



LVM-Versicherungsagentur Dominik Elzner

# Nachhaltigkeitsstrategie 2022



**Nachhaltiger  
Vermittlerbetrieb**

Eine Initiative des BVK e.V.  
[www.nachhaltiger-vermittlerbetrieb.de](http://www.nachhaltiger-vermittlerbetrieb.de)

**LVM**  
VERSICHERUNG

# Inhaltsverzeichnis

## Teil 1

- Angaben zum Vermittlerbetrieb
- Motivation

## Teil 2 - Kategorien und Kriterien

### Kategorie: „Strategie“

- Nachhaltigkeitsstrategie
- Wesentlichkeit
- Tiefe der Wertschöpfungskette

### Kategorie „Unternehmensführung“

- Prozesse und Regeln
- Nachhaltige Führung
- Stakeholder

### Kategorie „Umwelt“

- Ressourcennutzung und Emissionen
- Ressourcenmanagement
- Umwelt-Engagement

### Kategorie „Gesellschaft“

- Menschen- und Arbeitnehmerrechte
- Gemeinwesen und Solidarität
- Compliance

## Impressum

## Teil 1

### Ihre LVM-Versicherungsagentur Dominik Elzner

Moin,

mein Name ist Dominik Elzner und seit mehr als 8 Jahren bin ich im Versicherungsbereich tätig. Seit dem 01.01.2020 darf ich die LVM-Versicherungsagentur in Brüel leiten.

Schon als Jugendlicher hat mich das komplexe Thema Versicherungen fasziniert. Ich hatte und habe weiterhin Spaß daran jeden Tag neue Leute kennenzulernen und den tristen Büroalltag abwechslungsreich und spannend zu gestalten.

Heute bin ich stolz darauf, zusammen mit meinem Team, Ihr Ansprechpartner in Brüel und Umgebung zu sein. Service und unkomplizierte Lösungen stehen dabei für mich an erster Stelle. Sowohl für Ihre privaten Risiken, als auch für Ihre unternehmerischen Herausforderungen bieten wir Ihnen immer die passende Absicherung.

Unsere Beratungen finden in unserem Büro vor Ort, bei Ihnen Zuhause oder auch per Videoberatung statt. Hier erfassen wir die Ziele und Wünsche unser Kund:innen und legen gemeinsam die Handlungsfelder und Vorgehensweise der Zusammenarbeit fest.

Als junges Unternehmen legen wir seit Beginn an Wert auf Themen wie Digitalisierung und Nachhaltigkeit. Nachdem wir bereits im privaten Umfeld einige Erfahrungen gemacht haben, sollen diese Themen nun auch betrieblich mehr in den Fokus rücken. Daher haben wir uns entschieden eine Nachhaltigkeitsstrategie festzulegen, um mehr Verbindlichkeiten und die dazugehörige Transparenz zu schaffen.

Wir freuen uns darauf, Sie bald in einem Termin persönlich kennenzulernen und Sie von unserer Agentur überzeugen zu dürfen.

Ihr

Dominik Elzner



## MOTIVATION

Das Thema Nachhaltigkeit ist für uns eine Herzensangelegenheit.

Nachhaltigkeit bedeutet für uns, langfristig und ganzheitlich Verantwortung für Menschen und Umwelt zu übernehmen. Die letzten Umweltkatastrophen und immer öfter auftretende Klimaextreme sind eine Warnung für uns alle. Sie ermahnen, bewusster mit unserer Welt umzugehen und zudem unseren ökologischen Fußabdruck zu reduzieren. Der erste Schritt zu diesem Ziel ist die Schonung wertvoller Ressourcen. Nachhaltigkeit im Büro leistet einen wichtigen Dienst für den Erhalt unserer Erde.

Daher gilt bei uns

- Digitalisierung statt Aktenberge
- Einsatz digitaler Innovationen (Videoberatung, WhatsApp, „Meine LVM“-App, LVM-iSignature App) für einen besseren Kundenzugang
- Prozessoptimierung, um unter anderem die Zufriedenheit der Kunden zu steigern
- Nachhaltiger Konsum und umweltfreundliches Verhalten im Arbeitsalltag
- Bewusstes Energiesparen am Arbeitsplatz
- Unterstützung für nachhaltige Verhaltensweisen
- Wertbeitrag in der Region
- Spenden und Sponsorship
- Nachhaltige Finanzprodukte, die u.a. erneuerbare Energien fördern
- gute und faire Arbeitsbedingungen
- Gesundheitsschutz und Sicherheit am Arbeitsplatz
- Achtung der Vielfalt und Chancengleichheit

Wir wollen möglichst viel zur Erhaltung der Umwelt und damit auch zum Erhalt des Lebensraums von Menschen, Tieren und Pflanzen beitragen. Auch das Nachfrageverhalten unserer Kund:innen ändert sich in Bezug auf das Thema Nachhaltigkeit. Zum Beispiel werden Produkte der Altersvorsorge oder Geldanlagen immer stärker auf Nachhaltigkeit angefragt. Umso mehr sind neue Ideen und Umsetzungsmöglichkeiten für uns von Bedeutung.

Interessante Einblicke und Informationen zu unseren aktuellen Nachhaltigkeitsthemen haben wir für Sie in diesem Nachhaltigkeitsbericht zusammengefasst.

## Teil 2

### Kategorie: STRATEGIE

Mit der Formulierung dieser Strategie legen wir den Grundstein für eine jährliche Berichterstattung zum Thema Nachhaltigkeit. Unser Ziel ist es, konkrete Ziele und Maßnahmen zur Zielerreichung zu formulieren. Wir veröffentlichen diese auf [www.nachhaltiger-vermittlerbetrieb.de](http://www.nachhaltiger-vermittlerbetrieb.de) und fordern alle Stakeholder auf, uns an unserer Selbstverpflichtung zu messen, Feedback zu geben sowie sich selbst aktiv zu beteiligen und damit einen aktiven Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung zu leisten.

Wir bekennen uns zu den 17 Sustainable-Development-Goals der Vereinten Nationen und richten unsere Ziele und Maßnahmen sowie deren Verfolgung und Berichterstattung daran aus.





## **NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE**

### **STATUS QUO**

Wir entwickeln eine verbindliche Nachhaltigkeitsstrategie, geben diese als verbindlichen Handlungsgrundsatz allen Mitarbeitenden vor und kommunizieren unser Engagement und unsere Grundhaltung gegenüber allen Stakeholdern.

Die nachhaltige Entwicklung ist bei uns eine verbindliche Vorgabe und ist als Ausdruck unserer Wertehaltung in das Leitbild integriert.

### **STRATEGIE**

Wir formulieren konkrete Ziele und Maßnahmen zur besseren Umsetzung. Wir veröffentlichen diese Ziele und Maßnahmen und fordern alle Stakeholder auf, uns an unserer Selbstverpflichtung zu messen, Feedback zu geben sowie sich selbst aktiv zu beteiligen und damit einen aktiven Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung zu leisten.

### **ZIELE**

Wir wollen die LVM-Versicherungsagentur Dominik Elzner unter Berücksichtigung oben genannter Vorgaben langfristig zu einem Unternehmen ausbauen, das neben den Vertriebsschwerpunkten auch die Nachhaltigkeit als zentrales Ziel berücksichtigt.

Der Umbau in eine Versicherungsagentur bei der Nachhaltigkeit gelebt wird, ist hierbei stets zu berücksichtigen.

### **MAßNAHMEN**

Die Aufgabenmatrix wird um den Punkt Nachhaltigkeit ergänzt und es wird ein Nachhaltigkeitsbeauftragter in der Agentur benannt. Dieser überprüft in regelmäßigen Abständen die Einhaltung der einzelnen Maßnahmen.

## WESENTLICHKEIT

### STATUS QUO

Da wir uns unserer sozialpolitischen sowie ökologischen Verantwortung sehr bewusst sind, kommunizieren wir diese klar. Wir haben dies in unseren Beratungsprozess eingebunden und thematisieren dies in jeder Unternehmensvorstellung.

### STRATEGIE

Der stetige Wandel der Gesellschaft und des politischen Umfelds wollen wir uns regelmäßig anpassen. Dazu ist es notwendig den Fortschritt durch Digitalisierung an die Ziele und Wünsche des Kund:innen anzupassen. Dem tragen wir Rechnung unter Nutzung modernster Tools und regelmäßiger Schulung der Mitarbeiter:innen und des Agenturinhabers.

Neben der sozialen werden wir auch der ökologischen Verantwortung gerecht, indem wir als positives Beispiel vorangehen und Nachhaltigkeit auf die Tagesordnung setzen.

### ZIELE

Unser Ziel ist es, unseren Kund:innen aller Altersgruppen ihre Situation mit verständlicher Sprache aufzuzeigen. Die Aufklärung kann persönlich oder digital stattfinden. Dabei „übersetzen“ wir komplexe Sachverhalte in leicht verständliche Sprache und zeigen Lösungsmöglichkeiten in den unterschiedlichen Handlungsfeldern auf.

### MAßNAHMEN

Beim Blick nach innen beschäftigen wir uns mit Themen wie:

- Mitarbeitendenmotivation; Konsumverhalten bzw. Ressourcenverbrauch der Mitarbeitenden; Mitarbeitergesundheit

Beim Blick nach außen beschäftigen wir uns mit Themen wie:

- Konsumverhalten; Beratung; Vorbildfunktion und Motivation für andere Versicherungsagenturen; ethische Grundsätze; soziales Engagement

## **WERTSCHÖPFUNG**

### **STATUS QUO**

Auch im Bezug auf die Wertschöpfungskette sind wir uns unserer Verantwortung bewusst. Wir streben daher eine klare Kommunikation im Bezug auf unsere Stakeholder an, um ein entschiedenes Handeln, intern sowie extern, zu ermöglichen.

### **STRATEGIE**

Wir planen uns einen Überblick über alle Stakeholder zu verschaffen und hieraus einzelne Maßnahmen abzuleiten und so ein Bewusstsein für nachhaltige Entwicklung zu schaffen.

### **ZIELE**

Wir streben einen Wechsel auf nachhaltige Lieferant:innen an und wollen so das Thema Nachhaltigkeit auch bei diesen sowie bei unseren Kund:innen noch weiter in das Bewusstsein bringen.

### **MAßNAHMEN**

Unser Leitbild werden wir in Zukunft noch konsequenter gegenüber unseren Kund:innen sowie Lieferant:innen kommunizieren. Außerdem wollen wir die Förderung von regionalen Vereinen und Verbänden mit besonderem ökologischem Engagement vorantreiben.



## **Kategorie: UNTERNEHMENSFÜHRUNG**

### **PROZESSE UND REGELN**

#### **STATUS QUO**

Wir verfügen über eine Aufgabenmatrix die regelmäßig überprüft und überarbeitet wird. Der Agenturalltag zeigt uns regelmäßig auf, Abläufe und Prozesse zu hinterfragen. Wir versuchen möglichst papierlos zu arbeiten. Aktenordner und Hängeregister wurden abgeschafft und digitalisiert.

Nachhaltigkeit soll gelebt werden und wir freuen uns als Team, wenn wir wieder einen Bereich nachhaltiger machen.

Wir führen halbjährliche Gespräche mit den Mitarbeitenden, in denen zukünftig auch der Bereich Nachhaltigkeit thematisiert wird. Durch die Aufnahme des Bereichs in die Aufgabenmatrix haben wir eine Verantwortlichkeit zur Überwachung der Nachhaltigkeitskriterien geschaffen. Auch in den Teammeetings soll das Thema Nachhaltigkeit zukünftig berücksichtigt werden.

#### **STRATEGIE**

Die Nachhaltigkeitsaspekte werden in zukünftigen Gesprächen sowie in der Aufgabenmatrix berücksichtigt. Dadurch soll eine regelmäßiges Controlling dieser Aspekte ermöglicht werden.

#### **ZIELE**

Das Thema Nachhaltigkeit wird ein fester Bestandteil der MA-Gespräche. Der Nachhaltigkeitsbeauftragte überwacht die Umsetzung der festgelegten Maßnahmen und begleitet die Einarbeitung neuer Mitarbeiter:innen im Bezug auf das Thema Nachhaltigkeit.

#### **MAßNAHMEN**

Die Überwachung der Ziele erfolgt im Rahmen des jährlichen Nachhaltigkeitsberichts. Hier erfolgt eine Dokumentation des Status quo sowie der zukünftigen Ziele.

## NACHHALTIGE FÜHRUNG

### STATUS QUO

Es erfolgt die Einbeziehung der Mitarbeiter:innen durch regelmäßigen kollegialen Austausch im Team. Es finden regelmäßig Gespräche statt.

### STRATEGIE

Folgende Bereiche sind/werden in unserer Agentur verfolgt:

- betriebliches Gesundheitsmanagement in Zusammenarbeit mit der LVM Versicherung
- Weiterbildung über das LVM Bildungsprogramm und externe Weiterbildung
- offene Kommunikation in der Agentur durch regelmäßige Mitarbeitergespräche und interne Veranstaltungen
- gemeinschaftliches Produktionsziel vs. Leistungsdruck

### ZIELE

Nur ein zufriedener und gesunder Mitarbeitender trägt zum gemeinsamen Geschäftserfolg bei. Da wir einen Großteil unserer Zeit auf der Arbeit verbringen, legen wir ebenso einen Fokus auf einen freundschaftlichen und fairen Umgang miteinander.

So legen wir den Grundstein einer beruflichen Heimat für die Mitarbeitenden und für die Führung der Agentur.

### MAßNAHMEN

Die o.g. Strategie wird umgesetzt und die Ziele konsequent verfolgt.

## **STAKEHOLDER**

### **STATUS QUO**

Relevante Stakeholder unserer Agentur sind unsere Kund:innen, Familie und Freund:innen, die LVM-Versicherung sowie Kooperationspartner:innen und befreundete Versicherungsagenturen. Zurzeit sind nur einige dieser in unseren Überlegungen zum Thema Nachhaltigkeit eingebunden.

### **STRATEGIE**

Diesbezüglich werden wir mit unseren Stakeholdern klare Informationen zu unseren Zielen kommunizieren, um auch hier ein Bewusstsein für das Thema Nachhaltigkeit zu schaffen.

### **ZIELE**

Wir nutzen alle Instrumente und Materialien, die uns von der Initiative [www.nachhaltiger-vermittlerbetrieb.de](http://www.nachhaltiger-vermittlerbetrieb.de) zur Verfügung gestellt werden, um eine maximale Reichweite zu erzielen. Wir planen eigene Kundeninformationen zu Nachhaltigkeitsaspekten der Versicherungswirtschaft durchzuführen, um unser Engagement transparent zu machen.

### **MAßNAHMEN**

Wir fordern unsere Kund:innen und andere Stakeholder aktiv dazu auf unsere Nachhaltigkeitsstrategie zu Kenntnis zu nehmen, sich damit auseinander zu setzen und uns ein kritisches Feedback zu geben.

Wir agieren bei uns im Bereich als „Leuchtturm“ und versuchen weitere Agenturen von der Wichtigkeit zu überzeugen.

## **Kategorie: UMWELT**

### **RESSOURCENNUTZUNG UND EMISSIONEN**

#### **STATUS QUO**

Wir sind uns der Tatsache bewusst, dass wir wie jedes Unternehmen natürliche Ressourcen nutzen. Nachhaltigkeit bedeutet für uns das Bewusstsein dieses Einflusses und die Übernahme der Verantwortung für die Folgen unserer wirtschaftlichen Tätigkeit.

#### **STRATEGIE**

Unsere Mitarbeitenden motivieren wir achtsam mit den vorhandenen Ressourcen umzugehen. Unser Umweltbewusstsein soll über unsere Agentur hinaus auch im Privatleben der Mitarbeitenden ankommen.

#### **ZIELE**

Wir wollen hier die Eigenverantwortung jedes Mitarbeitenden fördern, um im Umgang mit Ressourcen erhöhte Achtsamkeit zu schaffen. Die Nachhaltigkeit aus dem privaten Bereich soll zukünftig auch beruflich umgesetzt und ausgebaut werden. Durch die regelmäßige Umsetzung von nachhaltigen Projekten (z.B. Bäume pflanzen) soll neben einer Reduzierung unseres Ressourcenverbrauchs auch eine Reduzierung unserer Emissionen erfolgen.

#### **MAßNAHMEN**

- Ernennung eines Nachhaltigkeitsbeauftragten in der Agentur
- Erweiterung unserer Mobilität durch ein E-Fahrzeug für unser Agenturteam sowie Nutzung von Fahrgemeinschaften, sofern möglich und sinnvoll
- Berücksichtigung von Ressourcennutzung auch bei der Anschaffung von z.B. elektronischen Geräten (Energieverbrauch)
- bewusste Nutzung von Ressourcen (Strom, Wasser, Papier, etc.) sowie Reduzierung des Müllaufkommen und korrekte Mülltrennung
- Ausbau der digitalen Kommunikation sowie Nutzung von digitalen Alternativen (z.B. MeineLVM-App)

## RESSOURCENMANAGEMENT

### STATUS QUO

Wir beziehen unsere Ressourcen möglichst von lokalen Lieferant:innen, um Transportemissionen zu vermeiden. Unsere Mitarbeiter:innen sind bereits aufgefordert Vorschläge zur Ressourceneinsparung zu erbringen. Dies zeigt sich unter anderem in der stetigen Reduzierung des Papierverbrauchs auf dem Weg zum papierlosen Büro.

### STRATEGIE

Neben der Umstellung auf nachhaltige Produkte (z.B. fair trade Kaffee) wird bewusst geprüft, ob die Nutzung bestimmter Ressourcen nötig ist bzw. ob umweltfreundlichere Alternativen möglich sind.

### ZIELE

Wir wollen die Eigenverantwortung eines jeden Einzelnen fördern und somit ein Vorbild für andere Agenturen sein. Neben einer ressourcenschonenden Arbeitsweise nimmt auch die digitale Kommunikation ständig zu. Hier wollen wir unsere Kund:innen an die Hand nehmen und damit nicht nur unseren, sondern auch den Ressourcenverbrauch der Kund:innen senken.

### MAßNAHMEN

Wir motivieren uns im Team und unsere Kund:innen zu immer neuen Ideen. Hierzu wollen wir regelmäßig auch mit Hilfe von kurzen Videos unsere Follower:innen über die sozialen Medien ansprechen. Hier folgen uns Freund:innen, Bekannte, Kund:innen und befreundete Agenturen. Der Einsatz eines e-Bikes für Kundenbesuche im näheren Umfeld und für kurze Wege wird bereits umgesetzt. Hier ist künftig auch die Nutzung eines E-Autos geplant, welches bereits bestellt wurde.

Zukünftig soll auch die Anzahl an Onlineberatungen zunehmen, da dies unnötige Fahrtwege vermeidet und somit zur Senkung unseres Ressourcenverbrauchs beiträgt.

## UMWELTENGAGEMENT

### STATUS QUO

Unsere Mitarbeiter:innen sind bereits aus eigener Motivation sensibilisiert. Regionale und vegane Produkte werden bei uns bevorzugt.

Außerdem wird bereits das Fahrrad für den Arbeitsweg genutzt, wo dies möglich ist.

### STRATEGIE

Wir werden unser Engagement noch transparenter machen und unsere Kund:innen sowie Vertriebspartner:innen einbeziehen.

### ZIELE

Wir möchten so umweltschonend wie möglich arbeiten und unterwerfen uns einer regelmäßigen Überprüfung mittels des Nachhaltigkeitsbericht.

Neben den beruflichen Möglichkeiten streben wir auch die Umsetzung im privaten Bereich an.

### MAßNAHMEN

Geplant ist unter anderem, dass wir Bäume pflanzen lassen. Zielgebiet ist Mecklenburg-Vorpommern. Die Umsetzung befindet sich aktuell in der Planung. Zudem prüfen wir die Förderung von regionalen Blühwiesen.

Neben der konsequenten Mülltrennung im beruflichen sowie privaten Bereich streben wir auch die Zusammenarbeit mit regionalen Umweltbeauftragten an (z.B. beim Pflanzen von Bäumen).

Wir werden zeitnah Teil von „Refill Deutschland“ (<https://refill-deutschland.de/>) und tragen so zur Reduzierung von Plastikmüll bei.



## **Kategorie: GESELLSCHAFT**

### **MENSCHEN- UND ARBEITNEHMER:INNENRECHTE**

#### **STATUS QUO**

Unsere Kund:innen werden unabhängig von Herkunft, Geschlecht, sexueller Orientierung, religiöser Ansicht und sozialem Umfeld auf einem gleichen, hohen, Niveau beraten. Wir achten bei unseren Mitarbeiter:innen sowie der Geschäftsführung auf ein ausgeglichenes Verhältnis zwischen Arbeitszeit und Freizeit. Wir fördern die Vereinbarkeit zwischen Familie und Beruf. Wir pflegen zudem einen offenen und fairen Umgang miteinander.

Gibt es Probleme, suchen wir nach Lösungen.

Durch die LVM haben alle unserer Mitarbeitenden die Möglichkeit Unterstützung in Anspruch zu nehmen. Vier Sozialreferent:innen stehen ihnen als Kontaktmöglichkeit für die LVM-Sozialberatung zur Verfügung.

#### **STRATEGIE**

Das Wohlbefinden unserer Kund:innen und Mitarbeiter:innen innerhalb der Agentur ist uns sehr wichtig. Im Bezug auf die Vereinbarkeit von Beruf und Familie suchen wir stets nach Lösungen, um dies weiter zu optimieren.

#### **ZIELE**

Wir möchten zufriedene Mitarbeiter:innen und Kund:innen.  
Unsere Agentur ist für jeden offen.

#### **MAßNAHMEN**

Zukünftig ist die Einrichtung einer Spielecke für Kinder geplant

## **GEMEINWESEN UND SOLIDARITÄT**

### **STATUS QUO**

Solidarität heißt füreinander da zu sein. Der Grundsatz „Einer für alle und alle für einen“ wird daher bereits heute schon als Grundlage in unserer Agentur berücksichtigt. Es gibt keine Einzelziele, sondern es werden gemeinsame Ziele im Bezug auf den Erfolg unserer Agentur verfolgt. Neben den ökonomischen, gilt dies natürlich auch für unsere ökologischen Ziele. Auch außerhalb unserer Agentur bringen wir uns aktiv in unserer Region ein.

### **STRATEGIE**

Aktuell bewerten wir unseren o.g. Stand als gut und planen daher keine strategischen Anpassungen.

### **ZIELE**

Unser Solidaritätsgedanke soll auch für unsere Kund:innen sichtbar sein. Als Teil unserer Region bringen wir uns daher weiterhin aktiv ein.

### **MAßNAHMEN**

Die Beteiligung an Veranstaltungen sowie die Zusammenarbeit mit z.B. Schulen in unserer Region verstehen wir auch weiterhin als Teil unserer Tätigkeit. Zukünftig soll hier auch unsere Ausrichtung im Bezug auf die Nachhaltigkeit ein Bestandteil werden.

## **COMPLIANCE**

### **STATUS QUO**

Durch unseren Partner und Produktgeber haben wir die Möglichkeit auf das Compliance-Managementsystem der LVM Versicherung zurückzugreifen. (z.B. Schulungen, Ansprechpartner bei entsprechenden Rückfragen)

### **STRATEGIE**

Durch Compliance erreichen wir eine Risikominimierung. Mangelnde Compliance kann für Unternehmen und ihre Organe zivil- und strafrechtliche Folgen haben und auch zu Reputationsschäden führen.

### **ZIELE**

Mit dem Compliance möchten wir als Unternehmen das Einhalten von Gesetzen und Richtlinien im Unternehmen fördern sowie Fehlverhalten vermeiden.

### **MAßNAHMEN**

Wir planen hier aktuell keine weiteren Maßnahmen.

Verantwortlich für die Inhalte:

**LVM-Versicherungsagentur Dominik Elzner**

August-Bebel-Straße 20 in 19412 Brüel

Tel: 038483 20310

Mail: [info@elzner.lvm.de](mailto:info@elzner.lvm.de)

Web: <https://agentur.lvm.de/elzner>

**Gebundener Versicherungsvertreter nach § 34d Abs. 7 Satz 1 Nr. 1 der Gewerbeordnung**

Registrierungsnummer D-0MJW-ONM9Z-65 ([www.vermittlerregister.info](http://www.vermittlerregister.info))

**Zuständige Aufsichtsbehörde:**

Industrie- und Handelskammer zu Schwerin, Graf-Schack-Allee 12, 19053 Schwerin

Mitglied der vorgenannten IHK

**Berufsbezeichnung:**

Versicherungsvertreter gemäß Versicherungsvermittlerregister; Bundesrepublik Deutschland

**Berufsrechtliche Regelungen:**

§ 34d Gewerbeordnung (GewO)

§§ 59-68 Versicherungsvertragsgesetz (VVG)

Versicherungsvermittlerverordnung (VersVermV)

**Verbraucherstreitbeilegung**

Ich nehme an einem Streitbeilegungsverfahren vor den aufgeführten Verbraucherschlichtungsstellen teil:

Versicherungsombudsmann e. V.

Postfach 08 06 32, 10006 Berlin

[www.versicherungsombudsmann.de](http://www.versicherungsombudsmann.de)

Ombudsmann private Kranken- und Pflegeversicherung

Postfach 06 02 22, 10052 Berlin

[www.pkv-ombudsmann.de](http://www.pkv-ombudsmann.de)