

# IDD – Was Vermittler jetzt beachten müssen



**Versicherungsvertrieb** war schon vor IDD-Zeiten kein „simples“ Geschäft. Die in Österreich nunmehr weitgehend umgesetzte EU-Richtlinie erhöht die Anforderungen an Vermittler aber deutlich – und hält durchaus Tücken am „point of sale“ bereit.

Gastbeitrag von Mag. Günther Ritzinger und MMag. Adrian Trif, B.A.<sup>1)</sup>

**D**ie Versicherungsvertriebsrichtlinie IDD war hierzulande bis 1. Oktober 2018 umzusetzen. Sie adressiert alle Versicherungsvertrieber, somit Versicherungsvertrieber, somit Versicherungsunternehmen (Direktvertrieb, Außendienst) und Versicherungsvermittler. Zu Letzteren zählen Versicherungsmakler, Versicherungsagenten, Vermögensberater, Kreditinstitute (Bankenvertrieb) und Vermittler in Nebentätigkeit (Reisebüro, Autovermietung etc.), ihre neuen Standesregeln befinden sich gerade in Fertigstellung.

## STATUSKLARHEIT

Damit der Kunde mehr Klarheit über sein Gegenüber hat, müssen sich Versicherungsvermittler bei Neuanmeldung nun entscheiden, ob sie Versicherungsmakler oder Versicherungsagent sein wollen. Für bestehende Gewerbe läuft eine Übergangsfrist bis Ende 2019, so

auch für Vermögensberater und Versicherungsvermittler im Nebengewerbe. Mit dieser Statusentscheidung geht auch der (haftungs-)rechtlich nicht unwesentliche Aspekt einher, dass der Kunde sich entweder dem seinen Interessen verpflichteten Makler oder dem dem Versicherungsunternehmen zurechenbaren Agenten gegenüber sieht.

## BERATUNG

Der Kunde ist – unabhängig von Vertriebskanal und Kommunikationsform – umfassend zu beraten, damit er auf informierter Grundlage Entscheidungen treffen kann. Der Vertreter hat eine solche Beratung anzubieten. „Beratung“ geht dabei deutlich über das allgemeine Verständnis der (vorvertraglichen) Beratung und Informationserteilung hinaus: Der Vertreter hat mit dem Kunden zunächst dessen Wünsche und Be-

dürfnisse abzuklären (jedenfalls durchzuführender „Wunsch-Bedürfnis-Test“) und ihm sodann das gemäß seiner Fachkunde am besten geeignete Versicherungsprodukt zu empfehlen („persönliche Empfehlung“). Produktvermittlung ohne solche Empfehlung ist im Wesentlichen nur mehr unter folgenden kumulativen Voraussetzungen erlaubt, und auch nur im Direktvertrieb und für bestimmte Agenten: Produktwunsch des Kunden, ausdrücklicher Beratungsverzicht des Kunden, Warnung des Vertreibers. Bei Versicherungsanlageprodukten sind die Anforderungen noch höher: Hier hat der Vertreter vom Kunden dessen Kenntnisse und Erfahrungen hinsichtlich des Produkttyps, finanzielle Verhältnisse, Anlageziele und Risikobereitschaft zu erfragen, um den sog. „Eignungstest“ durchzuführen. Dem Kunden ist sodann eine „Eignungserklärung“ auszuhändigen. Unter bestimmten Umständen ist demgegenüber die Durchführung eines bloßen „Angemessenheitstests“ zulässig, d.h. der Vertreter beurteilt hier, vereinfacht gesagt, lediglich anhand der vom Kunden erteilten Informationen über dessen Kenntnisse und Erfahrungen, ob der Kunde in der Lage ist, das Produkt zu verstehen. Aber Vorsicht: Ein Abweichen von der „Norm“, also von der Durchführung eines Eignungstests, birgt nicht zuletzt vor dem Hintergrund der damit einhergehenden gesetzlichen Vorgaben (z.B. Warnpflichten des Vertreibers) erhöhte (haftungs-)rechtliche Gefahren in sich, sodass Vertreter gut beraten sind, sich auch in diesen Fällen strikt an die auf-

## ZUR PERSON:

Mag. Günther Ritzinger ist geschäftsführender Gesellschafter der 2010 gegründeten Wiener Beratungsfirma KCU ([www.kapitalmarktconsult.at](http://www.kapitalmarktconsult.at)). Seine beruflichen Erfahrungen sammelte er zuvor unter anderem als leitender Mitarbeiter der Finanzmarktaufsicht (FMA) sowie als leitender Mitarbeiter von Banken und Wertpapierfirmen in den Bereichen Recht, Compliance, interne Revision und Risikomanagement.



## ZUR PERSON:

MMag. Adrian Trif, B.A. ist Spezialist der Finanzmarktaufsicht (FMA) im Bereich der behördlichen Aufsicht über Versicherungsunternehmen und Pensionskassen. Er weist 15 Jahre fundierte Erfahrung in verschiedensten Bereichen des Finanzmarktgeschehens auf, darunter auch mehrere Jahre als auf Finanz- und Kapitalmarktrecht sowie Gesellschafts- und Vertragsrecht spezialisierter Jurist einer großen Wiener Rechtsanwaltskanzlei.





sichts- und vertriebsrechtlichen Vorgaben zu halten und entsprechend umfassende Dokumentationen zum Nachweis dieser Einhaltung zu führen. Im Zusammenhang mit der Beratung sei schließlich die je nach Vertriebskanal bestehende Unterscheidung hervorgehoben, dass im Direktvertrieb oder bei Ausschließlichkeitsagenten grundsätzlich nur die Produktpalette eines Versicherungsunternehmens verglichen wird, während der Makler unabhängig über die am Markt verfügbaren Produkte informiert und berät.

### **PFLICHT ZUR WEITERBILDUNG**

Eine den gesetzlichen Anforderungen entsprechende Beratung kann nur ein entsprechend fachkundiger Vertreter bewerkstelligen. Der Gesetzgeber normiert daher neuerdings eine jährliche Weiterbildungsverpflichtung im Ausmaß von mindestens 15 Stunden (Nebentätigkeit mindestens 5 Stunden). Ein Teil dieser Weiterbildung muss bei unabhängigen Bildungsinstituten absolviert werden.

### **STANDARDISIERTE INFORMATIONEN**

Auf eine durchaus wünschenswerte Komplexitätsreduktion zielt der Gesetzgeber mit standardisierten Kundeninformationsdokumenten ab. So besteht für Nichtlebensversicherungsprodukte nunmehr das „IPID“ (Insurance Product Information Document), für Versicherungsanlageprodukte das „KID“ (Key Information Document) und für Risikolebensversicherungen das „LIPID“ (Life In-

urance Product Information Document). Ziel der Dokumente ist es, dem Kunden in einfacher und konsumententauglicher Form die Hauptmerkmale des jeweiligen Produkts aufzuzeigen.

### **VERGÜTUNG**

Dank IDD-Mindestharmonisierung gibt es in Österreich im Versicherungsvertrieb kein Provisionsverbot. Allerdings darf die Ausgestaltung von Vergütungen nicht zu Fehlanreizen führen, die der Pflicht zum Handeln im besten Interesse des Kunden zuwiderlaufen. Dies erfordert eine genaue Analyse, Bewertung und allenfalls Änderung bestehender Vergütungsvereinbarungen. Ungeachtet dessen muss der Vertreter den Kunden umfassend über Art und Weise der Vergütung informieren und insbesondere darlegen, woher er die Vergütung erhält: direkt vom Kunden, indirekt auf Provisionsbasis oder auf Basis einer anderen Vergütungsart oder Kombination aus Vergütungsarten. Bei Versicherungsanlageprodukten hat der Vertreter darüber hinaus spezielle Leitlinien für Interessenkonflikte festzulegen.

### **PRODUCT GOVERNANCE**

Die IDD will sicherstellen, dass Versicherungsprodukte bereits im Entwicklungsprozess bestmöglich auf die Bedürfnisse und Wünsche der Abnehmer (Kunden) abgestimmt sind. Daher müssen Hersteller neuerdings umfassende Produktfreigabeverfahren implementieren, Produktprüfungen durchführen und Vertriebsstrategien sowie Ziel-

märkte festlegen. Wer allerdings denkt, hier seien nur Versicherungsunternehmen angesprochen, der irrt. Zum einen können auch Versicherungsvertreiber Hersteller sein, und zwar dann, wenn sie im Zusammenhang mit der Produktkonzeption Entscheidungsbefugnisse haben. Zum anderen treffen die Vertreter ungeachtet dessen jedenfalls wesentliche Pflichten der Produktüberwachung – siehe Kasten. «

<sup>3)</sup>Mag. Adrian Triff ist Mitarbeiter der Finanzmarktaufsicht (FMA). Die in diesem Beitrag dargestellten Überlegungen stellen jedoch ausschließlich seine persönliche und private Meinung dar.

## **PRODUCT GOVERNANCE – PFLICHTEN VON VERSICHERUNGSVERMITTLERN**

- » Festlegung schriftlicher Produktvertriebsrichtlinien und regelmäßige Überprüfung der Richtlinien.
- » Festlegung einer Vertriebsstrategie, die sowohl derjenigen des Herstellers als auch dessen Zielmarkt entspricht.
- » Prüfung, ob die Versicherungsprodukte auch tatsächlich am vorgegebenen Zielmarkt vertrieben werden.
- » Einholung der Produktinformationen von den Herstellern, um die Produkte in vollem Umfang zu verstehen.
- » Regelmäßige Bereitstellung der relevanten Verkaufsinformationen, einschließlich derjenigen betreffend Produktvertriebsvorkehrungen, an die Hersteller.