

# Die IDD aus konsumentenpolitischer Sicht

## Wichtige konsumentenpolitische Ziele der IDD

1. Ausdehnung des Geltungsbereichs
2. Regelung der Aus- und Weiterbildung
3. Aufdeckung, Bewältigung und Entschärfung von Interessenkonflikten;
4. Bestimmung eines Zielmarkts
5. Angemessenheit und Objektivität der Beratung
6. Richtige Betreuung der KundInnen;
7. stärkere Harmonisierung verwaltungsrechtlicher Sanktionen und Maßnahmen bei Verstößen gegen wesentliche Bestimmungen der Richtlinie;
8. Rechte und Rechtsbehelfe für KundInnen
9. Kohärenz (MS, MiFID II).

# 1. Ausdehnung des Geltungsbereichs auf alle Vertriebskanäle

- VermittlerInnen und VU erfasst = Versicherungsvertreiber
- Nebentätigkeit grundsätzlich erfasst (mit Abschlägen bei Informationserteilung) – Art 21
- unter bestimmten Umständen zwar von der RL ausgenommen – Art 1 Abs 3

Dennoch aber jedenfalls:

- Informationen über Identität, Anschrift, Beschwerdeverfahren
- Wohlverhaltensregeln und Bestimmungen über Querverkäufe sind einzuhalten
- Aushändigung des Informationsblattes

## 2. Aus- und Weiterbildung

- Mindestanforderungen an Ausbildung (berufliche Kenntnisse und Fähigkeiten) im Anhang I
  - Einschlägige „Nebengesetze“ wie Verbraucherschutzrecht, Steuer-, Sozial- und Arbeitsrecht
  - Ethische Standards
  - Organisation und Leistungen des Rentensystems
- Ständige berufliche Schulung und Weiterbildung im Ausmaß von zumindest 15 Stunden im Jahr – Art 10
- Prüfung? - Bescheinigung?
- Wer kontrolliert?

### 3. Interessenkonflikte

- Art 17 Abs 3: Vergütungssysteme dürfen keine falschen Anreize schaffen
- Art 19: Informationen über Gegenseitige Beteiligungen  
Art der Vermittlung  
Art der Vergütung

Im Zusammenhang mit **Versicherungsanlageprodukten**:

- Art 27: organisatorische und verwaltungstechnische Maßnahmen zur Vermeidung von IK
- Art 28: geeignete Vorkehrungen um IK zu erkennen; notfalls Offenlegung; delegierter Rechtsakt
- Art 29: Information über alle Kosten und Gebühren

### 3. Interessenkonflikte - EIOPA

- **Vergütungssysteme dürfen keine falschen Anreize schaffen**
  - Umstände, die einen Nachteil für KundInnen befürchten lassen; aber kein Verbot; notwendig ist eine gesamtheitliche Betrachtung;
    - › Wert der Vergütung ist disproportional zum Wert des Produkts
    - › Die Vergütung wird zur Gänze oder hauptsächlich am Anfang ausbezahlt
  - Umstände, die auf eine Minderung allfälliger Nachteile abzielen:
    - › Das VU kann Provisionen zurück verlangen, wenn die Interessen der KundInnen verletzt wurden
    - › Im Fall von Verlusten oder bei Rückkauf des Produkts kann das VU Provisionen zurück fordern
    - › Vergütung gründet sich vorwiegend auf qualitative Kriterien ausgerichtet auf andauernde Beziehungen zu den KundInnen

## 4. Bestimmung eines Zielmarkts

- verhältnismäßiger Aufwand je nach Art des V-produktes
- Bei Gestaltung und Veränderung von Produkten
- Festlegung des Zielmarkts (Kundengruppe)
- Risikobewertung des Zielmarktes
- Geeignete Vertriebsstrategie
- kann positiv oder negativ beschrieben werden
- Kommunikation mit den VertreiberInnen
- Kontrolle der VertreiberInnen
- Regelmäßige Überprüfung auf Einflussfaktoren für das potentielle Risiko

## 5. Angemessenheit und Objektivität der Beratung

- Definition Beratung: die Abgabe einer persönlichen Empfehlung an einen Kunden, entweder auf dessen Wunsch oder auf Initiative des Versicherungsvertreibers hinsichtlich eines oder mehrerer Versicherungsverträge; Erläuterung, warum gerade diese Empfehlung.
- Information, ob Versicherungsvertreiber überhaupt Beratung anbietet - Art 18
- Abgrenzung Information :: Beratung – Art 20
- MS können Beratung verbindlich vorschreiben – Art 29
- MS können kostenlose Beratung vorschreiben – Art 29
- Beinhaltet Information über Kenntnisse und Risikofähigkeit des Kunden
- für Nicht-LV in jedem Fall: Standardinformationsblatt des Produkterstellers

## 6. Richtige Betreuung der KundInnen

- **Immer:** Erkundung der Wünsche und Bedürfnisse (anhand der vom Kunden stammenden Angaben) – angemessen an Komplexität des Produkts
- Information über das in Betracht gezogene Produkt: Leben/Nichtleben
- Aushändigung von Informationsblättern (**fehlt bei Ableben, Altersvorsorge**)

### **Versicherungsanlageprodukte:** zusätzlich

- bei Beratung: Beurteilung der **Geeignetheit** des Produkts auf Grund der Kenntnisse und Erfahrungen, finanziellen Verhältnissen, Anlagezielen und Risikotoleranz der KundInnen
- Ohne Beratung: auf Grund der Kenntnisse und Erfahrungen Beurteilung der **Angemessenheit** des Produkts; WARNPFLICHT
- Ohne Beratung, ohne Wissen über Kenntnisse und Erfahrungen, ohne Angemessenheitsprüfung: nur für nicht-komplexe Veranlagungen und nur auf Betreiben des Kunden; WARNPFLICHT

## 7. Sanktionen und Maßnahmen

Art 31 bis 36:

- Aufsichtsrechtliche Sanktionen
- Verwaltungsrechtliche Sanktionen
- Strafrechtliche Sanktionen
- Öffentliche Bekanntmachung
- Harmonisierte Mindeststrafen
- Harmonisierte Kriterien bei der Strafanwendung
- Förderung der Meldung von Verstößen
- Meldung der nat. Behörden an EIOPA

## 8. Rechte und Rechtsbehelfe für KundInnen:

- Informationen
- Warnpflicht
- Berichtspflicht/Geeignetheitserklärung bei Beratung
- Haftpflichtvers. der VermittlerInnen
- Beschwerdestelle
- Außergerichtliche Streitbeilegung
  - Rechtsservice- und Schlichtungsstelle der Makler
  - Verbraucherschlichtung
- Zivilrecht

## 9. Kohärenz

**innerhalb der MS**

::

**mit anderen RL**

- Mindestharmonisierung unter Berücksichtigung des Allgemeininteresses
  - Spielräume für MS zB. Art 22: Flexibilitätsklausel – Beratung, Provisionsverbot
- Keine Kohärenz zu Kundeninformation nach MIFID und PRIIPS

## 9. Kohärenz

**IDD für VAP**

::

**MIFID**



- Ehrlich, redlich, professionell
- Objektive Information gemäß Wünschen und Bedürfnissen
- Vermeidung bzw. Offenlegung von Interessenkonflikten
- Kundeninformation rechtzeitig vor Abschluss des Vertrags
- Information über Kosten in aggregierter Form
- Über Nachfrage Aufschlüsselung

Darüber hinaus:

- Bei Beratung bestimmte Informationen noch vor der Beratung
- Keine Provision oder Vorteile bei unabhängiger Beratung
- Keine Provision oder Vorteile bei Portfolio-Management
- Provisionen generell nur mehr, wenn sie die Qualität der DL verbessert und die Erfüllung im bestmöglichen Interesse nicht beeinträchtigt – sind auszuweisen

# Fazit

## Mixed outcome of new EU consumer insurance market law – BEUC