

Unsere Grundsätze

Verhaltensgrundsätze & Verhaltenskodex



Mecklenburgische

VERSICHERUNGSGRUPPE

Ihr Vertrauen – unsere Verpflichtung

Inhalt

Vorwort des Vorstandes	3
Kapitel 1 <i>„Elf Verhaltensgrundsätze für den Vertrieb von Versicherungsprodukten“</i>	4 – 5
Kapitel 2 <i>„Erläuterungen zu unseren elf Verhaltensgrundsätzen“</i>	6 – 11
Kapitel 3 <i>„Verhaltenskodex der Mecklenburgischen Versicherungsgruppe“</i>	12 – 17
Kapitel 4 <i>„Nach diesen Grundsätzen arbeiten wir“</i>	18 – 19

Zur besseren Lesbarkeit haben wir im Text der gesamten Broschüre auf die weibliche Textform verzichtet.

Vorwort des Vorstandes

Sehr geehrte Damen und Herren,

auf dem Titelbild unserer Broschüre „Unsere Grundsätze“ sehen Sie das Abbild der Skulptur „Gegenseitigkeit“, die auf dem Platz der Mecklenburgischen vor unserem Direktionsgebäude in Hannover steht.

Beide Figuren haben die Augen geschlossen, stützen sich Schulter an Schulter sitzend und geben sich Halt. Sie vertrauen aufeinander.

Ein so starkes Vertrauen unserer Kunden uns gegenüber wünschen wir uns. Durch unsere gemeinsame gute Arbeit können wir dieses Vertrauen unserer Kunden immer wieder neu gewinnen und stärken. Deswegen ist es wichtig, dass wir unsere Kunden kompetent, aufrichtig und umfassend beraten.

Wir möchten unseren Kunden in guten und besonders auch in schwierigen Lebenssituationen engagiert zur Seite stehen. Dann erfüllen sich die Erwartungen an uns, die unser Kunde aufgrund unserer Leistungsversprechen hat, in vollem Umfang. Eines jedoch ist klar: Das Vertrauen unserer Kunden müssen wir uns immer wieder neu verdienen.

Wichtig ist uns aber auch das Vertrauen „unter uns“. Auch wir untereinander – ob als angestellt oder freiberuflich Tätige – müssen uns in der Arbeit für unsere Mecklenburgische gegenseitig stets vertrauen dürfen.

Damit uns dies gelingt, geben wir Ihnen die für uns gültigen Verhaltensregeln mit dieser Broschüre bekannt.

Wir verbinden damit die Bitte, Ihre Arbeit nach diesen Grundsätzen auszurichten – zum Wohle unserer Kunden und unserer Mecklenburgischen Versicherungsgruppe.

Mit freundlichen Grüßen

Der Vorstand



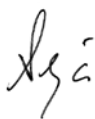
Thomas Flemming



Dirk von der Wroge



Heinrich Gudehus



Dr. Jürgen Seja



Dr. Werner van Almsick

Der gültige GDV-Verhaltenskodex besteht aus elf Grundsätzen, die den Rahmen für eine faire und bedarfsgerechte Vermittlung von Versicherungsprodukten setzen. Unternehmen, die dem Kodex beigetreten sind, machen ihn zur Geschäftsgrundlage für die Zusammenarbeit mit ihren Vertriebspartnern und ihren Auftritt im Wettbewerb. Unabhängige Wirtschaftsprüfer kontrollieren regelmäßig die Einhaltung des Verhaltenskodex.

Die Leitlinien des GDV-Verhaltenskodex wurden für die unternehmensindividuelle Anwendung in elf Verhaltensgrundsätze für den Vertrieb von Versicherungsprodukten bei der Mecklenburgischen Versicherungsgruppe überführt:

Elf Verhaltensgrundsätze für den Vertrieb von Versicherungsprodukten

1. *Wir, die Mecklenburgische, bieten unseren Kunden klare und verständliche Versicherungsprodukte an.*
2. *Der Abschluss eines Versicherungsvertrages ist eine Vertrauensangelegenheit. Um dieses Vertrauen unserer Kunden zu wahren, orientieren wir uns an ihren Bedürfnissen und stellen diese in den Mittelpunkt unseres Handelns. Wir beraten unsere Kunden ganzheitlich und berücksichtigen in unserer Empfehlung ihre Ziele, Wünsche und wirtschaftlichen Verhältnisse.*
3. *Wir haben uns Regeln für ein rechtlich korrektes und verantwortungsbewusstes Handeln gegeben.*
4. *Die Beratung unserer Kunden dokumentieren wir sorgfältig und nachvollziehbar.*
5. *Wir beraten und betreuen unsere Kunden anlassbezogen auch nach Vertragsabschluss.*
6. *Beim Vertrieb von Versicherungsprodukten verhalten wir uns rechtlich und ethisch einwandfrei. Auf wesentliche Änderungen im Versicherungsschutz weisen wir hin.*
7. *Unsere Vermittler legitimieren sich klar und eindeutig.*
8. *Wir fordern und fördern eine hohe Vermittlerqualifikation.*
9. *In der Zusammenarbeit mit Maklern achten wir darauf, dass umsatzbezogene Zusatzvergütungen nicht deren Unabhängigkeit beeinträchtigen.*
10. *Wir weisen unsere Kunden auf das bestehende Ombudsmannsystem hin.*
11. *Die in diesen Verhaltensgrundsätzen beschriebenen Regeln sind für uns verbindlich. Wir arbeiten nur mit Mitarbeitern und Vermittlern zusammen, die diese Grundsätze anerkennen und praktizieren.*

*Unsere Kunden stehen im Mittelpunkt unseres Handelns.
Jeder Kunde darf darauf vertrauen, dass er von uns gut beraten und in
Zukunft auch immer gut betreut werden wird.*

*Im folgenden Kapitel erläutern wir Ihnen daher alle
elf Verhaltensgrundsätze für den Vertrieb von Versicherungsprodukten
bei der Mecklenburgischen Versicherungsgruppe:*

Erläuterungen zu unseren elf Verhaltensgrundsätzen

1. Wir, die Mecklenburgische, bieten unseren Kunden klare und verständliche Versicherungsprodukte an.

Das Produktverständnis des Kunden ist wesentlich. Die Maßstäbe für unsere Produkte sind Vollständigkeit, Verständlichkeit und Bestimmtheit im Rahmen der gesetzlichen Bestimmungen.

Wir geben unseren Kunden vollständige Vertragsinformationen. Diese beinhalten das Produktinformationsblatt, die Kundeninformationen, wichtige Anzeige-, Auskunfts- und Aufklärungspflichten und die Versicherungsbedingungen. Wir stellen unseren Kunden die Unterlagen vor Vertragsabschluss zur Verfügung und lassen uns den Erhalt im Antragsverfahren bestätigen.

Wir geben unseren Kunden eine verständliche Zusammenfassung unserer Produkte, indem wir Ihnen in Produktinformationsblättern den wesentlichen Umfang des Versicherungsschutzes sowie die wesentlichen Rechte und Pflichten in knapper und verständlicher Form erläutern.

Die Verständlichkeit unserer Produkt- und Kundeninformationen sowie der Versicherungsbedingungen gewährleisten wir dadurch, dass unbillige Auslegungsspielräume vermieden werden. Dabei wird berücksichtigt, dass die Einfachheit der Formulierung nicht zu Lasten der Rechtsklarheit geht. Auf Verweise innerhalb der Dokumente wird wenn möglich verzichtet.

Zur Verständlichkeit unserer Produkte gehört auch die Preisklarheit.

Wir verzichten auf Anglizismen und pflegen kurze Sätze.

Die persönliche Beratung unserer Kunden durch die Vermittler unterstützt die Verständlichkeit der Produkte.

Hinsichtlich der Bestimmtheit der Vertragsinformationen werden die tatbestandlichen Voraussetzungen und die Rechtsfolgen genau beschrieben. Sie sind sprachlich verständlich und inhaltlich fassbar.

Im Bereich lang laufender Altersvorsorgeprodukte verwenden wir zur Information der Kunden transparente und branchenweit akzeptierte Verfahren.

-
2. ***Der Abschluss eines Versicherungsvertrages ist eine Vertrauensangelegenheit. Um dieses Vertrauen unserer Kunden zu wahren, orientieren wir uns an ihren Bedürfnissen und stellen diese in den Mittelpunkt unseres Handelns. Wir beraten unsere Kunden ganzheitlich und berücksichtigen in unserer Empfehlung ihre Ziele, Wünsche und wirtschaftlichen Verhältnisse.***

Zur Unterstützung bieten wir unseren Vermittlern eine Software (Agentur-Vertriebs-Unterstützungssystem – AVUS), die den Beratungsprozess strukturiert und nachvollziehbar dokumentiert. Die Beratung wird zusätzlich durch Checklisten und Ermittlungsbögen unterstützt. So werden der Kundenbedarf, die zur Verfügung stehenden finanziellen Mittel sowie der bereits bestehende Versicherungsschutz und Absicherungen berücksichtigt.

Die Maßnahmen zur Vertriebssteuerung unterstützen die bedarfsgerechte Beratung. Das Provisionssystem der Mecklenburgischen Versicherungsgruppe ist darauf ausgerichtet. Das Kundeninteresse hat Vorrang gegenüber dem Provisionsinteresse der Vermittler.

3. ***Wir haben uns Regeln für ein rechtlich korrektes und verantwortungsbewusstes Handeln gegeben.***

Unabhängig von den Verhaltensgrundsätzen für den Vertrieb von Versicherungsprodukten sind durch den Verhaltenskodex für die Mecklenburgische Versicherungsgruppe Vorschriften implementiert, die klare Regelungen vorgeben. Dazu gehört die Ächtung von Korruption, Bestechung und Bestechlichkeit, eindeutige Regeln für den Umgang mit Geschenken, Einladungen und sonstigen Zuwendungen bis hin zu Vorschriften zur Vermeidung von Interessenkollisionen.

Für den Umgang mit persönlichen und vertraulichen Daten sowie zur Einhaltung der datenschutzrechtlichen und wettbewerbsrechtlichen Vorschriften sind interne Regelungen festgelegt. Dem „Code of Conduct für die Datenverarbeitung in der Versicherungswirtschaft“ sind wir beigetreten.

Die Verhaltensgrundsätze für den Vertrieb von Versicherungsprodukten werden dokumentiert und überwacht. Wegen der besonderen Bedeutung unserer Vermittler in der Kundenbeziehung ist die Anerkennung der Verhaltensgrundsätze für den Vertrieb von Versicherungsprodukten Bestandteil der Vermittlerverträge.

4. *Die Beratung unserer Kunden dokumentieren wir sorgfältig und nachvollziehbar.*

Wir handeln nach den gesetzlich geregelten Beratungs- und Dokumentationspflichten.

Hiernach trifft den Versicherer die Pflicht, den Versicherungsnehmer vor Vertragsabschluss zu beraten und ihm den erteilten Rat und die Gründe hierfür vor Vertragsabschluss in Textform zu übermitteln. Damit wird im Interesse des Kunden sichergestellt, dass dieser einen an seinen Wünschen und Bedürfnissen orientierten Versicherungsschutz erhält.

Das Beratungsgespräch wird in einem Beratungsprotokoll festgehalten und dem Kunden zur Verfügung gestellt. Der Ablauf der Beratung und Dokumentation ist durch das AVUS vorgegeben. Der festgelegte Prozess stellt sicher, dass die Beratungsdokumentation erstellt wird.

5. *Wir beraten und betreuen unsere Kunden anlassbezogen auch nach Vertragsabschluss.*

Die Kundenbetreuung während der Vertragslaufzeit hat bei der Mecklenburgischen einen hohen Stellenwert. Wir unterstützen unsere Vermittler bei der anlassbezogenen Beratung und Betreuung systematisch. Die Vermittler werden – soweit erkennbar – über einen möglichen Beratungsbedarf der Kunden informiert. Im AVUS ist darüber hinaus ein Wiedervorlagesystem integriert.

Im Schadenfall betreuen wir unsere Kunden. Unsere Vermittler vor Ort sind die ersten Ansprechpartner im Schadenfall. Dazu werden unsere Vermittler besonders geschult.

6. *Beim Vertrieb von Versicherungsprodukten verhalten wir uns rechtlich und ethisch einwandfrei. Auf wesentliche Änderungen im Versicherungsschutz weisen wir hin.*

Im Zentrum des Beratungsgesprächs steht die Ermittlung der Kundenwünsche und -bedürfnisse. Die Empfehlungen unserer Vermittler orientieren sich am Bedarf und den finanziellen Möglichkeiten des Kunden.

Bei Abwerbungen und Umdeckungen, insbesondere in der Personenversicherung, wird der Kunde sorgfältig beraten. Dabei klären wir den Kunden über Vorteile und Nachteile auf. Entsprechend ausführlich wird ein Beratungsprotokoll erstellt.

Wir haben uns den Wettbewerbsrichtlinien der Versicherungswirtschaft unterworfen. Das erlaubte Vorgehen zu Abwerbungen und Umdeckungen ist dort abschließend geregelt. In den Vermittlerverträgen ist die Einhaltung der Wettbewerbsrichtlinien verpflichtend eingebunden.

7. *Unsere Vermittler legitimieren sich klar und eindeutig.*

Unsere Vermittler sind verpflichtet, ihren Status gegenüber dem Kunden bei Erstkontakt unaufgefordert klar und eindeutig offenzulegen. In diesem Zuge nennen sie die Mecklenburgische, in deren Namen sie ausschließlich tätig sind.

8. *Wir fordern und fördern eine hohe Vermittlerqualifikation.*

Die Mecklenburgische stellt für ihre Vermittler eine hochwertige Aus- und Weiterbildung sicher. Wir arbeiten nur mit qualifizierten und gut beleumundeten Vermittlern zusammen, die sich laufend fortbilden und dies auch nachweisen.

Bereits vor Beginn der Zusammenarbeit mit einem Vermittler erfolgt durch die Vertriebssteuerung die Durchführung der von der BaFin geforderten Zuverlässigkeitsprüfung.

Die Weiterbildung unserer Vermittler und deren Mitarbeiter erfolgt auf vier Ebenen:

- Zentrales Bildungsangebot mit jährlich neuem Bildungsprogramm
- Dezentrale Weiterbildung in den Bezirksdirektionen
- E-Learning-Angebot
- Regelmäßige schriftliche Informationen zu Neuerungen, Änderungen, etc.

Die Mecklenburgische hat sich der Initiative „gut beraten“ angeschlossen. Durch die dort geregelten Anforderungen stellen wir eine regelmäßige und nachweisbare Weiterbildung unserer Vermittler sicher.

9. *In der Zusammenarbeit mit Maklern achten wir darauf, dass umsatzbezogene Zusatzvergütungen nicht deren Unabhängigkeit beeinträchtigen.*

Der Vertriebsweg der Mecklenburgischen Versicherungsgruppe ist die Ausschließlichkeit. Die Zusammenarbeit mit Maklern pflegt die Mecklenburgische nicht aktiv. Das Beitragsaufkommen aus diesen Verbindungen ist von geringer Bedeutung. Umsatzbezogene Zusatzvergütungen für Makler gibt es nicht.

10. Wir weisen unsere Kunden auf das bestehende Ombudsmannsystem hin.

In der Versicherungswirtschaft besteht eine unabhängige und für den Verbraucher kostenfrei arbeitende Schlichtungsstelle. Die deutschen Versicherer verfolgen mit der Schlichtungsstelle zwei Ziele. Das sind zum einen der Verbraucherschutz und zum anderen das Bemühen, Meinungsverschiedenheiten mit ihren Kunden möglichst nicht vor Gericht auszutragen und dennoch eine verbindliche Entscheidung bei unterschiedlicher Auffassung zu Sachverhalten zu erwirken.

Erst der Hinweis auf diese Schlichtungsstelle ermöglicht dem Kunden den Zugang zu diesem außergerichtlichen Beschwerde- und Rechtsbehelfsverfahren. Der entsprechende Hinweis erfolgt bereits mit den Vertragsunterlagen. Auf unserer Internetseite weisen wir ebenfalls auf die Möglichkeiten der Beschwerdeführung beim Ombudsmann oder über die BaFin hin. Soweit sich ein Beschwerdeführer an uns wendet und wir der Beschwerde nicht in allen Punkten entsprechen können, weisen wir im Antwortschreiben auf die Weiterverfolgung der Beschwerde beim Ombudsmann und bei der BaFin hin.

11. Die in diesen Verhaltensgrundsätzen beschriebenen Regeln sind für uns verbindlich. Wir arbeiten nur mit Mitarbeitern und Vermittlern zusammen, die diese Grundsätze anerkennen und praktizieren.

Diese elf Verhaltensgrundsätze ergeben sich aus unserem Beitritt zum GDV-Verhaltenskodex. Dieser Kodex ist für uns und die Beziehungen zu unseren Vertriebspartnern verbindlich. Wir arbeiten nur mit Vertriebspartnern zusammen, die diese oder gleichwertige Grundsätze als Mindeststandards anerkennen und praktizieren. Über Vereinbarungen mit unseren Vermittlern sind diese Grundsätze Teil der Geschäftsgrundlage. Durch eine Anerkennung der unternehmensindividuellen Regeln durch unsere Vermittler ist die grundsätzliche Verpflichtung implementiert.

Der Verhaltenskodex formuliert die wesentlichen Regeln und Grundsätze für ein rechtlich korrektes und verantwortungsbewusstes Verhalten und gibt so verbindliche Wertvorstellungen vor.

Wie die Mecklenburgische bei ihren Kunden und in der Öffentlichkeit wahrgenommen wird, hängt vom Verhalten jedes Einzelnen ab. Unser Leitspruch „Ihr Vertrauen – unsere Verpflichtung“ gibt das Maß unseres Handelns vor, das wir an rechtlichen und ethischen Standards ausrichten. So schaffen wir Vertrauen und tragen zum Ansehen der Mecklenburgischen bei:

Verhaltenskodex der Mecklenburgischen Versicherungsgruppe

1. Zielsetzung

Dieser Kodex gilt für die angestellten Mitarbeiter und Vermittler der Mecklenburgischen.

Der Kodex soll die grundlegenden rechtlichen und ethischen Anforderungen, denen sie bei ihrer Tätigkeit entsprechen müssen, bewusst machen und ihnen für ihr tägliches Handeln eine Orientierung geben. Hierbei sind sich der Vorstand und die Führungskräfte ihrer Vorbildfunktion bewusst.

2. Allgemeine Grundsätze

Eine elementare Grundregel unseres Handelns ist die Einhaltung von Gesetz und Recht. Jeder Einzelne ist verpflichtet, die geltenden gesetzlichen und aufsichtsrechtlichen Vorschriften zu beachten. Gleiches gilt für interne Leitlinien sowie Anweisungen für den Innen- und Außendienst.

Es muss jede Beteiligung an Geschäften vermieden werden, die erkennbar darauf abzielt, gesetzliche oder aufsichtsrechtliche Bestimmungen zu umgehen. Wir erwarten von jedem persönliche Integrität und Verlässlichkeit.

Jeder Einzelne ist verpflichtet, das Ansehen der Mecklenburgischen zu wahren und alles zu vermeiden, was der Mecklenburgischen Schaden zufügen könnte. Bei Missachtung gesetzlicher oder aufsichtsrechtlicher Vorschriften sowie bei Verstößen gegen diesen Kodex kann dem Ansehen der Mecklenburgischen Schaden zugefügt werden. Darüber hinaus kann dies zu staatlichen Sanktionsmaßnahmen führen, wie z. B. Bußgeldbescheiden oder Eingriffen in den Geschäftsbetrieb. Ein Verstoß gegen den Kodex stellt eine Verletzung vertraglicher Pflichten dar und kann deshalb rechtliche Konsequenzen haben.

3. Gegenseitiger Respekt

Die persönliche Würde, die Privatsphäre und die Persönlichkeitsrechte jedes Einzelnen werden geachtet. Wir tolerieren keine Diskriminierung aufgrund von Alter, Geschlecht, Herkunft, Nationalität, politischer Meinung, Rasse, Religion, o. ä., sexuelle oder andere persönliche Belästigungen oder Beleidigungen. Wir dulden keine Nötigung oder Gewalt oder deren Androhung.

4. Interessenkonflikte

Im Zusammenhang mit der Ausführung von geschäftlichen Tätigkeiten für die Mecklenburgische ist darauf zu achten, dass eigene private Interessen nicht mit den Interessen der Mecklenburgischen in Konflikt geraten. Sollte ein solcher Interessenkonflikt unvermeidbar sein, muss dies der Mecklenburgischen gegenüber offengelegt werden.

4.1 Vermeidung der Kollision privater und geschäftlicher Interessen

Insbesondere der Abschluss von Verträgen und die Vergabe von Aufträgen für die Mecklenburgische müssen bei Berücksichtigung des jeweiligen Wertes unter wettbewerbsorientierten Gesichtspunkten erfolgen.

Nebentätigkeiten oder sonstige eigene Geschäftsinteressen verfolgende Tätigkeiten, die zu einem Konflikt mit den Geschäftsinteressen der Mecklenburgischen führen können, sind anzuzeigen und bedürfen der vorherigen Zustimmung.

4.2 Vorteilsgewährung

Im Zusammenhang mit geschäftlichen Tätigkeiten für die Mecklenburgische dürfen unberechtigte Vorteile weder angeboten noch gewährt werden. Geschenke und Einladungen an Geschäftspartner müssen sich in einem angemessenen Rahmen halten und dürfen Geschäftsentscheidungen nicht beeinflussen. Soweit sie über den normalen geschäftlichen Rahmen hinausgehen, müssen sie der Mecklenburgischen angezeigt werden und bedürfen der Genehmigung.

Vorteile überschreiten einen angemessenen Rahmen, wenn sie im Hinblick auf das konkrete Geschäft die Entscheidungsfreiheit des Kunden aktiv beeinflussen. Dies ist regelmäßig nicht der Fall, wenn der Kunde unabhängig von dem gewährten Vorteil den Geschäftsabschluss tätigen würde. Im Zweifelsfall soll dies mit der Mecklenburgischen vorher abgestimmt werden.

Jeder Anschein von Unredlichkeit und Inkorrektheit ist zu vermeiden.

4.3 Vorteilsannahme

Die Annahme direkter finanzieller Zuwendungen ist ausnahmslos untersagt.

Im Zusammenhang mit einer geschäftlichen Tätigkeit für die Mecklenburgische dürfen keine unberechtigten Vorteile angenommen werden. Den angemessenen Rahmen im Sinne von Ziffer 4.2 überschreitende Geschenke, Einladungen oder sonstige Vergünstigungen dürfen nicht angenommen werden. Im Zweifelsfall soll dies mit der Mecklenburgischen vorher abgestimmt werden.

Geschenke, die den angemessenen Rahmen überschreiten, aber mit Blick auf die Geschäftsbeziehung nicht abgelehnt werden können, müssen an die Mecklenburgische abgegeben werden. Einmal jährlich werden diese abgegebenen Geschenke versteigert. Der Erlös wird für gemeinnützige Zwecke gespendet. Über den Spendenempfänger entscheidet der Vorstand.

Einladungen zu üblichen geschäftlichen Veranstaltungen dürfen angenommen werden. Hierunter sind beispielsweise Einladungen zu Geschäftsessen, Besprechungen und Jubiläumsveranstaltungen zu verstehen.

Andere Einladungen – z. B. mit überwiegendem Unterhaltungscharakter – dürfen angenommen werden, wenn sie einer üblichen Geschäftspraxis entsprechen und der Mecklenburgischen vorher angezeigt wurden.

4.4 Zuwendungen an Amtsträger

Beamte, Politiker und andere Vertreter öffentlicher Institutionen dürfen keine Geschenke, Zuwendungen oder Einladungen erhalten, die ihre Unabhängigkeit in Frage stellen könnten. Geschenke oder Einladungen an diesen Personenkreis müssen in jedem Fall vorher mit der Mecklenburgischen abgestimmt werden.

4.5 Bestechung und Korruption

Bestechungsgelder dürfen weder angeboten noch gewährt werden. Ein solches Verhalten ist strafrechtlich sanktioniert. Im Umgang mit staatlichen Stellen oder Behörden muss darauf geachtet werden, dass diesen keine Zahlungen oder sonstige Vorteile versprochen oder gewährt werden, um eine Handlung eines Beamten oder eines anderen Amtsträgers zu beeinflussen.

4.6 Unternehmensveranstaltungen und Werbemaßnahmen

Unternehmensveranstaltungen und Werbemaßnahmen unterliegen dem Grundsatz der Wirtschaftlichkeit und erfolgen ausschließlich unter dem Aspekt des verantwortungsvollen Umgangs mit den Geldern unserer Kunden.

5. Vertraulichkeit und Datenschutz

Bei allen internen vertraulichen Angelegenheiten der Mecklenburgischen sowie bei vertraulichen Informationen von oder über unsere Kunden und Geschäftspartner ist jeder zur Verschwiegenheit verpflichtet. Vertraulich sind alle Informationen, die als solche gekennzeichnet sind oder von denen anzunehmen ist, dass sie nicht öffentlich bekannt sind oder die bei ihrer Offenlegung der Mecklenburgischen, einem Kunden oder einem Geschäftspartner schaden könnten.

Hierzu gehören vor allem Geschäfts- und Betriebsgeheimnisse sowie interne nicht veröffentlichte Zahlen des Berichts- und Rechnungswesens. Vertrauliche Informationen müssen vor unbefugter Einsicht durch Dritte geschützt werden. Im unternehmensinternen Umgang dürfen nur vertrauliche Informationen an diejenigen weitergegeben werden, die diese zur Erfüllung ihrer Aufgaben benötigen.

Für jeden besteht die Verpflichtung, datenschutzrechtliche Bestimmungen einzuhalten und aktiv dazu beizutragen, dass personenbezogene Daten zuverlässig gegen unberechtigte Zugriffe gesichert werden. Personenbezogene Daten dürfen nur erhoben, verarbeitet und genutzt werden, soweit dies zur rechtmäßigen Aufgabenerfüllung erforderlich ist. In Zweifelsfragen soll der Datenschutzbeauftragte der Mecklenburgischen eingeschaltet werden.

Diese Verpflichtungen gelten auch nach Beendigung des Arbeitsverhältnisses oder des Vermittlervertrages.

6. Geldwäsche und Wirtschaftskriminalität

Es besteht die Verpflichtung, dass die Mecklenburgische nicht zur Geldwäsche oder für andere illegale Zwecke missbraucht wird. Die von internationalen und nationalen Institutionen verhängten Handels- und Finanzsanktionen, einschließlich der Maßnahmen zur Verhinderung der Terrorismusfinanzierung, müssen beachtet werden.

7. Wettbewerb und Kartellverbot

Die Mecklenburgische verfolgt ihre Geschäftsziele ausschließlich mit rechtlich und ethisch einwandfreien Mitteln. Dies gilt für alle Bereiche des Wettbewerbs.

Daher besteht die Verpflichtung, die Regeln des Wettbewerbs- und Kartellrechts zu beachten. Absprachen mit Wettbewerbern über Preise und Bedingungen sind ebenso unzulässig wie die Abgabe von Scheinangeboten, die sich auf die Preisbildung von Produkten oder Dienstleistungen auswirken können. Bei Zweifelsfragen über die Zulässigkeit eines Verhaltens im Wettbewerb muss die Rechtsabteilung konsultiert werden.

8. Umgang mit Geschäftspartnern und Kunden

Mit unseren Kunden und Geschäftspartnern soll von jedem ein fairer und offener Umgang gepflegt werden. Sie sollen bestmöglich beraten werden, um ihnen eine ihren Interessen entsprechende Entscheidung zu ermöglichen.

Mitglieder oder Kunden und deren Zufriedenheit sind die Grundlage für die Existenz und den wirtschaftlichen Erfolg der Mecklenburgischen. Beratung und Betreuung, sowohl durch den Außendienst als auch durch die Mitarbeiter der Direktion und der Bezirksdirektionen, sollen am individuellen Kundenbedarf orientiert sein und in einer dem Kunden zugewandten Art erfolgen.

Der Vertrieb unserer Versicherungsprodukte erfolgt auf der Basis von Verhaltensgrundsätzen, die mit den Standards der Versicherungswirtschaft übereinstimmen.

9. Kommunikation

Alle Aufzeichnungen und Berichte müssen – unabhängig davon, ob sie der internen oder der externen Kommunikation dienen – korrekt, vollständig und wahrheitsgemäß sein. Dies gilt in besonderem Maße für die Buchführung und die Rechnungslegung, aber auch für die sonstigen Berichte über die Geschäftsentwicklung und die Finanzlage der Mecklenburgischen.

Offizielle Stellungnahmen gegenüber den Medien sowie die Kommunikation mit den Medien erfolgen nur durch den Vorstand oder hierzu ausdrücklich beauftragte und autorisierte Mitarbeiter. Dies gilt auch für Äußerungen gegenüber staatlichen Stellen und Aufsichtsbehörden.

10. Schutz der Unternehmenswerte

Zu den Vermögenswerten der Mecklenburgischen gehören Sachwerte, immaterielle Güter, Informationen sowie die Ideen und das Wissen unserer Mitarbeiter. Jeder ist für den Schutz dieser Unternehmenswerte verantwortlich. Diese Unternehmenswerte dürfen nur für zulässige Geschäftszwecke und nicht für rechtswidrige Zwecke benutzt werden.

Bei der Nutzung von Betriebsmitteln der Mecklenburgischen müssen die internen Leitlinien sowie Anweisungen der Mecklenburgischen beachtet werden.

Zum Schutz der Unternehmenswerte und zur Vermeidung haftungsrechtlicher Inanspruchnahme müssen die gesetzlichen und internen Sicherheitsbestimmungen beachtet werden.

11. Spenden und Sponsoring

Bei Spenden und Sponsorengeldern der Mecklenburgischen ist darauf zu achten, dass gesetzliche Vorschriften und interne Bestimmungen eingehalten werden.

Spenden dürfen an Institutionen zur Förderung von Bildung und Wissenschaft, Kunst und Kultur sowie für soziale oder andere als förderungswürdig anerkannte Zwecke vergeben werden.

Die Entscheidung über Spenden an politische Parteien obliegt ausschließlich dem Vorstand.

Beim Sponsoring soll kein Missverhältnis zwischen den Leistungen des Sponsors und dem angestrebten wirtschaftlichen Zweck bestehen.

12. Umgang mit Verstößen

Jeder Einzelne ist für die Einhaltung der in diesem Kodex festgehaltenen Verhaltensregeln verantwortlich. Er muss sich mit dem Inhalt des Kodex vertraut machen und die geltenden Regeln und Verhaltensgrundsätze beachten.

Verstöße gegen Gesetze oder gegen die Regeln dieses Kodex sollen den zuständigen Stellen der Mecklenburgischen wie der internen Revision, dem Compliance-, Datenschutz- bzw. Geldwäschebeauftragten angezeigt werden. Dies gilt insbesondere bei Fällen von Betrug, Korruption, Bilanzfälschung oder sonstigen Handlungen, die straf- oder zivilrechtliche Folgen auslösen könnten.

In Fällen, in denen das Ansehen der Mecklenburgischen gefährdet sein könnte, muss der Vorstand eingeschaltet werden. Dadurch soll es der Mecklenburgischen ermöglicht werden, auf eventuelle Missstände rechtzeitig zu reagieren und diese abzustellen.

Die Kontinuität, mit der unsere Gesellschaft hohe Anforderungen an Verhaltensregeln für den Vertrieb von Versicherungsprodukten stellt, belegen auch unsere „Grundsätze, nach denen wir arbeiten“, die wir uns als Gesellschaft bereits 1976 gegeben haben.

Diese von uns aus freien Stücken aufgestellten Grundsätze zeigen, wie wichtig uns eine solide und bedarfsgerechte Beratung schon immer war und zeigen auch, dass wir schon immer hohe Maßstäbe an ein kundenorientiertes Verhalten in unserem Unternehmen gestellt haben:

Nach diesen Grundsätzen arbeiten wir:

Verhaltensregeln für unsere angestellten und freiberuflichen Außendienstmitarbeiter

- 1. Verkaufen Sie nie eine Versicherung, die Ihr Gesprächspartner nicht benötigt oder die er nicht bezahlen kann.**
Was einer brauchen kann im Sinne von „es ist nett, es zu besitzen“ und was einer benötigt, das sind zwei verschiedene Dinge. Es gibt wohl keine Versicherung, die „man“ nicht brauchen kann, aber ob jemand sie benötigt, richtet sich nach der Lage des Einzelfalles und es richtet sich nach seinem Geldbeutel. Erforschen Sie beides: den tatsächlichen Bedarf des Kunden und seine finanziellen Möglichkeiten. Stimmen Sie den Abschluß auf beides ab.
- 2. Verkaufen Sie nie eine Versicherung, die einer nicht haben will, auch wenn er sie Ihrer Meinung nach braucht.**
Auf den Unterschied zwischen „nötig haben“ und „brauchen können“ wurde bereits hingewiesen. Wenn aber ein Kunde, gleichviel aus welchem Motiv heraus, einen Versicherungsvertrag einfach nicht haben will, dann sollten Sie nicht versuchen, ihn zu überreden – was einem erstklassigen Verkäufer sicherlich gelingt –, sondern sollten Ihre Aktentasche schließen. Ein aufgezwungener Vertragsabschluß wird bald zur Last. Irgendwann wird der Käufer versuchen, sich davon zu befreien mit dem Ergebnis: Der Kunde hat Geld verloren, Sie verlieren Ihre Provision, wir verlieren unseren guten Ruf und haben außerdem auch noch Arbeit damit.
- 3. Geben Sie nie eine Auskunft, von deren Richtigkeit Sie nicht hundertprozentig überzeugt sind.**
Geben Sie ruhig zu, daß Sie nicht alles wissen können. Fragen Sie bei Ihrer Bezirksdirektion nach. Das ist kein Zeichen von Schwäche, im Gegenteil: Nur der Starke kann es sich leisten, zuzugeben, daß auch er nicht perfekt ist. Ganz abgesehen davon imponieren Sie dem Kunden mit Ihrer Sorgfalt.
- 4. Halten Sie nicht mit einer wichtigen Information zurück, auch wenn Sie dadurch den Abschluß gefährden.**
Wenn eine wichtige Information den Abschluß gefährdet, haben Sie entweder das Gespräch falsch geführt oder der Kunde braucht gerade diese Versicherung nicht.
Haben Sie das Gespräch falsch geführt, nehmen Sie sich Zeit und fangen noch einmal von vorne an. Braucht der Kunde diese Versicherung nicht, sagen Sie dem Kunden das offen.
- 5. Bleiben Sie immer bei einer sauberen und deutlichen Darstellung von Preis und Leistung.**
Wenn die wahrheitsgemäße Darstellung von Preis und Leistung den Abschluß gefährdet, dann lassen sie es bitte besser bleiben. Irgendwann merkt der Kunde doch, was er bezahlen muß, nämlich spätestens dann, wenn er seine Überweisung ausfüllt, und die Leistung wird er auch oft genug prüfen können, denn nicht jeder Versicherungsvertrag verläuft schadenfrei. Sie haben also den Ärger nur aufgeschoben. Die Wahrheit sofort ist meistens viel bequemer als der Ärger hinterher.
- 6. Sagen Sie immer, daß Sie von einer Versicherungsgesellschaft – von der Mecklenburgischen – kommen.**
Ohne Versicherung ist ein Leben in unserer Gesellschaft mit seinen vielfältigen Gefahren nicht möglich. Sie brauchen deshalb keine Tricks, um eine Versicherung nach den übrigen neun Grundsätzen zu verkaufen. Begeben Sie sich nicht auf das Niveau mancher Werber, die vorgeben, von Behörden oder irgendwelchen Institutionen zu kommen.
- 7. Geben Sie sich nicht dazu her, durch einen fingierten Schaden einen Konkurrenzvertrag zu kündigen.**
Die Kündigungsmöglichkeit nach einem Schadenfall ist ganz bewußt in die Versicherungsbedingungen eingearbeitet worden. Von ihrem ursprünglichen Sinn her soll sie dem Kunden bei den meist mehrjährigen Verträgen eine Kündigungsmöglichkeit geben, wenn er mit der Regulierung seiner Gesellschaft nicht zufrieden ist. Nach den Bedingungen benötigt er keine Begründung für seine Kündigung. Findige Konkurrenzvertreter nutzen das aus und raten dem Kunden, einen kleinen Schaden zu fingieren. Das ist ein ganz mieser Trick! Ein Agent, der so etwas nötig hat, soll sich besser einen anderen Beruf suchen. Er gehört darüber hinaus aber auch schon deshalb aus unseren Reihen entfernt, weil seine moralische Haltung nicht einwandfrei ist und weil er dadurch durch den Kunden erpreßbar wird. Kunden, die so etwas von sich aus tun, sind uns nicht erwünscht.
- 8. Stimmen Sie dem Kunden niemals zu, wenn er negativ über Ihre Konkurrenz spricht.**
Denken Sie daran, daß Sie nicht nur sich selbst und Ihr Unternehmen, sondern auch die ganze Branche vertreten. Begegnen Sie Kritik mit der Bereitschaft zuzuhören, aber auch mit dem Bewußtsein, daß jedes Ding zwei Seiten hat und daß der Kunde Ihnen die Dinge immer nur aus seiner Sicht erzählt. Versuchen Sie, das Problem zu versachlichen und nehmen den Konkurrenten in Schutz. Wenn Sie aber feststellen sollten, daß der Kunde sich über einen nicht ersatzpflichtigen Schaden aufregt, dann sagen Sie ihm bitte, daß ein solcher Schaden bei uns auch nicht ersatzpflichtig wäre. Tun Sie das nicht, wird er Ihnen eines Tages die Rechnung präsentieren.
- 9. Kümmern Sie sich um Ihren Kunden auch nach dem Abschluß.**
Das ist so banal, daß man dazu eigentlich gar keine Erläuterung mehr zu geben braucht. Leider beherzigen nur wenige diesen Grundsatz wirklich. Der Kunde bezahlt dafür, dass Sie ihn betreuen sollen, einen Zuschlag auf die Prämie. Er kauft also Ihre Dienstleistung, indem er dafür Geld bezahlt. Sie tun ihm also keinen Gefallen, wenn Sie sich von Zeit zu Zeit bei ihm sehen lassen, sondern Sie erbringen die Gegenleistung für die er bezahlt hat. Wenn Sie nicht bereit sind, den neunten Grundsatz zu beachten, dann können Sie auch den ersten und zweiten Grundsatz nicht beachten. Nur dann, wenn Sie sich regelmäßig um Ihren Kunden kümmern, wissen Sie, ob er inzwischen vom Stadium des „Brauchenkönnens einer Versicherung“ in das Stadium des „Nötighabens“ und „Bezahlenkönnens“ eingetreten ist.
- 10. Vergessen Sie nie, daß der Kunde und seine Interessen im Mittelpunkt Ihrer Bemühungen stehen. Ihr Provisionsinteresse ist zweitrangig.**
Dieser Grundsatz ist eigentlich das moralische Rückgrat für jeden Versicherungsvertreter. Sie verkaufen keine Eintagsware, die man noch am gleichen Tag verbraucht. Sie gehen vielmehr mit dem Kunden eine langjährige Verbindung, ja vielleicht eine lebenslängliche Verbindung, ein. Nur mit dem Grundsatz, „dem Kunden Nutzen zu bringen und Schaden von ihm abzuwenden“, können Sie sich auf Dauer behaupten. Der Kunde wird es Ihnen durch Treue und weitere Abschlüsse danken. Ihre Provision ist zweitrangig, das heißt nicht etwa, daß Ihre Provision unwichtig ist, im Gegenteil! Zweitrangig bedeutet ja auch nur, daß noch eine einzige Sache, nämlich das Interesse des Kunden, vorgeht. Die Provision kommt sofort danach.

Mai 1976



Mecklenburgische

V E R S I C H E R U N G S G R U P P E

Ihr Vertrauen – unsere Verpflichtung

Direktion: Platz der Mecklenburgischen 1 · 30625 Hannover · Telefon 0511 5351-0 · Postanschrift: 30619 Hannover
www.mecklenburgische.de · service@mecklenburgische.de