

Verhaltenskodex für den Vertrieb von Versicherungsprodukten

Beschreibung

des

Compliance Management Systems (CMS)

der

DELA Natura- en levensverzekeringen N.V.,

Zweigniederlassung Deutschland

Inhaltsverzeichnis

A.	Einleitung	5
B.	Compliance-Kultur	8
C.	Compliance-Ziele	9
D.	Compliance-Risiken	9
E.	Compliance-Organisation	10
F.	Compliance-Kommunikation	11
G.	Compliance-Überwachung und -Verbesserung	11
H.	Compliance-Programm	11
1	<u>DIE BEDÜRFNISSE DES KUNDEN STEHEN IMMER IM MITTELPUNKT.</u>	12
1.1	INHALT	12
1.2	RISIKEN	13
1.3	MAßNAHMEN	13
1.3.1	BERATUNGSPHILOSOPHIE	13
1.3.2	INFORMATION DER VERTRIEBSKRÄFTE	13
1.3.3	SCHULUNG UND WEITERBILDUNG DER VERTRIEBSKRÄFTE	14
1.3.4	TECHNISCHE UNTERSTÜTZUNG	14
1.3.5	COURTAGE- UND PROVISIONSSYSTEM	14
1.3.6	INFORMATION DES VERBRAUCHERS	14
1.3.7	ONLINEVERTRIEB	15
1.4	CONTROLLING	15
1.4.1	BEWERBUNGSPRÜFUNG	15
1.4.2	AUSZAHLUNGSPRÜFUNGEN	15
1.4.3	KUNDENBEFRAGUNGEN	16
1.4.4	BESCHWERDEMANAGEMENT	16
1.4.5	ÜBERWACHUNG VON STORNOS UND FRÜHSTORNOS INSBESONDERE	16
2	<u>WER VERSICHERUNG VERMITTELT, ERKLÄRT DEN KUNDEN SEINEN STATUS.</u>	17
2.1	INHALT	17
2.2	RISIKEN	17
2.3	MAßNAHMEN	17
2.4	CONTROLLING	17
3	<u>JEDE EMPFEHLUNG BERÜCKSICHTIGT ZIELE, WÜNSCHE UND BEDÜRFNISSE DER KUNDEN.</u>	18
3.1	INHALT	18
3.2	RISIKEN	19
3.3	MAßNAHMEN	19
3.4	CONTROLLING	20
3.4.1	KUNDENBEFRAGUNGEN	20
3.4.2	BESCHWERDEMANAGEMENT	20
4	<u>JEDE EMPFEHLUNG ZU EINEM VERTRAGSABSCHLUSS WIRD NACHVOLLZIEHBAR BEGRÜNDET UND DOKUMENTIERT.</u>	20
4.1	INHALT	20
4.2	RISIKEN	21
4.3	MAßNAHMEN	21
4.4	CONTROLLING	21
4.4.1	VERZICHTSERKLÄRUNGEN ALS AUSNAHME	21
4.4.2	AUSWERTUNG VON KUNDENBESCHWERDEN	22
5	<u>VERSICHERUNGSPRODUKTE WERDEN BEDARFSGERECHT ENTWICKELT UND VERTRIEBEN.</u>	22
5.1	INHALT	22
5.2	RISIKEN	22

5.3	MAßNAHMEN	23
5.3.1	KLARE UND VERSTÄNDLICHE VERSICHERUNGSPRODUKTE	23
5.3.2	PRODUKTFREIGABEVERFAHREN	23
5.3.3	ANGABEN ÜBER MÖGLICHE ZUKÜNFTIGE GESAMTLEISTUNGEN BERUHEN AUF STANDARDISIERTEN VERFAHREN	24
5.4	CONTROLLING	24
5.4.1	PRODUKTFREIGABEVERFAHREN	24
5.4.2	LAUFENDE ÜBERWACHUNG	24
5.4.3	BESCHWERDEMANAGEMENT	25
6	<u>KUNDEN WERDEN NACHHALTIG BETREUT UND BEI GEGEBENEM ANLASS BERATEN.</u>	25
6.1	INHALT	25
6.2	RISIKEN	26
6.3	MAßNAHMEN	26
6.3.1	BERATUNGSPHILOSOPHIE	26
6.3.2	WETTBEWERBSVORSCHRIFTEN UND RECHTSPRECHUNGSANFORDERUNGEN	27
6.4	CONTROLLING	27
6.4.1	ANTRAGSPRÜFUNG UND BERATUNGSDOKUMENTATION	27
6.4.2	KUNDENBEFRAGUNGEN	27
6.4.3	BESCHWERDEMANAGEMENT	27
6.4.4	ÜBERWACHUNG VON STORNOS UND INSBESONDERE FRÜHSTORNOS	28
7	<u>QUALIFIKATION IST DIE BASIS VON EHRlichem, REDlichem UND PROFESSIONELLEM VERTRIEB.</u>	28
7.1	INHALT	28
7.2	RISIKEN	29
7.3	MAßNAHMEN	29
7.3.1	BEGRÜNDUNG VON VERTRAGSVERHÄLTNISSEN MIT VERTRIEBSPERSONEN	29
7.3.2	LAUFENDES VERTRAGSVERHÄLTNIS MIT VERTRIEBSPERSONEN	29
7.3.3	SCHULUNGS- UND FORTBILDUNGSMAßNAHMEN VON DELA	30
7.3.4	BRANCHENINITIATIVE „GUT BERATEN“	30
7.4	CONTROLLING	30
7.4.1	PRÜFUNG	30
7.4.2	MEHRAUGENPROZESS BEI EINSTELLUNG VON VERTRIEBSPERSONEN	30
7.4.3	QUALITÄT DER DELA-SCHULUNGEN	30
8	<u>DIE UNABHÄNGIGKEIT VON VERSICHERUNGSMAKLERN WIRD GEWAHRT.</u>	31
8.1	INHALT	31
8.2	RISIKEN	31
8.3	MAßNAHMEN	31
8.4	CONTROLLING	31
9	<u>VERSICHERUNGSUNTERNEHMEN BIETEN KUNDEN EIN SYSTEMATISCHES BESCHWERDEMANAGEMENT UND EIN OMBUDSMANNSSYSTEM.</u>	32
9.1	INHALT	32
9.2	RISIKEN	32
9.3	MAßNAHMEN	32
9.4	CONTROLLING	32
10	<u>DIE VERSICHERUNGSUNTERNEHMEN GEBEN SICH COMPLIANCE-VORSCHRIFTEN UND KONTROLLIEREN DEREN EINHALTUNG</u>	33
10.1	INHALT	33
10.2	RISIKEN	33
10.3	MAßNAHMEN	34
10.3.1	VERHALTENSLEITLINIEN FÜR VERTRIEBSPERSONEN	34
10.3.2	DATENSCHUTZRICHTLINIEN	34
10.3.3	WETTBEWERBSVORSCHRIFTEN	35
10.3.4	MELDEWESEN	35

10.4	CONTROLLING	35
11	DER KODEX IST VERBINDLICH UND TRANSPARENT.	35
11.1	INHALT	35
11.2	MAßNAHMEN	36
11.2.1	VERBINDLICHKEIT FÜR VERTRIEBSKRÄFTE	36
11.2.2	MELDEWESEN	36
11.3	CONTROLLING – SANKTIONSMCHANISMEN	36

A. Einleitung

Für den Vertrieb von Versicherungsprodukten hat der Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft e.V. (im Folgenden: GDV) einen speziellen Verhaltenskodex erarbeitet (nachfolgend auch: Verhaltenskodex). Zielsetzung dieses Verhaltenskodex ist es, das besondere Vertrauensverhältnis, das die Basis des Geschäftsmodells Versicherung bildet, zu sichern und zu stärken. Die Einhaltung des Verhaltenskodex ist für Versicherer, die dem GDV als Mitglieder angehören, nur verpflichtend, wenn sie dem Verhaltenskodex ausdrücklich beigetreten sind.

Die DELA Natura- en levensverzekeringen N.V. (im Folgenden DELA) verfügt über eine Genehmigung zum Betreiben des Geschäfts eines Lebensversicherers im Rahmen des niederländischen Finanzaufsichtsgesetzes („Wet op het financieel toezicht“, nachfolgend auch: Wft). Damit untersteht DELA unmittelbar der Aufsicht der niederländischen Zentralbank („De Nederlandsche Bank“, im Folgenden: DNB) sowie der niederländischen Finanzaufsicht („Autoriteit Financiële Markten“, im Folgenden: AFM). DELA ist mit Sitz in Düsseldorf Zweigniederlassung der DELA Natura- en levensverzekeringen N.V. i.S. von § 13 a Absatz 1 Versicherungsaufsichtsgesetz (VAG). DELA ist auf Risiko- und Trauerfallvorsorgeversicherungen spezialisiert. DELA Deutschland bietet seit ihrem Eintritt in den deutschen Markt Risikolebensversicherungen an und hat ihr Produktportfolio später auf Trauerfallvorsorgeprodukte erweitert. Als Niederlassung der niederländischen DELA Natura- en levensverzekeringen N.V. unterliegt DELA Deutschland der alleinigen Finanzaufsicht der DNB, während die Aufsicht im Übrigen auch von der BaFin wahrgenommen wird (§ 62 Abs. 1 Satz 1 VAG).

DELA hat bereits mit ihrem Eintritt in den deutschen Markt beschlossen, dem Verhaltenskodex des GDV für den Vertrieb von Versicherungsprodukten freiwillig beizutreten. Damit unterstreicht DELA ihren Anspruch, die anerkannten, überobligatorischen Branchenstandards zum Vertrieb von Versicherungen im vorrangigen Interesse des Verbrauchers¹ zu beachten und geeignete Maßnahmen zu implementieren, um die Einhaltung dieser Standards konsequent zu überwachen und Verstöße hiergegen zu sanktionieren. Alle drei Jahre lässt sich DELA durch eine Wirtschaftsprüfungsgesellschaft oder einen Wirtschaftsprüfer daraufhin überprüfen, dass sie über ein angemessenes Compliance-Management-System verfügt, um die Anforderungen des Verhaltenskodex des GDV für den Vertrieb von Versicherungsprodukten umzusetzen.

Versicherungsschutz ist für den Verbraucher von grundlegender Bedeutung für seine Zukunftssicherung. Versicherungsverträge sind Rechtsprodukte, die zumeist erklärungsbedürftig sind. Versicherer und Versicherungsvermittler übernehmen daher eine große Verantwortung gegenüber dem Verbraucher, der einen Versicherungsvertrag abschließen will, aber auch gegenüber der Allgemeinheit. Der Verbraucher muss sich darauf verlassen können, dass Versicherungsunternehmen und Versicherungsvermittler in seinem Interesse handeln, transparent

¹ Für die Beschreibung des CMS verwenden wir ausschließlich die männliche Form, um die Darstellung zu vereinfachen und die Lesbarkeit zu erhalten. Die Beschreibung bezieht sich sowohl auf das männliche und das weibliche als auch auf das intersexuelle Geschlecht.

sind und ihm gegenüber ehrlich, redlich und professionell auftreten. Erklärungsbedürftige Versicherungsverträge oder Inhalte hiervon müssen dem Verbraucher verständlich und nachvollziehbar erläutert werden, damit dieser eine wohlinformierte Entscheidung über den Abschluss eines Versicherungsvertrages treffen kann. Diesen Ansprüchen gerecht zu werden, ist Inhalt des Verhaltenskodex. Den Verhaltenskodex des GDV hat DELA als eigenen DELA-Verhaltenskodex umgesetzt.

DELA hat sich von jeher von dem Grundgedanken leiten lassen, den Kunden in den Mittelpunkt zu stellen und ihm gegenüber stets ehrlich, redlich und professionell in dessen bestmöglichem Interesse zu handeln. Dies zeigt DELA mit ihrer Firmierung. DELA steht im Niederländischen für das Versprechen: „Draagt Elkanders Lasten“ oder übertragen ins Deutsche: „Trage des anderen Last“. Seit über 80 Jahren lebt und arbeitet DELA nach diesem Grundsatz. Er bildet das Fundament des Markenversprechens an die Kunden. Dabei verkörpert das durch vorausschauenden Schutz Hinterbliebener gelebte füreinander Dasein für DELA nicht nur eine Form des nachhaltigen Handelns. Als Versicherer und Anbieter von Vorsorgeprodukten sieht sich DELA dem Gedanken des nachhaltigen Handelns vielmehr allgemein verpflichtet. Seit Gründung der Muttergesellschaft 1937 im niederländischen Eindhoven nimmt DELA soziale Verantwortung wahr: In der Rechtsform einer Kooperative (niederländisch „Coöperatie“) agiert DELA wie ein genossenschaftlich arbeitendes Unternehmen, dem die Gesellschaft, ihre Mitglieder und Kunden sowie die gemeinsame Umwelt wichtig sind. In diesem Sinne zielt die Anlagepolitik von DELA auf spürbare Verbesserungen in den Bereichen Umwelt, Soziales und Unternehmensführung (sog. ESG-Faktoren). Dazu gehört unter anderem eine Ausschlussliste Unternehmen betreffend, die gegen internationale Gesetze und Richtlinien im Bereich Nachhaltigkeit verstoßen. Auch Unternehmen, die gegen eines oder mehrere der zehn UN Global Compact Prinzipien betreffend Arbeitsbedingungen, Korruptionsbekämpfung, Menschenrechte und Umwelt verstoßen, werden nicht berücksichtigt. Fester Bestandteil der Anlagepolitik von DELA sind sogenannte Impact Investments, die neben der finanziellen Rendite eine messbare soziale und ökologische Auswirkung zum Ziel haben und mit der gesellschaftlichen Unternehmensverantwortung in Einklang stehen. DELA investiert in klimaneutrales Bestatten und würdevolles Altern. DELA hat Anleihen für konkrete nachhaltige Projekte (sog. Green Bonds) in das Anlageportfolio aufgenommen. 2015 hat DELA die United Nations Principles for Responsible Investment (UN PRI) unterzeichnet. Jährlich veröffentlicht DELA den UNPRI Public Transparency Report sowie den UNPRI Assessment Report. Dabei versteht DELA Nachhaltigkeit als Prozess zu dem es auch gehört, den eigenen ökologischen Fußabdruck bis auf null CO₂-Emissionen zu reduzieren und nachhaltige Bestattungen durch neue Technologien und den Einsatz umweltfreundlicher Energien zu ermöglichen, durch nachhaltige Materialien Ressourcen zu schonen und die Inklusion in unserer Gesellschaft zu fördern.

Drei Eigenschafts- und zwei Umstandsworte konkretisieren das Markenversprechen von DELA. Diese lauten:

- Verlässlich

- Tatkräftig
- Empathisch
- Besonders
- Füreinander

Verlässlich heißt für DELA: wir sagen, was wir tun – und dass wir tun, was wir sagen. Wir sprechen so mit unseren Kunden, dass sie uns verstehen. Wir fragen nach und überzeugen uns, ob alle Anliegen und Fragen geklärt sind. Dabei denken wir nicht nur an heute. DELA Produkte sind ebenso wie unser Handeln nachhaltig auf das Wohl der Kunden ausgerichtet. Mit *tatkräftig* meinen wir, dass wir die Bedürfnisse unserer Kunden kennen und sie kompromisslos in den Mittelpunkt stellen. *Empathisch* meint, dass wir uns für die Menschen interessieren, die unsere Kunden sind oder es werden wollen. Wir hören zu wie ein Freund und helfen mit professioneller Stärke. Und wir freuen uns, auf diese Weise etwas Besonderes für unsere Kunden sein zu dürfen. Unter *besonders* verstehen wir, mehr zu bieten als eine finanzielle Absicherung für den Leistungsfall. Wir sind für unsere Kunden und ihre Familien ein Partner, der Kunden und deren Familie versteht und der deshalb auch z.B. Hilfestellung bei der Trauerbewältigung bietet. *Füreinander* bedeutet, dass wir als Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit Teil einer Gemeinschaft sind, zu der unsere Kunden ebenso gehören wie unsere Mitarbeitenden. Wir sind stolz darauf, Teil einer Gemeinschaft zu sein, die füreinander einsteht.

Mit dem Verhaltenskodex des GDV und teils darüber hinaus umfasst der Verhaltenskodex von DELA fünf wesentliche Compliance-Teilbereiche:

- Unternehmensintegrität
- Kunden-/ Lieferkettenintegrität
- Mitarbeiterintegrität
- Marktintegrität
- Integrität bei der Verarbeitung personenbezogener Daten

Alle diese Teilbereiche sind in dem Compliance-Handbuch DELA beschrieben, die Verpflichtungen aller Mitarbeiter zur Wahrung der Integritätskriterien festgelegt und adäquate Maßnahmen bei festgestellten Verstößen definiert. Die für DELA Natura- en levensverzekeringen N.V. geltenden Integritätsmaßstäbe gelten durch das Compliance-Handbuch DELA auch für DELA Deutschland. Soweit entweder das niederländische oder das deutsche Recht strengere Maßstäbe als das jeweils andere Recht vorsehen, gelten für DELA Deutschland die strengeren Maßstäbe, es sei denn, die strengeren Maßstäbe sind mit den gesetzlichen Vorschriften in Deutschland unvereinbar oder sie widersprechen den Usancen auf dem deutschen Markt mit der Folge, dass DELA Deutschland durch ihre Wahrung Wettbewerbsnachteile erleidet.

Überwacht wird die Einhaltung des Verhaltenskodex intern durch den Hauptbevollmächtigten von DELA und bei der DELA Natura- en levensverzekeringen N.V. durch den Koordinator

Betrugsbekämpfung. Als integraler Bestandteil der Compliance-Struktur der DELA Natura- en levensverzekeringen N.V. wird das Compliance-Berichtswesen (SIRA) quartalsweise unter Einbindung des Hauptbevollmächtigten von DELA Deutschland und der jeweiligen Prozessverantwortlichen erstellt. Alle Beschäftigten von DELA, die mit der Herstellung von Versicherungsprodukten befasst sind, mit deren Betreuung oder Vermittlung oder aber mit der Schulung zu Versicherungsprodukten (im Folgenden Vertriebskräfte), wurden auf den Verhaltenskodex verpflichtet. Mit selbständigen Versicherungsvermittlern oder sonst mit dem Absatz oder der Betreuung von Versicherungsverträgen befassten Dritten (im Folgenden Vertriebspartner) arbeitet DELA nur zusammen, wenn sie sich ebenfalls einem Verhaltenskodex vergleichbaren Inhalts unterworfen haben und sie die Gewähr dafür bieten, seine Inhalte und Leitlinien zu beachten und umzusetzen. Vertriebskräfte und -partner werden im Folgenden unter dem Begriff Vertriebspersonen zusammengefasst.

DELA arbeitet beim Vertrieb ihrer Versicherungsprodukte überwiegend mit Versicherungsmaklern zusammen, die grundsätzlich verpflichtet sind, dem Verbraucher aus einem umfassenden Marktangebot den für ihn passendsten Versicherungsvertrag anzubieten. Zu einem geringeren Teil arbeitet DELA auch mit Versicherungsvertretern zusammen. Diese sind jedoch nicht verpflichtet, ausschließlich Lebensversicherungen eines bestimmten Versicherungsunternehmens anzubieten, sondern sie vertreten als sog. echte Mehrfachvertreter (im Folgenden Mehrfachagenten) mehrere miteinander konkurrierende Lebensversicherer. DELA unterwirft sich damit ganz bewusst dem Wettbewerb mit anderen Versicherern auch auf diesem Vertriebsweg. Dies erhöht für den einzelnen Verbraucher die Wahrscheinlichkeit, dass ihm die von DELA über Versicherungsvermittler angebotenen Versicherungsprodukte nur dann empfohlen werden, wenn sie auch im Vergleich mit den Versicherungsprodukten anderer Versicherungsunternehmen als für diesen besser geeignet eingeschätzt werden.

Ergänzend arbeitet DELA in Compliance-Fragen mit einer auf Vertriebsrecht und -Compliance spezialisierten Rechtsanwaltskanzlei zusammen. Diese unterstützt DELA dabei, das CMS auf dem jeweils aktuellen Stand zu halten, es an Marktveränderungen anzupassen, neue Risikofaktoren zu erkennen und zu bewerten, angestellte Mitarbeiter ebenso wie selbständige Kooperationspartner über die Richtlinien des CMS zu informieren und angemessene Sanktionen bei festgestellten Verstößen zu verhängen. So werden die Standards des Verhaltenskodex effektiv umgesetzt.

Einen essentiellen Erfolgsfaktor, Compliance im Unternehmen umzusetzen, sehen wir darin, dass alle Mitarbeiter Sinn und Notwendigkeit der Compliance-Regeln erkennen und an deren Umsetzung aktiv mitwirken. DELA setzt daher nicht auf die bloße Anordnung der Compliance-Regeln, sondern darüber hinaus und insbesondere auf Verständnis und Akzeptanz bei den Beschäftigten. DELA unterstützt und pflegt daher ganz ausdrücklich eine offene Kommunikation durch die Beschäftigten zu Compliance-relevanten Sachverhalten.

Wie die Versicherungswirtschaft insgesamt, so ist auch DELA sich ständig verändernden Regeln

und äußeren Einflüssen ausgesetzt. Die Umsetzung der notwendigen Compliance-Regeln und -Maßnahmen verstehen wir aus diesem Grund als Prozess einer kontinuierlichen Anpassung und Veränderung. Wir überprüfen unser Compliance-Management-System regelmäßig auf Anpassungsbedarf, und zwar unabhängig von dem Verhaltenskodex des GDV. Ebenso halten wir nach, ob Compliance-Maßnahmen wirksam sind. Die nachfolgende Beschreibung des DELA Compliance-Management-Systems (im Folgenden DELA-CMS) stellt daher lediglich seinen aktuellen Stand dar.

B. Compliance-Kultur

Compliance-Kultur bedeutet für DELA, dass sich alle unternehmerischen Aktivitäten im Einklang sind mit den maßgeblichen Gesetzen und Verwaltungsvorschriften (externen Anforderungen), Branchenstandards wie dem Verhaltenskodex, sowie den unternehmensinternen Verhaltensleitlinien und Arbeitsanweisungen (internen Vorgaben).

Das Geschäftsmodell von DELA orientiert sich an den Bedürfnissen der Kunden. Das Werteverständnis von DELA entspricht dem Verhaltenskodex. Er zielt darauf ab, dem Kunden bedarfsgerechte, qualitativ hochwertige Lebensversicherungsprodukte in den Segmenten Trauerfallvorsorge und Risikoleben anzubieten und dabei stets eine hohe Qualität von Beratung und Betreuung sicherzustellen.

Eine gut funktionierende Compliance-Kultur wird maßgeblich durch die Grundeinstellung und Verhaltensweisen des Hauptbevollmächtigten und der Führungskräfte geprägt. Dem Hauptbevollmächtigte kommt in besonderer Weise eine Vorbildfunktion zu. Dies gilt für alle Führungskräfte von DELA ebenso wie für die Beschäftigten von DELA allgemein. Im Zuge der unternehmensinternen Präsentation des CMS hat sich der Hauptbevollmächtigte ausdrücklich zur Compliance bekannt und alle Führungskräfte aufgefordert, die Botschaft zu regelkonformen Verhalten mitzutragen.

Das DELA-CMS setzt die beschriebenen Prinzipien um und bildet Mindeststandards für Beschäftigte von DELA. Damit stellen wir sicher, Situationen vorzubeugen, die die Integrität unseres Verhaltens in Frage stellen können. Alle Beschäftigten von DELA sind dazu angehalten, ihr Handeln im Tagesgeschäft danach auszurichten.

Einen weiteren wichtigen Teil der Compliance-Kultur bildet die verlässliche und transparente Sanktionierung von Fehlverhalten. Rechtsverstöße und Verstöße gegen unsere Verhaltensleitlinien werden nicht geduldet, sondern angemessen aufgeklärt und werden fallbezogen nach Sanktionsmaßnahmen geahndet.

C. Compliance-Ziele

Auf Basis der allgemeinen Unternehmensziele hat DELA Compliance-Ziele bestimmt. Das DELA-

CMS ist darauf ausgerichtet, dass sowohl alle für unseren Geschäftsbetrieb geltenden Gesetze und Verwaltungsvorschriften (externe Anforderungen) beachtet, als auch alle unternehmensinternen Leitlinien und Arbeitsanweisungen eingehalten werden (interne Vorgaben). Diese Compliance-Ziele dienen dem Schutz der Kunden, der Abwendung von Bußgeldern und Strafen sowie der Schadens- und Haftungsprävention. Sie tragen so aber auch zum Gesamterfolg von DELA bei. Reputations- und geschäftsschädigende Vorfälle werden dadurch ebenso verhindert wie daraus resultierende Eingriffe der Aufsichtsbehörde. Dem Reputationsschutz räumt DELA einen hohen Stellenwert ein.

Mit der Selbstverpflichtung auf den Verhaltenskodex ist das weitere Ziel von DELA verbunden, den Branchenstandard einzuhalten und umzusetzen. Dabei ist neben der Erfüllung der gesetzlichen Regelungen wichtig, das Kundenbedürfnis in den Mittelpunkt zu stellen und mögliche Interessenkonflikte zwischen Unternehmens- und Kundeninteressen zu vermeiden.

D. Compliance-Risiken

Basis des DELA-CMS für den Teilbereich Vertriebs-Compliance bilden die Erkenntnisse einer umfassenden Risikoanalyse, die zur Umsetzung des Verhaltenskodex durchgeführt wurde. Die Erkenntnisse der Risikoanalyse sind in die DELA-CMS-Beschreibung sowie das interne Kontrollsystem eingeflossen.

Die laufende Risikoanalyse wurde in unseren Risikomanagement-Prozess einbezogen. Sie erfolgt im Rahmen von quartalsweise stattfindenden Risikoanalysen durch eine Risikoabfrage des Risikomanagements. Als Bestandteil der Risikokategorie „operationales Risiko“ sind von den Risikoverantwortlichen auch wesentliche Rechts- und Compliance-Risiken zu identifizieren und zu bewerten. Zu den Compliance-Risiken zählen auch Risiken, welche mit Blick auf die Sicherstellung der Anforderungen bzw. des Anspruchsniveaus zur Umsetzung des Verhaltenskodex bestehen.

Durch die im Risikomanagementprozess vorgesehene Berichterstattung an den Hauptbevollmächtigten sowie die Compliance-Funktion werden diese somit in regelmäßigen Abständen auch über die Risikosituation bezüglich der Einhaltung des Verhaltenskodex informiert. Eine entsprechende Berichterstattung an den Hauptbevollmächtigten erfolgt quartalsweise und in dringenden Fällen auch ad hoc.

Bei der Risikoanalyse beachten die Risikoverantwortlichen insbesondere folgende Ereignisse als Anlässe für eine Neubewertung oder Anpassung der Risikoanalyse:

- Einführung oder Veränderung von Geschäftsprozessen (insbesondere auch technisch relevante)
- Erkenntnisse aus dem Beschwerdemanagement
- Auswertung von Berichten und Analysen
- Erkenntnisse aus den regelmäßigen Berichten der nachgelagerten Kontrollen

- Neue Projekte mit Auswirkungen auf Leitsatzdirektiven des Verhaltenskodex
- Gesetzliche Änderungen

Die im Rahmen der Risikoanalyse identifizierten Vorfälle werden berücksichtigt und bewertet. Nach erfolgter Analyse werden ggf. notwendige Maßnahmen eingeleitet. Sind Auffälligkeiten bei Vermittlern identifiziert worden, werden diese im ersten Schritt auf Ebene des jeweiligen Teamleiters aufgenommen und bewertet. Sind keine angemessenen Maßnahmen innerhalb seiner Kompetenzen zu ergreifen, erfolgt im Rahmen des Eskalationsmechanismus bei DELA die Weitergabe an den verantwortlichen Entscheider (zweiter Schritt). Dieser wird in enger Abstimmung mit dem Hauptbevollmächtigten eine abschließende Entscheidung treffen. Derartige Vorfälle werden schnellstmöglich und abschließend durch DELA behandelt. Die BaFin-Rundschreiben 11/2018 zur Zusammenarbeit mit Versicherungsvermittlern sowie zum Risikomanagement im Vertrieb vom 17. Juli 2018 werden dabei beachtet.

E. Compliance-Organisation

Das DELA-CMS ist zentral konzipiert. Zentraler Compliance-Verantwortlicher ist der Hauptbevollmächtigte.

Unterstützt wird der Hauptbevollmächtigte im Compliance-System durch die Führungskräfte der einzelnen Bereiche und die DELA beratende, auf Vertriebsrecht und -Compliance spezialisierte Rechtsanwaltskanzlei.

Die leitenden Mitarbeiter der einzelnen Bereiche und die beratende Rechtsanwaltskanzlei sind die ersten Ansprechpartner und Meldestellen für Mitarbeiter, die Verstöße gegen die Grundsätze des Verhaltenskodex anzeigen. Diese Meldestellen berichten dem Hauptbevollmächtigten regelmäßig in Textform gemeldete und festgestellte Verstöße. Sanktionsmaßnahmen wegen dieser Verstöße werden von dem Hauptbevollmächtigten oder in Abstimmung mit ihm durchgeführt.

F. Compliance-Kommunikation

Die Inhalte des Verhaltenskodex werden von DELA an alle Beschäftigten kommuniziert, damit sie ihre Aufgaben im DELA-CMS ausreichend verstehen und sachgerecht erfüllen können. Die Kommunikation wird auf unterschiedlichen Wegen durchgeführt:

- Präsentations- und Schulungsmaßnahmen
- Publikation des Verhaltenskodex auf der Homepage von DELA www.dela.de
- Mailings an die Beschäftigten
- Pressemitteilungen

In das Unternehmen neu eintretende Beschäftigte werden im Einarbeitungs-Prozess mit den

Themen Compliance-Vorgaben und Verhaltenskodex vertraut gemacht. Vermittlern gegenüber kommuniziert DELA die Einhaltung der Grundsätze des Verhaltenskodex bspw. durch die DELA-Vermittlerinformationen sowie den Betreuungsaußendienst.

G. Compliance-Überwachung und -Verbesserung

Angemessenheit und Wirksamkeit des CMS werden intern durch die zuständigen Compliance-Stellen überwacht. Das DELA-CMS sieht dazu verschiedene Maßnahmen und Controlling-Mechanismen vor, die sicherstellen, dass jedes Risiko eines möglichen Verstoßes gegen den Verhaltenskodex erkannt und vermieden wird.

Ein umfangreiches System bestehend aus Kundenbefragungen, Beschwerdemanagement und Evaluierung von Beratungs- und Betreuungsmaßnahmen unserer Mitarbeiter gewährleistet die Compliance-Überwachung.

Werden neue Risiken entdeckt, wird das bestehende CMS entsprechend erweitert oder modifiziert. Ebenso werden alle Maßnahmen und Controlling-Mechanismen laufend auf Wirksamkeit und Angemessenheit überprüft. Ergibt die Überprüfung, dass Maßnahmen und Controlling-Mechanismen ineffektiv oder unangemessen sind, werden auch diese in dem gebotenen Umfang erweitert oder angepasst.

H. Compliance-Programm

Unter Berücksichtigung der Erkenntnisse aus der Risikoanalyse hat DELA ein Compliance-Programm erstellt. Es beschreibt Maßnahmen und Kontrollen bezogen auf alle 11 Leitsatzdirektiven des DELA-CMS und zeigt auf, wie die unternehmensindividuelle Ausgestaltung und Konkretisierung des Verhaltenskodex mit Blick auf das von uns festgelegte Anspruchsniveau erfolgt ist. Somit stellt es das zentrale Instrument zur Integration des Verhaltenskodex in die Geschäftsprozesse von DELA dar.

1 Die Bedürfnisse des Kunden stehen immer im Mittelpunkt.

1.1 Inhalt

Versicherungsschutz ist für Verbraucher eine Vertrauensangelegenheit. Um dieses Vertrauen zu wahren, orientieren sich Versicherer und Vertrieb an den Bedürfnissen des Kunden und stellen diese in den Mittelpunkt ihres Handelns. Die Beachtung der berechtigten Interessen und Wünsche des Kunden hat Vorrang vor dem Provisionsinteresse.

Versicherungsunternehmen und -vertrieb handeln ehrlich, redlich und professionell im

bestmöglichen Interesse der Kunden. Versicherer achten darauf, keine Anreize zu bieten, die die Beratung der Kunden nach diesem Maßstab gefährden.

Die Unterstützung von Vertriebspersonen ist darauf ausgerichtet, diese dauerhaft in die Lage zu versetzen, dem Anspruch an ehrliche Kundenorientierung, qualifizierte Beratung und professionellen Service bestmöglich gerecht zu werden.

1.2 Risiken

Es besteht das Risiko, dass Vertriebspersonen Kunden nicht bedarfsgerecht beraten, unvollständige oder fehlerhafte Informationen zu Versicherungsprodukten erteilen, bei der Beratung vorrangig eigene Vergütungsinteressen verfolgen oder sonst nicht ehrlich, redlich und professionell im bestmöglichen Interesse des Verbrauchers handeln. Als Folge könnten Kunden sich für ungeeignete Versicherungsprodukte entscheiden oder ihre Entscheidung über den Abschluss oder Nichtabschluss eines Versicherungsvertrages auf der Grundlage sachfremder Erwägungen oder unvollständiger Informationen treffen. Dies könnte dazu führen, dass ein Kunde über unzureichenden Versicherungsschutz verfügt oder einen für ihn nicht geeigneten Versicherungsvertrag abschließt.

1.3 Maßnahmen

1.3.1 Beratungsphilosophie

Damit jedem Kunden aus unserem Versicherungsangebot das für ihn am besten geeignete Produkt angeboten wird, halten wir es für wichtig, die grundlegende Beratungsphilosophie des vorrangigen Kundeninteresses zu kommunizieren, um sicherzustellen, dass jede Vertriebskraft diese Philosophie verinnerlicht und ihre Umsetzung mit überwacht. Nur wenn der Kunde das ihm angebotene Versicherungsprodukt versteht, dieses zur Vorsorge für den einzelnen Kunden geeignet ist und der Kunde nach seinem Bedarf beraten wird, kann eine dauerhafte und gesunde Vertragsbeziehung zu dem Versicherungsnehmer bestehen. Diese Form der Vertragsbeziehung ist Kern unserer Unternehmensphilosophie. Sie entspricht der Überzeugung, dass nur ein Versicherungsunternehmen mit langfristigen Vertragsbeziehungen und zufriedenen Versicherungsnehmern am Markt bestehen kann. Sie basiert auf der Erkenntnis, dass die Wünsche und Bedürfnisse des Kunden zum Versicherungsschutz zu ermitteln, strukturiert zu analysieren und nach einheitlichen Kriterien zu bewerten sind, um sicherzustellen, dass der Kunde eine Versicherung abschließt, die seinen Wünschen und Bedürfnissen entspricht, sind.

1.3.2 Information der Vertriebskräfte

Wir gewährleisten, dass alle Vertriebskräfte, die in die Kundenberatung eingebunden sind, alle Informationen zu jedem Versicherungsprodukt in Schrift- oder Textform und in klarer und

verständlicher Darstellung erhalten. Alle Vertrags- und Informationsdokumente sind zur Weitergabe an den Kunden zu Informations- und Aufklärungszwecken bestimmt.

1.3.3 Schulung und Weiterbildung der Vertriebskräfte

Die Beratungsphilosophie der Wahrung des vorrangigen Verbraucherinteresses ist Kern unserer Schulungs- und Weiterbildungsmaßnahmen. Alle mit der Kundenberatung befassten Vertriebskräfte werden außerdem über Inhalt und Besonderheiten unserer Versicherungsprodukte informiert. Soweit unsere Versicherungsprodukte Besonderheiten enthalten, die sie für bestimmte Gruppen von Kunden besonders geeignet oder aber ungeeignet machen, werden diese im Rahmen von Schulungen und Weiterbildungsmaßnahmen hervorgehoben behandelt.

1.3.4 Technische Unterstützung

EDV-Programme unterstützen Vertriebspersonen bei der Beratung.

1.3.5 Courtage- und Provisionssystem

Das Vergütungssystem von DELA, nach dem Vertriebspersonen ihre Vergütung für den Abschluss und die Betreuung von Versicherungsverträgen erhalten, ist so gestaltet, dass die mit der Beratung des Kunden befassten Vertriebskräfte kein Interesse daran haben können, einen für den Kunden ungeeigneten Versicherungsvertrag aufgrund eines eigenen Vergütungsinteresses zu empfehlen. Vergütungshöhen sind insbesondere nicht in einem solchen Umfang an die Vermittlung besonders großer Vertragsvolumina gebunden, dass eine Vertriebsperson einen Versicherungsvertrag aufgrund eines vorrangigen Vergütungsinteresses empfehlen würde. Die Gesamtvergütung einer Vertriebsperson hängt auch nicht überproportional vom Vermittlungserfolg ab. Für Vertriebspersonen besteht außerdem das Risiko, erhaltene Vergütung vor allem dann zurückzahlen zu müssen, wenn Kunden den Vertrag als für sie ungeeignet erkennen und ihn aus diesem Grund beenden. Generell besteht für Vertriebspersonen das Rückzahlungsrisiko, wenn der Vertrag innerhalb eines Zeitraums von 60 Monaten nach Vertragsabschluss vom Kunden beendet wird – und zwar unabhängig von den Gründen für die Vertragsbeendigung.

1.3.6 Information des Verbrauchers

Die für den Kunden bestimmten Informationen berücksichtigen das Gebot der Klarheit und Verständlichkeit (siehe Ziffer 1.). Sie sind zwar umfassend, aber nicht so umfangreich, dass der Kunde überflüssige oder zu viele Informationen erhielte, so dass es ihm schwerfiele, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren. Für ergänzende Fragen steht dem Kunden die beratende Vertriebsperson zur Verfügung.

1.3.7 Onlinevertrieb

Kontaktiert der Kunde DELA online, um einen Versicherungsvertrag abzuschließen, beraten wir nach den gleichen Maßstäben wie Face-to-Face. Im Rahmen der technischen Prozesse sind alle relevanten Schritte, die zur Erlangung des Versicherungsschutzes erforderlich sind, der Bedürfnislage angepasst. Etwaig zusätzlich erforderliche Informationen werden vor Abschluss ausreichend ermittelt, eine Plausibilitätskontrolle erfolgt vor dem Abschluss. Folgende Prozesse stellen die ordnungsgemäße Beratung des Kunden im Onlinevertrieb von DELA sicher:

- Bedarfsermittlung (Höhe und Zweck der voraussichtlich benötigten Absicherung)
- Vorschlag für geeignetes Versicherungsprodukt
- Information über die Inhalte und Leistungen des Versicherungsprodukts (Versicherungsbedingungen, Produktinformationsblätter)
- Dokumentation der Beratung als Entscheidungsgrundlage für den Kunden (E-Mail-Bestätigung, die der Kunde als korrekt gegenbestätigt)
- Entscheidung des Kunden
- Antragsbestätigung nebst Vertragsunterlagen und Produktinformationsblättern zum Download
- Aufnahme des Kunden in die laufende Betreuung

1.4 Controlling

1.4.1 Bewerbungsprüfung

Vor Aufnahme der Zusammenarbeit mit Vertriebspersonen prüfen wir, ob diese die Voraussetzungen der erforderlichen Erlaubnisse für ihre Tätigkeit, der Zuverlässigkeit und Sachkunde erfüllen. Wir nehmen Einsicht in etwaige Daten, die über die Vertriebsperson bei der Auskunftsstelle über Versicherungs-/Bausparkassenaußendienst und Versicherungsmakler in Deutschland e.V. gespeichert sind. Auffälligkeiten werden von uns überprüft und, sollte sich die Vertriebsperson nicht als ausreichend zuverlässig oder sachkundig erweisen, wird eine Kooperation mit der betreffenden Person entweder erst gar nicht eingegangen oder beendet.

Vertriebskräfte mit Kundenkontakt müssen uns vor Begründung eines Arbeitsverhältnisses jedenfalls die folgenden Unterlagen vorlegen:

- ausgefüllter DELA-Personalfragebogen
- Kopie eines gültigen Ausweises
- Zeugnisse
- Erklärung des Bewerbers, dass keine Straftaten vorliegen.

1.4.2 Auszahlungsprüfungen

Auszahlungen an Vertriebspersonen werden laufend durch den Unternehmensbereich

Vertriebsbetreuung überprüft. Durch das Überprüfungsverfahren sollen auffällige Entwicklungen in der Auszahlung oder Provision erkannt, deren Gründe ermittelt und, sollten diese Gründe das Verbraucherinteresse gefährden können, behoben werden. Die Prüfungsergebnisse werden dem Hauptbevollmächtigten von DELA regelmäßig vorgelegt. Dieser entscheidet erforderlichenfalls über weitere Maßnahmen, um Risikofaktoren, die geeignet sind, das Kundeninteresse zu gefährden, zu beheben.

1.4.3 Kundenbefragungen

In regelmäßigen Abständen führen wir Kundenbefragungen durch. Dabei erkundigen wir uns bei den Kunden, die Versicherungsverträge mit uns abgeschlossen haben, darüber, wie sie unsere Versicherungsprodukte und ihren eigenen Versicherungsvertrag einschätzen und die erfolgte Beratung bewerten. Das Ergebnis der Kundenbefragung wird von uns geprüft und ausgewertet. Ergeben sich begründete Anhaltspunkte dafür, dass die Beratung oder Vermittlung nicht unter angemessener Berücksichtigung des Kundeninteresses durchgeführt wurde, stellen wir ermittelte Missstände mit angemessenen Maßnahmen und ggf. erforderlichen Sanktionen ab. Anhand der Kennzahlen des Net-Promoter-Scores (NPS), also von Messwerten, die aus einer Bewertung der Kunden mittels einer einfachen, standardisierten Kunden-Umfrage generiert werden, stellen wir fest, ob Kunden mit der Beratung zufrieden waren.

1.4.4 Beschwerdemanagement

Ein wichtiges Controlling-Instrument für die Orientierung der Vermittlung und Beratung am Kundeninteresse stellt auch unser Beschwerdemanagement dar. Außerhalb von Kundenbefragungen (Ziffer 1.4.3) werten wir im Rahmen des Beschwerdemanagements aus, ob aktive Beschwerden von Kunden oder Verbraucherverbänden Anhaltspunkte für eine unzureichende Berücksichtigung des Kundeninteresses bei einer Vermittlung oder Beratung erkennen lassen. Ist dies der Fall, beheben wir auch insoweit festgestellte Missstände und helfen der Beschwerde ab. Im Übrigen verfahren wir wie unter Ziffer 1.4.3 bereits dargestellt.

Ist der Missstand einer mit der Beratung oder Vermittlung befassten Vertriebsperson zuzuordnen, sanktionieren wir das Fehlverhalten in angemessener Weise.

1.4.5 Überwachung von Stornos und Frühstornos insbesondere

Die Stornohäufigkeit, insbesondere die Beendigung von Versicherungsverträgen im ersten Versicherungsjahr, kann ein wichtiger Indikator für die Vermittlung oder Beratung im Kundeninteresse oder die Missachtung des Kundeninteresses sein. Stornohäufigkeit und -anfälligkeit werden von uns daher laufend erfasst und ausgewertet. Die Gründe für die Vertragsstornierungen werden ermittelt und ebenfalls einer Prüfung unterzogen. Soweit die Stornierungen darauf zurückzuführen sind, dass nicht vorrangig im Kundeninteresse vermittelt oder

beraten wurde, wird der Hauptbevollmächtigte von DELA hierüber informiert. Dieser leitet die notwendigen Maßnahmen zur Behebung der festgestellten Missstände ein.

2 Wer Versicherung vermittelt, erklärt den Kunden seinen Status.

2.1 Inhalt

Versicherungsvermittler haben ihren Status gegenüber dem Kunden beim Erstkontakt unaufgefordert klar und eindeutig offenzulegen, und zwar unabhängig davon, ob der Kontakt persönlich oder digital stattfindet. Versicherungsvertreter haben gegenüber dem Kunden das bzw. die Versicherungsunternehmen zu benennen, in deren Namen sie (unmittelbar oder mittelbar über eine Vertriebsgesellschaft) tätig werden.

2.2 Risiken

Es besteht das Risiko, dass Vertriebspartner dem Kunden gegenüber ihren Status – als Versicherungsvertreter oder Versicherungsmakler – nicht eindeutig offenlegen. Der Kunde kann dann unter Umständen nicht erkennen, welche Leistungen der Vertriebspartner ihm gegenüber erbringt und für welche Leistung demgemäß eine Vergütung gezahlt wird. Daraus folgend kann der Kunde möglicherweise Entscheidungen über Versicherungsverträge treffen, die er bei eindeutiger und richtiger Information über den Status des Vertriebspartners nicht getroffen hätte. Dies wiederum kann bei dem Kunden einen unzureichenden oder ungeeigneten Versicherungsschutz zur Folge haben und damit wirtschaftliche Nachteile für den Kunden.

2.3 Maßnahmen

Die mit uns kooperierenden Mehrfachagenten werden darauf verpflichtet, beim ersten Geschäftskontakt mit dem Kunden die sogenannte Kundenerstinformation nach §§ 15, 16 Versicherungsvermittlungsverordnung (VersVermV), § 60 Abs. 2 Versicherungsvertragsgesetz (VVG) auszuhändigen. Inhalt und Gestaltung werden von uns nachgehalten und überwacht.

2.4 Controlling

Controlling-Instrumente stellen auch im Zusammenhang mit der eindeutigen und klaren Legitimation des Vertriebspartners unsere Kundenbefragungen (Ziffer 1.4.3) und unser Beschwerdemanagement dar (Ziffer 1.4.4). Sowohl nach als auch vor Abschluss eines Versicherungsvertrages – bezogen auf festgestelltes Fehlverhalten bestimmter Vertriebspartner – können wir so unredliches Verhalten einer Vertriebsperson im Zusammenhang mit seiner Legitimation feststellen, den betreffenden Vertriebspartner für zukünftige Fälle zur Sicherstellung seiner ordnungsgemäßen Legitimation anhalten und erforderlichenfalls bei wiederholten Verstößen

die notwendigen Sanktionsmaßnahmen in die Wege leiten.

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

3.1 Inhalt

Die wichtigsten Merkmale des Versicherungsproduktes – einschließlich der für den Kunden bedeutenden Ausschlüsse vom Versicherungsschutz – sind dem Kunden einfach und für ihn verständlich aufzuzeigen. Dem Kunden ist durch diese Information eine wohlinformierte individuelle Entscheidung zu ermöglichen, ob das Versicherungsprodukt seinen Wünschen und Bedürfnissen entspricht. Angaben über (künftige) Leistungen sind transparent auf Basis standardisierter branchenweit akzeptierter Verfahren plausibel darzustellen.

3.2 Risiken

Es besteht das Risiko, dass im Zuge des Beratungsprozesses Ziele, Wünsche und Bedürfnisse des Kunden nicht hinreichend erforscht werden. Dies kann dazu führen, dass der Kunde sich für oder gegen einen Versicherungsvertrag entscheidet, weil er das Versicherungsprodukt nicht an seinen Wünschen und Bedürfnissen messen kann oder nicht beurteilen kann, ob es seine Ziele unter Wahrung seiner Nachhaltigkeitspräferenzen unterstützt, so dass er eine Entscheidung trifft, die er nicht getroffen hätte, wäre er ordnungsgemäß nach seinen Zielen, Wünschen, Nachhaltigkeitspräferenzen und Bedürfnissen befragt worden. Dies wiederum kann bei dem Kunden zu unzureichendem, nicht bedarfsgerechten oder nicht benötigtem Versicherungsschutz führen und damit zu einem wirtschaftlichen Nachteil für den Kunden.

3.3 Maßnahmen

DELA legt besonderen Wert auf ein hohes Niveau der Beratung der Kunden. Deshalb arbeitet DELA mit Vertriebspartnern zusammen, die es als Versicherungsmakler und Sachwalter des Kunden gewohnt sind, den Kunden eingehend zu befragen, um festzustellen, welches der am Markt angebotenen Versicherungsprodukte gemessen an den ermittelten Zielen, Wünschen und Bedürfnissen des Kunden für diesen das passendste ist. Auf dieser Grundlage geben Versicherungsmakler Empfehlungen, die den Kunden befähigen, eine wohlinformierte Entscheidung zu treffen. Entsprechendes gilt für Mehrfachagenten, die dem Kunden ebenfalls mehrere zueinander im Wettbewerb stehende Versicherungen präsentieren, um ihm so zu dem Versicherungsprodukt zu verhelfen, das den Zielen, Wünschen und Bedürfnissen des Kunden weitestgehend entspricht.

Für DELA ist es von großer Bedeutung, dass Vertriebspartner kraft Ihres Status die Komplexität der Angebotsvielfalt eines konkurrierenden Produktportfolios beherrschen, um dem Kunden überzeugende und gemessen an dessen Zielen, Wünschen und Bedürfnissen angemessene Produktlösungen vorschlagen zu können. Denn in dieser Ausrichtung verbirgt sich eine Beratungsphilosophie, die die Preis-Leistungs-Elastizität des Vertriebsweges der ungebundenen Vermittler als wichtiges Gut wertschätzt und die den Kunden aktiv durch Aufzeigen der verschiedenen Marktangebote dabei unterstützt, eine wohlinformierte Entscheidung zu treffen.

Ein Beratungsgespräch, das die Ziele des Kunden eruiert, seine Wünsche aufnimmt und seine Bedürfnisse analysiert, um darauf aufbauend Empfehlungen zu geben, die unter Berücksichtigung von Preis und Leistung die passendste Lösung bieten, bildet den Grundstein für eine partnerschaftliche und vertrauensvolle Beziehung mit dem Kunden, die auf Langfristigkeit ausgelegt ist. DELA bietet allen Vertriebspersonen Schulungen an, um die Technik der Erfassung der auch nachhaltigkeitsorientierten Ziele, Wünsche und Bedürfnisse zur Generierung von Empfehlungen für wohlinformierte Entscheidungen des Kunden laufend zu vertiefen. Während Versicherungsmakler auf die Bedeutung der ordnungsgemäßen Erfassung von Zielen, Wünschen, Bedürfnissen und

Nachhaltigkeitspräferenzen der Kunden hingewiesen werden, weist DELA Vertriebskräfte und Mehrfachagenten an, die Exploration ordnungsgemäß unter Einbeziehung nachhaltigkeitsbezogener Aspekte durchzuführen.

3.4 Controlling

Durch folgende Instrumentarien wird ein adäquates Controlling gewährleistet, welches die oben genannten Maßnahmen zur Risikovermeidung oder Risikoreduzierung absichert:

3.4.1 Kundenbefragungen

In regelmäßigen Abständen führen wir Kundenbefragungen (Ziffer 1.4.3) durch. Dabei erkundigen wir uns bei den Kunden, die Versicherungsverträge mit uns abgeschlossen haben, wie sie die Ermittlung der Ziele, Wünsche und Bedürfnisse bewerten. Das Ergebnis der Kundenbefragung wird von uns geprüft und ausgewertet. Ergeben sich begründete Anhaltspunkte dafür, dass die Exploration der Ziele, Wünsche und Bedürfnisse nicht ordnungsgemäß durchgeführt wurde, beseitigen wir ermittelte Missstände, indem angemessene Maßnahmen eingeleitet und erforderlichenfalls auch Sanktionen durchgeführt werden.

3.4.2 Beschwerdemanagement

Controlling-Instrument für die ordnungsgemäße Erfassung der Ziele, Wünsche und Bedürfnisse des Kunden stellt auch unser Beschwerdemanagement (Ziffer 1.4.4) dar. Außerhalb von Kundenbefragungen werten wir im Rahmen des Beschwerdemanagements aus, ob aktive Beschwerden von Kunden oder Verbraucherverbänden Anhaltspunkte für eine unzureichende Befragung des Kunden lassen. Ist dies der Fall, sanktionieren wir das Fehlverhalten in angemessener Weise.

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

4.1 Inhalt

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

4.2 Risiken

Die Beratungsdokumentation dient dazu, den Kunden über die wesentlichen Inhalte der Beratung zu informieren, und zwar möglichst, bevor er seine Entscheidung über den Abschluss eines Versicherungsvertrages trifft. Sie dient als Nachweis darüber, mit welchen Inhalten und Empfehlungen er beraten worden ist. Als Risiken haben wir in diesem Zusammenhang identifiziert, dass Kunden von Vertriebspersonen bei dem Angebot von Versicherungsverträgen auf unzulässige oder unangemessene Weise zu einem Verzicht auf die Beratungsdokumentation bewogen werden. Eine Beratung kann entweder nicht, unvollständig oder fehlerhaft dokumentiert werden. Wird die Beratung nicht dokumentiert, besteht die Gefahr, dass der Kunde die Grundlagen für seine Entscheidung nicht mehr in Erinnerung hat und er entweder irrtümlich oder zu Recht davon ausgeht, dass der abgeschlossene Versicherungsvertrag nicht seinen Wünschen, Zielen oder Interessen entsprochen hat. Dies kann dazu führen, dass es in der Rechtsbeziehung zwischen uns und dem Kunden einerseits und/oder zwischen dem Kunden und dem Versicherungsvermittler andererseits zu Missverständnissen oder sogar streitigen Auseinandersetzungen kommt.

Als weiteres Risiko ist zu sehen, dass Beratungsdokumentationen bei Produktneuerungen/-veränderungen nicht angepasst werden und es infolgedessen an einer sachgerechten Entscheidungsgrundlage für den Verbraucher fehlt.

4.3 Maßnahmen

Wir gestalten unsere eigene Beratungsdokumentation so, dass sie die gesetzlichen Vorgaben erfüllt. Wir dokumentieren, auch im Onlinevertrieb, die Wünsche, Ziele und Bedürfnisse des Kunden, die erteilte Empfehlung und die hierfür tragenden Gründe. Die Dokumentation wird dem Kunden zur Verfügung gestellt, bevor er seine Vertragsentscheidung trifft.

Die mit uns kooperierenden Makler weisen wir auf die Pflicht zur Dokumentation der Beratung und zur Aushändigung der Beratungsdokumentation an den Kunden vor Abgabe seiner Vertragserklärung hin. Mehrfachagenten werden angewiesen, ihre Empfehlungen an Kunden mit Blick auf deren Ziele, Wünsche und Bedürfnisse zu begründen und dies zu dokumentieren. Die Vertriebspartner haben außerdem Zugang zum DELA-Extranet, in dem wir Vorlagen und Formulare für eine adäquate Beratungsdokumentation hinterlegen und zur Verwendung zur Verfügung stellen. Außerdem weisen wir die Vertriebspartner darauf hin, dass der Verzicht auf eine Beratungsdokumentation die Ausnahme bleiben muss.

4.4 Controlling

4.4.1 Verzichtserklärungen als Ausnahme

In regelmäßigen Abständen überprüfen wir Dokumentations- und Verzichtsquoten, um in Erfahrung

zu bringen, in welchem Umfang Vertriebspersonen von einer Verzichtserklärung des Kunden im Hinblick auf eine Beratungsdokumentation Gebrauch machen. Stellt sich heraus, dass eine Verzichtserklärung nicht mehr die Ausnahme ist, wofür wir uns eine grundsätzliche Toleranzschwelle von maximal 10% Erklärungen zum Verzicht auf eine Dokumentation im Verhältnis zur Gesamtzahl der durchgeführten Beratungen gesetzt haben, wird die betreffende Vertriebsperson hierauf hingewiesen und aufgefordert, grundsätzlich die Beratung zu dokumentieren und nur in Ausnahmefällen eine Verzichtserklärung des Kunden einzuholen. Fortgesetzte oder weitere Verstöße sanktionieren wir abgestuft, bis hin zur Beendigung der Vertragsbeziehung zu der Vertriebsperson.

4.4.2 Auswertung von Kundenbeschwerden

Im Rahmen unseres Beschwerdemanagements (Ziffer 1.4.4) werten wir außerdem Beschwerden von Kunden über nicht erfolgte oder unzureichende Dokumentation einer Beratung aus. Gleiches gilt für den Fall, dass ein Kunde rügt, dass er auf unzulässige Weise zu einem Verzicht auf die Dokumentation bewogen worden sein soll. Diese Beschwerden werden von uns geprüft und die betreffende Vertriebsperson, sollte sich die Beschwerde als begründet erweisen, aufgefordert, die Beratung zukünftig richtig und vollständig zu dokumentieren bzw. den Kunden nicht auf unredliche oder unzulässige Weise zu einer Verzichtserklärung zu bewegen.

5 Versicherungsprodukte werden bedarfsgerecht entwickelt und vertrieben.

5.1 Inhalt

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.

5.2 Risiken

DELA hat das Risiko identifiziert, dass dem Kunden die wesentlichen Merkmale der Produkte nicht klar und verständlich aufgezeigt werden und es ihm dadurch erschwert wird, eine wohlinformierte Entscheidung zu treffen. Auch aus nicht transparent dargestellten Angaben über mögliche künftige

Leistungen können falsche Vorstellungen über Leistungen resultieren, die zu einer suboptimalen oder gar falschen Entscheidung des Kunden für oder gegen ein Produkt führen. Entsprechendes kann geschehen, wenn Kundeninformationen aus Anlass von Produktneuerungen oder -modifikationen nicht angepasst oder nicht transparent dargestellt werden.

5.3 Maßnahmen

Die wichtigsten Merkmale des Versicherungsproduktes – einschließlich der für den Kunden bedeutenden Ausschlüsse vom Versicherungsschutz – sind Kunden einfach und für diese verständlich aufzuzeigen. Dem Kunden ist durch diese Information eine wohlinformierte individuelle Entscheidung zu ermöglichen, ob das Versicherungsprodukt seinen Wünschen und Bedürfnissen entspricht. Angaben über (künftige) Leistungen sind transparent auf Basis standardisierter branchenweit akzeptierter Verfahren plausibel darzustellen.

5.3.1 Klare und verständliche Versicherungsprodukte

Klar und verständlich ist für uns ein Versicherungsprodukt, wenn es von seiner Gestaltung und Beschreibung her für den durchschnittlichen Kunden, an den sich unser Versicherungsangebot richtet, verstanden werden kann. Versicherungsantrag, Versicherungsbedingungen, Produktinformationsblätter, Vertragsangebote und sonstige Beschreibungen des Versicherungsprodukts stimmen wir auf Allgemeinverständlichkeit, Transparenz und Nachvollziehbarkeit für Durchschnittskunden ab.

5.3.2 Produktfreigabeverfahren

Für neue Versicherungsprodukte ist ein internes Produktfreigabeverfahren eingerichtet. Dieses Verfahren umfasst Maßnahmen und Verfahrensabläufe zur Gestaltung, Überprüfung, Überwachung und zum Vertrieb von neuen Versicherungsprodukten. Das Produktfreigabeverfahren stellt sicher, dass ein neues Versicherungsprodukt den Zielen, Interessen und dem Bedarf eines Kunden an einer Individualversicherung entspricht, die im Falle des Ablebens der versicherten Person den im Vertrag begünstigten Personen die vereinbarte Summe auszahlt. Ferner stellt es sicher, dass nachteilige Auswirkungen zu Lasten des Kunden so weit wie möglich ausgeschlossen werden und Interessenkonflikte dort, wo sie unvermeidbar bestehen können, offengelegt werden. Das Produktfreigabeverfahren ist in Dokumenten festgehalten, die allen Mitarbeitern, die an der Entwicklung, Gestaltung oder Beschreibung des neuen Versicherungsprodukts mitwirken, zugänglich gemacht werden. Es wird sichergestellt, dass jede Vertriebskraft Kenntnis von der Verfahrensbeschreibung erhält und diese für seine Tätigkeiten zu berücksichtigen hat.

DELA Natura- en levensverzekeringen N.V. ist für die Produktkonzeption zuständig und überprüft und überwacht die Einhaltung der für das Produktfreigabeverfahren bestimmten Regeln und Maßnahmen. Dabei ermittelt sie den Zielmarkt in der erforderlichen Detailtiefe unter

Berücksichtigung der Merkmale, des Risikoprofils, der Komplexität, der Art des Produkts und seiner Nachhaltigkeitsfaktoren i.S. von Art. 2 Nr. 24 VO 2019/2088/EU. Sie untersteht dabei der Aufsicht der AFM. Die zu den einzelnen Regeln und Maßnahmen des Produktfreigabeverfahrens zuständigen Vertriebskräfte unterziehen das Verfahren einer regelmäßigen Überprüfung. Gegenstand der regelmäßigen Überprüfung, nachdem ein neues Versicherungsprodukt zum Vertrieb freigegeben wird, sind insbesondere Ereignisse oder Merkmale, die sich erheblich auf die wesentlichen Inhalte oder Leistungen des Versicherungsprodukts auswirken können. Sofern erforderlich oder im Kundeninteresse geboten, wird das Produktfreigabeverfahren oder werden die für den Vertrieb freigegebenen Versicherungsprodukte geändert. Damit wird sichergestellt, dass die Regeln und Maßnahmen, die für das Produktfreigabeverfahren gelten, kontinuierlich gültig und aktuell sind und dem Kundeninteresse gerecht werden.

5.3.3 Angaben über mögliche zukünftige Gesamtleistungen beruhen auf standardisierten Verfahren

Bei der Darstellung der Leistungen aus einer Lebensversicherung halten wir uns an die Vorgaben der Verordnung über Informationspflichten bei Versicherungsverträgen (VVG-InfoV).

5.4 Controlling

Durch folgende Instrumentarien wird ein adäquates Controlling gewährleistet, welches die oben genannten Maßnahmen zur Risikovermeidung oder Risikoreduzierung absichert:

5.4.1 Produktfreigabeverfahren

Die fachliche Verantwortung für das Produktfreigabeverfahren liegt bei DELA Natura- en levensverzekeringen N.V.. Zusätzlich sind für jeden einzelnen Schritt und jede einzelne Maßnahme des Produktfreigabeverfahrens die jeweiligen, zuständigen Vertriebskräfte verantwortlich, die im Wege des Mehraugenprinzips durch Führungskräfte überwacht werden. Ergänzend begleitet der Bereich Legal das Produktfreigabeverfahren und prüft dieses auf die Einhaltung der rechtlichen Rahmenbedingungen.

5.4.2 Laufende Überwachung

Vor, bei und nach Freigabe von Versicherungsprodukten überwachen die zuständigen Vertriebskräfte im Rahmen des Produktfreigabeverfahrens das Versicherungsprodukt auf Akzeptanz durch Verbraucher, Beschwerden von Verbrauchern, Aufsichtsbehörden oder Verbraucherzentralen, Hinweise von Vertriebspartnern, die für die Beurteilung des Versicherungsprodukts relevant sind, sowie Häufigkeit und Gründe für die vorzeitige Beendigung von Versicherungsverträgen. Die Ergebnisse der laufenden Überwachung werden schriftlich festgehalten, ausgewertet und bei den weiteren Produktfreigabeverfahren berücksichtigt.

5.4.3 Beschwerdemanagement

Zur Gewährleistung einer ergänzenden Kontrolle von außen hat DELA ein eigenes Beschwerdemanagement (Ziffer 1.4.4) eingerichtet. Informationen zum Beschwerdeverfahren sind öffentlich und für jedermann einsehbar. Wir haben unsere Beschäftigten über das Beschwerdeverfahren dadurch informiert, dass wir diesen die Verfahrensbeschreibung zugänglich gemacht haben.

Eingehende Beschwerden zu Versicherungsprodukten oder einzelnen Versicherungsverträgen werden zentral erfasst und registriert. Der Beschwerdeführer erhält eine Bestätigung über den Eingang seiner Beschwerde und wird über den jeweiligen Stand des Beschwerdeverfahrens informiert; wenn der Beschwerdeführer dies wünscht, erfolgt die Information in Textform oder schriftlich. Ein für uns wesentlicher Beschwerdegrund, der zu einer umfassenden Prüfung führt, ist der der mangelhaften Klarheit oder Verständlichkeit eines Versicherungsprodukts.

Nach Prüfung der Beschwerde erhält der Beschwerdeführer eine Rückantwort mit dem Prüfungsergebnis. Ergibt die Prüfung die mangelhafte Klarheit oder Verständlichkeit eines unserer Versicherungsprodukte, beseitigen wir den Missstand. Helfen wir der Beschwerde nicht ab oder halten diese für unbegründet, erläutern wir dem Beschwerdeführer die Gründe für diese Einschätzung und weisen ihn auf Möglichkeiten hin, sein Anliegen außerhalb des Gerichtsweges weiterzuverfolgen, wenn solche Möglichkeiten bestehen. Zuständigen Aufsichtsbehörden gewähren wir außerdem Einsicht in das Beschwerderegister.

Diese Maßnahmen stellen eine effektive Außenkontrolle durch Kunden und Aufsichtsbehörden sicher.

6 Kunden werden nachhaltig betreut und bei gegebenem Anlass beraten.

6.1 Inhalt

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 im Bereich der Lebensversicherung oft mit erheblichen Nachteilen für den Kunden verbunden. Kunden sind in jedem Fall über eventuelle

Nachteile konkret aufzuklären. Dies ist Bestandteil der Beratungsdokumentation.

6.2 Risiken

Es besteht das Risiko, dass Kunden nach Abschluss von Versicherungsverträgen nicht oder nicht mehr ausreichend beraten oder betreut werden. Dadurch könnte der Bedarf oder Anlass für eine Beratung oder Betreuung des Kunden übersehen werden. Der Kunde könnte dann nicht die notwendige Beratung erhalten, so dass abgeschlossene Versicherungsverträge möglicherweise nicht mehr seinem Bedarf entsprechen.

Tritt ein Leistungsfall ein und wird der Kunde nicht in dem ausreichenden Umfang beraten oder betreut, besteht das Risiko, dass er Leistungen, auf die er Anspruch hat und die er insbesondere zur Vorsorge oder zum Risikoausgleich benötigt, nicht erhält.

Identifiziert wurden von uns die Risiken, dass Vertriebspersonen Kunden mit unredlichen Mitteln dazu bewegen könnten, bestehende Versicherungsverträge zur Absicherung desselben Risikos zu beenden, um diese durch unsere Versicherungsverträge zu ersetzen und dass Kunden dabei nicht über die mit der Beendigung eines bestehenden Versicherungsvertrages verbundenen Nachteile informiert werden. Solche Kunden könnten unter diesen Umständen eine Entscheidung treffen, die sie bei richtiger und vollständiger Information nicht getroffen hätten. Dies kann bei dem Kunden zu materiellen Schäden führen, die unter Umständen nicht oder nur unzureichend auszugleichen sind, sobald der Kunde seine Entscheidung getroffen hat.

6.3 Maßnahmen

6.3.1 Beratungsphilosophie

Auch nach Vertragsabschluss während der Laufzeit des Versicherungsvertrages stehen die Wünsche und Bedürfnisse der Kunden im Mittelpunkt unseres Handelns. Unsere Beratungsphilosophie des vorrangigen Kundeninteresses (Ziffer 1.3.1) erfasst daher ebenso die laufende Beratung und Betreuung der Kunden nach Vertragsschluss wie den Fall, dass der Kunde im Zusammenhang mit einem Wechsel des Versicherungsvertrages beraten wird. Vertriebspersonen werden insoweit auch dahingehend sensibilisiert, das Kundeninteresse für den Fall der Beendigung eines bestehenden Versicherungsvertrages und den Neuabschluss eines Versicherungsvertrages zur Ersetzung des ursprünglichen Vertrages zu beachten.

Vertriebskräfte und Mehrfachagenten werden vertraglich verpflichtet, den Kunden vertragsbegleitend zu betreuen und anlassbezogen zu beraten. Versicherungsmakler sind kraft der von ihnen eingenommenen Sachwalterstellung bereits nach dem gesetzlichen Leitbild des Inhaltes eines Versicherungsmaklervertrages dazu verpflichtet, den Kunden laufend zu betreuen und anlassbezogen zu beraten. Eine kundenorientierte Beratung ist uns gerade im Leistungsfall besonders wichtig.

6.3.2 Wettbewerbsvorschriften und Rechtsprechungsanforderungen

Im Rahmen der von uns festgelegten Compliance-Vorschriften hat sich jede Vertriebskraft und jeder Mehrfachagent schriftlich verpflichtet, die wettbewerbsrechtlichen Vorschriften einschließlich der Wettbewerbsrichtlinien der Versicherungswirtschaft einzuhalten. Diese sehen vor, dass geschäftliche Maßnahmen sich jederzeit an den Grundsätzen des fairen Wettbewerbs zu orientieren haben. Für Versicherungsmakler gelten diese Wettbewerbsrichtlinien zwar nicht. Sie werden von uns jedoch auf die strengen Anforderungen der Rechtsprechung an eine ordnungsgemäße Beratung bei dem Wechsel eines Versicherungsprodukts hingewiesen.

6.4 Controlling

6.4.1 Antragsprüfung und Beratungsdokumentation

Wir prüfen von Vertriebspersonen eingereichte Vertragsanträge auf Hinweise für Vertragswechsel und Auffälligkeiten, die auf unredliches Verhalten der Vertriebsperson im Zusammenhang mit dem Vertragswechsel hindeuten. Zentrales Controlling-Instrument ist außerdem die Beratungsdokumentation (Ziffer 4.) und die insoweit von uns implementierten Controlling-Maßnahmen (Ziffer 4.4).

6.4.2 Kundenbefragungen

Die von uns durchgeführten Kundenbefragungen (Ziffer 1.4.3) erfassen gesondert Stellungnahmen und Beurteilungen von Kunden zur laufenden Kundenbetreuung und insbesondere auch der Beratung beim Vertragswechsel. Das Ergebnis der Kundenbefragung wird von uns geprüft und ausgewertet. Ergeben sich begründete Anhaltspunkte dafür, dass der Kunde mit unredlichen oder unzulässigen Mitteln zu dem Vertragswechsel veranlasst wurde oder dass Kunden Betreuungsdefizite reklamieren, stellen wir ermittelte Missstände mit angemessenen Maßnahmen und ggf. erforderlichen Sanktionen ab.

6.4.3 Beschwerdemanagement

Um zu überwachen, dass Kunden oder Versicherungsnehmer nicht auf unzulässige oder unredliche Weise zur Beendigung von Versicherungsverträgen veranlasst werden, ist unser Beschwerdemanagement ebenfalls ein wesentliches Controlling-Instrument (1.4.4). Außerhalb von Befragungen der Kunden werten wir im Rahmen des Beschwerdemanagements aus, ob aktive Beschwerden von Kunden oder Verbraucherverbänden Anhaltspunkte für unredliches oder unzulässiges Verhalten von Vertriebspersonen erkennen lassen. Ist dies der Fall, beheben wir auch insoweit festgestellte Missstände und helfen der Beschwerde ab. Im Übrigen verfahren wir wie unter Ziffer 1.4.4 bereits dargestellt.

6.4.4 Überwachung von Stornos und insbesondere Frühstornos

Ergibt die von uns durchgeführte Überwachung von Stornos und Frühstornos insbesondere Zusammenhänge zwischen Stornoquoten einerseits und Vertragswechselln andererseits, gehen wir diesen Auffälligkeiten in besonderem Maße nach. Wir hinterfragen dann bei den von dieser Vertriebsperson beratenen Kunden die näheren Hintergründe für den Vertragswechsel nicht nur in Form von Stichproben, sondern in der Gesamtheit des Kundenkreises der betreffenden Vertriebsperson. Soweit die Stornierungen darauf zurückzuführen sind, dass die Vertriebsperson in unredlicher oder unzulässiger Weise verfahren ist, um Kunden zum Vertragswechsel zu veranlassen, wird der Hauptbevollmächtigte von DELA hierüber informiert. Dieser leitet die notwendigen Maßnahmen zur Behebung der festgestellten Missstände ein.

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

7.1 Inhalt

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 Vertriebspersonen. 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.

7.2 Risiken

Es besteht das Risiko, dass bei der Begründung einer Zusammenarbeit mit Vertriebspersonen die notwendigen Informationen nicht eingeholt werden mit der Folge, dass fachlich nicht hinreichend qualifizierte oder unzuverlässige Vertriebspersonen Produkte von DELA vertreiben. Im laufenden Vertragsverhältnis besteht weitergehend das Risiko, dass Vertriebspersonen die erforderlichen oder gebotenen Maßnahmen zur Aus- oder Fortbildung nicht durchführen bzw. dass die Vertriebspersonen nicht hierauf überwacht werden. Dies könnte zur Folge haben, dass Kunden für sie nachteilige Entscheidungen treffen.

7.3 Maßnahmen

7.3.1 Begründung von Vertragsverhältnissen mit Vertriebspersonen

Bevor wir ein Vertragsverhältnis mit einer Vertriebsperson eingehen, stellen wir sicher, dass diese über die für die Beratung und Betreuung von Kunden und Versicherungsnehmern erforderliche Qualifikation verfügt. Wir haben durch interne Verfahrensvorschriften die Voraussetzungen definiert, unter denen Vertriebspersonen nach ihrer Ausbildung, Qualifikation und Erfahrung im Zusammenhang mit der Beratung und Betreuung von Kunden beschäftigt werden dürfen. Als Versicherer, der auf dem Vertriebsweg der Makler und Mehrfachagenten präsent ist, erwarten wir grundsätzlich von allen Vertriebspersonen überdurchschnittliche Markt- und Spartenkenntnisse, die insbesondere auch die von uns angebotenen Versicherungsprodukte einschließen. Ergänzend verlangen wir weitere Unterlagen zum Nachweis, wie z.B. Lebenslauf, Ausbildungs- und Qualifikationszeugnisse, Bestands- und Produktionsnachweise der letzten Jahre, einschließlich Informationen über Stornoquoten und Kundenbeschwerden. Außerdem holen wir über den Mitarbeiter die über ihn gespeicherten Informationen bei dem AVAD e.V. ein.

7.3.2 Laufendes Vertragsverhältnis mit Vertriebspersonen

Wir verpflichten alle Vertriebspersonen darauf, im laufenden Vertragsverhältnis an den gesetzlich vorgeschriebenen und den darüber hinaus gebotenen Aus- und Fortbildungsmaßnahmen teilzunehmen sowie hierauf beruhende Abschlüsse erfolgreich zu absolvieren. Vertriebspersonen, die diese Qualitätskriterien nicht erfüllen, erteilen wir weder Courtagezusagen, noch schließen wir einen Vertriebsvertrag mit Ihnen oder gehen ein Beschäftigungsverhältnis mit ihnen ein, das die Beratung oder Betreuung von Kunden umfasst. Wir beachten insbesondere das Rundschreiben 11/2018 der BaFin zur Zusammenarbeit mit Versicherungsvermittlern sowie zum Risikomanagement im Vertrieb vom 17. Juli 2018, wonach auch während der laufenden Zusammenarbeit die Voraussetzungen für die Einstellung einer Vertriebsperson vorliegen müssen (Zuverlässigkeit, geordnete Vermögensverhältnisse und angemessene Qualifikation).

7.3.3 Schulungs- und Fortbildungsmaßnahmen von DELA

Erwerb und Aufrechterhaltung der notwendigen Qualifikation der Vertriebspersonen gewährleisten wir durch eigene Aus- und Fortbildungsprogramme. Diese Schulungen werden von entsprechend qualifizierten Kräften durchgeführt und begleitet und mit Prüfungen der teilnehmenden Vertriebspersonen abgeschlossen.

7.3.4 Brancheninitiative „gut beraten“

Wir sind der Brancheninitiative „gut beraten“ beigetreten, die für die Aus- und Fortbildung von Mitarbeitern besondere Standards voraussetzt. Vertriebskräfte und Mehrfachagenten verpflichten wir auf die Einhaltung der Weiterbildungsverpflichtung und die Einhaltung der Branchenstandards zur Qualifikation. Versicherungsmakler erinnern wir an die gesetzlichen Pflichten.

Wir stellen einen hohen Anspruch an den Leumund unserer fachlich operierenden Vertriebspersonen. Deshalb werden Vertriebspersonen, die mit uns kooperieren, oder die wir beschäftigen, von einer angemessenen Anzahl von Führungskräften in der Tätigkeit angeleitet, geschult und überwacht.

7.4 Controlling

7.4.1 Prüfung

Gegenstand unseres Controllings zur Sicherstellung der Qualifikation ist unsere Mitarbeiterprüfung vor Aufnahme der Zusammenarbeit mit Vertriebskräften (Ziffer 1.4.1). Im laufenden Vertragsverhältnis gewährleisten wir, dass Vertriebskräfte und Mehrfachagenten die gesetzlich vorgesehene Weiterbildungsnachweise erbringen und dies auch uns gegenüber durch Vorlage der entsprechenden Nachweise für die zuständigen Aufsichtsbehörden bestätigen.

7.4.2 Mehraugenprozess bei Einstellung von Vertriebspersonen

Einstellungsprozesse, die Vertriebspersonen betreffen, führen wir nach dem Mehraugenprinzip durch. Das bedeutet, dass mindestens zwei leitende Mitarbeiter unserer Versicherungsgesellschaft die Qualifikationskriterien prüfen und unabhängig voneinander die Entscheidung treffen, ob eine Vertriebsperson die Erfordernisse der gebotenen Aus- und Fortbildung, Qualifikation und Erfahrung erfüllt. Damit wird sichergestellt, dass möglichst keine nicht oder nur unzureichend qualifizierte Vertriebsperson Produkte unserer Versicherungsgesellschaft vertreibt.

7.4.3 Qualität der DELA-Schulungen

Ein internes Gremium unserer Versicherungsgesellschaft definiert Inhalte, Organisation,

Durchführung und Abschlussprüfungen unserer hausinternen Schulungen. Das Gremium gewährleistet durch regelmäßige Überwachung und unangekündigte Stichproben die Qualität unserer Aus- und Fortbildungsmaßnahmen.

8 Die Unabhängigkeit von Versicherungsmaklern wird gewahrt.

8.1 Inhalt

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.

8.2 Risiken

Es besteht das Risiko, dass Versicherungsmakler aufgrund einer von uns neben der Vergütung für die Vermittlung und Betreuung von Versicherungsverträgen gewährten Zusatzvergütung ihren Kunden Versicherungsprodukte unserer Versicherungsgesellschaft vorrangig aufgrund der gewährten Zusatzvergütung empfehlen und dabei das vorrangig zu berücksichtigende Kundeninteresse nicht oder nur unzureichend beachten. Der Kunde könnte dann einen Versicherungsvertrag abschließen, der für ihn nicht geeignet ist, mit der Folge von wirtschaftlichen Nachteilen für den Kunden.

8.3 Maßnahmen

Grundsätzlich gewähren wir Versicherungsmaklern außer der Vergütung für die Vermittlung und Betreuung von Versicherungsverträgen keine gesonderte Zusatzvergütung. Eine Pensen- oder Staffvergütung, die nach Grund und Höhe von dem Volumen der vermittelten oder betreuten Verträge abhängt, zahlen wir grundsätzlich nicht.

8.4 Controlling

Der Hauptbevollmächtigte von DELA entscheidet über den Inhalt unserer Vereinbarungen mit Versicherungsmaklern und insbesondere über die Vergütungsbestimmungen mit den Versicherungsmaklern. Der Hauptbevollmächtigte lässt ggf. extern prüfen, ob eine dem Versicherungsmakler gewährte Zusatzvergütung zu einer Beeinträchtigung des Kundeninteresses führen kann. Je nach der Qualität des bestehenden Risikos wird entweder keine Zusatzvergütung gezahlt, oder sie wird gegenüber dem Kunden offengelegt.

9 Versicherungsunternehmen bieten Kunden ein systematisches Beschwerdemanagement und ein Ombudsmannsystem.

9.1 Inhalt

Kunden-Feedbacks, insbesondere in Form von Beschwerden, sind 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.

9.2 Risiken

Es besteht das Risiko, dass der Kunde nicht oder nicht in dem gebotenen Maße auf das bestehende System zur außergerichtlichen Streitbeilegung durch den Ombudsmann informiert wird. Damit könnte der Kunde entweder auf eine Weiterverfolgung seiner Ansprüche verzichten oder aber den Weg eines gerichtlichen Klageverfahrens beschreiten, mit dem für ihn weitere Kosten und Aufwand verbunden sind. Dies könnte zum einen die Beziehung unserer Versicherungsgesellschaft zum Kunden nachhaltig beschädigen und zum anderen zu wirtschaftlichen Schäden bei dem Kunden führen, die durch die Teilnahme am Ombudsmann-Verfahren vermieden werden könnten.

9.3 Maßnahmen

Zur Wahrung der klaren und eindeutigen Legitimation der mit uns kooperierenden Mehrfachagenten werden diese verpflichtet, dem Kunden die Kundenerstinformation mit dem Inhalt gemäß §§ 15, 16 VersVermV, 60 VVG auszuhändigen (Ziffer 7.3). Zwingender Inhalt der Kundenerstinformation ist gemäß § 15 Nr. 12 VersVermV der Hinweis auf die Möglichkeit zur außergerichtlichen Streitbeilegung im Ombudsmann-Verfahren. Wir selbst weisen den Kunden auf das Ombudsmann-Verfahren in den Produktinformationsblättern und den allgemeinen sowie ergänzenden Pflichtinformationen nach der Informations-Verordnung zum Versicherungsvertragsgesetz (VVG-InfoV) hin. Versicherungsmakler werden von uns darauf hingewiesen, dass Sie über das Ombudsmann-Verfahren zu informieren haben.

9.4 Controlling

Als Controlling-Instrumente haben wir die Kundenbefragung (Ziffer 1.4.3), das Beschwerdemanagement (Ziffer 1.4.4) und die Prüfung von Antrag und Beratungsdokumentation

zur Verfügung gestellt. Hieraus ergibt sich ein verdichtetes Prüfungsnetz, das sicherstellt, dass die Kunden von unsere Produkte vertreibenden Vertriebspersonen über das bestehende Ombudsmann-System informiert werden. Unsere Versicherungsgesellschaft weist den Kunden mit dem Versicherungsantrag und den Versicherungsbedingungen sowie den beigefügten Produktinformationsblättern auf das Ombudsmann-Verfahren hin.

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

10.1 Inhalt

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 sonstigen 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.

10.2 Risiken

Es besteht das Risiko, dass Vertriebspersonen sich korrupt verhalten, das heißt ihre Stellung missbrauchen, um für sich oder Dritte einen materiellen oder auch einen sonstigen, nicht materiellen Vorteil zu erhalten, auf den die Vertriebsperson und der Dritte aber keinen rechtlich begründeten Anspruch haben. Bei Entscheidungen, die sie bei Ausübung ihrer Tätigkeit treffen müssen, könnten sich Vertriebspersonen von solchen unrechtmäßigen Vorteilen beeinflussen oder von persönlichen Interessen leiten lassen, ohne die Interessen des Kunden noch zu berücksichtigen.

Des Weiteren erwachsen DELA Risiken aus Verstößen gegen die Vorschriften des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) oder der Wettbewerbsrichtlinien sowie Haftungs- und

Reputationsrisiken aus der Verletzung von Bestimmungen des Datenschutzrechts.

10.3 Maßnahmen

Die bereits bestehenden Compliance-Vorschriften insbesondere zur Korruptionsvermeidung haben wir den Regeln des Verhaltenskodex entsprechend ergänzt:

10.3.1 Verhaltensleitlinien für Vertriebspersonen

Für Vertriebspersonen haben wir Leitlinien herausgegeben, die deutlich machen, dass wir Korruption sowie Bestechung und Bestechlichkeit ausdrücklich ablehnen und ächten. Darüber hinaus haben wir strikte Verhaltensvorschriften für den Umgang mit Geschenken, Einladungen und sonstigen Zuwendungen erlassen. Vertriebskräfte und Mehrfachagenten haben wir auf diese Leitlinien und Verhaltensvorschriften verpflichtet.

Vorrang hat bei allen Handlungen, Maßnahmen und Entscheidungen von Vertriebspersonen das Interesse des Kunden. Alle Vertriebspersonen trennen klar zwischen Privatinteressen einerseits und Geschäftsinteressen andererseits. Private Interessen fließen grundsätzlich nicht in Handlungen, Maßnahmen oder Entscheidungen von Vertriebspersonen ein. Geschäftliche Interessen treten jederzeit hinter dem Interesse des Kunden zurück. Die Verhaltensleitlinien weisen außerdem ausdrücklich darauf hin, dass Verstöße Sanktionen bis hin zur Beendigung des Vertragsverhältnisses mit der Vertriebsperson zur Folge haben können, und dass Vertriebspersonen für Schäden, die durch ihr Fehlverhalten entstehen, in Regress genommen werden können.

10.3.2 Datenschutzrichtlinien

Der Gesamtverband der deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) hat mit seinen Mitgliedern, den deutschen Datenschutzbehörden und der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) einen Datenschutzkodex („Code of Conduct“) entwickelt. Diese Selbstverpflichtung konkretisiert die allgemeinen Regeln der Datenschutz-Grundverordnung für die Versicherungswirtschaft und schafft Transparenz über die Datenerhebung, -verarbeitung und -nutzung sowie die Datensicherung in Versicherungsunternehmen. Diese Regelungen des Code of Conduct werden von uns beachtet.

Wir haben einen Datenschutzbeauftragten eingesetzt, dessen Kontaktdaten über unsere Homepage <https://dela.de> eingesehen werden können. Dieser unterstützt den Hauptbevollmächtigten dabei, dass die rechtlichen und technischen Anforderungen an den Datenschutz gewahrt werden.

Alle unsere Vertriebskräfte und alle mit uns kooperierenden Mehrfachagenten werden in ihren Arbeitsverträgen bzw. den Kooperationsverträgen auf die Einhaltung der datenschutzrechtlichen

Bestimmungen verpflichtet. Versicherungsmakler werden darauf hingewiesen, dass die Beachtung des Datenschutzes und insbesondere der Grundsätze des Code of Conduct für DELA die Grundlage für die Zusammenarbeit bildet.

10.3.3 Wettbewerbsvorschriften

Auch zur Einhaltung der wettbewerbsrechtlichen Regelungen und Gesetze sowie der Wettbewerbsrichtlinien der Versicherungswirtschaft verpflichten wir Vertriebskräfte und Mehrfachagenten vertraglich.

10.3.4 Meldewesen

Für unsere Vertriebskräfte besteht die Möglichkeit, mutmaßliche oder tatsächliche Verstöße gegen die Compliance-Vorschriften zu melden. Diese Meldung kann auch anonym erfolgen. Vertriebskräfte, die in redlicher Absicht mutmaßliche oder tatsächliche Verstöße mitteilen, haben keine Nachteile für sich zu befürchten, und zwar auch dann nicht, wenn sich eine Meldung als unbegründet erweisen sollte.

10.4 Controlling

Als Controlling-Instrumente nutzen wir die Kundenbefragung (Ziffer 1.4.3), das Beschwerdemanagement (Ziffern 1.4.4) und die laufende Überwachung gemeldeter Verstöße. Hieraus ergibt sich ein verdichtetes Prüfungsnetz, das sicherstellt, dass Fälle der Missachtung wettbewerbsrechtlicher Vorschriften, von Korruption, Bestechung und Bestechlichkeit oder Verstöße gegen datenschutzrechtliche Vorschriften erkannt und abgestellt werden.

11 Der Kodex ist verbindlich und transparent.

11.1 Inhalt

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.

11.2 Maßnahmen

11.2.1 Verbindlichkeit für Vertriebskräfte

Wir haben den Verhaltenskodex mit seinem vollständigen Inhalt in unseren eigenen DELA-Verhaltenskodex einbezogen. Daher beschäftigen wir nur solche Vertriebskräfte, die die Grundsätze des Verhaltenskodex anerkennen und sich dazu verpflichten, nach ihnen bei ihrer Tätigkeit für uns im Bereich der Beratung und Betreuung von Kunden zu handeln und ihre Entscheidungen danach zu treffen. Alle unsere Vertriebspersonen wurden über die Grundsätze des Verhaltenskodex informiert und haben diese als verbindlichen Standard für ihre Tätigkeiten für unser Versicherungsunternehmen anerkannt. Mehrfachagenten werden vertraglich auf die Beachtung der Bestimmungen des Verhaltenskodex Vertrieb verpflichtet. Versicherungsmakler werden darauf hingewiesen, dass die Beachtung der Grundsätze des Verhaltenskodex für DELA die Geschäftsgrundlage für die Zusammenarbeit bildet.

11.2.2 Meldewesen

Für unsere Vertriebskräfte besteht die Möglichkeit, mutmaßliche oder tatsächliche Verstöße gegen die Compliance-Vorschriften zu melden. Diese Meldung kann auch anonym erfolgen. Vertriebskräfte, die in redlicher Absicht mutmaßliche oder tatsächliche Verstöße mitteilen, haben keine Nachteile für sich zu befürchten, und zwar auch dann nicht, wenn sich eine Meldung als unbegründet erweisen sollte.

11.3 Controlling – Sanktionsmechanismen

Da wir bei der Beschäftigung von Vertriebskräften ebenso wie bei der Reversierung von Mehrfachagenten größten Wert auf Zuverlässigkeit, Integrität, Qualifikation und Verantwortungsbewusstsein legen, sind wir davon überzeugt, dass sie die Regeln des Verhaltenskodex strikt einhalten. Sollte es wider Erwarten dennoch zu einem Verstoß kommen, sehen wir abgestufte Mechanismen der Gespräche mit dem Betroffenen, Information und Aufklärung sowie die Sanktionierung von Fehlverhalten bis hin zur Beendigung des Vertragsverhältnisses mit solchen Vertriebspersonen vor, die schwerwiegend oder wiederholt

gegen den Verhaltenskodex verstoßen. Dies gilt auch für die Zusammenarbeit mit Versicherungsmaklern.

Düsseldorf, im Dezember 2022

DELA Natura- en levensverzekeringen N.V., Zweigniederlassung Deutschland