
Studie zur Revision der EU-Richtlinie über Versicherungsvermittlung

Fragebogen

13 Mai 2011

Inhaltsverzeichnis

Allgemeine Informationen	3
Kontext	3
Ziele	3
Scenarios	Fehler! Textmarke nicht definiert.
Abschnitt I	5
Abschnitt II	20
Abschnitt III	33

Allgemeine Informationen

Vielen Dank, dass Sie an dieser Studie teilnehmen. Alle Antworten werden vertraulich behandelt. Die in dieser Studie gesammelten Daten werden in einem Bericht für die EU-Kommission verwendet, und nicht veröffentlicht. Zu Qualitätskontrollzwecken kann PwC eine Liste von Studien-Teilnehmern der EU-Kommission übermitteln, jedoch werden alle Antworten zum Fragebogen anonymisiert.

Kontext

Größere Marktleistungseffizienz und erhöhter Verbraucherschutz sind zwei übergeordnete Ziele der Binnenmarktpolitik. Im Kontext der Revision der IMD¹ (Versicherungsvermittler-Richtlinie) ermittelt die Kommission Fakten, die die Entscheidung über die Erweiterung der IMD über Direktversicherer hinaus auf den Direktvertrieb von Versicherungsprodukten. Darüber hinaus beurteilt die Kommission die aktuellen Bestimmungen der IMD als nicht genügend eindeutig und wirksam, um größere Interessenkonflikte abzumildern. Daher erscheint es angebracht, die gegenwärtigen Regelungen zu überarbeiten, um den Verbraucherschutz zu erhöhen.

Ziele

Das Ziel dieses Fragebogens ist, die möglichen Auswirkungen der folgenden Punkte zu bestimmen:

1. Die Ausweitung der geschäftlichen Verhaltensmaßgaben in Artikel 12 und 13 (mit ausnahme von Artikel 12(2) der auf sich auf "fair analysis" bezieht) auf Versicherungsunternehmen Erweitern soll;
2. Die Einführung der Provisionoffenlegung auf Kundennachfrage in der zukünftigen IMD;
3. Anwendung von elementaren Grundsätzen in Bezug auf Interessenkonflikten in der zukünftigen Vermittlerrichtlinie.

Szenarios

Bitte beachten Sie, dass keine Vergütungs- oder Interessenkonflikt-Regeln bisher offiziell entwickelt worden sind und daher sämtliche in diesem Fragebogen präsentierte Szenarios zum gegenwärtigen Zeitpunkt rein hypothetischer Natur sind.

Setzen Sie sich mit uns in Verbindung

Für sämtliche Fragen in Bezug auf diese Studie stehen Ihnen folgende Ansprechpartner zur Verfügung:

Dariush Yazdani, Director, PwC Luxembourg
Telephone: (+352) 49 48 48 2191
Email: dariush.yazdani@lu.pwc.com

oder

Ingrid Balleca, Senior Advisor Financial Services, PwC Luxembourg
Telephone: (+352) 49 48 48 3467
Email: ingrid.balleca@lu.pwc.com

Adresse: PricewaterhouseCoopers Luxembourg S.à.r.l., 400 Route d'Esch, B.P. 1443, L-1014 Luxembourg

¹ Direktive 2002/92/EC des Europäischen Parlaments und des Rates vom 09. Dezember 2002 über Versicherungsvermittlung

Hintergrundinformationen

Vorname: _____

Name: _____

Unternehmen: _____

Unternehmensform (kreuzen Sie mehr als eine an, wenn Sie mehr als ein Gebiet vertreten):

Direktvertrieb

Bank, die als Vermittler handelt (Bankassekuranz)

Mehrfachagent

Makler

Gebundener Vermittler

Gewerkschaftsverband

Verbrauchervereinigung

Regulierungsbehörde

Position im Unternehmen: _____

Adresse des Unternehmens: _____

Telefon: _____

E-mail-Adresse: _____

Geben Sie bitte die folgende Information, oder Ihre beste Schätzung zu den folgenden Fragen an:

Anzahl von Vertriebsangestellten:

Anzahl von Angestellten im Bereich Compliance:

Zahl der in den letzten 12 Monaten durch die Vertriebsangestellten abgeschlossenen neuen und verlängerten Verträge:

WICHTIGER HINWEIS: Bitte basieren Sie alle Antworten in diesem Fragebogen auf Ihren Kenntnissen des deutschen Marktes.

Abschnitt I

Auswirkungen der Einführung einer „auf Anfrage“- Regelung zur Vergütungsoffenlegung im Versicherungsvertrieb

Transparenz

Die Kommission betrachtet eine "auf Anfrage"-Regelung als minimales Harmonisierungsinstrument, das Mitgliedstaaten die Möglichkeit gibt, strengere Regelungen als bestmögliche Lösung zur Verbesserung der Vergütungstransparenz zu erlassen. Gemäß einer "auf Anfrage"-Regelung wäre der Vermittler verpflichtet, den Kunden über sein Recht zu informieren, Vergütungsinformationen vom Vermittler zu erhalten.

Die Kommission fördert eine Offenlegung auf Anfrage für den Verkauf von sog. Non-PRIP-Versicherungsverträgen (Versicherungen, die die Anleger keinem Marktpreis- oder sonstigem Investitionsrisiko aussetzen). Dies sollte die Notwendigkeit für Versicherungsunternehmen beinhalten, auf Anfrage Marketing-, Akquisitions- oder andere "vergleichbare" Kosten offenzulegen, die mit dem Vertrieb von Versicherungsprodukten verbunden sind.

Die Kommission ist der Ansicht, dass eine Offenlegung der Vergütung dem Kunden ein tieferes Verständnis der Kosten ermöglicht, die mit den Dienstleistungen verbunden sind – insbesondere bezüglich jener Dienstleistungen, die kostenfrei erscheinen, obwohl der Vermittler durch das Versicherungsunternehmen eine Vergütung erhält. Dies würde es dem Kunden auch erlauben, den erhaltenen Ratschlag vor dem Hintergrund des wirtschaftlichen Vorteils für den Vermittler, im Falle eines Vertragsabschlusses, zu bewerten.

Eine Vergütungsoffenlegung kann auch den Wettbewerb unter Vermittlern erhöhen und so zu niedrigeren Provisionen und Prämien führen.

Q.12 Erheben Sie Daten von stornierten oder rückgekauften Verträgen im Verhältnis zur Gesamtanzahl von Verträgen?

Wenn Ja, geben sie bitte die Details für den Jahre 2006 bis 2009 an, sofern verfügbar:

Q.13 *Verwendete Vergütungsarten innerhalb Ihres Netzwerks*

	Makler	Vertre- ter	Direktve rtrieb	Bankassek uranz	Andere	Keine Angabe
Prämien-Provision (einmalig und periodisch)	<input type="checkbox"/>					
Kick-backs basierend auf Assets under Management (z.B. PRIPS)	<input type="checkbox"/>					
Vergütung für Empfehlungen	<input type="checkbox"/>					
Periodische Provisionen auf Portfolio	<input type="checkbox"/>					
Sach- und Nebenleistungen (z. B. Prämien-Ermäßigung, Reisen, Ausbildung, etc.)	<input type="checkbox"/>					
Leistungsprämie	<input type="checkbox"/>					
Aktienoptionen	<input type="checkbox"/>					
Provision auf Schadensquote	<input type="checkbox"/>					
Vergütung pro vermitteltem Vertrag (d.h. nicht auf Wert eines einzelnen Vertrages basierend)	<input type="checkbox"/>					

Andere – bitte auflühren:

Q.14 Maximaler Wert der für die Vergütung verwendeten Prämie(n)

Was ist der maximale Prozentsatz der Kundenprämie, der als Vorausvergütung für Vermittler im Vertriebsnetzwerk benutzt wird? (z.B. 300% der Vergütung repräsentieren drei Monate Vorausvergütung). Bitte antworten Sie für Lebensversicherungsprodukte: _____ %

Bitte geben Sie die maximale jährliche Gebühr an: _____ %

Was ist der maximale Prozentsatz der Kundenprämie, der als Vorausvergütung für Vermittler im Vertriebsnetzwerk benutzt wird? (z.B. 300% der Vergütung repräsentieren drei Monate Vorausvergütung). Bitte antworten Sie für Nicht-Lebensversicherungsprodukte: _____ %

Bitte geben Sie die maximale jährliche Gebühr an: _____ %

Bitte begründen Sie hohe Vorausvergütungen:

Q.18 Auswirkung der Offenlegung der Vergütung auf Kunden

Glauben Sie, eine Einführung der Offenlegung des Vergütungssystems führt zu:

Bitte kreuzen Sie entsprechend an	signifikanter Anstieg	geringer Anstieg	keine Änderung	geringer Rückgang	signifikanter Rückgang	Weiß nicht
Versicherungsprämien	<input type="checkbox"/>					
Höhe der Versicherungsdeckung	<input type="checkbox"/>					
Kapitalrendite (Investment-Produkte)	<input type="checkbox"/>					
Nachfrage von Produkten im Direktvertrieb	<input type="checkbox"/>					
Schutz des Versicherungsnehmers	<input type="checkbox"/>					
Beratungsqualität für Investoren	<input type="checkbox"/>					
Kundenverständnis	<input type="checkbox"/>					

Bitte begründen Sie Ihre Antwort:

Q.19 Auswirkung der Offenlegung der Vergütung auf Marktteilnehmer

Glauben Sie, eine Einführung der Offenlegung des Vergütungssystems führt zu:

Bitte kreuzen Sie entsprechend an	signifikanter Anstieg	geringer Anstieg	keine Änderung	geringer Rückgang	signifikanter Rückgang	Weiß nicht
Wettbewerb	<input type="checkbox"/>					
Produktpalette	<input type="checkbox"/>					
Markteintrittsbarrieren	<input type="checkbox"/>					
Rentabilität/ Gewinnspanne	<input type="checkbox"/>					
Vertriebskosten (intern & extern)	<input type="checkbox"/>					
Verkaufsvolumen	<input type="checkbox"/>					
Vermittlerprämien	<input type="checkbox"/>					
Regulatorisches Risiko (z.B. Gefahr von Fehlverkäufen) ²	<input type="checkbox"/>					
Anzahl der Marktteilnehmer (inklusive Auswirkung auf KMUs)	<input type="checkbox"/>					

Bitte begründen Sie Ihre Antwort:

² Das regulatorische Risiko bezieht sich auf Vermittler oder Organisationen, die die regulatorischen Anforderungen während einer Geschäftsbeziehung nicht beachten (z.B. minimale Offenlegung), was zu Bußgeldern, Sanktionen und rechtlichen Konsequenzen führen kann.

Q.20 Auswirkung der Offenlegung der Vergütung auf die Vertriebskanäle

Glauben Sie, eine Einführung der Offenlegung des Vergütungssystems hat einen Einfluss auf das Verkaufsvolumen der folgenden Vertriebskanäle:

Bitte kreuzen Sie entsprechend an	signifikanter Anstieg	geringer Anstieg	keine Änderung	geringer Rückgang	signifikanter Rückgang	Weiß nicht
Vertreter (ohne Fernverkauf)	<input type="checkbox"/>					
Makler (ohne Fernverkauf)	<input type="checkbox"/>					
Bankassekuranz (ohne Fernverkauf)	<input type="checkbox"/>					
Direktversicherer (ohne Fernverkauf)	<input type="checkbox"/>					
Fernabsatz (Internet, Post, Call Center) über die folgenden Kanäle:						
<i>Vertreter</i>	<input type="checkbox"/>					
<i>Makler</i>	<input type="checkbox"/>					
<i>Bankassekuranz</i>	<input type="checkbox"/>					
<i>Unternehmen</i>	<input type="checkbox"/>					

Bitte begründen Sie, wenn Sie glauben, dass bestimmte Produkte beeinflusst werden:

Q.21 Vorteile der Offenlegung von Vergütungen

Bitte bewerten Sie für jede Vergütungsart ihre Offenlegung als Gegenüberstellung zwischen **Vorteil für den Kunden** und **Umsetzungsaufwand**:

Skala: 1 = Keine, 2 = Gering, 3 = Mittel, 4 = Hoch, 5 = Sehr hoch

	Vorteil für den Kunden	Umsetzungsaufwand	Keine Angabe
Vergütung auf Prämie			
Kick-backs beruhend auf dem verwalteten Vermögen (z.B. PRIPS)			
Empfehlungsvergütungen			
Periodische Protfoliogebühren			
Neben- und Sachleistungen (z.B. Prämienreduktion, Reisekostenvergütungen, Schulungen, etc.)			
Performance-Bonus			
Vergütung pro vermitteltem Vertrag (d.h. nicht auf Wert eines einzelnen Vertrages basierend)			
Vergütung des Verlust-Verhältnisses			
Andere			

Andere – bitte hier beschreiben:

Q.22 Kommunikation der Vergütung an den Kunden

In welcher Form sollten Ihrer Meinung nach Details über das Vergütungssystem an den Kunden weiter gegeben werden, wenn eine Offenlegung des Vergütungssystems auf Anfrage Pflicht würde (oder wenn es in Ihrem Markt zur Pflicht würde)?

Bitte kreuzen Sie so viele an wie notwendig:

	Risiko- Leben	Leben mit Kapitalbild ung	Non- Life	Weiß nicht
Zahlung pro Prämie (selbst wenn diese Zahlung variabel ist)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Prozentsatz, der den Anteil der Vergütung am Endwert des Produktes widerspiegelt (oder bestmögliche Schätzung, auch wenn der Wert variabel ist)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Prozentsatz pro Prämie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Interne Vertriebskosten des Versicherers (Prozentsatz oder fixer Wert)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Externe Vertriebskosten des Versicherers (Prozentsatz oder fixer Wert)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Durchschnittliche Vergütung pro Vertrag der letzten drei Jahre, inklusive Neben- und Sachleistungen, Boni, Urlaub, etc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vergütung pro Anzahl der Verträge	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Andere – bitte hier beschreiben:

Q.24 Vergütungsszenario 1

Bemerkung: Bitte betrachten Sie das Szenario isoliert als **vollständigen Ersatz** jeder anderen Offenlegungsregelung für Vergütungen.

Aufgrund einer Gesetzesänderung sollen Ihre Vertriebsleute dem Kunden auf Anfrage folgende Informationen zur Verfügung stellen:

- a) Die eigene Vergütung des Verkäufers für den Vertrag, und*
- b) Die Gesamtsumme aller Vergütungen, die an alle Vermittler gezahlt werden als Prozentsatz der Prämie des Kunden*
- c) Der Verkäufer muss die Informationen in einer dauerhaften Form liefern.*

Q.25 Auswirkung des Vergütungsszenarios 1 auf die Organisation

Nehmen Sie an, dass Szenario 1 umgesetzt wurde. Bitte geben Sie Details zu den notwendigen Änderungen an:

<i>Bitte geben Sie einmalige und periodische Änderungen an.</i>	Einmalige Kosten in €	Einmalige Zeit in Manntagen	Periodische Kosten in €	Periodische Zeit in Manntagen	Weiß nicht
1. IT-Systeme <i>Bitte schätzen Sie die Kosten für die Erfassung und Speicherung zusätzlicher Daten.</i>					
2. Schulungen <i>Bitte schätzen Sie die Kosten für Schulungen bezüglich des neuen Gesetzes.</i>					
3. Interne Überwachung <i>Bitte geben Sie den Budgetanstieg an, um die interne Compliance-Überwachung der neuen Regelung sicherzustellen.</i>					
4. Marketing-Materialien <i>Bitte schätzen Sie die Kosten, die durch die Anfertigung neuer Marketing-Materialien entstehen (ohne Verkaufskosten).</i>					
5. Andere <i>Bitte schätzen Sie alle notwendigen Kosten aller zuvor nicht genannten Bereiche, und erklären Sie unten welche Bereiche das sind.</i>					

Kommentare:

Q.26 Auswirkung des Vergütungsszenarios 1 auf die Kunden

Glauben Sie, dass die Anforderungen von Szenario 1 an die Versicherungsindustrie zu Folgendem führen:

Bitte kreuzen Sie entsprechend an	signifikanter Anstieg	geringer Anstieg	keine Änderung	geringer Rückgang	signifikanter Rückgang	Weiß nicht
Versicherungsprämien	<input type="checkbox"/>					
Höhe der Versicherungsdeckung	<input type="checkbox"/>					
Kapitalrendite (Investment-Produkte)	<input type="checkbox"/>					
Nachfrage von Produkten im Direktvertrieb	<input type="checkbox"/>					
Schutz des Versicherungsnehmers	<input type="checkbox"/>					
Beratungsqualität für Investoren	<input type="checkbox"/>					
Kundenverständnis	<input type="checkbox"/>					

Bitte begründen Sie Ihre Antwort:

Q.27 Auswirkung des Vergütungsszenarios 1 auf Mitbewerber

Glauben Sie, dass die Anforderungen von Szenario 1 an die Versicherungsindustrie zu Folgendem führen:

Bitte kreuzen Sie entsprechend an	signifikanter Anstieg	geringer Anstieg	keine Änderung	geringer Rückgang	signifikanter Rückgang	Weiß nicht
Wettbewerb	<input type="checkbox"/>					
Produktpalette	<input type="checkbox"/>					
Markteintrittsbarrieren	<input type="checkbox"/>					
Rentabilität/ Gewinnspanne	<input type="checkbox"/>					
Vertriebskosten (intern & extern)	<input type="checkbox"/>					
Verkaufsvolumen	<input type="checkbox"/>					
Vermittlerprämien	<input type="checkbox"/>					
Regulatorisches Risiko (z.B. Gefahr von Fehlverkäufen) ³	<input type="checkbox"/>					
Anzahl der Marktteilnehmer (inklusive Auswirkung auf KMUs)	<input type="checkbox"/>					

Bitte erklären Sie die Gründe Ihrer Antwort:

³ Das regulatorische Risiko bezieht sich auf Vermittler oder Organisationen, die die regulatorischen Anforderungen während einer Geschäftsbeziehung nicht beachten (z.B. minimale Offenlegung), was zu Bußgeldern, Sanktionen und rechtlichen Konsequenzen führen kann.

Q.28 Auswirkung des Vergütungsszenarios 1 auf die Vertriebskanäle

Glauben Sie, dass die Anforderungen von Szenario 1 an die Versicherungsindustrie zu Folgendem führen:

Bitte kreuzen Sie entsprechend an	signifikanter Anstieg	geringer Anstieg	keine Änderung	geringer Rückgang	signifikanter Rückgang	Weiß nicht
Vertreter (ohne Fernverkauf)	<input type="checkbox"/>					
Makler (ohne Fernverkauf)	<input type="checkbox"/>					
Bankassekuranz (ohne Fernverkauf)	<input type="checkbox"/>					
Direktversicherer (ohne Fernverkauf)	<input type="checkbox"/>					
Fernabsatz (Internet, Post, Call Center) über die folgenden Kanäle:						
<i>Vertreter</i>	<input type="checkbox"/>					
<i>Makler</i>	<input type="checkbox"/>					
<i>Bankassekuranz</i>	<input type="checkbox"/>					
<i>Unternehmen</i>	<input type="checkbox"/>					

Bitte begründen Sie, wenn Sie glauben, dass bestimmte Produkte beeinflusst werden:

Abschnitt II

Einfluss der Einführung einer stärkeren Regelung von Interessenkonflikten für den Versicherungsvertrieb

Interessenkonflikte

Die Kommission empfiehlt, dass die übergeordneten Prinzipien bezüglich Interessenkonflikten und Transparenz im Prinzip sowohl bei Versicherungsvermittlern als auch bei Versicherungsunternehmen Anwendung finden sollten. Natürlich sollten Anforderungen, die ausschließlich die Aktivitäten der Versicherungsvermittler betreffen, nur auf sie anwendbar sein.

Bezüglich der Interessenkonfliktregeln empfiehlt die Kommission, das Regelwerk von MiFID Level 1 als Orientierungshilfe zu sehen, um Interessenkonflikte zu regeln.⁴ Dennoch ist zu beachten, dass die MiFID-Regelungen zu Interessenkonflikten, insbesondere die Level 2⁵ Direktive, nicht dazu genutzt werden kann, um den Versicherungsmarkt zu regulieren; daher müssen die MiFID-Regelungen an den Versicherungssektor angepasst werden, um dessen Anforderungen gerecht zu werden.

⁴ MiFID befasst sich mit Interessenkonflikten im Artikel 18 der MiFID-Richtlinie und Artikel 21 und 22 der MiFID-Durchführungsrichtlinie Direktive. Die anspruchsvollen Regeln von MiFID für die Identifizierung, das Management und die Offenlegung von Interessenkonflikten bietet Unternehmen eine gewisse Flexibilität, um den passenden Ansatz zu wählen, je nach Natur, Größe und Komplexität des Geschäfts. Jedoch müssen diese Regeln angepasst werden, um den Anforderungen des Versicherungsvermittlungsgeschäfts zu entsprechen.

⁵ Richtlinie 2006/73/EG der Kommission vom 10. August 2006 zur Durchführung der Richtlinie 2004/39/EG des Europäischen Parlaments und des Rates in Bezug auf die organisatorischen Anforderungen an Wertpapierfirmen und die Bedingungen für die Ausübung ihrer Tätigkeit sowie in Bezug auf die Definition bestimmter Begriffe für die Zwecke der genannten Richtlinie.

Q.31 Auswirkungen der Offenlegung der Interessenkonflikte auf Kunden

Hat die Umsetzung der Offenlegungspolitik zu Folgendem geführt:

<i>Bitte kreuzen Sie entsprechend An</i>	signifikanter Anstieg	geringer Anstieg	keine Änderung	geringer Rückgang	signifikanter Rückgang	Weiß nicht
Versicherungsprämien	<input type="checkbox"/>					
Höhe der Versicherungsdeckung	<input type="checkbox"/>					
Kapitalrendite (Investment-Produkte)	<input type="checkbox"/>					
Nachfrage von Produkten im Direktvertrieb	<input type="checkbox"/>					
Schutz des Versicherungsnehmers	<input type="checkbox"/>					
Beratungsqualität für Investoren	<input type="checkbox"/>					
Kundenverständnis	<input type="checkbox"/>					

Bitte begründen Sie Ihre Antwort:

Q.32 Auswirkung der Offenlegung der Interessenkonflikte auf Marktteilnehmer

Hat die Umsetzung der Offenlegungspolitik zu Folgendem geführt:

Bitte kreuzen Sie entsprechend an	signifikanter Anstieg	geringer Anstieg	keine Änderung	geringer Rückgang	signifikanter Rückgang	Weiß nicht
Wettbewerb	<input type="checkbox"/>					
Produktpalette	<input type="checkbox"/>					
Markteintrittsbarrieren	<input type="checkbox"/>					
Rentabilität/ Gewinnspanne	<input type="checkbox"/>					
Vertriebskosten (intern & extern)	<input type="checkbox"/>					
Verkaufsvolumen	<input type="checkbox"/>					
Vermittlerprämien	<input type="checkbox"/>					
Regulatorisches Risiko (z.B. Gefahr von Fehlverkäufen) ⁶	<input type="checkbox"/>					
Anzahl der Marktteilnehmer (inklusive Auswirkung auf KMUs)	<input type="checkbox"/>					

Bitte begründen Sie Ihre Antwort:

⁶ Das regulatorische Risiko bezieht sich auf Vermittler oder Organisationen, die die regulatorischen Anforderungen während einer Geschäftsbeziehung nicht beachten (z.B. minimale Offenlegung), was zu Bußgeldern, Sanktionen und rechtlichen Konsequenzen führen kann.

Q.33 Auswirkung der Offenlegung der Interessenkonflikte auf die Vertriebskanäle

Glauben Sie, die Einführung der Offenlegung der Interessenkonflikte zu Folgendem geführt hat:

<i>Bitte kreuzen Sie entsprechend an</i>	signifikanter Anstieg	geringer Anstieg	keine Änderung	geringer Rückgang	signifikanter Rückgang	Weiß nicht
Vertreter (ohne Fernverkauf)	<input type="checkbox"/>					
Makler (ohne Fernverkauf)	<input type="checkbox"/>					
Bankassekuranz (ohne Fernverkauf)	<input type="checkbox"/>					
Direktversicherer (ohne Fernverkauf)	<input type="checkbox"/>					
Fernabsatz (Internet, Post, Call Center) über die folgenden Kanäle:						
<i>Vertreter</i>	<input type="checkbox"/>					
<i>Makler</i>	<input type="checkbox"/>					
<i>Bankassekuranz</i>	<input type="checkbox"/>					
<i>Unternehmen</i>	<input type="checkbox"/>					

Bitte begründen Sie, wenn Sie glauben, dass bestimmte Produkte beeinflusst werden:

Q.34 Bedeutung spezieller Interessenkonflikte

Bitte geben Sie für jeden Vertriebskanal die Wichtigkeit (auf einer Skala von 1-5) der folgenden Interessenkonflikte an:

Skala: 1 = keine, 2 = niedrig, 3 = mittel, 4 = hoch, 5 = sehr hoch

	Makler	Vertreter	Direktvertrieb	Bank-Assekuranz	Anderer
Potenzielle Interessenkonflikte aufgrund der Verbindung des Vermittlers zum Versicherungsunternehmen (z.B. Schulungen der Vermittler, größere Portfolios mit einer einzigen Gruppe, zusätzliche oder nicht veröffentlichte Firmenanteile etc.)	—	—	—	—	—
Unvereinbare Rollen (z.B. Vermittler bearbeiten Schadensfälle; Vertreter, die auch Makler sind)	—	—	—	—	—
Marketing oder Verkauf von Versicherungsprodukten in Verbindung mit dem Angebot anderer Produkte oder Dienstleistungen (z.B. eine Bank, die Kredite vertreibt, bietet Kreditausfallversicherungen an; Autohändler bieten Autoversicherungen; etc.)	—	—	—	—	—
Bonuszahlungen an Vermittler, um Portfolios auf andere Versicherungsunternehmen, zu transferieren	—	—	—	—	—

Andere Interessenkonflikte – bitte beschreiben Sie:

Q.35 Vorteile und Grenzen der Offenlegung

Bitte bewerten Sie bezüglich der Offenlegung die **Vorteile für den Kunden** sowie die **Schwierigkeiten der Umsetzung** für die einzelnen Interessenkonflikte

Skala: 1 = keine, 2 = niedrig, 3 = mittel, 4 = hoch, 5 = sehr hoch

	Vorteile für den Kunden	Schwierigkeit der Umsetzung
Potenzielle Interessenkonflikte aufgrund der Verbindung des Vermittlers zum Versicherungsunternehmen (z.B. Schulungen der Vermittler, größere Portfolios mit einer einzigen Gruppe, zusätzliche oder nicht veröffentlichte Firmenanteile etc.)	—	—
Unvereinbare Rollen (z.B. Vermittler bearbeiten Schadensfälle; Vertreter, die auch Makler sind)	—	—
Marketing oder Verkauf von Versicherungsprodukten in Verbindung mit dem Angebot anderer Produkte oder Dienstleistungen (z.B. eine Bank, die Kredite vertreibt, bietet Kreditausfallversicherungen an; Autohändler bieten Autoversicherungen; etc.)	—	—
Weitere und/oder nicht offengelegte Provisionen	—	—
Bonuszahlungen an Vermittler, um Portfolios auf andere Versicherungsunternehmen, zu transferieren	—	—

Andere – bitte beschreiben Sie:

Q.36 Weitere Interessenkonflikt-Maßnahmen

Bitte bewerten Sie die einzelnen Interessenkonflikt-Maßnahmen hinsichtlich ihrer **Vorteile für den Kunden** ebenso wie die **Schwierigkeiten der Umsetzung**.

Skala: 1 = keine, 2 = niedrig, 3 = mittel, 4 = hoch, 5 = sehr hoch

	Vorteile für den Kunden	Schwierigkeit der Umsetzung
Einführen eines allgemeinen Prinzips der „Fürsorgepflicht“, d.h. ehrliches und professionelles Handeln, die Kundeninteressen bestmöglich vertreten	—	—
Alle Interessenkonflikte identifizieren und veröffentlichen	—	—
Vermittler von unvereinbaren Rollen trennen	—	—
Interessenkonflikt-Register erstellen und pflegen sowie die Konflikte überwachen	—	—
Kunden anhand ihrer Risikoprofile und Erfahrung kategorisieren und Produkte auf die jeweiligen Kategorien beschränken	—	—
Niveau der Abhängigkeit mit einem Versicherungsunternehmen basiert auf einem festgelegten Grenzwert (z.B. 25% oder mehr)	—	—
Provision basiert auf einer mehrfachen Produktkombination	—	—

Andere – bitte beschreiben Sie:

Q.42 Interessenkonflikt Szenario 2

Bitte lesen sie das Szenario unten stehende und betrachten Sie es als ein neues Regelwerk. Beantworten Sie dann die folgenden Fragen:

Auf der Grundlage eines neuen Gesetzes sind alle Vermittler verpflichtet, ihren Kunden vor dem Abschluss eines Vertrages folgendes offen zu legen:

- a) Offenlegung aller erkannten Interessenkonflikte für den Kunden*
- b) Ob sie mehr als 25% ihrer Erträge von Versicherungsprodukten eines bestimmten Versicherungsunternehmens oder Maklers erhalten. Wenn ja, Name des Unternehmens oder des Maklers*

Bemerkung: Bitte betrachten Sie das Szenario isoliert als **vollständigen Ersatz** jeder anderen Regelung für Interessenkonflikte.

Q.43 Auswirkungen des Interessenkonflikt-Szenario 2 auf die Organisation

Angenommen, Szenario 2 ist in Kraft getreten, Bitte geben Sie Details zu den notwendigen Änderungen an:

<i>Bitte führen Sie einmalige und periodische Änderungen auf.</i>	Einmalige Kosten in €	Einmalige Zeit in Manntagen	Periodische Kosten in €	Periodische Zeit in Manntagen	Weiß nicht
6. IT-Systeme <i>Bitte schätzen Sie die Kosten für die Erfassung und Speicherung zusätzlicher Daten.</i>					
7. Schulungen <i>Bitte schätzen Sie die Kosten für Schulungen bezüglich des neuen Gesetzes.</i>					
8. Interne Überwachung <i>Bitte geben Sie den Budgetanstieg an, um die interne Compliance-Überwachung der neuen Regelung sicherzustellen.</i>					
9. Marketing-Materialien <i>Bitte schätzen Sie die Kosten, die durch die Anfertigung neuer Marketing-Materialien entstehen (ohne Verkaufskosten).</i>					
10. Andere <i>Bitte schätzen Sie alle notwendigen Kosten aller zuvor nicht genannten Bereiche, und erklären Sie unten welche Bereiche das sind.</i>					

Kommentare:

Q.44 Auswirkungen des Interessenkonflikt-Szenario 2 auf Kunden

Glauben Sie, dass die Anforderungen von Szenario 2 auf die Versicherungsindustrie zu Folgendem führt:

<i>Bitte kreuzen Sie die entsprechende Box an</i>	signifikanter Anstieg	geringer Anstieg	keine Änderung	geringer Rückgang	signifikanter Rückgang	Weiß nicht
Versicherungsprämien	<input type="checkbox"/>					
Höhe der Versicherungsdeckung	<input type="checkbox"/>					
Kapitalrendite (Investment-Produkte)	<input type="checkbox"/>					
Nachfrage von Produkten im Direktvertrieb	<input type="checkbox"/>					
Schutz des Versicherungsnehmers	<input type="checkbox"/>					
Beratungsqualität für Investoren	<input type="checkbox"/>					
Kundenverständnis	<input type="checkbox"/>					

Bitte begründen Sie Ihre Antwort:

Q.45 Auswirkungen des Interessenkonflikt-Szenario 2 auf Marktteilnehmer

Glauben Sie, dass die Anforderungen von Szenario 2 an die Versicherungsindustrie zu Folgendem führen:

Bitte kreuzen Sie entsprechend An	signifikanter Anstieg	geringer Anstieg	keine Änderung	geringer Rückgang	signifikanter Rückgang	Weiß nicht
Wettbewerb	<input type="checkbox"/>					
Produktpalette	<input type="checkbox"/>					
Markteintrittsbarrieren	<input type="checkbox"/>					
Rentabilität/ Gewinnspanne	<input type="checkbox"/>					
Vertriebskosten (intern & extern)	<input type="checkbox"/>					
Verkaufsvolumen	<input type="checkbox"/>					
Vermittlerprämien	<input type="checkbox"/>					
Regulatorisches Risiko (z.B. Gefahr von Fehlverkäufen) ⁷	<input type="checkbox"/>					
Anzahl der Marktteilnehmer (inklusive Auswirkung auf KMUs)	<input type="checkbox"/>					

Bitte begründen Sie Ihre Antwort:

⁷ Das regulatorische Risiko bezieht sich auf Vermittler oder Organisationen, die die regulatorischen Anforderungen während einer Geschäftsbeziehung nicht beachten (z.B. minimale Offenlegung), was zu Bußgeldern, Sanktionen und rechtlichen Konsequenzen führen kann.

Q.46 Auswirkungen des Interessenkonflikt-Szenario 2 auf Vertriebskanäle

Glauben Sie, dass die Anforderungen von Szenario 2 an die Versicherungsindustrie zu Folgendem führen:

<i>Bitte kreuzen Sie entsprechend An</i>	signifikanter Anstieg	geringer Anstieg	keine Änderung	geringer Rückgang	signifikanter Rückgang	Weiß nicht
Vertreter (ohne Fernverkauf)	<input type="checkbox"/>					
Makler (ohne Fernverkauf)	<input type="checkbox"/>					
Bankassekuranz (ohne Fernverkauf)	<input type="checkbox"/>					
Direktversicherer (ohne Fernverkauf)	<input type="checkbox"/>					
Fernabsatz (Internet, Post, Call Center) über die folgenden Kanäle:						
<i>Vertreter</i>	<input type="checkbox"/>					
<i>Makler</i>	<input type="checkbox"/>					
<i>Bankassekuranz</i>	<input type="checkbox"/>					
<i>Unternehmen</i>	<input type="checkbox"/>					

Bitte begründen Sie, wenn Sie glauben, dass bestimmte Produkte beeinflusst werden:

Abschnitt III

Zusätzliche Fragen

Q.47 Sollte die Offenlegung von Vergütung und Interessenkonflikten auf spezifische Produkt-Kategorien beschränkt werden?

Q.48 Sollte die Offenlegung von Vergütung und Interessenkonflikten auf bestimmte Kunden-Kategorien beschränkt werden?

Q.49 Sollte die Offenlegung von Vergütung und Interessenkonflikten für Versicherungsprodukte mit Kapitalanlageanteil verstärkt werden?