verhaltenskodex durch Mitarbeiter und Vermittler der Allianz Gruppe zu verstehen.

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

2.1.3 Compliance-Risiken

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

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

2.1.4 Kommunikation

2.1.4.1 Kommunikationsmaßnahmen in der Ausschließlichkeitsorganisation

Jedem Angestellten im Außendienst, der sich vor Beginn seiner Vermittlertätigkeit in der Ausbildung befindet (in der AQV = Allianz Qualifizierung Vertrieb, im ATV = Allianz Training für Versicherungsfachleute oder in den Agenturgründungsseminaren), werden in der ersten Woche dieser jeweiligen Ausbildung der GDV-Verhaltenskodex mit seinen verschiedenen Aspekten und den vertiefenden Informationen über die Vermittlung von Versicherungen zur Verfügung gestellt bzw. diese Grundsätze in der Ausbildung vermittelt.

Zudem erfolgt seitens der Allianz Außendienstakademie (AAA) dazu eine Schulung per Webinar für VsV-Dozenten (Vertreter schulen Vertreter).

2.1.4.2 Kommunikationsmaßnahmen im Maklervertrieb

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

Das Thema Weiterbildungspunkte innerhalb der Brancheninitiative „Weiterbildung“ des GDV wurde den Multiplikatoren im Maklervertrieb der Allianz-Standorte in einer eintägigen Schulungsveranstaltung vorgestellt. Vor dem eigentlichen Beginn eines jeden Seminars und der Präsentation der Referenten wird in einem gesonderten Imagefoliensatz u. a. auf die Bildungsinitiative hingewiesen bzw. den Teilnehmern vorgestellt. Bis Sommer 2017 wurde zudem jedem Teilnehmer mit der Einladung zu den Seminaren der Allianz Maklerakademie angeboten, ein Weiterbildungskonto über die Allianz als sog. „Trusted Partner“ zu eröffnen.

Auch im Rahmen des Seminars der Allianz Maklerakademie „*Maklerrecht für die Praxis*“ sind Anforderungen der Leitsätze des GDV-Verhaltenskodex (insbes. Beratungsqualität, Kundenorientierung, Dokumentation und Vergütung) integraler Bestandteil. Die Veranstaltung wurde 2018 und 2019 jeweils sechs Mal durchgeführt und erreichte rd. 300 Geschäftspartner. In 2020 wurde die Veranstaltung „Maklerrecht für die Praxis“ nicht als Präsenzveranstaltung durchgeführt. Die Reihe ist aber für 2021 bereits wieder fix terminiert.

Zudem wurden regelmäßig Onlineschulungen – insbesondere zum Thema VersVermV angeboten. Diese erreichten über 1.000 Teilnehmer. In den Schulungen waren auch Elemente des GDV-Verhaltenskodex (z.B. Beratung, Vergütung, Transparenz, etc.) wesentliche Bestandteile.

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

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

Regelmäßig sind Online-Schulungen der Maklerbetreuer Leben/Kranken als Vertiefung bzw. Wiederholung zum Thema GDV-Verhaltenskodex vorgesehen.

2.2 Relevante Teilsysteme

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

Dies sind im Besonderen die nachfolgenden Systeme und Prozesse:

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

- System der Zuverlässigkeitsprüfungen bei Vermittlern vor Vertragsunterzeichnung/Reversierung.
- Das Fortbildungskonzept der Allianz Außendienstakademie (AAA) stellt sicher, dass alle unsere gebundenen Vermittler eine hochwertige Grundausbildung erhalten und sich permanent weiterbilden können.
- Das Fortbildungskonzept der Allianz Maklerakademie bietet Maklern und Mitarbeitern von Maklerhäusern umfangreiche Fortbildungsmöglichkeiten. Weiterhin engagieren sich Mitarbeiter der Allianz in Vortragstätigkeit bei der Deutschen Maklerakademie (DMA) und des „Arbeitskreises Beratungsprozesse“.
- Publikationen im Maklerportal der Allianz Deutschland und Beiblätter/Courtagenachträge sichern ebenfalls die Einhaltung unserer Beratungsstandards.
- Das Schulungskonzept der Compliance-Abteilung der Allianz Beratungs- und Vertriebs-AG stellt mit Hilfe von Online-Schulungen (alle 2 Jahre) sicher, dass alle Außendienstmitarbeiter regelmäßig u.a. zu den Themen „ethisches Handeln im Vertrieb“ und „Korruptionsrisiken“ geschult werden.
- Reporting des Beschwerdemanagements.
- System zur Überprüfung der Kundenzufriedenheit: Net Promoter Score (NPS)-Messung, u. a.
- Eingerichtete dauerhafte Kontrollen, wie z.B. Stornokontrolle Bonifikationen, Storno/Neu-Geschäfte.
- Prüfungsaktivitäten der Internen Revision auf Basis des jährlichen Prüfungsplans.

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

3.1 Leitsatz 1: Die Bedürfnisse der Kunden stehen immer im Mittelpunkt.

3.1.1 Anforderung des GDV-Verhaltenskodex

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

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

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

3.1.2 Maßnahmen/Umsetzung der Allianz Deutschland Gruppe

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

Wünscht der Kunde eine „Rundumberatung“ oder eine Beratung zu einem komplexen Produkt, werden die konkreten Kundenbedürfnisse in der Ausschließlichkeitsorganisation mit einem sog. Beratungsassistenten, der Bestandteil des Vertriebsarbeitsplatzes ist, durchgeführt.

3.1.2.1 Maßnahmen/Umsetzung in der ABV

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

- Der Verhaltenskodex für Vertreter formuliert Leitlinien für Allianz Vertreter und deren Mitarbeiter, um regeltreues, rechtlich und ethisch korrektes Handeln sicherzustellen.
- Innerhalb des Vertriebsarbeitsplatzes sind sog. Beratungsassistenten hinterlegt, die in beratungsintensiven Bereichen (Leben und Kranken) die ganzheitliche und bedarfsorientierte Beratung unterstützen.
- Der Allianz Beratungsprozess (ABP) unterstützt die gebundenen Vermittler der Allianz mit einem vorstrukturierten, softwarebasierten Beratungsprozess, um eine bedarfsgerechte Beratung sicherzustellen.
- Die „Sales Compliance Prüfung“ durch die Compliance Organisation der Allianz Deutschland in den Prozessen „Kundenorientierte Vertriebssteuerung“ und „Produktentwicklung“ beinhaltet u. a. die Überwachung der Vergütung sowie die Incentivierung/Vertriebssteuerung, um eine Fehlsteuerung der Vertriebe, die mit den Kundenbedürfnissen kollidieren könnte, zu vermeiden.

- Für eine kontinuierliche Verbesserung der Beratungsqualität bittet die Allianz Deutschland ihre Kunden in Stichproben, die Beratungsqualität ihrer Agentur gegenüber einem neutralen Team am Telefon zu bewerten.

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

- „Konsequente Kundenorientierung“ steht auf unternehmenskultureller/strategischer Ebene als eines von vier Elementen im Mittelpunkt der strategischen Ausrichtung und ist damit das Hauptziel der Allianz Deutschland. Das individuelle Kundenbedürfnis zu ermitteln ist demnach für die Allianz eine Selbstverständlichkeit.
- Regelungen im Standard-Vertretungsvertrag und im Verhaltenskodex für Vertreter geben vor, dass die Bedarfssituation des Kunden eindeutig im Vordergrund bei der Vermittlung von Versicherungsprodukten steht. Diese Regelungen werden durch sog. Verbindliche Mitteilungen (VM) präzisiert und ergänzt.
- Der Allianz Beratungsansatz verlangt, die Bedürfnisse des Kunden zu erfragen und auf deren Grundlage den individuellen Kundenbedarf abzuleiten.
- Umfassende Bedarfsermittlung im Allianz Beratungsprozess (ABP).

Erläuterungen zum Vergütungssystem in der Ausschließlichkeitsorganisation

- Die Compliance Abteilung der ABV nimmt regelmäßig an den Sitzungen der Geschäftsplankommission der ABV teil. Darüberhinausgehende Incentives in der ABV werden gemäß der Verwaltungsregel zur kundenorientierten Vertriebssteuerung (koV) durch den Maßnahmenverantwortlichen einer Risikoprüfung hinsichtlich möglicher Interessenkonflikte unterzogen, um unangemessen hohe Incentivierungen zu vermeiden und das Risiko von Misselling zu mitigieren bzw. zu vermeiden. In dem entsprechenden koV-Prozess unter Nutzung des sog. koV-Tools erfolgt eine entsprechende Einbindung der Prüfstellen der AZD Hauptverwaltung.
- Weiterhin werden in der jährlichen Geschäftsplankommission Incentivierungen geplant und eingeführt, welche die Beratungsqualität steigern sollen: zur Förderung der umfassenden Information des Kunden vor Vertragsschluss (kein Verzicht auf Aushändigung der Vertragsunterlagen) oder bspw. die Förderung von Stornovermeidung, Bestandsbetreuung und -ausbau.
- In der zentralen Incentivierung für die Geschäftsstellenleiter sind die explizit zu beachtenden Compliance-Maßgaben aufgeführt. Verstöße hiergegen führen dazu, dass die jeweilige Führungskraft im Wettbewerb herabgestuft wird. Dies wird auf Basis einer Vorlage von Compliance regelmäßig zum Schluss des Geschäftsjahres in einer Vorstandssitzung besprochen und entschieden.

Berücksichtigung bereits bestehenden Versicherungsschutzes bei der Beratung

- Gemäß definiertem Allianz Anspruch erstellt der Vertreter, wenn nicht anders gewünscht, stets eine umfassende Bedarfsanalyse inklusive bestehender Versicherungen und priorisiert mit dem Kunden die Bedarfe.
- Der ABP und die Beratungsassistenten in den EDV-gestützten Tarifierungsprogrammen stellen durch Abfrage der bestehenden Vorsorge und sonstiger relevanter Daten ein strukturiertes Beratungsgespräch sicher.
- Die ABP-Software übernimmt eingepflegte Daten automatisch als Grundlage zur Ermittlung von Bedarfslücken.

- Aus den systematisch erhobenen Daten und Wünschen der Kunden analysieren die Vermittler den individuellen Absicherungsbedarf. Gemeinsam mit dem Kunden erfolgt dann die Festlegung der Reihenfolge, in der die jeweiligen Themen besprochen werden.
- Im Angestelltenvertrieb obliegt es den Nebenberufsvertretern überwiegend neue Kundenkontakte herzustellen, Vertrags- und Kundendaten aufzunehmen sowie Termine zu vereinbaren. Ausgewählte Nebenberufsvertreter nutzen auch selbständig auf dem Vertriebsarbeitsplatz basierende IT-Ausstattungen und Anwendungen.
- Innen- und Außendienstmitarbeiter der Allianz können ihrerseits als Nebenberufsvertreter tätig werden. Das Vertriebsmodell und die eingesetzte Angebotstechnik entsprechen damit grundsätzlich dem des Angestelltenvertriebs.
- Die Mitarbeiter der Volks- und Raiffeisenbanken und der Commerzbank nutzen für die Beratung hauseigene Beratungsprogramme (Volksbank: agreeBAP) bzw. Kunden Kompass (KuKo) und die Elektronische Vertriebsanwendung Commerzbank Vorsorge (EVA ComVor). Diese Programme verfolgen ebenfalls eine ganzheitliche Kundensicht und stellen die Bedürfnisse und Wünsche des Kunden gleichfalls in den Mittelpunkt. Benötigt der Bankmitarbeiter spezielle Unterstützung in Versicherungsfragen, fordert er diese bei seinen Kollegen des Versicherungsdienstes oder den zuständigen Fachspezialisten an oder leitet den Beratungsvorgang an diese über. In der OLB wird der Vertriebsarbeitsplatz auch von Mitarbeitern der Bank angewandt.
- Die Mitarbeiter der Santander Bank nutzen für die Beratung kein digitales Beratungsprogramm, sondern die papierhafte Konzeptberatung. Diese verfolgt ebenfalls eine ganzheitliche Kundensicht und stellt die Bedürfnisse und Wünsche des Kunden inkl. des Vorsorgebedarfs gleichfalls in den Mittelpunkt. Benötigt der Bankmitarbeiter spezielle Unterstützung in Vorsorgefragen, fordert er diese bei der Digitalen Spezialisten Einheit (DSE) bzw. bei seinem zuständigen LV-Coach an. Der Vertrieb durch KVM erfolgt ausschließlich auf fernmündlichem Weg und unter Einsatz des Vertriebsarbeitsplatzes. Es werden nur einfache, für diesen Vertriebsansatz geeignete Versicherungsprodukte zum Bestandserhalt beraten und vertrieben.

3.1.2.2 Maßnahmen/Umsetzung im Maklervertrieb

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

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

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

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

Versicherungsmakler sind nicht vertraglich an eine Versicherungsgesellschaft gebunden und unterliegen als "treuhänderähnliche Sachwalter" einer vertraglichen Beratungsverpflichtung dem Kunden gegenüber. Sie sind darüber hinaus gemäß § 60 Abs.1 VVG verpflichtet, ihre

Beratung auf eine hinreichende Anzahl von am Markt angebotenen Versicherungsprodukten und Versicherern zu stützen. Die Allianz Gesellschaften stellen aus diesem Grund den Versicherungsmaklern keine Mustervorlage für die Beratungsdokumentation zur Verfügung.

Die Maklervertriebe der Allianz schließen auch mit Mehrfachvertretern Vermittlungsvereinbarungen ab. Die Maklervertriebe der Allianz arbeiten mit sog. echten Mehrfachvertretern zusammen, die zueinander in Konkurrenz stehende Versicherungsverträge eines oder mehrerer Versicherungsunternehmen vermitteln.

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

Die Maklervertriebe vereinbaren mit Maklern und Mehrfirmenvertreter eine marktkonforme Courtage-/Provisionshöhe. Dadurch wird die Unabhängigkeit des Maklers gewahrt und ein Interessenkonflikt kann nicht entstehen. Insbesondere werden dadurch Anreize für den Vermittler vermieden, gegen das Kundeninteresse zu agieren. Als Sachverwalter des Kunden steht das Kundeninteresse insbesondere beim Makler – aber auch bei allen anderen Versicherungsvermittlern - immer im Vordergrund.

3.1.2.3 Maßnahmen/Umsetzung im Direktvertrieb

Wenn sich ein Kunde im (eingeschränkten) Angebot des Direktvertriebs um Versicherungsschutz bemüht, muss er derzeit entsprechend der Vorgaben des VVG im Fernabsatz vom Versicherungsunternehmen nicht aktiv beraten werden. § 6 Abs. 3 VVG schafft eine gesetzliche Ausnahme von der allgemeinen Beratungspflicht gemäß § 6 Abs. 1 VVG.

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

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

Auch im Direktvertrieb via Allianzdirect.de werden dem Kunden transparent die Produkte und Produktinhalte dargestellt. Zusätzlich hat er die Möglichkeit zur Kontaktaufnahme per Telefon oder Chat. Grundsätzlich findet jedoch keine Beratung im eigentlichen Sinne statt. Vor Abschluss eines neuen Vertrages wird der Kunde auf den Beratungsverzicht explizit hingewiesen und bestätigt dies aktiv.

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

3.1.2.4 Maßnahmen/Umsetzung bei Automotive

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

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

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

Die relevanten Fahrzeug- und Kundendaten werden im Portalprozess zwingend erfragt und die persönlichen Bedürfnisse des Kunden bei der Fahrzeugnutzung (z.B. jährliche Fahrleistung; Art der Fahrzeugnutzung) berücksichtigt. Als Ergebnis der Datenerhebung werden dem Kunden in einem Bild alle möglichen Versicherungsbausteine innerhalb der Kfz-Versicherung in einer Übersicht zur Auswahl dargestellt. Infobuttons ermöglichen zu jedem Baustein eine vertiefende Informationsvermittlung durch den Vermittler.

3.1.2.5 Maßnahmen und Umsetzung bei GA Halle/Berlin

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

3.2 Leitsatz 2: Wer Versicherungen vermittelt, erklärt den Kunden seinen Status.

3.2.1 Anforderung des GDV-Verhaltenskodex

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

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

3.2.2 Maßnahmen/Umsetzung der Allianz Deutschland Gruppe

3.2.2.1 Legitimation in der ABV

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

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

Weiterhin sind die Wettbewerbsrichtlinien der Versicherungswirtschaft Vertragsbestandteil der AO-Vertreterverträge. Insofern gilt, dass die Firmierung der Versicherungsunternehmen und der selbstständigen Vermittler den Geschäftsgegenstand klar, vollständig und richtig erkennen lassen soll. Eine Firmierung, die über die Vermittlereigenschaft täuschen kann, ist unzulässig.¹

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

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

¹ Vgl. Tz. 24 der Wettbewerbsrichtlinien der Versicherungswirtschaft

3.2.2.2 Legitimation im Maklervertrieb

Versicherungsmakler haben eigenverantwortlich die Informationspflichten gemäß § 15 VersVermV (Verordnung über die Versicherungsvermittlung und -beratung) zu beachten. Sie erfüllen diese Pflichten in der Praxis regelmäßig durch Überlassung einer Erstinformation („Große Visitenkarte“) an den Versicherungsnehmer oder digital z. B. über ihre Homepages, auf der insbesondere auch die IHK-Registernummer des Versicherungsmaklers abgedruckt ist bzw. angezeigt wird.

Ein Verstoß gegen die Mitteilungspflichten stellt gemäß § 26 VersVermV eine Ordnungswidrigkeit dar, die mit einem Bußgeld sanktioniert werden kann.

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

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

Die Standardvermittlungsvereinbarung für Mehrfachvertreter verpflichtet zur Einhaltung der gesetzlichen Informationspflichten. Dazu gehört auch die Information des Versicherungsnehmers gemäß § 15 VersVermV und damit die Offenlegung des Status als Mehrfachvertreter.

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

Bestehen Anhaltspunkte dafür, dass ein Makler oder Mehrfachvertreter sich persönlich oder digital nicht richtig legitimiert, werden bei Bedarf Maßnahmen eingeleitet.

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

Mit der Umsetzung der IDD-Richtlinie in deutsches Gesetz, sind auch die Makler und Mehrfirmenvertreter verpflichtet, ihren Kunden im Rahmen der Erstinformation über die Art und Quelle der erhaltenen Vergütungen zu informieren.

3.2.2.3 Legitimation im Direktvertrieb

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

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

3.2.2.4 Legitimation bei Automotive

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

3.2.2.5 Legitimation bei GA Halle/Berlin

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

3.3 Leitsatz 3: Jede Empfehlung berücksichtigt Ziele, Wünsche und Bedürfnisse der Kunden.

3.3.1 Anforderung des GDV-Verhaltenskodex

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

Jegliche Beratung (persönlich oder digital) fußt auf diesen Zielen, Wünschen und Bedürfnissen. Dabei beachten die Versicherungsunternehmen, dass der Kunde entscheidet, ob und wie er beraten werden möchte.

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

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

3.3.2 Maßnahmen der Allianz Deutschland Gruppe zur Beratung anhand des Kundenbedürfnisses

Bezüglich der Maßnahmen, die eine Beratung anhand des Kundenbedürfnisses in der Allianz Deutschland sicherstellen, wird auf die Ausführungen zu Leitsatz 1 (vgl. Tz. 3.1) verwiesen.

3.3.3 Maßnahmen der Allianz Deutschland Gruppe zur Sicherstellung sachgerechter Produktinformationen

3.3.3.1 Sachgerechte Produktinformationen allgemein

Um den Kunden eine individuelle und bewusste Entscheidung zu ermöglichen, ist innerhalb des Produktentwicklungsprozesses ein Prüfpunkt „Verkaufsmedien“ (Produktunterlagen) definiert, in dem die Einheiten Recht, Steuer, Datenschutz, Marktmanagement, der Chief Customer Officer und die Compliance-Organisation der Allianz Deutschland eingebunden sind. Der Produktentwicklungsprozess wird unter Tz. 3.5 ausführlicher beschrieben.

3.3.3.2 Angaben zur künftigen Leistungsdarstellung in der Altersversorgung

Angaben zu künftigen Leistungen:

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

Die Todesfallleistung sowie die Gesamtleistung bei Kündigung werden dem Kunden modellhaft für jedes Jahr bis zum geplanten Rentenbeginn dargestellt. Dabei werden die aktuellen Rechnungsgrundlagen sowie die aktuelle unternehmensindividuelle Überschussbeteiligung

unterstellt. Der Gesamtleistung bei Kündigung liegt der Rückkaufswert nach § 169 Abs. 3 Versicherungsvertragsgesetz (VVG) zu Grunde.

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

Darstellung der Wertentwicklungen:

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

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

Bei den Vorsorgekonzepten IndexSelect, InvestFlex (vormals Invest alpha-Balance und Invest), bei denen die Altersvorsorgeverträge direkter an Chancen und Risiken der Kapitalmärkte partizipieren, werden beispielhaft sechs jährlich gleichbleibende Wertentwicklungen von 0,00 % bis 6,00 % dargestellt.

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

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

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

Preis-Leistungs-Darstellung:

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

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

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

Bei Basis- und Riester-Renten werden gemäß AltVPIBV im standardisierten Produktinformationsblatt (PIB-AltVPIBV) anstelle der Gesamtkostenquote seit Januar 2017 die Effektivkosten sowie die Chance-Risiko-Klasse (CRK) angegeben.

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

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

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

Sonstiges:

Bei der Fondsauswahl werden die Risikoneigung des Kunden und damit die unterschiedlichen Kundenbedürfnisse anhand von vier Anlegertypen berücksichtigt.

Jedes Informationspaket enthält einen Hinweis auf den Ombudsmann (vgl. Leitsatz 2 des GDV-Verhaltenskodex) und das dahinterstehende Verfahren sowie den Verweis, dass die Allianz Lebensversicherungs-AG der Aufsicht der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) unterliegt.

3.3.3.3 Berechnung und Darstellung der Ablaufleistung bei UBR-Versicherungen

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

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

Das Produktversprechen garantiert einen Rückzahlungsanspruch im Todes- und Erlebensfall. Neben dem Unfallschutz sind noch weitere Leistungen integriert, z.B. eine Selbstfinanzierung bei schweren Unfällen, weshalb eine Renditebetrachtung nicht möglich/sinnvoll ist. Neben der Modellrechnung auf Basis der aktuellen Deklaration gibt die Allianz die Auswirkung einer um einen Prozentpunkt höheren bzw. niedrigeren Verzinsung an. Unter Berücksichtigung der produktspezifischen Besonderheiten sind die Informationen zu künftigen Leistungen und die Darstellung der Wertentwicklung vom Umfang und Inhalt weitgehend analog zur Lebensversicherung.

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

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

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

3.4.1 Anforderung des GDV-Verhaltenskodex

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

3.4.2 Maßnahmen/Umsetzung der Allianz Deutschland Gruppe

3.4.2.1 Begründung und Dokumentation in der ABV

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

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

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

Bei Beratungen durch Angestellte der kooperierenden Banken mit deren Beratungsprogrammen wird die Dokumentation durch eben diese Mitarbeiter erstellt und ausgehändigt. Im Allianz-Mitarbeiter Service (AMS) erfolgt die Beratung und damit die Dokumentation über den Vertriebsarbeitsplatz.

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

Eine Beratungsdokumentation wird rechtlich nur bei Abschluss eines Produktes verlangt.

Im Allianz Beratungsprozess (ABP) wird im Fall einer Beratung (mit oder ohne Abschluss) bei allen Beratungen die Gesprächsdokumentation softwaregestützt erstellt und kann dem Kunden/Interessenten ausgehändigt werden. Der mit dem ABP beratene Kunde erhält eine einheitliche, ausführliche und manuell erstellte Zusammenfassung des Beratungsgesprächs, den sogenannten „Kundenstatus“.

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

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

3.4.2.2 Begründung und Dokumentation im Maklervertrieb

Mit Umsetzung der IDD-Richtlinie wurden die Courtagebestimmungen für Makler und die Vermittlungsvereinbarung für Mehrfirmenvertreter durch eine Regelung ergänzt, dass die Vermittler im Rahmen ihrer eigenen Beratungsverpflichtung die Rechtsvorschriften zu Aufsicht und Lenkung (Product Oversight and Governance – POG) zu beachten haben.

Die Vermittler informieren sich und die ggf. für ihn in der Vermittlung und Beratung tätigen Personen über die von der Allianz Gesellschaft gegebenen Informationen zum Versicherungsprodukt und dem Produktfreigabeverfahren einschließlich des für das jeweilige Produkt geltenden Zielmarktes. Damit wird gewährleistet, dass der Vermittler den von der Allianz definierten Zielmarkt in seiner Beratung berücksichtigt und das vom Vermittler empfohlene Produkt den Wünschen und Bedürfnissen des Kunden entspricht. Diese Regelung wird seit Juli 2018 mit allen Vermittlern bei Aufnahme einer Zusammenarbeit vereinbart.

3.4.2.3 Begründung und Dokumentation im Direktvertrieb

Im Direktvertrieb erfolgt der Abschluss regelmäßig selbständig durch den Kunden über die jeweilige Website (allianzdirect.de oder allianz.de) oder die Website eines Preisvergleichsportals (bspw. check24.de oder verivox.de) bzw. telefonisch oder postalisch. Auf expliziten Wunsch des Kunden kann auf ein Beratungsgespräch verzichtet werden. Im Falle des Vertriebs über allianzdirect.de wird generell keine Beratung angeboten, was dem Kunden explizit dargestellt und von ihm bestätigt wird. In diesen Fällen findet auch keine Gesprächsdokumentation statt und wird keine Beratungsdokumentation ausgehändigt. Bei Telefongesprächen erhält der Kunde außer bei Allianz Direct bereits derzeit eine Beratung, jedoch ohne Beratungsdokumentation.

3.4.2.4 Begründung und Dokumentation bei Automotive

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

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

3.5 Leitsatz 5: Versicherungsprodukte werden bedarfsgerecht entwickelt und vertrieben.

3.5.1 Anforderung des GDV-Verhaltenskodex

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

Bedarfsgerechte Produkte werden den Lebensumständen und Präferenzen der Kunden gerecht. Nicht bedarfsgerecht sind Produkte, die erkennbar nicht zu den Lebensumständen der Kunden passen.

Einfache und verständliche Produktunterlagen sollen den Kunden die Sicherheit bieten, eine individuelle und bewusste Entscheidung treffen zu können.“

3.5.2 Maßnahmen der Allianz Deutschland Gruppe

In der Produktentwicklung der Allianz Deutschland spiegeln sich folgende grundlegende Ansprüche wider:

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

Der Produktentwicklungsprozess stellt innerhalb der Allianz Deutschland einen etablierten spartenübergreifenden Standardprozess zur Neuentwicklung und Modifikation von Produkten und deren Freigabe dar:

- In den Produktentwicklungsprozess sind Einheiten aus verschiedenen Unternehmensbereichen involviert, somit ist gewährleistet, dass zu jedem Zeitpunkt die Einhaltung von internen und externen Vorgaben, Fragen der Kundenorientierung, der Produktgestaltung und des Vertriebs berücksichtigt werden.
- Der Prozess sieht eine risikobasierte Mitwirkung der Compliance-Funktion und eine Einbindung der Rechtsexperten der Produktgeber vor.
- Der Chief Customer Officer ist eine Freigabeinstanz im Produktentwicklungsprozesses und wird bei unterschiedlichen Sichten zur Kundenorientierung über kritische Aspekte des Produktes informiert und unterstützt bei Findung kundenorientierter Lösungen.
- Um den Kunden eine individuelle und bewusste Entscheidung zu ermöglichen, ist innerhalb des Produktentwicklungsprozesses ein Prüfpunkt „Verkaufsmedien“ (Produktunterlagen) definiert, in dem die Einheiten Recht, Steuer, Datenschutz, Marktmanagement, der Chief Customer Officer und die Compliance-Organisation der Allianz Deutschland eingebunden sind. Die Anforderungen der gesetzlichen Informationspflichten werden dabei transparent und kundenfreundlich umgesetzt. Die Informationen für den Kunden sind stets

ehrlich, redlich, eindeutig und professionell. Für den Kunden bergen sie keine negativen Überraschungen und sind entsprechend einfach und transparent gestaltet.

- Im Rahmen der Produktentwicklung wird die Kundengruppe, für die das Produkt im Allgemeinen geeignet ist, festgelegt (Zielmarkt). Der Zielmarkt wird in ausreichender Detailtiefe anhand objektiver und ggf. subjektiver Kriterien definiert. Zudem wird beurteilt, ob das Produkt qualitativ und ggf. quantitativ über seine gesamte Lebensdauer den ermittelten Bedürfnissen, Zielen und Merkmalen des Zielmarkts entspricht. Eine Benachteiligung des Kunden wird dabei ausgeschlossen.
- Nach Produkteinführung wird regelmäßig überprüft, ob das Produkt weiterhin den Bedürfnissen, Merkmalen und Zielen des Zielmarkts entspricht und die Vertriebsstrategie noch geeignet ist. Der Produktgeber ergreift angemessene und geeignete Maßnahmen, um zu überwachen, dass die Vertreiber das Produkt gemäß den Vorgaben, insbesondere an den definierten Zielmarkt vertreiben. Soweit erforderlich werden durch den Produktgeber geeignete Maßnahmen zur Abhilfe und zur Begrenzung der Folgen ergriffen.

Die Compliance-Funktion und die Rechtsabteilungen der Allianz Deutschland beobachten die Entwicklung der Rechtslage zu den Informationspflichten aufmerksam und erarbeiten bei Bedarf Anpassungen oder Optimierungen der Standards für Vertragsunterlagen.

Die Berücksichtigung des Kundeninteresses hat für die Allianz Deutschland eine wesentliche Bedeutung, dies zeigt sich auch durch die Verankerung einer zentralen zuständigen Stelle in der Aufbauorganisation (Chief Customer Officer).

Seit 2006 befragt die Allianz Deutschland jährlich Kunden zu Ihrer Zufriedenheit – seit 2017 sogar nach einem gruppenweit einheitlichen/standardisierten Vorgehen. Darüber hinaus gibt es kontinuierliche Befragungen zur Zufriedenheit mit dem Service im Innendienst bzw. auch zum Service der Agenturen. Je nach Kontaktkanal bzw. je nach Anliegen finden die Befragungen entweder telefonisch oder per E-Mail statt. Darüber hinaus werden vierteljährlich die Meinungen unserer Ausschließlichkeitsvertreter zu unseren Produkten eingeholt. Die Allianz Vertreter kennen ihre Produkte sehr genau und melden ihre Erfahrungen an die Produktgeber zurück.

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

3.6 Leitsatz 6: Kunden werden nachhaltig betreut und bei gegebenem Anlass beraten.

3.6.1 Anforderung des GDV-Verhaltenskodex

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

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

3.6.2 Maßnahmen/Umsetzung der Allianz Deutschland Gruppe – Nachhaltige Betreuung

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

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

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

Die Beratungsanlässe, die einen Schriftwechsel des Versicherers mit dem Kunden auslösen müssen, sind in der Allianz definiert und werden bei Bedarf aktualisiert. Beratungsanlässe, die eine Kommunikation des Versicherers mit dem Kunden auslösen können, werden im Produktentwicklungsprozess durch Marktmanagement identifiziert. Es wird sichergestellt, dass die entsprechenden Beratungsanlässe erkannt, geeignete Hinweise an die Kunden automatisch gesendet und in der Vorgangserfassung zum Vertrag dokumentiert werden.

Durch kontinuierliche Monitoring-Prozesse in den Rechtsabteilungen der Allianz Deutschland wird gewährleistet, dass relevante gesetzliche Vorgaben und deren konkrete Anwendung aktuell bekannt sind und Änderungen durch Gesetze und Rechtsprechung zeitgerecht umgesetzt werden.

3.6.2.1 Maßnahmen in der ABV

Die Vertreter der ABV sind durch den Verhaltenskodex für Vertreter und über direkte vertretervertragliche Regelungen verpflichtet, die Allianz bei der laufenden Pflege des von ihnen betreuten Bestandes zu unterstützen und mitzuwirken, insbesondere bei der Entgegennahme, Bearbeitung und/oder Weiterleitung von Anliegen und Mitteilungen der Kunden. Dies gilt weiterhin bei der Beratung der Kunden während der Laufzeit der vom jeweiligen Vermittler betreuten Verträge, insbesondere wenn ein Anlass für eine Nachfrage beim Kunden oder Beratung des Kunden erkennbar ist, sowie bei der Schaden-/Leistungsbearbeitung, wenn und soweit dies im Rahmen der Kundenbetreuung erforderlich ist.

Die Bestandsbetreuung KVM agiert bezüglich der betreuten Bestände analog.

3.6.2.2 Maßnahmen/Umsetzung im Maklervertrieb

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

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

Mehrfachvertreter sind angewiesen, die nachvertragliche Beratungspflicht als Erfüllungshilfe des Versicherers zu erfüllen.

3.6.2.3 Maßnahmen/Umsetzung im Direktvertrieb

Im Direktvertrieb (Allianz Direct) erfolgt die Betreuung des Kunden durch die Versicherungsgesellschaft selbst. Ergibt sich aus dem Versicherungsverhältnis heraus das Erfordernis einer Beratung, gelten auch hier die allgemeinen Grundsätze der Beratung der Allianz Deutschland Gruppe (vgl. die Ausführungen unter Tz. 3.3.2).

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

3.6.2.4 Maßnahmen/Umsetzung bei Automotive

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

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

3.6.3 Maßnahmen/Umsetzung der Allianz Deutschland Gruppe – Abwerbung und Umdeckung

3.6.3.1 Abwerbung/Umdeckung in der ABV

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

Definierte Vorgaben zu Abwerbungen und Umdeckungen sind:

- Die Wettbewerbsrichtlinien (Besonderer Teil, „Thema Ausspannung von Versicherungen“) als Vertragsbestandteil des VT-Vertrages verlangen in der Lebens- und Krankenversicherung die Aufklärung des Versicherungsnehmers über konkrete Nachteile.²
- Der Verhaltenskodex für Vertreter regelt, dass bereits bestehende Versicherungsverträge des Kunden bei der Beratung zu berücksichtigen sind und weist darauf hin, dass besonders im Bereich der Lebens-, UBR- und Krankenversicherung eine Abwerbung von Versicherungsverträgen oft mit Nachteilen für den Kunden verbunden sein kann. Der Kodex gibt explizit vor, dass Kunden in jedem Fall über eventuelle Nachteile konkret aufzuklären sind.
- Eine Abwerbung/Umdeckung der Versicherungsverträge eines Kunden von einem Allianz-Vertreter zu einem anderen Allianz-Vertreter wird durch die Respektierungsgrundsätze der Allianz (Bestandteil des Vertretervertrages) grundsätzlich untersagt.
- In den Beratungsprotokollen Leben, Kranken und UBR ist im Falle von Abwerbung oder Umdeckung von Fremd- und Allianz Verträgen ein obligatorisches Ankreuzfeld vorgesehen, das im Protokoll einen Hinweis auf eventuelle Nachteile des Neuabschlusses steuert.
- Diese Vorgaben gelten für alle in der ABV implementierten Vertriebswege. Bei Anwendung von bankspezifischer Beratungssoftware wird gesondert auf eventuelle Nachteile hingewiesen.
- Die Bestandsbetreuung KVM ist ausschließlich im Rahmen von bestandserhaltenden Maßnahmen und im Ausbau der bestehenden Kundenverbindung vertrieblich tätig, soweit dies fernmündlich sinnvoll beraten werden kann. Abwerbungen oder Umdeckungen werden nicht betrieben.

3.6.3.2 Abwerbung/Umdeckung im Maklervertrieb

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

² Vgl. Wettbewerbsrichtlinien der Versicherungswirtschaft, Besonderer Teil, A. Lebensversicherung I.48. „Unzulässigkeit der Ausspannung“; B. Krankenversicherung I. 65. „Unzulässigkeit der Ausspannung“

Nach der Standard-Vermittlungsvereinbarung für Mehrfachvertreter werden auch diese zur Einhaltung der Wettbewerbsrichtlinien der Versicherungswirtschaft verpflichtet, mithin auch auf die Einhaltung der dortigen Regeln zur Abwerbung und Umdeckung von Versicherungen. Interne Regelungen verhindern darüber hinaus eine Abwerbung und einen für den Kunden nachteiligen Neuabschluss innerhalb der Allianz (durch die Storno-/Neu-Regelung und verlängerte Haftzeiten im Bereich der Lebens- bzw. Krankenversicherung).

3.6.3.3 Abwerbung/Umdeckung im Direktvertrieb

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

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

Diese Ausführungen gelten analog für den Vertrieb über Preisvergleichsportale.

3.6.3.4 Abwerbung/Umdeckung bei Automotive

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

Die Wettbewerbsrichtlinien der Versicherungswirtschaft sind sowohl in den Obervermittlungsverträgen mit den Versicherungsdiensten als auch in den Untervermittlungsverträgen mit den Autohäusern verankert.

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

3.7.1 Anforderung des GDV-Verhaltenskodex

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

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

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

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

3.7.2 Maßnahmen/Umsetzung der Allianz Deutschland Gruppe

3.7.2.1 Maßnahmen in der ABV

Die Zuverlässigkeitsprüfung von Vermittlern der AO und aller Außendienstangestellten der ABV (inkl. Mitarbeiter im Bankenvertrieb, des Allianz Mitarbeiter Service (AMS) und von Nebenberufsvertretern (NV)) erfolgt vor Abschluss des Vermittler- oder Arbeitsvertrages und weiterhin anlassbezogen, sofern Auffälligkeiten während des Vertragsverhältnisses auftreten. Die Durchführung der Zuverlässigkeitsprüfung ist durch in den Jahren 2019 und 2020 aktualisierte Arbeitsanweisungen (zuvor: Rundschreiben vom 24.02.2014 vorgeschrieben). Sie umfassen insbesondere:

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

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

Für Personen mit abgeschlossener Berufsausbildung, die sich beruflich weiterentwickeln möchten, existiert die Allianz Qualifizierung Vertrieb (AQV- AO & SV):

Ausschließlichkeitsorganisation (AQV-AO):

Die Allianz Qualifizierung Vertrieb (AQV) vermittelt den Teilnehmern³ umfangreiche Kenntnisse in den Produktbereichen Versicherung, Vorsorge und Vermögen. Darüber hinaus werden die aktuellen rechtlichen Rahmenbedingungen für die Tätigkeit als Verkäufer vermittelt.

Die AQV dauert insgesamt 24 Monate und ist in 6 Phasen mit unterschiedlichen Schwerpunkten aufgeteilt. Die sechste Phase ist optional, in der die Teilnehmer im Bereich Firmen qualifiziert werden.

Sie besteht aus 13 Präsenztrainings (Seminare), 28 Geschäftsstellentreffen (1-tägige vertriebliche Workshops) und 6 Online-Meetings. Im Verlauf der AQV legen die Teilnehmer zwei staatlich anerkannte IHK-Sachkundeprüfungen ab. Zu Beginn des 4. Monats der Ausbildung wird die Prüfung zum „Fachmann für Versicherungsvermittlung“ abgelegt und im 15. Monat die Prüfung zum „Finanzanlagenfachmann“.

Im Rahmen der AQV wird durchgängig und ausschließlich die Allianz Beratungs-Software (ABP) genutzt, die eine ganzheitliche Kundenberatung in den Mittelpunkt stellt.

Spezialvertrieb (AQV-SV):

Die AQV-SV vermittelt den Teilnehmern umfangreiche Kenntnisse in den Produktbereichen Versicherung, Vorsorge und Vermögen. Darüber hinaus werden die aktuellen rechtlichen Rahmenbedingungen für die Tätigkeit als Verkäufer vermittelt.

Die AQV-SV dauert insgesamt 24 Monate und ist in 6 Phasen mit unterschiedlichen Schwerpunkten aufgeteilt.

Sie besteht aus 15 Präsenztrainings (Seminare), 18 Online-Trainings (2-mal ½ Tag), 5 Online-Meetings sowie 3 Vertriebstrainings in Präsenz. Im Verlauf der AQV legen die Teilnehmer zwei staatlich anerkannte IHK-Sachkundeprüfungen ab. Zu Beginn des 4. Monats der Ausbildung wird die Prüfung zum „Fachmann für Versicherungsvermittlung“ abgelegt und im 15. Monat die Prüfung zum „Finanzanlagenfachmann“.

Im Rahmen der AQV wird durchgängig und ausschließlich die Allianz Beratungs-Software (ABP) genutzt, die eine ganzheitliche Kundenberatung in den Mittelpunkt stellt.

Allianz Training für Versicherungsfachleute (ATV):

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

- Durch die ATV werden Vermittler ausgebildet, die u.a. von anderen Versicherungsunternehmen zur Allianz wechseln.

³ Im Sinne der besseren Verständlichkeit wird nur die männliche Form verwendet. Es sind aber stets alle Beschäftigten geschlechtsneutral im Sinne der Rechtsprechung des BVerfG gemeint.

- Ziel der ATV ist die schnelle Einarbeitung in die Beratungsphilosophie der Allianz und deren Produkte.
- Im Rahmen der ATV wird durchgängig und ausschließlich die Allianz Beratungs-Software (ABP.Now) genutzt, die eine ganzheitliche Kundenberatung in den Mittelpunkt stellt.
- Die Einarbeitung zu Produkten für Privatkunden dauert drei Monate und besteht aus Seminaren und Praxisphasen.
- Im Anschluss werden Qualifizierungsmaßnahmen im Firmenbereich angeboten. Diese werden gemeinsam mit den Teilnehmern der Allianz Qualifizierung Vertrieb (AQV – Phase 6) absolviert.

Zusätzlich legen alle ATV-Teilnehmer ohne Qualifikation im Bereich Finanzanlagen die staatlich anerkannte Sachkundeprüfung zum „Finanzanlagenfachmann“ vor der IHK ab. Hierzu nehmen die Teilnehmer an der entsprechenden Prüfungsvorbereitung der Allianz Qualifizierung Vertrieb (AQV – Phase 5) teil.

Im Bereich der Weiterbildung sind die wesentlichen Maßnahmen:

- Über das Portal der Allianz Außendienst Akademie (ILP) können Vertreter und angestellte Verkäufer selbstständig weiterführende Bildungsangebote auswählen und buchen. Darüber hinaus steht den Vertretern und angestellten Verkäufern die Akademien Lernwelt mit zahlreichen e-Trainings für ihre Weiterbildung zur Verfügung.
- Die Allianz unterstützt die Weiterbildungsinitiative des GDV („Gut beraten“). Eine Teilnahme an der Weiterbildungsinitiative durch den AO-Vertreter ist im überarbeiteten Vertretervertrag für neue AO-Vertreter verpflichtend enthalten. Die übrigen Vertreter und alle angestellten Außendienstmitarbeiter, die als Primärverkäufer tätig sind, werden per „Verbindliche Mitteilung“ zur Teilnahme verpflichtet.
- Vertreter, die der Weiterbildungsinitiative nicht beitreten, müssen jährlich alternative, individuelle Nachweise über geleistete Weiterbildung erbringen.
- Die Erfüllung der gesetzlichen Verpflichtung zur Weiterbildung nach IDD liegt primär in der Verantwortung der Verkäufer. Es ist jedoch auch eine unerlässliche Führungsaufgabe, den Verkäufer bei der Erfüllung seiner gesetzlichen Verpflichtung zu unterstützen und damit zugleich die Einsetzbarkeit des Verkäufers für die ABV sicher zu stellen. Daher ist Planung und Kontrolle der Weiterbildung obligatorisches Teilsegment des Jahresgesprächs/Quartalsgesprächs mit jedem Verkäufer. Dazu führt die Führungskraft (FK) spätestens bis zum 31.03. eines Jahres ein Weiterbildungsjahresgespräch mit jedem GV/HV, NV, KBV und ADA. Bei NV kann dies delegiert werden auf den jeweiligen Betreuer des NV. Ziel ist es, zu Jahresbeginn in diesem Weiterbildungsgespräch verbindlich IDD-konforme Weiterbildungsmaßnahmen im Umfang von mindestens 15 Stunden mit dem Verkäufer zu vereinbaren. Im Weiterbildungsgespräch soll festgelegt werden, an welcher IDD-konformen Weiterbildung der Verkäufer teilnimmt (Präsenzveranstaltung, Selbstlernen, Webinare). Die Weiterbildungsplanung wird schriftlich in einer Aktennote dokumentiert.
- Sofern sich in der täglichen Zusammenarbeit dennoch herausstellt, dass ein Vertreter nicht qualifiziert ist (durch den Innendienst, in der Aufsicht durch die Geschäftsstelle oder durch Beschwerden), kommen die Vertriebsführungskräfte der Geschäftsstellen ihrer Aufsichtspflicht nach. Dies erfolgt durch Ermahnung, eigene Schulungsmaßnahmen und bei grundsätzlicher Obstruktion auch durch Abmahnungen bis hin zur Vertragskündigung.
- Nebenberufsvertreter (NV) werden durch die Leiter Kundenberatung (LKB) oder alternativ die Kundenmanager (KM) gemäß ihrem Tätigkeits- und Anforderungsprofil geschult. Bildungsmaßnahmen sind für Neueinstellungen obligatorisch. Dies ist in der Arbeitsanweisung (AA) AV 4.0 „Digitale Basisqualifizierung“ entsprechend geregelt. Bestehende NV

können bei Bedarf ebenfalls die Basisqualifizierung durchlaufen. Die Qualifizierungsmaßnahmen müssen anschließend in der Vertreterakte dokumentiert werden. Die Mitarbeiter der Bestandsbetreuung KVM müssen über eine vollständige Ausbildung als geprüfter Versicherungsfachmann oder Vergleichbares verfügen. Ihre Weiterbildung wird durch Integration der Weiterbildungsmaßnahmen der AO gewährleistet. Eine Ausnahme bilden die Mitarbeiter der Abteilung Smart (Kraft Betrieb Digitale Tarife), die mit einem eigenen Level-Schulungskonzept spezifisch für Kraftbetrieb ausgebildet werden.

3.7.2.2 Maßnahmen im Bankenvertrieb

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

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

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

Bei der Santander Bank wurde gemeinsam mit der eLearning Manufaktur und unter Mitwirkung der Allianz Außendienstakademie (AAA) und der Produktgeber ein digitales Lernkarten System aufgebaut, welches zum 1.3.2020 auf ein System auf Grundlage der Frankfurt School umgestellt wurde. Die Lernplattform ist auf die Vorschriften gemäß IDD ausgerichtet. Es ist möglich, eine Anrechnung auf IDD anderer Pflichtschulungen zu verzeichnen. Die Auswertung erfolgt jeweils im August mit Fristsetzung Ende September. Im November findet dann eine IDD-Pflichtwoche für Nachzügler statt. Die finale Auswertung erfolgt jeweils Ende November.

Die Qualifizierung und Weiterbildung der HypoVereinsbank (HVB)-Betreuer für das jeweilige Folgejahr gemäß Insurance Distribution Directive (IDD) sowie Versicherungs-Vermittlungs-Verordnung (VersVermV) wird jährlich geprüft und das Konzept bis spätestens 31.10. des jeweiligen Jahres von beiden Parteien gemeinsam festgelegt. Es wird sichergestellt, dass die Umsetzung und damit Start der Trainings spätestens bis zum 31.03. jeden Jahres erfolgen kann.

Zur Qualifizierung und laufenden Fortbildung der mit der Vermittlung von Versicherungs- und Vorsorgeprodukten nach dem Kooperationsvertrag mit der HVB betrauten Mitarbeitern bietet die ABV dem Kooperationspartner HVB geeignete (Fort-) Bildungsmaßnahmen an.

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

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

Auch die Santander Bank gibt jährlich ein Accountability Statement ab.

3.7.2.3 Maßnahmen im Maklervertrieb

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

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

Darüber hinaus findet eine laufende Zuverlässigkeitsprüfung des Maklers nach Begründung der Zusammenarbeit statt, z.B. durch einen regelmäßigen Abgleich der sog. DIHK-Löschliste. Mit dieser Löschliste werden dem Versicherer von der DIHK diejenigen Versicherungsvermittler gemeldet, denen durch die IHK die Gewerbeerlaubnis wieder entzogen wurde. Wurde einem Versicherungsvermittler die Gewerbeerlaubnis entzogen, wird die Zusammenarbeit mit ihm beendet.

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

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

Die Maklervertriebe der Allianz arbeiten zudem nur mit Vermittlern zusammen, deren Geschäftsmodell und deren Geschäftsprozesse einen professionellen Eindruck hinterlassen. Zu den professionellen Geschäftsprozessen gehört auch die regelmäßige und stetige Fortbildung. Ein ungebundener Vermittler, der sich nicht bereits innerhalb des Marktes fortbildet, kann seine Tätigkeit nicht erfolgreich ausüben, da er die notwendigen aktuellen Kenntnisse nicht erwarten lässt.

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

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

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

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

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

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

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

Mit Umsetzung der IDD-Richtlinie wurden die Courtagebestimmungen für Makler und der Vermittlungsvereinbarung für Mehrfirmenvertreter durch eine Regelung ergänzt, dass sich die Vermittler und die für die Vermittler in der Vermittlung und Beratung weiteren mitwirkenden Personen regelmäßig weiterbilden.

Diese Regelung wird seit 07/2018 mit allen Vermittlern bei Aufnahme einer Zusammenarbeit vereinbart.

Die Bestandsvermittler vom MV-Leben-/Kranken erhielten Anfang 2019, die Bestandsvermittler von MV-Sach Anfang 2020 einen Nachtrag mit den neuen Courtagebestimmungen bzw. Ergänzungen der Vermittlervereinbarung.

3.7.2.4 Maßnahmen im Direktvertrieb

Leitsatz 7 ist für den Direktvertrieb über die eigene Website (z.B. allianzdirect.de und allianz.de) nur bedingt relevant, weil der Kunde den Vertrag selbständig abschließt. Soweit Allianz-Mitarbeiter (externe Dienstleister) dabei mit vertrieblichen (Teil-)Funktionen betraut sind (z.B. Telefonie-Mitarbeiter), werden sie regelmäßig bedarfsgerecht geschult und fortgebildet.

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

3.7.2.5 Maßnahmen bei Automotive

Hinsichtlich der Zuverlässigkeitsprüfung ist die Einholung von AVAD-Auskünften zu vermittelnden Autohäusern obligatorisch. Bei nicht markengebundenen Autohäusern wird zusätzlich eine Bürgel-Auskunft zum Nachweis der Solvenz eingeholt. Eine produktbezogene Aus- und Fortbildung der Vermittler erfolgt durch den Versicherungsaußendienst der Obervermittler bzw. unterstützend durch eigene Mobilitätsmanager (Automotive Angestellte, die Autohäuser betreuen) bzw. eigene Produktspezialisten.

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

Für bestehende GA-Mitarbeiter werden initiale Schulungen durchgeführt. Neu hinzukommende Mitarbeiter erhalten Schulungen im Rahmen der Grundausbildung.

3.7.2.6 Maßnahmen bei GA Halle/Berlin

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

3.7.2.7 Maßnahmen Personal Allianz Deutschland AG

Versicherungsunternehmen sorgen dafür, dass alle unmittelbar oder maßgeblich am Vertrieb beteiligten Personen für ihre Tätigkeit angemessen qualifiziert sind und sich weiterbilden.

Alle Mitarbeiter des Innendienstes (außerhalb der Vertriebe) der Allianz Deutschland, die unmittelbar beraten oder maßgeblich am Vertrieb beteiligt sind, sind grundqualifiziert und absolvieren jährlich mindestens 15 Stunden funktionsspezifische Weiterbildung. Die Erfüllung der Weiterbildungsverpflichtung wird weitüberwiegend im Lernmanagement System dokumentiert. Die Einheiten erhalten quartalsweise Berichte über den Erfüllungsstand ihrer Mitarbeiter.

3.8 Leitsatz 8: Die Unabhängigkeit von Versicherungsmaklern wird gewahrt.

3.8.1 Anforderung des GDV-Verhaltenskodex

„Makler sind Auftragnehmer des Kunden und handeln als dessen „Sachwalter“. Deshalb achten die Versicherungsunternehmen darauf, dass die Unabhängigkeit eines Maklers nicht beeinträchtigt wird.

Auch die Beauftragung eines Maklers als Dienstleister eines Versicherungsunternehmens darf die Unabhängigkeit des Maklers nicht beeinträchtigen – daher müssen beide Seiten etwaige Interessenkonflikte sorgfältig prüfen und vermeiden.“

3.8.2 Maßnahmen/Umsetzung der Allianz Deutschland Gruppe

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

Im Maklervertrieb Sach wurde der Umgang mit Provisions-/Courtagesätzen sowie „Nettoisierungswünschen“ von ungebundenen Vermittlern mit Rundschreiben im Jahr 2015 neu geregelt. Diese Arbeitsanweisung wurde im Jahr 2016 aktualisiert. Im Maklervertrieb Sach werden die Vergabe von Courtage-/Provisionssätzen an ungebundene Vermittler und Zahlungen außerhalb der Courtage-/Provisionsvergütung über eine Arbeitsanweisung geregelt. Für den Maklervertrieb Leben und Kranken sind entsprechende Regelungen ebenfalls in einem Rundschreiben 2013 neu geregelt worden. Das Rundschreiben wurde 2020 aktualisiert und neu veröffentlicht.

Diese Arbeitsanweisungen an die Maklervertriebe gewährleisten, dass bei Zahlungen von Vergütungen an ungebundene Versicherungsvermittler insbesondere die strafrechtlichen Vorschriften (bspw. § 299 StGB), die Allianz Grundsätze der „Sales Compliance“ sowie Leitsatz 8 des GDV-Verhaltenskodex für den Vertrieb von Versicherungsprodukten beachtet werden. Es sind somit solche Zusatzvergütungen an Versicherungsvermittler unzulässig, die die Entscheidung des Versicherungsvermittlers unlauter oder unangemessen beeinflussen können.

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

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

3.9 Leitsatz 9: Versicherungsunternehmen bieten Kunden ein systematisches Beschwerdemanagement und ein Ombudsmannsystem

3.9.1 Anforderung des GDV-Verhaltenskodex

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

Kunden werden explizit auf das Ombudsmannsystem hingewiesen.“

3.9.2 Maßnahmen/Umsetzung der Allianz Deutschland Gruppe

3.9.2.1 Beschwerdemanagement in der Allianz Deutschland Gruppe

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

Wir haben in unserem Unternehmen ein systematisches Beschwerdemanagement etabliert und sehen Beschwerden als Chance zu lernen. Es gibt eine zentrale Abteilung, die sich ausschließlich um Beschwerden kümmert (D-CCO-BM, Kundenerlebnis und Beschwerdemanagement). D-CCO-BM ist direkt beim Chief Customer Officer der AZD angesiedelt. Das unterstreicht, dass Beschwerden einen zentralen Stellenwert in unseren Kundenfeedbackprozessen einnehmen. Das Team „Kundenerlebnis und Beschwerdemanagement“ wertet die Beschwerden systematisch aus und entwickelt geeignete Prozesse für die Beschwerdebearbeitung. Das Beschwerdemanagement haben wir mit dem Ziel aufgebaut, für unsere Kunden einen Mehrwert zu erzielen und künftig Beschwerden zu vermeiden bzw. zu minimieren. Für die Sicherung und die stetige Verbesserung der Qualität in der Beschwerdebearbeitung werden regelmäßige Prüfungen (z.B. Fachkontrollen, operatives Qualitätsmanagement) zur Beschwerdefachlichkeit durchgeführt. Diese interne Überprüfung mit unterschiedlichen Themenschwerpunkten wird unter Berücksichtigung der CFR (Closed File Review)-SE-Methodik für die Ermittlung von Ursachen bei den Bearbeitungsauffälligkeiten vorgenommen.

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

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

3.9.2.2 Hinweis auf den Ombudsmann in der gesamten Allianz Deutschland Gruppe

Ein verständlicher Hinweistext ist in allen Produktentwicklungsblättern branchenübergreifend enthalten.

3.9.2.3 Hinweis auf den Ombudsmann in der ABV

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

Im Angestelltenvertrieb erfolgen Hinweise auf das Ombudsmannsystem sowie in der AO, bzw. im Rahmen einer Informationsblattlösung (mit Hinweisen auf das Ombudsmannsystem) analog zum Vorgehen in der Commerzbank, Santander Bank, VR-Banken und in der OLB. Dabei verwenden Nebenberufsvertreter Visitenkarten.

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

3.9.2.4 Hinweis auf das Ombudsmannsystem im Maklervertrieb

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

Ein Verstoß gegen die Informationspflichten stellt gemäß §§ 15, 26 VersVermV eine Ordnungswidrigkeit dar, die mit einem Bußgeld sanktioniert werden kann.

In der Standard-Vermittlungsvereinbarung für Mehrfachvertreter werden diese verpflichtet, die gesetzlichen Informationspflichten einzuhalten. Dazu gehört auch die Information des Versicherungsnehmers gemäß § 15 VersVermV und damit die Mitteilung der Anschrift der Schlichtungsstelle.

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

3.9.2.5 Hinweis auf den Ombudsmann im Direktvertrieb

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

3.9.2.6 Hinweis auf den Ombudsmann bei Automotive

In der „Visitenkartenlösung“ (vgl. Ausführungen zu Leitsatz 2 in diesem Dokument, Tz. 3.2.2.4) ist ein Hinweis auf den Ombudsmann enthalten. Zusätzliche Hinweise auf den Ombudsmann finden sich im Infopaket.

3.9.2.7 Hinweis auf den Ombudsmann bei GA Halle/Berlin

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

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

3.10.1 Anforderung des GDV-Verhaltenskodex

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

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

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

3.10.2 Maßnahmen der Allianz Deutschland Gruppe

3.10.2.1 Relevante Compliance-Richtlinien der Allianz Deutschland AG

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

- Der Allianz Verhaltenskodex für Business Ethik und Compliance (Group Compliance) ist Teil des Arbeitsvertrages aller Allianz Deutschland-Mitarbeiter.
- Der Verhaltenskodex für AO-Vertreter ist eine verbindliche Anlage zum Vertretervertrag.
- Die VR-Banken haben über den Genossenschaftsverband übergreifende Compliance-Regeln erlassen, die durch versicherungsspezifische Besonderheiten (Allianz Vorgaben) ergänzt wurden.
- Im Bankenvertrieb gilt für die Mitarbeiter der Allianz der *Verhaltenskodex für Business Ethik und Compliance*, während sowohl die Commerzbank als auch die OLB für ihre Mitarbeiter eigene Compliance-Richtlinien erlassen haben. Die Verhaltensrichtlinie der Commerzbank ist veröffentlicht über die Homepage der Commerzbank. Der Verhaltenskodex der OLB wird ergänzt durch die an alle Vertriebsmitarbeiter der OLB kommunizierten „Richtlinien für die Vermittlung von Versicherungen an die Allianz“ vom 25. Januar 2013.
- Der Standard „Anti-Fraud Policy“ (Allianz Deutschland).
- Verbindliche Mitteilung für Vertreter der ABV "Neues Geldwäschegesetz (GwG)" vom 05.06.2020
- Allianz Standard für Sales Compliance

- Mit den sog. „Compliance Basics“ werden alle Mitarbeiter über die Compliance-Schwerpunkte der Allianz Deutschland informiert (Allianz Deutschland).

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

- Allianz Standard für Antikorruption, Geschenke & Einladungen.
- Ziffer 7 des Verhaltenskodex für Vertreter.
- Verbindliche Mitteilung: „Zuwendungen an Kunden: Sondervergütungs- und Provisionsabgabeverbot (§ 48b VAG) sowie Korruptionsprävention (§§ 299 ff. StGB) Regelungen „Prävention von Korruption und Bestechung“ als Vertragsgrundlage der Zusammenarbeit bei Maklern und Mehrfachvertretern.

3.10.2.2 Vermeidung von Kollisionen von privaten und geschäftlichen Interessen

Verbindliche Regeln zur Vermeidung von Interessenskonflikten finden sich hier:

- Allianz Deutschland Standard „Mindestvorgaben zur Beratung und zum Umgang mit Interessenkonflikten im Vertrieb“
- Ziffern 7, 15 und 18 des Verhaltenskodex für Business Ethik und Compliance.
- Ziffer 1 Abs. 6 und Ziffer 5 Abs. 3 des Verhaltenskodex für Vertreter.
- Regelungen in den sog. „Compliance Basics“, die zum Arbeitsvertrag gereicht werden.
- Einkaufsrahmenrichtlinien der Allianz Deutschland Gruppe.

3.10.2.3 Datenschutz

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

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

Die Allianz Gruppe hat für ihre Gesellschaften eine zentrale Einheit als zuständige Stelle bestimmt, um eine nahtlose Anwendung der DSGVO und des Bundesdatenschutzgesetzes zu gewährleisten und effizient Know-How über die Gesellschaftsgrenzen hinweg zur Verfügung zu stellen. Weiterhin hat die Allianz Deutschland Gruppe einen eigenen Datenschutzbeauftragten, der u.a. ein Datenschutz-Team aus zwei Referaten leitet (Datenschutz-Governance und Datenschutz-Kontrolle).

Die Allianz Versicherungs-AG, die Allianz Lebensversicherungs-AG sowie die Allianz Private Krankenversicherungs-AG sind zum 1. Januar 2014 den Verhaltensregeln für den Umgang mit personenbezogenen Daten durch die deutsche Versicherungswirtschaft beigetreten. Diese wurden durch die „Verhaltensregeln für den Umgang mit personenbezogenen Daten durch die deutsche Versicherungswirtschaft“ vom 29.06.2018 ersetzt. In diesen Verhaltensregeln hat der GDV gemeinsam mit Daten- und Verbraucherschützern Verhaltensregeln für die Datenverarbeitung in der Versicherungsbranche entwickelt, die von der zuständigen Aufsichtsbehörde genehmigt wurden. Die Selbstverpflichtung konkretisiert die allgemeinen Regeln des DSGVO und des Bundesdatenschutzgesetzes für die Versicherungswirtschaft und schafft Transparenz über die Datenverarbeitung.

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

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

Im Bereich des Datenschutzes führt der Bereich des Datenschutzbeauftragten anlassbezogen oder auf Anforderung Präsenzs Schulungen durch und bietet weiterhin Web-Based-Trainings (WBT) an. Zudem besteht ein umfangreiches und aktuelles Informationsangebot für die Mitarbeiter im Datenschutz-Portal im Intranet.

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

Das Risiko des Datenverlustes wird als Schlüsselrisiko der Allianz Gruppe eingestuft und entsprechend von der Risikokontrollfunktion überwacht.

Das Reporting des Datenschutzbeauftragten erfolgt zum einen periodisch an den Operations-Vorstand, als auch jährlich als Bericht an die Vorstände der Allianz Deutschland AG und an die Vorstände der Gruppengesellschaften.

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

Ein Informationsaustausch erfolgt auch regelmäßig monatlich mit dem Chief Information Security Officer und zwischen den Datenschutzbeauftragten der Allianz Deutschland und der Allianz SE.

3.10.2.4 Informationssicherheit

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

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

3.10.2.5 Interne wettbewerbsrechtliche Regelungen

Interne wettbewerbsrechtliche Regularien sind:

- Die lokale Umsetzung des „Minimum Standard for Antitrust Compliance“ der Allianz SE Ziffer 6.2 des Verhaltenskodex für Vertreter („Kartellrechtsverstöße“) verpflichtet Vertreter, die Bestimmungen des Kartellrechts zu beachten.
- Ziffer 6.4.1 des Vertretervertrages verpflichtet die Vertreter zur Einhaltung der Wettbewerbsrichtlinien der Versicherungswirtschaft.
- Das in AMIS Online zur Verfügung stehende „Merkblatt Versicherungskartellrecht Vertrieb“ gibt detaillierte Hinweise auf durch Vertreter einzuhaltende kartellrechtliche Bestimmungen.

- Ziffer II. 5 der Vermittlungsvereinbarung für Mehrfachvertreter verpflichtet zur Einhaltung der Wettbewerbsrichtlinien der Versicherungswirtschaft.
- Die Respektierungsgrundsätze für Gesellschaften der Allianz Gruppe in Deutschland beinhalten verbindliche Regelungen zum Wettbewerb zwischen bei der ABV angebotenen Vertretern der Allianz.

3.10.2.6 Kommunikation der Compliance-Regeln

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

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

3.10.2.7 Maßnahmen zur Überwachung der Einhaltung

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

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

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

3.10.2.8 Maklervertrieb

Die Allianz Deutschland Gruppe arbeitet nur mit Vertriebspartnern zusammen, die die Regeln des GDV-Verhaltenskodex oder äquivalente Grundsätze als Mindeststandards anerkennen und praktizieren. Versicherungsmakler und Mehrfachvertreter genügen den Anforderungen, wenn sie im Rahmen ihrer Mitgliedschaft in einem Vermittlerverband (z. B. BVK, BDVM, VGA, VOTUM) die aufgestellten Compliance-Regelungen anerkennen. Die Verbandsmitglieder erkennen laut Satzungen im Rahmen ihrer Mitgliedschaft die Berufsregelungen der Verbände an. Darüber hinaus können sich die Makler und Mehrfachagenten auch eigene Compliance-

Regeln geben, die die Versicherer akzeptieren können. Von diesen Möglichkeiten macht die Allianz Gebrauch.

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

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

Sollten beim Vermittler darüber hinaus Abweichungen zwischen dem Rechtsgedanken des Kodex und dem tatsächlichen Tun festgestellt werden, setzt ein Konsequenzenmanagement ein (vgl. Tz. 3.12), das ggf. zu einer Beendigung der Zusammenarbeit führen kann. Ansatzpunkt für eine Überprüfung des Vermittlers sind dabei (vermehrte) Kundenbeschwerden.

3.10.2.9 Direktvertrieb

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

Im Direktvertrieb über vorgeschaltete Preisvergleichsportale (die alle juristisch als Makler ausgestaltet sind) werden die hierfür erforderlichen Vorgaben ebenfalls eingehalten. Die Verankerung erfolgt durch entsprechende Verpflichtung des Maklers im jeweiligen Kooperationsvertrag bzw. durch dessen Mitgliedschaft in einem Vermittlerverband (vgl. Tz. 3.10.2.8).

3.10.2.10 Automotive

Für die Mitarbeiter von Automotive gelten die Compliance-Grundsätze der Allianz Deutschland Gruppe inklusive der hierfür vorgesehenen Schulungen der Mitarbeiter.

Über die Vermittlungsverträge werden die Obervermittler auf die Einhaltung der entsprechenden Compliance-Regelungen verpflichtet.

3.10.2.11 GA Halle/Berlin

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

3.10.3 Kontrolle und Überwachung der Einhaltung der Maßnahmen

3.10.3.1 Kontrolle und Überwachung in der ABV

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

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

- Produktgeber, v. a. das Referat Grundsatzfragen der Allianz Lebensversicherungs-AG melden Auffälligkeiten in Bezug auf besondere Abschlüsse (bspw. Eigenverträge der Vermittler und ihrer Familienangehörigen, von Vertretern bezahlte Kundenverträge, Großgeschäfte) an die Geschäftsstellen oder ABV Compliance zur weiteren direkten Überwachung und ggf. - sofern ein Verstoß nachgewiesen wurde - angemessenen Sanktionierung.
- ABV Compliance veranlasst geeignete statistische Auswertungen (bspw. über Produktabschlüsse, Stornoauffälligkeiten, Kundenbeschwerden, finanzielle Zuverlässigkeit) und meldet Verdachtsmomente an die Geschäftsstellen zur weiteren direkten Überwachung, Sanktionierung und Rückmeldung.
- Auch der Whistleblowing-Prozess der Allianz Deutschland wird durch ABV Compliance konsequent zur Detektion und Sanktionierung von Fehlverhalten genutzt.
- Bei schweren Verdachtsmomenten auf Fehlverhalten führt ABV Compliance eigene Befragungen der Vertriebsmitarbeiter durch und überwacht die aufgetragenen Sanktionsmaßnahmen.

3.10.3.2 Kontrolle und Überwachung im Maklervertrieb

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

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

3.11 Leitsatz 11: Der Kodex ist verbindlich und transparent.

3.11.1 Anforderung des GDV-Verhaltenskodex

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

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

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

3.11.2 Maßnahmen in der Allianz Deutschland Gruppe

3.11.2.1 Verbindlichmachung in der ABV

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

3.11.2.2 Verbindlichmachung im Maklervertrieb

In den Courtagebestimmungen und in der Vermittlungsvereinbarung wird seit Januar 2014 mit den Maklern und Mehrfirmenvertretern vereinbart, dass der von Vermittlerverbänden erarbeitete und vom „Verhaltenskodex für den Vertrieb von Versicherungsprodukten“ abgeleitete „Basis-Kodex für Versicherungsvermittler“ grundsätzlich Geschäftsgrundlage der Zusammenarbeit ist. Damit erkennen die Vermittler die im Kodex enthaltenen Regelungen an und stellen bei ihrer Vermittlungstätigkeit sicher, dass sie diese berücksichtigen und beachten. Alternativ kann der Vermittler, wenn er Mitglied in einem Vermittlerverband ist, auch die von seinem Verband aufgestellten Compliance-Vorschriften anerkennen.

3.11.2.3 Verbindlichmachung im Direktvertrieb

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

3.11.2.4 Verbindlichmachung Automotive

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

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

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

3.11.2.5 Verbindlichmachung GA Halle/Berlin

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

3.12 Konsequenzenmanagement - Maßnahmen/Umsetzung der Allianz Deutschland Gruppe

3.12.1 Konsequenzenmanagement in der ABV

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

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

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

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

3.12.2 Konsequenzenmanagement im Maklervertrieb

Das Konsequenzenmanagement im Maklervertrieb ist detailliert geregelt.

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

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

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

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

3.12.3 Beschwerde- und Konsequenzenmanagement bei Automotive

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

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

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

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

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

4 Glossar

agreeBAP

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

Allianz Beratungsprozess (ABP)

Der ABP ist ein Beratungstool (Verkaufssoftware) und trägt den Softwarenamen „MeineAllianzBeratung“. Das Tool führt Verkäufer und Kunde strukturiert durch das Beratungsgespräch und stellt bei der Bedarfsermittlung auf 5 Themenkategorien ab, die sich ihrerseits jeweils in insgesamt 16 Themenfeldern unterteilen.

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

Vermittler

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

Vertriebsarbeitsplatz

Im Vertriebsarbeitsplatz sind Kunden-, Vertrags-, Schadendaten und Anspracheanlässe gespeichert, die sowohl im Allianz Beratungsprozess (ABP) als auch bei konkreten Produktberatungen genutzt werden.

Bisher wurde der offline Vertriebsarbeitsplatz (AMIS=Agentur Management Informations-System) ganzheitlich ausschließlich in der ABV genutzt.

In Zukunft wird der Vertriebsarbeitsplatz bedarfsgerecht konfiguriert auf einer cloudbasierten Lösung vertriebswegeübergreifend zur Verfügung gestellt (NOVA=Neue Online Vertriebs Anwendung).

Die Migration dieser hybriden Vertriebsarbeitswelt wird sich geplant bis 2025 erstrecken, bis dann im Zielbild in allen Vertriebswegen ausschließlich mit einem cloudbasierten Vertriebsarbeitsplatz gearbeitet wird.

Die von den Produktgebern bereitgestellten Produktbausteine sind vollständig an den Vertriebsarbeitsplatz angebunden und nutzen die gespeicherten Kundendaten für die Preisberechnung, Antragserstellung und Beratungsdokumentation.

Aktuell werden von den Produktgebern sowohl offline-Produktbausteine (AMIS-TABAU) als auch cloudbasierte Produktbausteine (NOVA-TAA), die im Beratungs- und Angebotsprozess genutzt werden, zur Verfügung gestellt.

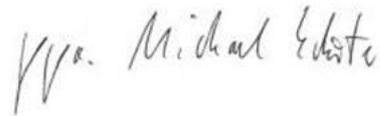
5 Abkürzungsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	
AAA	Allianz Außendienst Akademie
ABP	Allianz Beratungsprozess (Beratungstool)
ABV	Allianz Beratungs- und Vertriebs-AG
ABV-Compliance	Abteilung Compliance, Qualitätsmanagement und Beschwerdemanagement der ABV
AMS	Allianz Mitarbeiter Service
AO	Ausschließlichkeitsorganisation
APKV	Allianz Private Krankenversicherungs-AG
AQV	Allianz Qualifizierung Vertrieb
ATV	Allianz Training für Versicherungsfachleute
AV	Angestelltenvertrieb der ABV
AVA	Allianz Vertriebsausbildung
AVAD	Auskunftsstelle des Versicherungs-/Bausparkassen-Außendienst und Versicherungsmakler in Deutschland e.V.
AZ VERS	Allianz Versicherungs-AG
AZD	Allianz Deutschland AG
AZL	Allianz Lebensversicherungs AG
BIW	Weiterbildungsinitiative des GDV
BVK	Bundesverband Deutscher Versicherungskaufleute e.V.
CMS	Compliance Management System
DLVAG	Deutsche Lebensversicherungs-AG
DMA	Deutschen Maklerakademie
DSGVO	Datenschutz-Grundverordnung
GA Halle	Global Automotive Versicherungsservice GmbH
GDV	Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft e.V.
IDD	Insurance Distribution Directive
KVM	KVM ServicePlus - Kunden- und Vertriebsmanagement GmbH
OLB	Oldenburgische Landesbank
PIB	Produktinformationsblatt
PIBNV	Nebenberuflicher Ausschließlichkeitsvertreter
SFR	Schadenfreiheitsrabatt
StGB	Strafgesetzbuch
VAG	Gesetz über die Beaufsichtigung der Versicherungsunternehmen (Versicherungsaufsichtsgesetz)
VersVermV	Verordnung über die Versicherungsvermittlung und -beratung
VGA	Bundesverband der Assekuranzführungskräfte e.V.
VOTUM	Verband Unabhängiger Finanzdienstleistungs-Unternehmen in Europa e. V.
VR	Versicherungsreferent (Angestellter in VR-Bank)
VR-Banken	Volks- und Raiffeisenbanken (Vertriebspartner der ABV)
VVG	Gesetz über den Versicherungsvertrag (Versicherungsvertragsgesetz)
VVG-InfoV	Verordnung über Informationspflichten bei Versicherungsverträgen (VVG-Informationspflichtenverordnung)
WBT	Web-Based-Training (Online-Schulung)

München, den 31.12.2020

Handwritten signature in blue ink, appearing to read "ppa. Dr. Steiner".

Dr. Michael Steiner
Chief Compliance Officer,
Allianz Deutschland AG

Handwritten signature in blue ink, appearing to read "Vvo. Michael Schröter".

Michael Schröter
Leitung Compliance
Qualitäts- und Beschwerdemanagement,
Allianz Beratungs- und Vertriebs-AG



Prüfungsbericht:

Einhaltung des Verhaltenskodex des Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) für den Vertrieb von Versicherungsprodukten i.d.F. vom 25. September 2018 zum 31. Dezember 2020

6. Anlage 2: Allgemeine Auftragsbedingungen

Allgemeine Auftragsbedingungen

für

Wirtschaftsprüfer und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften

vom 1. Januar 2017

1. Geltungsbereich

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

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

2. Umfang und Ausführung des Auftrags

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

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

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

3. Mitwirkungspflichten des Auftraggebers

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

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

4. Sicherung der Unabhängigkeit

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

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

5. Berichterstattung und mündliche Auskünfte

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

6. Weitergabe einer beruflichen Äußerung des Wirtschaftsprüfers

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

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

7. Mängelbeseitigung

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

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

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

8. Schweigepflicht gegenüber Dritten, Datenschutz

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

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

9. Haftung

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

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

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

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

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

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

10. Ergänzende Bestimmungen für Prüfungsaufträge

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

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

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

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

11. Ergänzende Bestimmungen für Hilfeleistung in Steuersachen

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

12. Elektronische Kommunikation

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

13. Vergütung

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

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

14. Streitschlichtungen

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

15. Anzuwendendes Recht

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