

Richtlinie zur Produktverantwortung der Nassauischen Sparkasse (Naspa)



Naspa

Nassauische Sparkasse

Inhalt

Zur Einordnung dieser Richtlinie	3
1. Generelle Produktverantwortung der Naspa	4
2. Prinzipien der Naspa für Produktangebot und Beratung	4
3. Produktentwicklung und Produktgenehmigung	6
4. Schutz vor Überschuldung	7
5. Zugang zu Finanzdienstleistungen	8
6. Kommunikation und Marketing	8
7. Beschwerden und Interessenskonflikte	9
Information und Kontakt	10

Zur Einordnung dieser Richtlinie

Seit ihrer Gründung ist die Naspas der Gesellschaft und dem Gemeinwohl verpflichtet. Finanzprodukte für alle anzubieten, ganz gleich, welchen ökonomischen, sozialen und kulturellen Hintergrund der oder die Einzelne hat, ist einer der zentralen Eckpfeiler ihrer Geschäftsphilosophie. Ein weiterer besteht darin, große wie kleine Unternehmen sowie Institutionen der Region auf ihrem Weg konstruktiv zu begleiten – in guten wirtschaftlichen Zeiten ebenso wie in schwierigeren Phasen.

Dieser gesellschaftliche Auftrag der Naspas ist Verpflichtung und Privileg zugleich. Den Menschen und Unternehmen dauerhaft über alle Krisen und Herausforderungen hinweg eine Konstante zu sein, erfordert Verlässlichkeit, Verbindlichkeit und Vertrauen. Das ist permanente Arbeit und braucht eine klare Haltung.

Die Naspas stellt sich dieser Verantwortung. Sie folgt einem verlässlichen Koordinatensystem, das die eigenen unternehmerischen Überzeugungen und Wertemaßstäbe einbettet in ein System, das allen, die im Namen der Naspas handeln, Orientierung und Sicherheit gibt. So ist die vorliegende Richtlinie zur Produktverantwortung der Naspas Teil eine Vielzahl von Richtlinien, Prozessbeschreibungen und Verhaltenskodizes, mit denen der Geschäftsbetrieb, das Kerngeschäft und die Prinzipien der Unternehmensführung in der Naspas für alle Führungskräfte und Mitarbeitenden verbindlich niedergeschrieben sind. Diese beschreiben über die gesetzlichen und regulatorischen Anforderungen hinaus auch die spezifischen Vorgaben, die die Naspas sich selbst für eine verantwortliche Unternehmensführung sowie die stärkere Berücksichtigung von Klima und Nachhaltigkeit in Geschäftsbetrieb und Kerngeschäft gegeben hat.

Haltung, Produkte und Initiativen der Naspas folgen diesem, auch im eigenen Leitbild festgeschriebenen Anspruch: Ihr Vertrauen, unser Antrieb. In diesem Sinne ist die Schaffung eines offenen, verlässlichen und berechenbaren Umfelds für Mitarbeiter, Kunden, Geschäftspartner sowie alle anderen Anspruchsgruppen Teil der Einlösung dieses Anspruchs. Daher werden Richtlinien wie der Verhaltenskodex der Naspas, die Grundsatzerklärung zur Achtung der Menschenrechte oder die Richtlinie für den Umgang und die Zusammenarbeit mit den Anspruchsgruppen der Naspas, veröffentlicht, regelmäßig überprüft und kontinuierlich weiterentwickelt.

Die vorliegende Richtlinie zur Produktverantwortung der Naspas bündelt alle Grundlagen und Handlungsvorgaben bei der Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen. Sie ist Orientierung für deren verantwortungsvolle Vermarktung, den gleichberechtigten Zugang zu den Angeboten der Naspas für alle sowie Maßgabe für den fairen und lösungsorientierten Umgang mit Kundinnen oder Kunden, die bei der Einhaltung ihrer vertraglichen Verpflichtungen in Schwierigkeiten geraten.

Alle im Namen der Naspas handelnden Personen und Organe sind angehalten, die Vorgaben dieser Richtlinie zur Produktverantwortung zu beachten und in ihrem Sinne zu handeln. Über die konkreten Ergebnisse ihrer verantwortungsvollen Geschäftspolitik sowie zu den Auswirkungen ihrer Produkte, Dienstleistungen und ihrer Regelungen zur Unternehmensführung auf Umwelt, Klima und Gesellschaft berichtet die Naspas im jährlich publizierten Nachhaltigkeitsbericht.

1. Generelle Produktverantwortung der Naspa

Die Naspa bekennt sich zu ihrer Produktverantwortung und nimmt diese für die von ihr vertriebenen Produkte und Dienstleistungen umfassend wahr. Die Produktverantwortung der Naspa orientiert sich an den in ihrem Verhaltenskodex niedergelegten Grundsätzen. Darin sind Vertrauen, Verantwortung und Verlässlichkeit neben Integrität und Professionalität als zentrale Grundwerte der Naspa verankert. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aller Fachbereiche sind entsprechend aufgefordert, im Umgang untereinander wie gegenüber allen Kundinnen und Kunden bei allen geschäftlichen Aktivitäten immer aufrichtig, respektvoll, nachhaltig, verbindlich und fair zu handeln.

Die Leitlinie zur Produktverantwortung der Naspa ist ein weiteres, rahmensetzendes Element für ihr verantwortungsbewusstes und integriertes Verhalten gegenüber allen Kundinnen und Kunden – von der Entwicklung eines Produkts oder einer Dienstleistung bis hin zum Verkauf.

Die Umsetzung der Richtlinie ist von den für die Marktbetreuung zuständigen Fachbereichen sicherzustellen. Dies sind die Bereiche Privatkunden und Private Banking, Firmenkunden sowie Kommunen und Institutionelle, die von der Abteilung Marktfolge unterstützt werden. Die Fachbereiche werden dabei von den Kontrollfunktionen der Naspa unterstützt.

Details zu dieser Unterstützung und der Ausgestaltung von Produkten und Dienstleistungen der Naspa sind für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der schriftlich fixierten Ordnung sowie in der Risikostrategie der Naspa niedergelegt. Die verantwortlichen Unternehmensbereiche berücksichtigen bei der Anwendung der Vorgaben dabei stets auch zusätzliche Faktoren, wie etwa die Schutzbedürftigkeit einer Kundengruppe, ihr Finanzwissen sowie das teilweise sehr unterschiedliche soziale und kulturelle Umfeld der Kundengruppen in den Regionen, in denen die Naspa aktiv ist.

Um sicherzustellen, dass alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sämtliche relevanten internen Verhaltensgrundsätze kennen und im Namen der Naspa jederzeit im Rahmen der Vorgaben integer, kundenorientiert und verantwortlich handeln, werden diejenigen von ihnen, die in Kontakt zu Kundinnen und Kunden stehen bzw. mit kundenrelevanten Themen befasst sind, gezielt sensibilisiert und geschult.

Zu den Themen, auf die die Naspa besonderen Wert legt, gehören ein verantwortungsvoller Umgang mit neuen Produkten und neuen produktbezogenen Anforderungen, eine verantwortungsbewusste Kundenberatung, die Vermeidung von Überschuldung sowie eine klare Kommunikation und der gute Umgang mit Beschwerden bzw. Interessenkonflikten.

2. Prinzipien der Naspa für Produktangebot und Beratung

Die Naspa möchte ihren Kundinnen und Kunden durch ihre Beratung in die Lage versetzen, selbstbestimmte Finanzentscheidungen zu treffen. Grundlage für die Einlösung des Leistungsversprechens der Naspa ist eine hochwertige, kompetente, an den Kundeninteressen ausgerichtete ganzheitliche Beratung durch gut ausgebildete, engagierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Interne Prozesse und Kontrollen auf der Grundlage von Gesetzen und Vorschriften helfen der Naspa, relevante Aspekte rechtzeitig zu erkennen und wichtige Themen oder notwendige Handlungsfelder systematisch anzugehen. Regelmäßige Kundenbefragungen zur Beratungsqualität werden durchgeführt. Marktanalysen ermöglichen es der Naspa, beispielsweise im Wertpapierbereich die Produkte zu finden, die am besten zu den Bedürfnissen der Kundinnen und Kunden passen. Anregungen der Kunden werden ebenso wie Beschwerden regelmäßig analysiert, bewertet und in den kontinuierlichen Verbesserungsprozess integriert.

Die Naspa betreut ihre Kundinnen und Kunden durch eine persönliche Beraterin oder einen persönlichen Berater. Die Beratung erfolgt kontinuierlich, vorausschauend und aktiv in den Naspa Finanz-Centern, Gewerbekunden-Centern, Firmenkunden-Centern, Private-Banking-Centern und Finanzierungscentern sowie im Business-Center und im Direkt-Beratungs-Center. Der ganzheitliche Beratungsansatz auf Basis des Sparkassen-Finanzkonzepts ermöglicht es der Naspa, individuell auf die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden einzugehen und sie bei der Auswahl der richtigen Produkte, die zu ihrer persönlichen Lebensplanung bzw. Lebenslage passen, zu unterstützen.

Dabei erfasst die Beraterin oder der Berater detailliert die Lebens- und Finanzsituation der Kundinnen und Kunden. Die Standards der Naspa für ihre Produktlinien verpflichten sie zudem, ausschließlich ethisch vertretbare sowie transparente Produkte und Dienstleistungen anzubieten. Diese beruhen auf Prozessen und Prinzipien, die sicherstellen, dass die Naspa die gesetzlichen, regulatorischen und fachlichen Anforderungen einhält. So prüft die Naspa zum Beispiel entsprechend ihrer Richtlinien zur Überwachung von Wertpapierprodukten regelmäßig, ob Produkte nur an die dafür vorgesehene Kundengruppe verkauft wurden.

Die Naspa steht ihren Kundinnen und Kunden über das einzelne Produktangebot hinaus in jeder Lebensphase bei allen finanziellen Fragen beratend und unterstützend zur Seite. Sie ist zudem immer bestrebt, ihre Kundinnen und Kunden verantwortungsbewusst und vorausschauend zu beraten, indem ihre Bedürfnisse in den Mittelpunkt gestellt und ihnen Chancen und Risiken aufgezeigt werden.

Hierzu bewertet die Naspa eine Vielzahl von Parametern, um zu gewährleisten, dass ihre Produkte geeignet und angemessen sind. So berücksichtigt die Naspa zum Beispiel im Wertpapierbereich die Komplexität eines Produkts, Produktkenntnisse und Erfahrungen der Kundinnen und Kunden mit einem Produkt sowie die regulatorische Klassifizierung und die individuellen Anlageziele. Dann bietet die Naspa das Produkt an, das den Bedürfnissen der Kundinnen und Kunden am besten entspricht. Grundsätzlich stehen dabei die Absicherung von Lebensrisiken, die Altersvorsorge, der langfristige Vermögensaufbau und die Portfoliooptimierung im Vordergrund.

Die Naspa entwickelt keine Produkte oder Leistungsangebote, die Bestandteile enthalten, die in ihrer Struktur und/oder Komplexität dazu geeignet sind, Risiken zu verschleiern oder beim Produktnutzer eine Erwartungshaltung erzeugen, die den tatsächlichen Produkteigenschaften nicht entspricht. Grundsätzlich vertreibt die Naspa ein Produkt oder eine Dienstleistung nicht, wenn sich herausstellt, dass ein Kunde das Produkt nicht benötigt, es sich mittelfristig nicht leisten kann, die Produktmerkmale nicht verstanden hat oder wenn das Produkt nicht seinem Risikoprofil entspricht. Darüber hinaus müssen die Anlageprodukte der Naspa so konzipiert sein, dass die möglichen Erträge die Kosten für die Investition in das Produkt übersteigen können.

Zu den Prinzipien der Naspa gehört auch, dass ihre Produkte dem Einzelnen zugutekommen sollen, ohne der Allgemeinheit zu schaden. Deshalb schließt die Naspa beispielsweise Produkte oder Investitionen aus, die in Zusammenhang stehen mit der Herstellung oder dem Verkauf von Atomwaffen, Streumunition und Landminen, der Förderung oder dem Einsatz von Kinderarbeit, der Verletzung von Menschenrechten oder jeglicher Unterstützung von Drogenhandel, Korruption und Geldwäsche.

Explizite Ausschlüsse nimmt die Naspa zunehmend auch für Produkte oder Investitionen vor, die zur Förderung bzw. Beschleunigung der Erderwärmung beitragen. Sie sollen ermöglichen, dass schrittweise möglichst alle relevanten Produkte und Dienstleistungen der Naspa das Pariser Klimaabkommen berücksichtigen und einen Beitrag zur Erreichung der Globalen Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen leisten. Details hierzu sind entlang der sich immer mehr konkretisierenden Klima- und Nachhaltigkeitsziele der Naspa in ihrem Verhaltenskodex, der Grundsatzklärung zur Achtung der Menschenrechte sowie in der Policy zu Nachhaltigkeitsstandards im Kerngeschäft und den Eigenanlagen der Naspa fixiert.

In den Beratungen der Kundinnen und Kunden zu Anlagen (u.a. in Wertpapieren) wie auch in der Beratung zu Finanzierungen empfiehlt die Naspa sowohl eigene Produkte als auch Produkte anderer Anbieter. Dieses Konzept ermöglicht es der Naspa, in Form von „Produktlandkarten“ nur Produkte anzubieten, die am besten zu den spezifischen Bedürfnissen ihrer Kundinnen und Kunden passen. Die Produktleitlinien für Anlage- und Versicherungsprodukte der Naspa legen auch Produkte fest, die sie ihren Kundinnen und Kunden nicht anbieten.

Die Beraterinnen und Berater der Naspa erhalten grundsätzlich keine Absatzvorgaben für Einzelprodukte im Wertpapiergeschäft, die das Kundeninteresse beeinträchtigen. Sie erhalten, um den Grundsatz der unabhängigen Beratung einzulösen, auch keine Provisionen oder andere Vorteilsgewährungen für den Verkauf einzelner Produkte. Bei der Naspa gibt es keine Punktesysteme zur Bewertung von Absatz- und Umsatzzielen auf Beraterenebene.

3. Produktentwicklung und Produktgenehmigung

Für die Genehmigung neuer Produkte und die Überprüfung bestehender Produkte sind in der Naspa umfangreiche Prozesse und Verfahren im Rahmen der Produktfeldplanung festgelegt. Sie legen für eine kontinuierlich wachsende Gruppe von Naspa-Produkten fest, wie Produkte und Dienstleistungen ausgestaltet und vertrieben werden.

So definiert ein in der Naspa implementierter Produktausschuss WpHG zum Beispiel Leitplanken, wie die Naspa neue Wertpapier-Produkte entwickelt. Darüber hinaus existiert ein Neu-Produkt-Prozess (NPP), der bei der Einführung eines neuen Produkts durch einen Fachbereich die Handhabbarkeit neuer Produkte bzw. Einschätzung neuer Märkte und Marktchancen sicherstellt.

Die Verantwortlichen in den Naspa-Regionen und in den Fachbereichen können zu neuen Produkten oder bei wesentlichen Änderungen zu bestehenden Produkten Stellung nehmen, wie beispielsweise durch Hinweise zu neuen Risikofaktoren oder mit Vorschlägen für die die Nutzung eines Produkts in anderen Geschäftsfeldern.

Die Naspa überprüft ihre Produkte regelmäßig und immer wieder auch anlassbezogen. Im Wertpapierbereich und bei Versicherungen wird so während eines Produkt-Lebenszyklus sichergestellt, dass diese weiterhin ihren Zweck erfüllen bzw. mit den Bedürfnissen, Eigenschaften und Zielsetzungen der entsprechenden Kundengruppen übereinstimmen.

Die Kontrolleinheiten wirken bei der Einführung neuer Produkte, Märkte, Kundensegmente oder Vertriebswege darauf hin, dass Risiken frühzeitig erkannt werden. Im Vermögens- und Kapitalanlagegeschäft arbeitet die Naspa mit Prozessen und Leitplanken zur Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten, um in jeder Produktgruppe den Kunden, die sich für nachhaltige Produkte interessieren, ein nachhaltiges Produkt anbieten zu können.

Damit Produkte und Beratungsleistungen angeboten werden, die den spezifischen Bedürfnissen der Kundinnen und Kunden entsprechen, analysiert die Naspa zudem das Marktumfeld getrennt von der Absatzplanung. Dieser Prozess schafft für Kunden und Interessierte Transparenz darüber, welche Meinung die Naspa zu bestimmten Anlagethemen, Anlageklassen und Marktereignissen vertritt. In den Bereichen Retail und Assets under Management führt dieser Prozess zum Beispiel zu strukturierten Anlage- und Markteinschätzungen des jeweiligen Ausschusses. Dieser Ausblick baut auf der Einschätzung von Experten auf und steht den Portfoliomanagern der Naspa sowie den Kundenberaterinnen und Kundenberatern zur Verfügung. Markteinschätzungen für Zinsen und Aktien erfolgen im Anlageausschuss bzw. im Dispoausschuss.

Für die Naspa stellt zudem Informationssicherheit einen integralen Bestandteil der Prozesse und Vorgaben rund um das Angebot von Produkten und Dienstleistungen dar. Verlässlichkeit der eingesetzten Produkte und Verfahren sowie eine sichere Verfügbarkeit der Daten und Informationen stärken das Vertrauen bei Kunden und Geschäftspartnern.

Alle hierzu bestehenden gesetzlichen sowie bankenaufsichtlichen Anforderungen an die IT werden von der Naspa beachtet, um das notwendige Maß an Informationssicherheit zu gewährleisten. Sämtliche auf deren Grundlage etablierten Strategien, Prozesse und Kontrollmechanismen werden regelmäßig überprüft und entlang der Anforderungen, die sich aus einer dynamischen Digitalisierung ergeben, kontinuierlich weiterentwickelt. Die hohen Anforderungen der Naspa an Datenschutz und Datensicherheit werden auch in den Geschäftsbeziehungen zu Dritten angewendet und regelmäßig überprüft.

Details hierzu werden in der IT-Strategie, der IT-Governance, dem Informationsrisikomanagement, dem Informationssicherheitsmanagement, dem Benutzerberechtigungsmanagement sowie weiteren Richtlinien und Konzepten fixiert. Diese werden regelmäßig aktualisiert und sind Teil des internen Controlling- und Dokumentationssystems der Naspa.

Die Einhaltung der regulatorischen Vorgaben und Verfahren im Wertpapier-Anlagegeschäft wird systematisch durch die Wertpapier-Compliance-Funktion anhand festgelegter Prüfmethode und -zyklen überprüft. Diese berichtet über die Ergebnisse mindestens einmal jährlich an den Vorstand.

4. Schutz vor Überschuldung

Bei der Vergabe von Krediten hat die Naspas bei allen ihren Kundinnen und Kunden stets eine besondere Sensibilität für finanzielle Risiken und die Gefahren von Überschuldung. Ziel der Naspas ist es, ihre Kundinnen und Kunden vor Überschuldung und insbesondere vor dem Verlust ihres Eigentums zu schützen.

Aus diesem Grund werden selbst kleinere Kreditanträge entlang vorgegebener Kriterien bewertet, zum Beispiel im Hinblick auf die Einnahmen- bzw. Ertragssituation der Kundinnen und Kunden, der Lebenshaltungskosten etc. Bei größeren Kreditanfragen erfolgt zudem eine verbindliche Analyse der persönlichen bzw. unternehmerischen Situation der Kundinnen und Kunden. Die Naspas geht in diesen Fällen ein Kreditengagement nur dann ein, wenn der Kundin oder dem Kunden nach Abzug von Zinsen und Tilgungsbeträgen ausreichend finanzieller Spielraum bleibt. In Fällen, in denen die Naspas zur Einschätzung gelangt, mit Blick auf den finanziellen Schutz einer Kundin oder eines Kunden keine Kreditzusage zu erteilen, macht sie das Ergebnis ihrer Einschätzung transparent und nachvollziehbar.

Mögliche Veränderungen der Rahmenbedingungen zur Bedienung des Kapitalsdienstes werden während der gesamten Kundenbeziehung systematisch mithilfe von Risikoindikatoren erfasst und dokumentiert. Dadurch können negative Entwicklungen in den wirtschaftlichen Verhältnissen der Kreditnehmer frühzeitig erkannt werden.

Die Naspas hat diese Prinzipien und Anforderungen in ihren Kreditvergabeprozessen klar hinterlegt und schult ihre Vertriebsmitarbeiterinnen und Vertriebsmitarbeiter bei Neuerungen oder relevanten Veränderungen entsprechend.

In Fällen von Zahlungsverzug oder Nichtzahlung nimmt die Naspas frühzeitig aktiv Kontakt mit ihren Kundinnen und Kunden auf, um die Ursache abzuklären. Bei finanziellen Notlagen oder anderen begründeten Ausnahmesituationen, die beispielsweise bei Privatkunden durch Arbeitslosigkeit oder Krankheit entstehen, sucht die Naspas – bei gegebener Kooperationsbereitschaft der betroffenen Kundinnen oder Kunden – möglichst nach individuellen Strategien für Lösungen, die einen guten finanziellen Ausweg aus der Situation bieten. Dazu zählen beispielsweise der Aufschub von Zahlungen oder reduzierte Tilgungsraten.

Auch mit ihren Firmen- und Gewerbekunden arbeitet die Naspas bei bestehender Kooperationsbereitschaft Seitens der Kundinnen und Kunden vertrauensvoll zusammen, sei es in Fällen von Zahlungsverzögerungen, erhöhtem Liquiditätsbedarf oder anderen finanziellen Herausforderungen. Im Mittelpunkt der Beratung steht immer die Wahrung von unternehmerischen Perspektiven und die ganzheitliche Betrachtung der geschäftlichen und privaten Kundenbeziehung. So wird zum Beispiel im Rahmen einer Intensivbetreuung frühzeitig versucht, für aufgetretene Probleme gemeinsam angemessene und einvernehmliche finanzielle Lösungen zu finden. Die kurzfristige Bereitstellung zusätzlicher Kreditmittel, Teilzahlungen oder die Entschuldung durch Liquidation von Vermögenswerten gehören hier neben anderen Maßnahmen zu den möglichen Handlungsoptionen.

Im Falle von veränderten Rahmenbedingungen oder anderen Änderungen schult und sensibilisiert die Naspas hierzu ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Vertrieb. Sie unterstützt zudem im Rahmen ihres öffentlichen Auftrags zur Finanzbildung kontinuierlich die Arbeit der Schuldnerberatungsstellen im Geschäftsgebiet.

5. Zugang zu Finanzdienstleistungen

Allen Bürgerinnen und Bürgern in der Region, die über kein anderes Konto verfügen, bietet die Naspas aus ihrem Selbstverständnis und ihrer Verpflichtung für das Gemeinwohl heraus unabhängig von deren sozialem oder wirtschaftlichen Status die Möglichkeit zur Teilnahme am bargeldlosen Zahlungsverkehr. Dies geschieht durch ein auf Guthabenbasis geführtes Basiskonto, das den Kontoinhaberinnen und Kontoinhabern neben Überweisungen und dem Zahlungsempfang auch Ein- und Auszahlungen ermöglicht. Das Basiskonto der Naspas deckt den seit 2016 in Deutschland geltenden Rechtsanspruch auf ein Basiskonto vollständig ab.

Das Recht auf ein Basiskonto räumt die Naspas neben Personen mit einem schwachen ökonomischen Status auch geflüchteten Personen oder mit Duldung in Deutschland lebenden Personen ein. Die Naspas hält zudem ausgewählte Informationsmaterialien für einzelne Bevölkerungsgruppen mit Migrationshintergrund in verschiedenen Sprachen bereit.

Zum Recht auf ein Basiskonto informiert die Naspas die Öffentlichkeit und potenziell betroffene Kundengruppen im Rahmen ihrer vielfältigen Dialoge mit den sozialen Institutionen und Organisation im Geschäftsgebiet sowie durch ihre reguläre Presse- und Medienarbeit, vor Ort in den Filialen durch Broschüren, Flyer u.ä. Informationsträger sowie in ihren digitalen Kommunikationskanälen. Über die Anzahl der geführten Basiskonten berichtet die Naspas in ihrem jährlichen nichtfinanziellen Bericht.

Mit ihren personenbesetzten Filialen, SB-Filialen, SB-Geräte, Geldausgabeautomaten, Ein- und Auszahlautomaten sowie einer Vielzahl von Angeboten und Services im Rahmen ihres Online-Bankings sorgt die Naspas zudem für eine flächendeckende Versorgung mit Finanzdienstleistungen in ihrem Geschäftsgebiet. Dabei wird der Zugang zu und das Angebot von modernen, hochwertigen Finanzdienstleistungen auch in Regionen mit einer ländlicheren oder schwächeren ökonomischen bzw. sozialen Struktur aufrechterhalten.

Die Kundenbetreuung der Naspas bietet Beratung und Service flexibel auch per Telefon, Chat und Video. Für Geschäfts- und, in Bezug auf den Umsatz, kleinere Gewerbekunden ist ein Business-Center eingerichtet, aus dem heraus die persönliche Beratung erfolgt. Für Privatkunden steht neben der durch moderne Kommunikationstechnologie unterstützten Direktberatung auch ein Direkt-Beratungs-Center zur Verfügung.

In ihren Kundenbeziehungen und bei den von ihr angebotenen Produkten und Dienstleistungen setzt die Naspas keine diskriminierenden Scores oder Ratings ein.

6. Kommunikation und Marketing

Die Naspas ist bestrebt, ihre Produkte und Dienstleistungen verantwortungsbewusst zu vermarkten. Sie achtet stets sorgsam darauf, nur solche Informationen bereitzustellen, die transparent, klar, verständlich, wahr, fair und genau sind.

Die Kundinnen und Kunden müssen allen Informationen in Werbe- und Vermarktungsmaterialien sowie Produktinformationen der Naspas gut verstehen und voll vertrauen können. Diese dürfen daher nicht irreführen und keine Kosten oder Risiken verschleiern und stellen Chancen und Risiken in einem ausgewogenen Verhältnis dar. Umfangreiche Pflichtinformationen und Geschäftsbedingungen bereitet die Naspas übersichtlich in gesonderten Dokumenten und Anhängen auf oder stellt sie durch geeignete Dritte bereit.

Unabhängig von Kommunikationskanal, Format, Medium und Zielgruppe müssen die Kommunikationsmaßnahmen der Naspas immer den allgemein geltenden Branchenstandards und aktuell gültigen Rechtsvorschriften genügen.

In ihrer Werbung garantiert die Naspas keine überzogenen Produktresultate und verspricht keine übertriebenen oder unrealistischen Eigenschaften ihrer Produkte oder Dienstleistungen. Bei der Produktinformation zu Finanzprodukten agiert die Naspas verantwortlich und erfüllt alle gesetzlichen Anforderungen.

7. Beschwerden und Interessenskonflikte

Die Zufriedenheit der Kundinnen und Kunden wird von der Naspa regelmäßig erhoben und deren Anregungen sowie Kritik für einen ständigen Verbesserungsprozess genutzt. Etwaige Beschwerden werden nach klar definierten Verfahren bearbeitet und systematisch ausgewertet, um wiederkehrende Fehler oder Probleme zu beheben.

Um potenzielle oder tatsächliche Konflikte besser frühzeitig zu erkennen, diese einzudämmen oder für alle Beteiligten fair und angemessen zu handhaben hat die Naspa klare Richtlinien und Prozesse eingeführt, zu denen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Naspa regelmäßig sensibilisiert und geschult werden. Die Führungskräfte der Naspa sind entlang der im Verhaltenskodex dargelegten Regelungen dazu angehalten, Hinweisen zu Interessenkonflikten aktiv nachzugehen, Maßnahmen zu deren Lösung und Vermeidung von Wiederholungen anzustoßen.

Im Compliance-Bereich der Naspa ist eine unabhängige Kontrolleinheit eingerichtet, die den Umgang mit Interessenkonflikten bei der Erbringung von Wertpapier(neben)dienstleistungen beaufsichtigt und mindestens einmal jährlich an den Vorstand berichtet.

Bei Konflikten, in denen Kundinnen oder Kunden keine für sie zufriedenstellende Lösung mit der Naspa erreichen können, besteht die Möglichkeit, sich an die für die Naspa zuständige Verbraucherschlichtungsstelle beim Deutschen Sparkassen- und Giroverband (DSGV), an die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (bei Beschwerden zu von ihr beaufsichtigten Vorschriften) oder an die europäische Streitbeilegungsplattform für Verbraucher zu wenden.

Die Grundsätze der Naspa zum Beschwerdemanagement sowie die Möglichkeiten zur Eingabe von Beschwerden sind auf ihrer Webseite veröffentlicht. Über die Anzahl von Beschwerden und ihrem Ergebnis wird jährlich im nichtfinanziellen Bericht der Naspa informiert.

Information und Kontakt

Ansprechpersonen

Klaus Schlee, Vorstandsstab und Kommunikation

Telefon: 0611 364-0

Mail: nachhaltigkeit@nasp.de

Udo Kiefer, Nachhaltigkeitsbeauftragter

Telefon: 0611 364 - 0

Mail: nachhaltigkeit@nasp.de

E-Mailadresse für geschützte Hinweise

hinweise@nasp.de

Hinweis zur gendergerechten Sprache in diesem Text

Wo immer möglich werden im Text männliche und weibliche Form genannt. Hier und dort, wo in Aufzählungen oder in zusammengesetzten Wörtern aufgrund einer besseren Lesbarkeit nur die männliche Form verwendet wird, sind die weibliche und andere Formen gleichermaßen mitgemeint.

Impressum

Nassauische Sparkasse

Anstalt des öffentlichen Rechts

Rheinstraße 42-46

D-65185 Wiesbaden

Telefon: 0611/364-0

E-Mail: info@nasp.de

www.nasp.de

Erstellt mit dem kap N Publisher®