

Mehr Bürokratie für Makler entsteht

Die neue EU-Versicherungsvertriebsrichtlinie IDD treibt die Betriebskosten eines Maklerbüros bis an die ökonomisch tragbare Belastungsgrenze. Um bestehende Interpretationsspielräume der Regulierung in Effizienzgewinne umsetzen zu können, bedarf es einer branchenweiten Kraftanstrengung.

Die ab 23. Februar 2018 in nationales Recht umzusetzende EU-Versicherungsvertriebsrichtlinie IDD formuliert neue Anforderungen, wie Hersteller Versicherungsprodukte zu entwickeln und wie Vertriebe diese am Markt zu platzieren haben (Produktfreigabeverfahren). Das entsprechende Umsetzungsgesetz („Gesetz zur Umsetzung der Richtlinie – EU – 2016/97 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Januar 2016 über Versicherungsvertrieb und zur Änderung weiterer Gesetze“) wurde am 28. Juli 2017 im Bundesgesetzblatt verkündet. Die zentrale Anforderung der Regulierung ist, dass nur noch Versicherungsprodukte auf dem Markt platziert und vermittelt werden dürfen, die für die Verbraucher – also die Versicherungsnehmer – geeignet sind.

Konkretisiert wird diese Anforderung an die Hersteller darin, für jedes Versicherungsprodukt einen definierten Zielmarkt zu bestimmen (§ 23 (1) a-b Versicherungsaufsichtsgesetz – VAG n. F.). Vermittler von Produkten sind aufgefordert, sich alle Informationen über die Zielmärkte zu beschaffen und sich mit ihnen ausreichend auseinanderzusetzen, um diese zu verstehen und zu kennen (§ 23 (1) c VAG n. F.).

Etwas überspitzt formuliert fordert die EU-Richtlinie also – konkret für Versicherungsmakler im Sinne von § 34d (1) Nr. 2 Gewerbeordnung –, sie mögen doch die mit ihren Mandanten geschlossenen Versicherungsmakleraufträge erfüllen, in denen sich Makler in der Regel explizit dazu

verpflichten, für den Kunden geeignete Produkte zu vermitteln. Dabei klingt die Forderung, man möge doch als Hersteller bei der Konzeption eines Produktes darauf achten, dass es dafür auch Kunden gibt, die dieses Produkt wirklich benötigen, ebenfalls schon schmerzhaft trivial.

Mehr Aufwand für Makler

Es ist müßig, darüber zu philosophieren, ob der implizit vom Ordnungsgeber in den Raum gestellte Vorwurf berechtigt ist, die Angebotsseite (Hersteller und Vermittler) setze ihren gegenüber den Verbrauchern unbestreitbaren Wissensvorsprung gezielt dafür ein, für den Verbraucher ungeeignete Produkte zu kreieren und dann mittels viel Schall und Rauch als geeignet darzustellen. Die Regulierung ist beschlossen und in Gesetzesform gegossen. Hier gilt also die normative Kraft des Faktischen. Wie jede andere Marktregulierung führt auch die

Kompakt

- Für jedes Versicherungsanlageprodukt ist ein Zielmarkt zu bestimmen – analog Mifid II.
- Da Makler durch die Regulierung mehr administrativen Aufwand haben, müssen sie ihre Infrastruktur optimieren.
- Makler brauchen für ihre Dokumentationen standardisierte Schnittstellen zu den Versicherern.

IDD zu einer signifikanten Erhöhung des administrativen Aufwands im Backoffice eines Maklers. Da eine Kostenweitergabe an den Verbraucher durch Erhöhung der Provisionssätze nahezu unmöglich ist, gehen diese zu erwartenden Zusatzkosten zulasten der ohnehin schon engen Gewinnmarge des Maklers. Es gibt zwei Stoßrichtungen, damit umzugehen:

- Die Makler nehmen die neue Regulierung zum Anlass, ihre Infrastruktur zu optimieren und ihr Backoffice durch konsequente Automatisierung mittels Digitalisierung auf Effizienz zu trimmen.
- Versicherungshersteller, die ihren Maklervertrieb stärken wollen, sollten bei der Incentivierung ihrer Vertriebspartner künftig noch stärker auf Investitionen in die Infrastruktur der Vertriebspartner setzen. Der Fokus sollte auf solche Lösungen gelegt werden, die es dem Makler ermöglichen, die neuen administrativen Anforderungen mit geringem Aufwand oder aufwandsneutral zu bewerkstelligen.

Um die sich bietenden Effizienzpotenziale zu heben, ist eine enge Zusammenarbeit zwischen Herstellern und Vertrieben bei der praktischen Umsetzung der regulatorischen Anforderungen erforderlich. Ein wesentlicher Hebel ist hierfür sicherlich die Schaffung möglichst einheitlicher sowie branchenweit anerkannter und auch anzuwendender Standards.

Welche Möglichkeiten der Effizienzverbesserung und damit Existenzsiche-

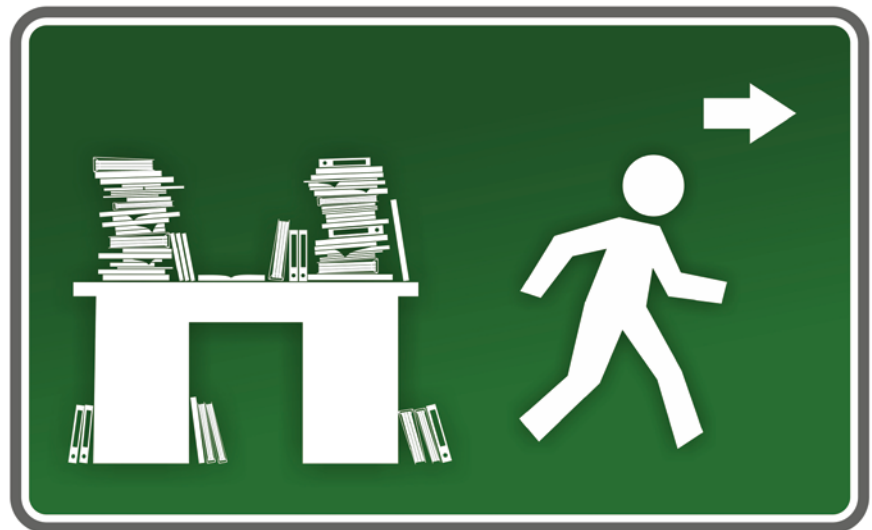
rung sich für Makler und Versicherer im Lichte der IDD ergeben, soll im Folgenden anhand des Zusammenspiels von Zielmarkt (Herstellerperspektive) und Geeignetheitsprüfung (Vermittlerperspektive) bei der Beratung zu Versicherungsanlageprodukten exemplarisch gezeigt werden.

Mifid II, das Analogon der IDD für Investmentprodukte, kennt ebenfalls die Zielmarktanforderung. Da die zuständigen Aufsichtsbehörden in den jeweiligen technischen Implementierungsstandards weder für Anlageprodukte (hier zuständig die Europäische Börsenaufsicht ESMA) noch für Versicherungsprodukte (hier zuständig die Europäische Versicherungsaufsicht Eiopa) abschließend definiert haben, wie ein Zielmarkt auszu-sehen hat, gilt es, die entsprechenden Definitionsspielräume zu nutzen. Da Makler und Mehrfachvertreter zum Teil sowohl in der Vermittlung von Anlageprodukten (also unter Mifid-Regulierung) als auch von Versicherungsprodukten (also IDD-Regulierung) tätig sind, bietet es sich an, hier beide Bereiche möglichst zu harmonisieren.

Versicherungsanlageprodukte noch ohne Standard

Bei Anlageprodukten wird sich die Zielmarktanforderung zukünftig in einer Erweiterung der standardisierten Datenschnittstelle zur Übermittlung von Produktdaten niederschlagen. Ein einheitlicher Standard für Produktdaten ist für Versicherungsprodukte – hier insbesondere die Versicherungsanlageprodukte – derzeit noch nicht verfügbar, aber zukünftig unumgänglich. Und da die Zielmarktdefinition seitens der Eiopa noch unschärfer ausfällt als die der ESMA, spricht nichts dagegen, den für die Mifid-Produkte bereits konkret ausgearbeiteten Datensatz des Datenlieferanten WM Daten auch für Versicherungsanlageprodukte zu übernehmen.

In der Neufassung des § 7c (1) Versicherungsvertragsgesetz (VVG) wird gefordert, dass der Vermittler bei der Prüfung der Geeignetheit eines Versicherungsanlageprodukts die Kenntnisse und



Erfahrungen des Versicherungsnehmers im Anlagebereich, seine finanziellen Verhältnisse, seine Verlusttragfähigkeit und seine Anlageziele einschließlich seiner Risikotoleranz einzubeziehen hat. Hier ist unschwer eine hohe Überschneidung mit den beispielhaft genannten Kriterien des Produktzielmarkts aus Mifid II zu erkennen. Damit bietet es sich an, die beim Kunden im Rahmen der für die Geeignetheitserklärung abzurufenden Merkmale so auszugestalten, dass sie möglichst genau auf die vom Produktzielmarkt gelieferten Produktmerkmale passen. Auf diese Weise lässt sich die Geeignetheitserklärung auf Basis relativ einfacher, auch technisch leicht implementierbarer Mapping-Logiken automatisieren. Voraussetzung hierfür wäre aber, dass die Zielmarktkriterien in marktweit akzeptierter und angewandter standardisierter Form geliefert werden. Ohne einen solchen Datenstandard wäre es einem Makler so gut wie unmöglich, seinem Auftrag nach hinreichend großer Marktreichweite im Angebotsvergleich nachzukommen.

Besonderes Augenmerk verdient das Versprechen des Maklers, eine laufende Geeignetheitsprüfung durchzuführen. Der Vermittler kann dies seinem Kunden bei Vertragsabschluss versprechen. Dann muss er aber mindestens jährlich eine Geeignetheitserklärung zum Versicherungsbestand seines Kunden abgeben.

Aus Effizienz- und auch aus Haftungsgründen ist Maklern aktuell dringend zu raten, sich die Abgabe eines solchen Versprechens gut zu überlegen, da aktuell nur schwer abzuschätzen ist, welchen Aufwand dies tatsächlich auslöst. Sollte sich herausstellen, dass die ab 2018 verfügbaren technischen Hilfestellungen zur Durchführung einer Geeignetheitsprüfung hinreichend ausgereift sind, diese leicht durchführbar ist oder voll automatisiert erfolgen kann, ist es jedem Vermittler – und daher ist das Gesetz mutmaßlich an der Stelle so offen formuliert – unbenommen, sein Dienstleistungsangebot auch um den Service einer laufenden Geeignetheitsprüfung zu erweitern und die damit einhergehenden zusätzlichen Berichtspflichten zu übernehmen.

Ansatzpunkt Archivierung und Dokumentation

Die IDD zwingt im Zusammenhang mit dem Produktfreigabeverfahren und der Geeignetheitsprüfung Hersteller und Vermittler zu einem noch intensiveren Austausch von Informationen zu Geschäftsvorfällen in der Beratung. So sollen Hersteller die Vermittlungsergebnisse und -erfahrungen der Vertriebe in ihre Zielmarktüberprüfung einfließen lassen. Insbesondere dann, wenn Produkte im so genannten negativen Zielmarkt verkauft wurden – also an Kunden mit Eigenschaften, die der Hersteller explizit als Hinweis

Kriterien zur Definition von Zielmärkten für Versicherungsprodukte und Anlageprodukte

Alle Versicherungsprodukte

- Erforderliche Kenntnisse & Erfahrungen zum Verständnis der Komplexität des Produkts
- Welche Ziele, Wünsche und spezifischen Kundenbedürfnisse soll das Produkt erfüllen

Krankenversicherungsprodukte <ul style="list-style-type: none"> - Berufliche Situation - Krankenversicherungsstatus - ... 	Sonstige Produkte <ul style="list-style-type: none"> - Risiko - Deckungsart - Spezifische Absicherungsbedürfnisse 	Versicherungsanlageprodukte <ul style="list-style-type: none"> - Altersgruppen - Berufliche Situation - Risikotoleranz - Finanzielle Situation (insb. Risikotragfähigkeit) - Anlageziele (welcher Betrag, bis wann) - Investitionssumme - ...
---	---	---



Anlageprodukte (Struktur von WM-Daten)

- Kundenkategorie
- Anlageziele
- Anlagehorizont
- Risikoindikator
- Rendite-Risiko-Profil
- Finanzielle Verlusttragfähigkeit
- Kenntnisse & Erfahrungen
- Vertriebsstrategie
- Spezielle Anforderungen

Quelle: Benedikt Mach und Dr. Mathias Sczech

VM-Grafik

einer Nichteignung deklariert hat –, soll dies separat kommuniziert und dokumentiert werden. Die Gestaltung dieser neuen Berichtslinien zwischen Hersteller und Vermittler bietet großes Standardisierungs- und somit auch Effizienzpotenzial.

Makler brauchen standardisierte Schnittstellen

Klar ist, dass ein Makler, der regelmäßig sieben oder mehr Versicherungsgesellschaften in der Vermittlung hat, schnell an seine Grenzen stößt, wenn er auf Basis individueller Korrespondenzmuster mit allen Gesellschaften kommunizieren muss. Seinen Berichtspflichten wird er hier nur dann in ökonomisch vertretbarem Rahmen nachkommen können, wenn er in der Lage ist, einen zentralen Vertriebsreport zu generieren, diesen nach den jeweiligen Partnergesellschaften zu filtern und dann idealerweise per standardisierter Schnitt-

stelle an diese weiterzuleiten. Auch für diese neuen Reports wird ein Branchenstandard unerlässlich sein.

Wer bisher schon seinen Maklerauftrag ernst genommen und mit gesundem unternehmerischen Selbstverständnis Kunden dadurch gewonnen und gehalten hat, dass er sein Dienstleistungsangebot am Nutzen der Kunden ausrichtet, für den bringt die neue Regulierung keine erkennbar neuen Anforderungen im Hinblick auf die Art und Weise, wie er seine Kunden berät und betreut. Das neudeutsch auch als „Client Experience“ bezeichnete Kundenerlebnis in der Beratung wird sich durch die Regulierung nicht ändern, geschweige denn verbessern.

Was sich aber sehr wohl ändern, und zwar signifikant erhöhen wird, ist der Aufwand, den Vermittler und damit auch Makler zukünftig zu betreiben haben, um letztlich jederzeit beweisen zu können, wie

sie ihren Kunden nur geeignete Produkte empfohlen haben.

Und wenn die Regulierung am Ende als Katalysator dafür wirkt, dass den schwarzen Schafen in der überwiegend weißen Herde der Maklerschaft, die – sei es aus Unwissenheit, schierer existenzieller Not, übersteigertem Opportunismus oder gar krimineller Böswilligkeit heraus – Kunden falsch beraten und nachweislich ungeeignete Produkte vermittelt haben, das Geschäft erschwert wird, dann stärkt das letztlich die, die ihren Maklerauftrag ernst nehmen. ■

Autoren: Benedikt Mach und Dr. Mathias Sczech unterstützen als Unternehmensberater Banken, Versicherer und Finanzvertriebe bei der Umsetzung regulatorischer Anforderungen sowie der Digitalisierung. Mail: benedikt.mach@consileon.de, mathias.sczech@ajco.de