

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

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

Dieser Verhaltenskodex ist von uns, Allianz Direct Versicherungs-AG (im Folgenden auch "Allianz Direct") in unseren Unternehmensgrundsätzen und -vorgaben verankert worden und somit für uns und unsere Mitarbeiter verbindlich.

Die diesbezüglichen Grundsätze und Vorgaben (im Folgenden auch vertriebsbezogenes Compliance-Management-System oder vertriebsbezogenes CMS) haben wir als Anlage dieser Erklärung beigefügt. Sie sind die Grundlage für ein regelkonformes Verhalten unseres Unternehmens und unserer Mitarbeiter sowie gegebenenfalls Dritter.

Unsere Erklärung basiert auf den Erkenntnissen aus der nachfolgend beschriebenen Überprüfung des vertriebsbezogenen CMS. Die Erklärung umfasst den Zeitraum vom 1. Januar 2021 bis 31. Dezember 2023.

Vorgehen bei der Überprüfung

Grundsätzlich werden alle Vertriebsaktivitäten in einem umfassenden Risikomanagement- und internen Kontrollsystem abgedeckt. Dieses setzt sich aus umfangreichen Kontrollen, Überwachungshandlungen und Beratungen durch unsere unabhängigen Compliance- und Risikomanagementfunktionen, dem Datenschutzbeauftragten sowie den unabhängigen Prüfungen unserer Internen Revision zusammen.

Allianz Direct hält sich an den Verhaltenskodex und den Customer Protection Standard der Allianz Gruppe, der die Rahmenbedingungen festlegt und die folgenden Themen abdeckt:

- Governance und internes Kontrollsystem
- Produktmanagement, einschließlich Product Oversight Governance
- Vermittler-Management

allianzdirect.de

- Steuerung & Incentivierung
- Produkt-Vermittlung
- Information der Kunden
- Kundenbetreuung und Beschwerden
- Überwachung und Berichterstattung
- Rollen- und Verantwortungszuweisung im gesamten Unternehmen

Diese Grundsätze und Anforderungen entsprechen vollumfänglich den Grundsätzen des Verhaltenskodex des Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft für den Vertrieb von Versicherungsprodukten.

Alle Vorgaben unseres vertriebsbezogenen CMS sind Gegenstand laufender Kontrollen, deren sachgerechte Durchführung regelmäßig überwacht und durch die Interne Revision und die Compliance-Abteilung geprüft wird. Die an der Überprüfung beteiligten Stellen sind aufgrund gesetzlicher Vorgaben unabhängig vom Vertrieb und dadurch in der Lage, sich ein objektives Urteil zu bilden.

Die letzten unabhängigen Überprüfungen wurden von der Allianz Gruppen Compliance Funktion im Jahr 2023 und von der Allianz Direct Compliance Funktion vom 1. Februar bis zum 31. März 2024 durchgeführt.

Wir stellen sicher, dass die einzelnen Aspekte des vertriebsbezogenen CMS entsprechend dem Risikogehalt zeitgerecht und mindestens in einem dreijährigen Turnus überprüft wurden. Die Ergebnisse dieser Prüfungen wurden an den gesamten Vorstand unseres Unternehmens berichtet. Soweit daraus Maßnahmen zur Optimierung des Systems resultieren, wird deren zeitgerechte Umsetzung von unserer Internen Revision und/oder der Compliance-Funktion überwacht. Dadurch haben wir die Weiterentwicklung unseres vertriebsbezogenen CMS.

Ergebnis der Überprüfung

Auf der Basis unserer Überprüfung im Zeitraum vom 1. Februar bis 31. März 2024 kommen wir für unser Unternehmen zu folgendem Ergebnis:

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

allianzdirect.de

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

München, 29. April 2024



Philip Hoffman



Thorben Eisenbeiß



Simone Genovese

Anlagen

Version 1.0
In Kraft seit
01.04.2024

Beschreibung des Systems der
Allianz Direct Versicherungs-AG
zur Einhaltung des Verhaltenskodex des
Gesamtverbands der Deutschen
Versicherungswirtschaft (GDV) für den Vertrieb von
Versicherungsprodukten

Klassifikation: Öffentlich

© Allianz Direct 2024

Genehmigung:

Der Inhalt dieses Dokuments wurde wie folgt überprüft und genehmigt:

Version	Gültig ab	Genehmigt durch	Unterrichtung
1.0	01.04.2024	Chief Compliance Officer	Allianz Direct Versicherungs-AG, Vorstandsmitglied verantwortlich für Recht und Compliance



Zusammenfassung:

- I. Die Allianz Direct Versicherungs-AG (im Folgenden "**Allianz Direct**") ist ein Versicherungsunternehmen mit Sitz in Deutschland und gehört zur Allianz-Gruppe. Das Unternehmen wurde 1957 gegründet. Bevor das Unternehmen im Jahr 2019 in Allianz Direct umbenannt wurde, war das Unternehmen unter der Firma „Allsecur“ tätig und war Teil des Governance-Systems der Allianz Deutschland. Mittlerweile hat Allianz Direct die Compliance-Funktion als eigenständige Funktion im Unternehmen etabliert. Die Umfirmierung im Jahr 2019 in Allianz Direct sollte die Nähe des Unternehmens zu seinen Kundinnen und Kunden sowie der Fokus auf den Onlinevertrieb hervorheben.
- II. Allianz Direct bietet umfangreiche und verlässliche Versicherungen für unterschiedliche Bedürfnisse an. Zu den angebotenen Versicherungsprodukten zählen die Kfz-Versicherung, die Hausrat-, die Privathaftpflichtversicherung und Reiseversicherungen.
- III. Die Geschäftsabläufe von Allianz Direct zielen darauf ab, dass Geschäftsentscheidungen nicht zum Nachteil von Kundinnen und Kunden getroffen werden. Sie werden regelmäßig von der Compliance-Funktion sowie der Audit- und Risk-Funktion überprüft und überwacht.
- IV. Dieses Dokument beschreibt die Umsetzung des Verhaltenskodex für den Versicherungsvertrieb des Gesamtverbands der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) bei Allianz Direct und nimmt hierzu Bezug auf die Allianz Direct Richtlinie „Standard for Sales Compliance“.
- V. Die Allianz Direct Richtlinie „Standard for Sales Compliance“ fasst die Regeln und Prinzipien für regelbasierte und ethische (faire) Verkaufsmethoden innerhalb von Allianz Direct zusammen. Sie enthält diejenigen Grundsätze, um Fairness und Transparenz gegenüber unseren Kundinnen und Kunden sicherzustellen. Hierzu zählt auch die Vergütung von Versicherungsvertreibern und die jeweiligen Risiken des Versicherungsvertriebs zu adressieren, welche aus der Geschäftstätigkeit der verschiedenen Segmente entstehen.

Inhaltsübersicht:

Kapitel	Inhalt	Seite
	Zusammenfassung:	2
	Inhaltsübersicht:	3
A.	Einleitung	4
B.	Grundsätze zum Kundenschutz	4
C.	Leitsätze des GDV-Verhaltenskodex und Programm der Allianz zu deren Umsetzung	6
	Leitsatz 1: Die Bedürfnisse der Kunden stehen immer im Mittelpunkt	6
	Leitsatz 2: Wer Versicherungen vermittelt, erklärt den Kunden seinen Status	7
	Leitsatz 3: Jede Empfehlung berücksichtigt Ziele, Wünsche und Bedürfnisse der Kunden	8
	Leitsatz 4: Jede Empfehlung zu einem Vertragsabschluss wird nachvollziehbar begründet und dokumentiert	9
	Leitsatz 5: Versicherungsprodukte werden bedarfsgerecht entwickelt und vertrieben	10
	Leitsatz 6: Kunden werden nachhaltig betreut und bei gegebenem Anlass beraten	11
	Leitsatz 7: Qualifikation ist die Basis von ehrlichem, redlichem und professionellem Vertrieb	12
	Leitsatz 8: Die Unabhängigkeit von Versicherungsmaklern wird gewahrt	14
	Leitsatz 9: Versicherungsunternehmen bieten Kunden ein systematisches Beschwerdemanagement und ein Ombudsmannsystem	15
	Leitsatz 10: Die Versicherungsunternehmen geben sich Compliance-Vorschriften und kontrollieren deren Einhaltung.	16
	Leitsatz 11: Der Kodex ist verbindlich und transparent.	17

A. Einleitung

Allianz Direct – Vertriebsmodell

Allianz Direct ist ein Online-Versicherer und interagiert daher mit Kundinnen und Kunden ausschließlich über Fernkommunikationsmittel. Hierzu zählen:

- I. Der Direktvertrieb über die Allianz Direct Webseite sowie
- II. Online-Vergleichsportale, welche als Makler tätig sind.

Allianz Direct vertreibt derzeit in Deutschland keine Versicherungsprodukte über Vermittler oder andere Versicherungsvertreiber, mit Ausnahme der Online-Vergleichsportale, welche als Makler tätig sind.

B. Grundsätze zum Kundenschutz

Die Geschäftstätigkeit von Allianz Direct als Versicherer basiert auf Vertrauen und berücksichtigt in einem ausgewogenen Verhältnis die Belange der unterschiedlichen Interessenträger. Hierzu zählen Kundinnen und Kunden, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie die Belange der Öffentlichkeit, welche aufgrund der Leistung und Integrität Allianz Direct Vertrauen entgegenbringen.

Unsere Unternehmenskultur ist stark wertorientiert, prinzipientreu und das entsprechende Verhalten beeinflusst die Denk- und Arbeitsweise unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie unserer Vertriebspartner. Denn eine starke Unternehmenskultur geht über die schlichte Einhaltung von bestehenden Gesetzen, Vorschriften und weiteren Vorgaben hinaus. Sie stärkt die Kundenfokussierung und somit das Geschäftsmodell.

Die Unternehmenskultur wird im Governance-Modell und der Governance-Struktur festgehalten. Diese müssen ebenso wie die Richtlinien und Geschäftsabläufe dem Verhaltenskodex der Allianz Gruppe und den Grundsätzen zum Kundenschutz entsprechen.

Um die angestrebte Unternehmenskultur zu gewährleisten, hat jede Allianz-Gesellschaft ein angemessenes Geschäftsverhalten sicherzustellen, das mit den Grundsätzen zum Kundenschutz in Einklang steht und übergreifend über alle organisatorischen Ebenen befolgt wird, einschließlich der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Versicherungsvertreiber sowie Dritten. Alle relevanten Beteiligte müssen sich bewusst sein, dass jegliches Fehlverhalten inakzeptabel ist und sie für ihr Verhalten zur Verantwortung gezogen werden.

Die Allianz Direct Richtlinie "Customer Protection Standard" ordnet die folgenden Grundsätze an:

- (a) Die Geschäftsaktivität ist auf die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden auszurichten, der Fokus auf die Kundinnen und Kunden ist innerhalb der Unternehmenskultur und Geschäftstätigkeit zu verankern.
- (b) Die Entwicklung einer Unternehmenskultur, welche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und / oder Versicherungsvertreiber ermutigt, im bestmöglichen Interesse bei jedem Kundenkontakt und während des gesamten Lebenszyklus eines Produkts zu handeln.
- (c) Die Sicherstellung, dass der Vorstand oder ein vergleichbares Organ für die Einführung und Durchsetzung der Standards innerhalb von Allianz Direct vollständig verantwortlich ist.
- (d) Die Entwicklung und der Vertrieb von Produkten, welche den spezifischen Kundenbedürfnissen und -Charakteristiken, deren finanziellen Zielen entsprechen sowie einen Mehrwert bieten.

- (e) Die Bereitstellung von eindeutigen, zutreffenden und angemessenen Informationen bei Kommunikation und Kontaktaufnahme mit Kundinnen und Kunden, damit diese eine gut informierte, zeitnahe Produktentscheidung treffen können und für ihre Handlungen und Entscheidungen die Verantwortung tragen.
- (f) Die durchgängige Bereitstellung von qualitativ hochwertigen Dienstleistungen, Ansprechbarkeit und falls erforderlich, das Erteilen von Ratschlag.
- (g) Die Bereitstellung von fairen und transparenten Produkten für Kundinnen und Kunden, um sicherzustellen, dass diesen keine Nachteile drohen.
- (h) Der respektvolle Umgang mit Kundinnen und Kunden, die Bereitstellung von effektiver Unterstützung und Hilfe, damit Kundinnen und Kunden den Umfang der gekauften Produkte verstehen, ohne unangemessene Hürden aufzubauen.
- (i) Die regelmäßige Bewertung, ob die vertriebenen Produkte weiterhin den Kundenbedürfnissen entsprechen.
- (j) Die systematische Überwachung und Überprüfung der relevanten Geschäftsabläufe und Kontrollen, um Risiken der Nichteinhaltung von regulatorischen und steuerrechtlichen Pflichten sowie Standards zu erkennen und zu bewältigen, sowie falls geboten, die notwendigen Maßnahmen zur Behebung einzuleiten.
- (k) Die strikte Einhaltung aller anwendbaren Gesetze, Vorschriften und weiterer interner oder externer Regeln, unter Beachtung der ethischen Standards.

Die Einhaltung dieser Grundsätze ist entscheidend für ein nachhaltiges Kundenvertrauen, die Zufriedenheit der Interessenträger zu stärken und die öffentlichen Belange zu wahren. Sie gelten für alle Handlungen von Allianz Direct, beginnend mit der strategischen Planung und Ausrichtung bis hin zum individuellen Kundenkontakt.

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

Leitsatz 1: Die Bedürfnisse der Kunden stehen immer im Mittelpunkt

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.“

Allianz Direct - Grundsätze zum Kundenschutz:

„Die Geschäftsaktivität ist auf die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden auszurichten, der Fokus auf die Kundinnen und Kunden ist innerhalb der Unternehmenskultur und Geschäftstätigkeit zu verankern.“

Maßnahmen / Umsetzung im Direktvertrieb

Die Entwicklung und die Ausgestaltung eines Produkts ist der erste Schritt im Lebenszyklus eines Produkts. Allianz Direct setzt geeignete Prinzipien und Verfahren ein, um sicherzustellen, dass die Produkte den Bedürfnissen, Merkmalen und Zielen der Kundinnen und Kunden entsprechen und nicht zu deren Nachteil gereichen.

Der Produktentwicklungsprozess berücksichtigt u.a.:

- a) die Bewertung der strategischen Eignung des Produkts
- b) die Produktangemessenheit
- c) den Zielmarkt
- d) die Vertriebskanäle
- e) mögliche Interessenkollisionen
- f) die Kennzeichnung als nachhaltiges Produkt

Allianz Direct überprüft die Produkte angemessen, um deren Eignung für den Zielmarkt in Bezug auf die ermittelten Bedürfnisse, Merkmale und Ziele der Kundinnen und Kunden, einschließlich besonders schutzbedürftiger Kundinnen und Kunden.

Sollten mögliche Risiken im Rahmen des Produkttestverfahrens identifiziert werden, so führt Allianz Direct adäquate Maßnahmen zur Risikominderung ein.

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

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.“

Allianz Direct - Grundsätze zum Kundenschutz:

„Die Entwicklung einer Unternehmenskultur, welche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und/ oder Versicherungsvertreiber ermutigt, im bestmöglichen Interesse bei jedem Kundenkontakt und während des gesamten Lebenszyklus eines Produkts zu handeln.“

Maßnahmen / Umsetzung der Allianz Direct

Über die Vertriebskanäle im Direktvertrieb ist Allianz Direct als Versicherer beim Erstkontakt klar genannt und erkennbar.

Im Vertrieb über Vergleichsportale wird die eindeutige Legitimation in der oben genannten Weise durch vertragliche Vereinbarungen 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. Die Erstinformation für Versicherungsvermittler nach der Versicherungsvermittlerverordnung stellt zudem den gesetzlichen Rahmen, damit Interessenten erkennen, um welchen Vermittlertyp es sich handelt und welche Art der Vergütung dieser bezieht.

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

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.“

Allianz Direct - Grundsätze zum Kundenschutz:

„Die Bereitstellung von klaren, zutreffenden und angemessenen Informationen bei Kommunikation und Kontaktaufnahme mit Kundinnen und Kunden, damit diese eine gut informierte, zeitnahe Produktentscheidung treffen können und für ihre Handlungen und Entscheidungen die Verantwortung tragen.“

„Die durchgängige Bereitstellung von qualitativ hochwertigen Dienstleistungen, Ansprechbarkeit und falls erforderlich, das Erteilen von Ratschlag.“

Bei Erteilung von Ratschlag und Empfehlungen haben Allianz Direct sowie die Versicherungsvertreiber, welche momentan Vergleichsportale sind, die als Makler agieren, die Merkmale des Onlinevertriebs und die folgenden Grundsätze zu berücksichtigen:

- a) Die Abfrage angemessener und hinreichender Informationen, um die Kundenbedürfnisse zu verstehen und zu analysieren.
- b) Die Darbietung hinreichender Produktoptionen und die Aufbereitung des Ratschlags, dass die Ziele, die Risikotoleranz und die persönlichen Umstände der Kundinnen und Kunden entsprochen werden.
- c) Die Erteilung des Ratschlags auf den von der Kundin oder dem Kunden bereitgestellten Informationen unter Feststellung, ob sich das Produkt für die Kundin oder den Kunden aufgrund der zuvor gemachten Angaben eignet.
- d) Die Empfehlungen im bestmöglichen Interesse der Kundinnen und Kunden aussprechen.

- e) Die Dokumentation der Informationen, auf denen sich die Empfehlung stützt und die Erläuterung, weshalb die Empfehlung ausgesprochen wurde. Die Hervorhebung möglicher Risiken des Produkts und die Nennung relevanter Ausschlüsse ungeachtet des Produktinformationsblatts sowie weiterer Kundendokumente.

Im Direktvertrieb auf Allianzdirect.de werden der Interessentin oder dem Interessenten transparent die Produkte und Produktinhalte dargestellt. Die übersichtliche Darstellung der Produktinhalte sowie die jeweiligen Erläuterungen, ermöglichen es Kundinnen und Kunden eine informierte Entscheidung zu treffen. Mithilfe von Gegenüberstellungen der einzelnen Produktlinien kann die Interessentin oder der Interessent auch ohne Vorkenntnisse, die Produktunterschiede leicht erkennen und so eine informierte Entscheidung treffen, welches Produkt den Bedürfnissen entspricht. Um weiterführende Informationen zu erhalten, werden Infobuttons in der Antragsstrecke integriert. Diese erläutern dann an der jeweiligen Stelle, die Deckung oder Modalität. Dies ermöglicht, Interessentinnen und Interessenten spezifische Produktinformationen zu erhalten. Zusätzlich besteht die Möglichkeit, zur Kontaktaufnahme per Telefon oder Chat.

Die Darstellung und das Antragsverfahren berücksichtigen die Komplexität und die Verbreitung der angebotenen Versicherungen. Der Vertrieb der Allianz Direct umfasst nämlich ein eingeschränktes und vereinfachtes Produktportfolio mit Kfz-, Hausrat-, Privathaftpflicht- sowie Reiseversicherung. Die Informationen zu den jeweiligen Produkten und Produktlinien sind leicht verständlich aufgebaut, um Interessentinnen und Interessenten einen Überblick über die Inhalte des jeweiligen Produkts zu geben und somit eine informationsbasierte Entscheidung treffen zu können.

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

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.“

Allianz Direct – Grundsätze zum Kundenschutz:

„Die durchgängige Bereitstellung von qualitativ hochwertigen Dienstleistungen, Ansprechbarkeit und falls erforderlich, das Erteilen von Ratschlag.“

Allianz Direct vertreibt Versicherungsprodukte über die eigene Webseite sowie über das Kundencenter, dass bei Interesse die Kundinnen und Kunden auf die eigene Webseite weiterleitet. Erteilte Ratschläge und Empfehlungen sowie die Gründe hierfür werden von Allianz Direct oder das jeweilige Vergleichsportal dokumentiert und erläutert. Kundinnen und Kunden erhalten ein Beratungsprotokoll.

Beim Vertrieb über Vergleichsportale unterliegen Makler der jeweiligen Beratungspflicht. Diese müssen auch den erteilten Rat dokumentieren und begründen. Der Makler ist für die Aushändigung des Beratungsprotokolls eigenständig verantwortlich.

Leitsatz 5: Versicherungsprodukte werden bedarfsgerecht entwickelt und vertrieben

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.“

Allianz Direct – Grundsätze zum Kundenschutz:

„Die Geschäftsaktivität ist auf die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden auszurichten, der Fokus auf die Kundinnen und Kunden ist innerhalb der Unternehmenskultur und Geschäftstätigkeit zu verankern.“

„Die Entwicklung und der Vertrieb von Produkten, welche den spezifischen Kundenbedürfnissen und -Charakteristiken, dessen finanziellen Zielen entspricht sowie einen Mehrwert bietet.“

„Die Bereitstellung von fairen und transparenten Produkten für Kundinnen und Kunden, um sicherzustellen, dass diesen keine Nachteile drohen.“

„Die regelmäßige Bewertung, ob die vertriebenen Produkte weiterhin den Kundenbedürfnissen entsprechen.“

Allianz Direct unterhält hinreichende Geschäftsabläufe und -prozesse, welche die Eignung der Produkte sicherstellen. Hierzu zählen etwa:

- Die Ausgestaltung von Produkten, die den Bedürfnissen, Merkmalen und Zielen von Kundinnen und Kunden des jeweiligen Zielmarkts entsprechen;
- Die Entwicklung einer für den Zielmarkt des jeweiligen Produktes geeigneten Vertriebsstrategie;
- Die Durchführung von regelmäßigen Überprüfungen, ob die Produkte weiterhin den Bedürfnissen, Merkmalen und Zielen der Kundinnen und Kunden des jeweiligen Zielmarkts entsprechen.

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

- Wir machen unseren Kundinnen und Kunden ein für ihre Bedürfnisse individuell passendes 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 gewährleistet die Einbindung sämtlicher relevanter Interessenträger und kommt bei der Neukonzeption eines Produkts ebenso bei Modifikation eines Produkts sowie deren Freigabe zum Tragen:

- 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 Rechtsfunktion vor.
- Die beteiligten Einheiten des Produktentwicklungsprozesses werden beim Sichten zur Kundenorientierung über kritische Aspekte des Produktes informiert und unterstützen bei Findung kundenorientierter Lösungen. Hierbei enthält der Produktentwicklungsprozess die Notwendigkeit von Freigaben, um die Beteiligung und das Befassen der jeweiligen Aspekte ausreichend zu würdigen.

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

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.“

Allianz Direct – Grundsätze zum Kundenschutz:

„Der respektvolle Umgang mit Kundinnen und Kunden, die Bereitstellung von effektiver Unterstützung und Hilfe, damit diese den Umfang der gekauften Produkte verstehen, ohne unangemessene Hürden aufzubauen.“

Allianz Direct etablierte eindeutige und dokumentierte Geschäftsabläufe zur Unterstützung von Kundinnen und Kunden, nachdem diese ein Versicherungsprodukt erworben haben. Diese sehen u.a. vor:

- a) Die Bereitstellung von Unterstützung, welche die individuellen Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden berücksichtigt.
- b) Die Gewährleistung, dass Kundinnen und Kunden die Leistungen und Umfänge der erworbenen Produkte vollumfänglich verstehen und in Anspruch nehmen können.
- c) Die Sicherstellung, dass Kundinnen und Kunden keinen ungemessenen Hürden, wie etwa übermäßige, zusätzliche Gebühren oder Verzögerungen der bereitgestellten Dienste, während des Lebenszyklus eines Produkts ausgesetzt werden.
- d) Die Überwachung der Qualität der Unterstützung und Hilfe unter Verwendung besonderer Risikokennziffern. Hierbei ist jedwedes Verbesserungspotenzial der Compliance-Funktion unverzüglich anzuzeigen.
- e) Die Vermeidung jedweder ungerechtfertigten Benachteiligung einer Kundengruppe.
- f) Die Bereitstellung von leistungsfähiger Kundenunterstützung, unabhängig vom eingesetzten Kommunikationskanal.

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

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.“

Maßnahmen im Direktvertrieb

Im Direktvertrieb über die eigene Webseite ist unmittelbar kein Vermittler oder Angestellte bzw. Angestellter des Versicherers involviert. Soweit Allianz-Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter oder externe Dienstleister mit vertrieblichen (Teil-)Funktionen betraut sind, 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.

Um ein ausreichendes Maß an Kundenschutz zu gewährleisten, ist bei der Auswahl von Versicherungsvertreibern, d.h. insbesondere bei Vergleichsportalen, die als Makler tätig sind, durch eine sorgfältige Auswahl und Bewertung des jeweiligen Versicherungsvertreibers mindestens die nachfolgenden Vorgaben einzuhalten:

- a) Die Geeignetheit und die Vertriebskenntnisse für das jeweilige Produkt und die Übereinstimmung mit der Vertriebsstrategie.
- b) Die Verfügbarkeit ausreichender Kapazitäten, um das Produkt auf dem Markt zu vertreiben.
- c) Das Vorhandensein ausreichenden Fachwissens, Kompetenz und Erfahrung beim Vertrieb des jeweiligen Versicherungsprodukts.
- d) Die Eignung des Versicherungsvertreibers für die geplanten Vertriebswege (z.B. Online-Plattform, Telefonverkauf) und des jeweiligen Produkts.
- e) Das Ansehen des Versicherungsvertreibers unter Berücksichtigung weiterer Faktoren, soweit dies rechtlich zulässig und möglich ist, die Überprüfung des Vorliegens von Straftaten, die Sichtung von Bilanzen, vorgebrachte Beschwerden, eingeleitete Gerichtsverfahren und Untersuchungen oder andere Maßnahmen wegen Verstoßes gegen die Kundenbelange, die gegen den Versicherungsvertreiber eingeleitet wurden, einschließlich negativer Presse oder Veröffentlichungen.
- f) Die Feststellung, ob der jeweilige Versicherungsvertreiber ein kundenfreundliches und sachgerechtes Verhalten zeigt.

Leitsatz 8: Die Unabhängigkeit von Versicherungsmaklern wird gewahrt

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.“

Allianz Direct – Grundsätze zum Kundenschutz:

“Die strikte Einhaltung aller anwendbaren Gesetze, Vorschriften und weiterer interner oder externer Regeln, bei Beachtung der ethischen Standards”

Um mögliche Interessenkollisionen zu erkennen und zu minimieren, überprüft Allianz Direct jährlich die Eignung interner Richtlinien in Bezug auf den Umfang der Geschäftstätigkeit, den Geschäftscharakter, den Geschäftsumfang sowie die Komplexität.

Die internen Richtlinien enthalten:

- a) Eine Aufzählung von Umständen, welche einen Interessenkonflikt im Rahmen einer Vertriebstätigkeit und mögliche Risiken für Kundinnen und Kunden verursachen könnten. Hierzu zählen etwa unverhältnismäßige Anreizprogramme oder Verkaufskampagnen, um den Vertrieb eines einzelnen Produkts oder einer Gruppe von Produkten zu fördern.
- b) Eine Aufzählung von Handlungen und / oder Maßnahmen, um einen Interessenkonflikt zu begegnen oder zumindest abzumildern, wie etwa:
 - Die Festlegung von übergreifenden und verhältnismäßigen und einheitlichen Grenzen für Vertriebsanreize für die jeweilige Produktgruppe.
 - Sollte ein Vertriebsanreizprogramm geeignet sein, den Versicherungsvertrieber zum Anbieten oder Empfehlen eines bestimmten Produkts zu veranlassen, was zu einer Interessenkollision führen könnte, so ist das Anreizprogramm umgehend anzupassen, wenn ein anderes Produkt den Kundenbedürfnissen besser entspricht.
 - Zusätzlich zu quantitativen Kriterien, benennt Allianz Direct angemessene qualitative Vertriebskriterien, welche die Einhaltung von anwendbaren Gesetzen und Vorschriften sowie interner Standards gewährleisten, um Kundinnen und Kunden eine hohe Qualität der angebotenen Dienstleistung sowie faire Behandlung sicherzustellen.
 - Vor der Einführung jedweder Form von variablen oder bedingten Schwellenwerten oder anderer Formen von Vertriebsanreizen in Abhängigkeit des Erreichens eines Verkaufsvolumens oder Umsatzziels ist eine sorgfältige Bewertung der möglichen Risiken für Kundinnen und Kunden durchzuführen. Die Kooperationsverträge mit den Versicherungsvertriebern sehen Kündigungsmöglichkeiten, Rückzahlungs- und

Strafklauseln für den Fall eines Verstoßes oder eines substantiierten Verstoßes gegen geltend Recht vor.

- Die Einführung von zentralen Risikoindikatoren und Kontrollen, um den ordnungsgemäßen Verkauf sowie dessen Überprüfung sicherzustellen. Hierzu zählen etwa die Überwachung frühzeitiger Kündigungen, mögliche Kundenwechsel und Beschwerden von Kundinnen und Kunden.

Zusätzlich müssen eindeutige Vorgaben und Maßnahmen in die bestehenden Abläufe eingeführt werden, um Interessenkollisionen zu erkennen und zu benennen. Dies gilt insbesondere für die Entwicklung und Ausgestaltung von Vertriebsanreizprogrammen.

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

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.“

Allianz Direct – Grundsätze zum Kundenschutz:

„Die durchgängige Bereitstellung umfassender und effektiver Kundenunterstützung während des gesamten Lebenszyklus des Produkts ist zu gewährleisten. Die Unterstützung hat alle eingebundenen Aufgaben und Prozesse zu umfassen, die den Verkauf des Produkts betreffen und sicherzustellen, dass den Bedürfnissen der Kundinnen und Kunden Rechnung getragen wird. Dies gilt insbesondere, wenn Kundinnen oder Kunden eine Anfrage stellen, einen Schaden melden oder eine Beschwerde vorbringen.“

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 dem Versicherungsschein.

Beschwerdemanagement

Ein effektives Beschwerdemanagement ist grundlegend, um Vertrauen zu unseren Kundinnen und Kunden aufzubauen, die Geschäftsverbindung zu pflegen und eine langfristige Kundenbindung zu gewährleisten. Beschwerden können direkt an Allianz Direct vorgetragen werden. Daneben hat sich Allianz Direct auch externen Beschwerdestellen angeschlossen.

Allianz Direct hat einen standardisierten Prozess für die Bearbeitung von Beschwerden eingerichtet, welcher eine unvoreingenommene und faire Behandlung der Beschwerde der Kundin oder des Kunden garantiert. Hierfür wurde in einer internen Richtlinie festgelegt, wie Beschwerden entgegenzunehmen, aufzunehmen, zu bearbeiten und aufzubewahren sind (z.B. welche Kommunikationskanäle in Frage kommen, wie etwa eine Telefon-Hotline, E-Mails, Online-formulare oder Beschwerdekästen). Diese interne Richtlinie enthält ausführliche Regelungen in Bezug auf organisatorische Verantwortlichkeiten. Für die Bearbeitung von Beschwerden hat Allianz Direct ein eigenes und geschultes Team.

Die interne Richtlinie legt zudem die einzusetzenden Methoden und die Beantwortungsfrist von Beschwerden fest. Hierbei werden wiederkehrende oder systemische Probleme ausgewertet und deren Ursache analysiert, um umfassende und geeignete Gegenmaßnahmen einzuleiten. Dies gilt auch für Beschwerden, die über Versicherungsvertreiber, wozu auch die Online-Vergleichsportale zählen, eingereicht werden.

Das Team, welches für das Beschwerdemanagement zuständig ist, ist eigenständig und unabhängig von anderen Einheiten, um eine faire und unvoreingenommene Bearbeitung von Beschwerden zu gewährleisten.

Zuletzt werden Beschwerden analysiert und ausgewertet, um eine durchgängige Verbesserung der betroffenen Dokumente, Abläufe, Verfahren und Produkte zu erreichen.

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

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.“

Allianz Direct – Grundsätze zum Kundenschutz:

"Die strikte Einhaltung aller anwendbaren Gesetze, Vorschriften und weiterer interner oder externer Regeln, bei Beachtung der ethischen Standards"

Direktvertrieb

Für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Direktvertriebs gelten die Compliance-Grundsätze der Allianz Direct inklusive der hierfür vorgesehenen Schulungen der Mitarbeiterinnen und 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.

Leitsatz 11: Der Kodex ist verbindlich und transparent.

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.“

Verbindlichkeit im Direktvertrieb

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