

## **VDVM Code of Conduct Wettbewerbsregeln**

*Der VDVM-Makler wird sich stets dafür einsetzen, dass das Ansehen des Berufsstandes des Versicherungsmaklers in der Öffentlichkeit gefördert wird. Er wird jede Handlung unterlassen, die Anstand und Sitte im geschäftlichen Verkehr verletzt oder die mit den Grundsätzen des lautereren Wettbewerbs oder den Gepflogenheiten im Versicherungs(-makler)gewerbe nicht im Einklang steht.*

### **1. Fairer Leistungswettbewerb**

Der Wettbewerb in der Versicherungswirtschaft insgesamt und der VDVM-Makler beruht auf dem Leistungsprinzip und darf nur sachlich mit ehrlichen und anständigen Mitteln geführt werden (vgl. § 3 Nr. 1 Abs. 4 VDVM-Satzung).

### **2. Sicherung des Vertrauens in die Versicherungswirtschaft und Wahrung der guten kaufmännischen Sitten**

Da die Versicherungswirtschaft und speziell der Versicherungsmakler auf Vertrauen angewiesen sind, muss im Wettbewerb alles vermieden werden, was geeignet sein könnte, dieses Vertrauen zu stören. Der Versicherungsmakler hat wegen seiner besonderen Aufgabenstellung auch zur Funktionstüchtigkeit des gesamten Versicherungsmarktes beizutragen (vgl. § 3 Nr. 1 Abs. 3 VDVM-Satzung).

Versicherungsmakler, Versicherungsunternehmen und Versicherungsvertreter haben unter-einander, sowie gegenüber Dritten, insbesondere gegenüber dem Verbraucher, darauf zu achten, dass die guten kaufmännischen Sitten und damit das Ansehen der gesamten Versicherungswirtschaft und des einzelnen Berufsangehörigen gewahrt bleiben.

### **3. Verbot der Verunglimpfung**

Im Wettbewerb unterbleiben unwahre oder herabsetzende Äußerungen direkter und indirekter Art über andere Marktteilnehmer, z.B. über Versicherungsmakler und deren Dienstleistungen, oder über Konkurrenzprodukte.

#### **4. Allgemeine Anforderungen an die Werbung**

Die Werbung, insbesondere durch Werbeschriften, Werbeanzeigen oder sonstige Werbemittel, muss eindeutig, klar verständlich und wahrheitsgetreu sein; Übertreibungen sind zu vermeiden. Es ist unzulässig, etwas, das in der Versicherungswirtschaft selbstverständlich ist, als Besonderheit eines Unternehmens herauszustellen.

Dies gilt auch für die Angaben der Versicherungsmakler über ihre persönlichen und beruflichen Verhältnisse, insbesondere über die ihnen übertragenen Befugnisse.

#### **5. Werbung mit der eigenen Leistung, vergleichende Werbung und Leistungsvergleiche**

Die Werbung soll sich auf das Hervorkehren der eigenen Leistung in sachlicher und positiver Form beschränken.

Vergleichende Werbung ist darüber hinaus nur in den vom allgemeinen Wettbewerbsrecht gezogenen Grenzen zulässig. Sie muss wahr, sachlich und vollständig sein, darf für den Vergleich wesentliche Tatsachen nicht unterdrücken und hat Leistungs- und Vergütungsunterschiede in sachlicher Form und Aufmachung anhand nachprüfbarer Tatsachen darzustellen.

Diese Grundsätze gelten auch für Angebote von Versicherungsmaklern, die einen Vergleich von Versicherungsprodukten enthalten.

#### **6. Vergabe und Annahme von Zuwendungen**

Versicherungsmakler und deren Mitarbeiter dürfen anderen Personen keine Zuwendungen, Geschenke oder sonstige Vorteile für diese oder für einen Dritten anbieten, versprechen oder gewähren, die geeignet sind, geschäftliche Entscheidungen in unlauterer Weise zu beeinflussen.

Versicherungsmakler und deren Mitarbeiter dürfen keine Zuwendungen, Geschenke oder sonstige Vorteile für sich oder für einen Dritten fordern, sich versprechen lassen oder annehmen, die geeignet sind, geschäftliche Entscheidungen in unlauterer Weise zu beeinflussen.

## **7. Die Vergütung des Versicherungsmaklers**

Der Versicherungsmakler hat für alle Elemente seiner Tätigkeit einen Anspruch auf faire Vergütung.

Die Vermittlungs- und Betreuungsleistungen des Versicherungsmaklers werden in der Regel durch die von den Versicherungsgesellschaften gezahlten Courtagen abgegolten. Dabei sind die die sogenannten Transparenz-Leitlinien des VDVM als Teil des Codes of Conduct maßgeblich. Eine honorarpflichtige Dienstleistung, speziell eine Versicherungsberatung nach § 34 d Abs. 1 Satz 4 GewO, ist dem Versicherungsnehmer/Kunden gegenüber vor Leistungserbringung deutlich zu kommunizieren.

Mit dem Berufsbild des Versicherungsmaklers und dem Anspruch an einen VDVM-Makler hinsichtlich Qualität und Vertrauen in seine Dienstleistung verträgt sich ein dauerhaftes Verschleudern seiner Dienstleistungen nicht.

Bei einem Vermittlerwechsel finden – soweit Verbandsmitglieder nicht im Einzelfall eine abweichende Regelung vereinbart haben – die Usancen der Versicherungswirtschaft Anwendung.

## **8. Unzulässigkeit der Ausspannung, Einbruch in fremde Kundenbestände**

Es ist unzulässig, in fremde Versicherungs- und Kundenbestände mit unlauteren Mitteln einzudringen. Unlauter ist insbesondere, wenn unter Verletzung der Strafvorschriften der §§ 17-19 UWG fremde Geschäftsgeheimnisse unrechtmäßig erlangt und/oder verwertet oder Versicherungsmakler bzw. deren Mitarbeiter zum Vertragsbruch verleitet werden.

## **9. Abwerbung von Geschäftsführern und Mitarbeitern eines Versicherungsmaklers**

Es ist unzulässig, Geschäftsführer und/oder Mitarbeiter eines Versicherungsmaklers durch unlautere Mittel abzuwerben. Unlauter ist insbesondere:

- eine planmäßige Abwerbung, die eine nachhaltige Schädigung eines Mitbewerbers bezweckt oder eine Existenzgefährdung des Mitbewerbers billigend in Kauf nimmt;
- die Herabsetzung eines Mitbewerbers, seiner Dienstleistungen oder seiner Konkurrenzprodukte zum Zweck der Abwerbung;
- die Abwerbung mit unwahren Äußerungen.

*Hamburg, 21. November 2008*