

ZFR 2016/108**ZFR 2016, 275**

Heft 6 v. 15.06.2016

Beiträge

Die **Versicherungsvertriebsrichtlinie****Teil 2 (Fortsetzung von ZFR 2016/86)***Univ.-Prof. Dr. Michael Gruber*
Universität Salzburg

Am 23. 2. 2016 ist die neue **Versicherungsvertriebsrichtlinie** in Kraft getreten. Sie ist von den Mitgliedstaaten bis 23. 2. 2018 umzusetzen und löst ab dann die derzeit geltende Versicherungsvermittlungsrichtlinie aus 2002 ab. Der folgende Beitrag stellt die wichtigsten materiellrechtlichen Neuerungen der neuen Richtlinie vor.

4.6. Cross-Selling**4.6.1. Einführung**

Cross-Selling beschreibt den Verkauf von zusätzlichen Produkten eines Unternehmens an seine Bestandskunden. Es handelt sich (auch) in der Versicherungsbranche um eine gängige Vertriebs- und Marketingstrategie.⁶⁸

Cross-Selling findet im Versicherungsvertrieb einerseits dadurch statt, dass dem Kunden zu der von ihm nachgefragten Versicherung noch andere Versicherungen angeboten werden. So hat etwa die Kfz-Haftpflichtversicherung in der Regel die Funktion eines Türöffners. Das Versicherungsunternehmen nutzt deren Akquise dazu, dem Kunden auch andere Versicherungsprodukte anzubieten. Mehrere Versicherungen bei einem Versicherungsunternehmen abzuschließen, kann für den Kunden Vorteile in Gestalt einer Prämienreduktion bzw -vergütung oder sonstiger Incentives bringen. Am österreichischen Versicherungsmarkt ist eine Cross-Selling-Quote von 2-3 zu beobachten.⁶⁹ Diese Strategie der Versicherungsunternehmen führt auf der Vertriebsstufe dazu, dass der Vermittler zum Cross-Selling angehalten und im Fall erfolgreicher Mehrfachabschlüsse beim Kunden auch entsprechend belohnt wird.

Cross-Selling kommt auch in der Form vor, dass eine Versicherung zusammen mit einem Nicht-Versicherungsprodukt verkauft wird. Nur diese Form des Cross-Selling regelt Art 24 IDD.⁷⁰ Ein Beispiel für solche Angebote sind etwa Handyversicherungen. Für diese Mobile Phone Insurance fordert EIOPA in einem Bericht vom November 2015 Verbesserungen. Dabei beschreibt EIOPA die Situation so:⁷¹ *"MPI is sold through entities such as mobile phone operators, retailers and banks and is often offered as an add-on to other products purchased by consumers such as mobile phones, bank accounts or credit cards. The product is therefore commonly sold through cross-selling practices (tying and bundling)."* Ungeachtet der damit für den Konsumenten verbundenen Vorteile hätte Cross-Selling auch Nachteile, insb fehlenden Wettbewerb und unzureichende Information: *"However, cross-selling practices may also entail important consumer protection issues. Recent evidence available from the UK FCA's study on non-life insurance add-ons points to a lack of effective competition in these markets. Indeed, consumer choice is often restricted and consumers tend to focus on the "primary" product and do not shop around or carefully study the characteristics of the add-on product."*⁷²

Cross-Selling ist nicht nur bei Versicherungen, sondern generell beim Vertrieb von Finanzdienstleistungen eine übliche Praxis. ESA veröffentlichte im Dezember 2014 ein Joint Committee Consultation Paper on guidelines for cross selling practices. Hintergrund ist, dass in MiFID II die Ausarbeitung solcher Guidelines gefordert wird.⁷³ Das Verbraucherrisiko

wird in diesem Consultation Paper so beschrieben: "*In particular, the more complex purchase decision resulting from buying two or more products together may place additional burden on customers to assimilate relevant product information and understand potential risks and may distort or limit customer choice and cause potential detriment*".⁷⁴ Auch im Verbraucherschutzrecht regeln jüngst erlassene Richtlinien das Phänomen Cross-Selling, dort allerdings unter dem (auch aus dem Wettbewerbsrecht geläufigen) Titel Kopplungsgeschäfte:⁷⁵ Art 12 der Richtlinie über Wohnimmobilienkreditverträge;⁷⁶ Art 8 Zahlungskontenrichtlinie.⁷⁷

Gruber, Die *Versicherungsvertriebsrichtlinie*, ZFR 2016, Seite 275

4.6.2. Die Regelung der IDD

Wie erwähnt regelt Art 24 IDD nur eine der unter 4.6.1. beschriebenen Formen von Cross-Selling: Es geht um das Angebot einer Versicherung zusammen mit einem Produkt bzw einer Dienstleistung, das/die keine Versicherung ist. Diese Form des Cross-Selling ist bereits in MiFID II geregelt.⁷⁸ Art 4 Abs 1 Nr 42 MiFID II definiert Querverkäufe als das Angebot einer Wertpapierdienstleistung zusammen mit einer anderen Dienstleistung oder einem anderen Produkt als Teil eines Pakets oder als Bedingung für dieselbe Vereinbarung bzw dasselbe Paket. Für derartige Querverkäufe normiert Art 24 Abs 11 MiFID II eine Informationspflicht der Wertpapierfirma als Teil ihrer Wohlverhaltenspflichten.

Art 24 IDD knüpft erkennbar an diese Regelung in MiFID II an.⁷⁹ Anders als diese verzichtet die IDD aber auf eine Definition des Querverkaufs. Dafür wird in Art 24 Abs 1 IDD jener Tatbestand beschrieben, der die Informationspflicht des Versicherungsvertriebers auslöst: Wird ein Versicherungsprodukt zusammen mit einem Nebenprodukt oder einer Nebendienstleistung, das bzw die keine Versicherung ist, als Teil eines Pakets oder derselben Vereinbarung angeboten, informiert der Versicherungsvertrieber den Kunden darüber, ob die verschiedenen Bestandteile getrennt voneinander gekauft werden können, und stellt, falls dies der Fall ist, eine angemessene Beschreibung der verschiedenen Bestandteile der Vereinbarung oder des Pakets zur Verfügung und erbringt für jeden Bestandteil einen getrennten Nachweis über Kosten und Gebühren.

Jedenfalls muss der Versicherungsvertrieber über ein allenfalls andersartiges Risiko des Pakets informieren: Unter den in Art 24 Abs 1 IDD genannten Umständen und wenn sich das Risiko oder die Versicherungsdeckung, das bzw die sich aus einer solchen einem Kunden angebotenen Vereinbarung oder einem solchen einem Kunden angebotenen Paket ergibt, von dem Risiko bzw der Versicherungsdeckung unterscheidet, das bzw die mit den separat erworbenen Bestandteilen verbunden ist, stellt der Versicherungsvertrieber eine angemessene Beschreibung der verschiedenen Bestandteile der Vereinbarung bzw des Pakets und der Art und Weise zur Verfügung, wie ihre Wechselwirkung das Risiko bzw die Versicherungsdeckung ändert (Art 24 Abs 2 IDD).

Anders als in Art 24 Abs 3 IDD (dazu sogleich) verbietet also Art 24 Abs 1 IDD die Kopplung eines Versicherungsprodukts mit einem Nebenprodukt/einer Nebendienstleistung nicht. Der Vertrieber muss lediglich den Kunden über die allenfalls bestehende Möglichkeit⁸⁰ eines getrennten Kaufs der Paketbestandteile informieren.

Den zu Art 24 Abs 1 IDD komplementären Tatbestand regelt Art 24 Abs 3 Satz 1 IDD: Ergänzt ein Versicherungsprodukt eine Ware oder eine Dienstleistung, die keine Versicherung ist, als Teil eines Pakets oder derselben Vereinbarung, bietet der Versicherungsvertrieber dem Kunden die Möglichkeit, die Ware oder die Dienstleistung gesondert zu kaufen.⁸¹ Mit anderen Worten: Bündelung ist erlaubt, Kopplung nicht.

Es wird nicht leicht werden, die Tatbestände in Art 24 Abs 1 und Abs 3 IDD voneinander abzugrenzen. Dies wird aber wegen der differenten Rechtsfolgen (Information, Kopplungsverbot) notwendig sein. Bei der Handyversicherung scheint klar, dass sie unter Art 24 Abs 3 IDD fällt. Die Versicherung ergänzt das Handy. Bei anderen Paketangeboten wird die Unterscheidung aber uU nicht so leicht sein. So wird sich die Frage stellen, wann das Nicht-Versicherungsprodukt bzw die Dienstleistung ein Nebenprodukt bzw eine Nebendienstleistung ist.

4.7. Produktgenehmigungsverfahren

4.7.1. Einführung

Auch das Produktgenehmigungsverfahren (*Product Oversight and Governance* - POG) nach Art 25 IDD hat sein Vorbild in MiFID II.⁸² Art 25 IDD ist in seiner deutschen Sprachversion übertitelt mit "Aufsichts- und Lenkungs-Anforderungen". Dabei handelt es sich um eine ebenso holprige wie nichtssagende Übersetzung des englischen Titels "*Product oversight and governance requirements*".⁸³ Hintergrund dieser Neuerung ist, dass die Europäischen

Aufsichtsbehörden nunmehr nach dem Vorbild der britischen FCA den Anlegerschutz nicht erst am Point-of-Sale, sondern bereits am Beginn der Entwicklung eines Produkts durch entsprechende Aufsichtsmaßnahmen sicherstellen wollen.⁸⁴ Durch POG soll eine Regulierung des gesamten Produkt- und Vertriebszyklus erfolgen, die bereits bei der Entwicklung und Herstellung eines neuen Finanzprodukts beginnt. Klar ist damit

*Gruber, Die **Versicherungsvertriebsrichtlinie**, ZFR 2016, Seite 276*

auch, dass die POG-Regelungen die PoS-Regeln (zB Interessenkonflikte, Aufklärungspflichten) ergänzen, nicht aber ersetzen.⁸⁵

Product Governance ist von den Möglichkeiten der Aufsichtsbehörden zur Produktintervention zu unterscheiden, wie sie etwa in Art 40 ff MiFIR⁸⁶ oder in Art 16 PRIIP-Verordnung⁸⁷ vorgesehen sind.⁸⁸ Die IDD enthält keine vergleichbaren Interventionsbestimmungen.

Zum Themenkomplex POG gibt es bisher "*Joint ESAs High Level Principles*",⁸⁹ einen Abschnitt in der ES-MA-Consultation zu MiFID II (MiFIR),⁹⁰ EBA-Guidelines on POG-arrangements for retail banking products⁹¹ und schließlich für die IDD ein Consultation Paper von EIOPA.⁹²

4.7.2. Die Regelung der IDD

Für Versicherungsprodukte, die aus einer Versicherung für **Großrisiken** bestehen, braucht kein Produktgenehmigungsverfahren durchgeführt zu werden (Art 25 Abs 4 IDD).⁹³

In **persönlicher** Hinsicht differenziert Art 25 IDD seinen **Anwendungsbereich** danach, ob der Versicherungsvertreiber *manufacturer* ist oder bloßer *distributor*. Nach Art 25 Abs 1 UAbs 1 IDD haben Versicherungsunternehmen und -vermittler,⁹⁴ die Versicherungsprodukte zum Verkauf an Kunden konzipieren, ein Verfahren für die Genehmigung jedes einzelnen Versicherungsprodukts oder jeder wesentlichen Anpassung bestehender Versicherungsprodukte zu unterhalten, zu betreiben und zu überprüfen, bevor es an Kunden vermarktet oder vertrieben wird. Die Verpflichtung zum Produktgenehmigungsverfahren trifft also nur den *manufacturer*.⁹⁵ Den bloßen *distributor* treffen nur eingeschränkte Pflichten.⁹⁶

4.7.3. Grundsätze des Produktgenehmigungsverfahrens

Art 25 Abs 1 IDD legt in seinen UAbs 2-5 einige Grundsätze für dieses Produktgenehmigungsverfahren fest, die in einer künftigen Delegierten Verordnung der Kommission näher spezifiziert werden sollen (Art 25 Abs 2 IDD). Die Vorgaben des Rahmenrechtsaktes sind:

- Das Produktgenehmigungsverfahren ist verhältnismäßig und entspricht der Art des Versicherungsprodukts (Art 25 Abs 1 UAbs 2 IDD).
- Im Rahmen des Produktgenehmigungsverfahrens wird ein bestimmter **Zielmarkt** für jedes Produkt festgelegt, sichergestellt, dass alle einschlägigen Risiken für diesen bestimmten Zielmarkt bewertet werden und dass die beabsichtigte Vertriebsstrategie dem bestimmten Zielmarkt entspricht, und werden zumutbare Schritte unternommen, um zu gewährleisten, dass die Versicherungsprodukte an dem bestimmten Zielmarkt vertrieben werden (Art 25 Abs 1 UAbs 3 IDD).
- Das Versicherungsunternehmen⁹⁷ versteht die von ihm angebotenen oder vertriebenen Versicherungsprodukte und überprüft die Produkte regelmäßig, wobei es alle Ereignisse berücksichtigt, die wesentlichen Einfluss auf das potenzielle Risiko für den bestimmten Zielmarkt haben könnten.⁹⁸ Außerdem beurteilt es zumindest, ob das Produkt weiterhin den Bedürfnissen des bestimmten Zielmarkts entspricht und ob die beabsichtigte Vertriebsstrategie immer noch geeignet ist (Art 25 Abs 1 UAbs 4 IDD).
- Versicherungsunternehmen und -vermittler, die Versicherungsprodukte konzipieren, stellen allen Vertriebern sämtliche sachgerechten **Informationen** zu dem Versicherungsprodukt und dem Produktgenehmigungsverfahren, einschließlich des bestimmten Zielmarkts des Versicherungsprodukts, zur Verfügung (Art 25 Abs 1 UAbs 5 IDD).

An die zuletzt genannte Verpflichtung zur Bereitstellung von Informationen durch den *manufacturer* knüpft Art 25 Abs 1 UAbs 6 IDD an und normiert eine Pflicht des **distributors**, sich diese **Informationen zu verschaffen**: Wenn ein Versicherungsvertreiber Versicherungsprodukte, die er nicht selbst konzipiert, anbietet oder über sie berät, verfügt er

über angemessene Vorkehrungen, um die in UAbs 5 genannten Informationen zu erhalten und die Merkmale und den bestimmten Zielmarkt jedes Versicherungsprodukts zu verstehen.

Gruber, Die *Versicherungsvertriebsrichtlinie*, ZFR 2016, Seite 277

4.7.4. Haftung?

Die Verpflichtung zur Einrichtung eines Produktgenehmigungsverfahrens ist eine primär aufsichtsrechtliche Pflicht. Product-Governance-Vorgaben sind Ordnungsvorgaben und generieren keine originär vertraglichen Pflichten.⁹⁹ Die diesbezügliche Informationspflicht besteht nur gegenüber dem Versicherungsvertreiber, nicht aber gegenüber dem Kunden (Art 25 Abs 1 UAbs 5, 6 IDD). Die Haftung aus einer fehlerhaften oder unterlassenen Information des Kunden wird daher den Vertreter treffen. Im Besonderen wird den Vertreter eine Haftung treffen, wenn seine fehlerhafte Kundeninformation darauf zurückzuführen ist, dass er seiner Informationsverschaffungspflicht nach Art 25 Abs 1 UAbs 6 IDD nicht nachgekommen ist. Sofern eine fehlerhafte Beratung/Information des Kunden durch den Vertreter auf eine fehlerhafte Produktgestaltung bzw -dokumentation des *manufacturers* zurückzuführen ist, wird sich der Vertreter beim Produkthersteller regressieren können. Man könnte allerdings auch darüber nachdenken, ob die (künftige innerstaatliche) POG-Bestimmung nicht für sich schon als Schutzgesetz zugunsten der Kunden qualifiziert werden könnte. Dies hätte zur Folge, dass auch den *manufacturer* eine allerdings deliktische Schadenersatzpflicht treffen könnte. Für § 39 Abs 2c BWG, also eine Norm zum New Product Design, ist dies jüngst vertreten worden.¹⁰⁰

5. Versicherungsanlageprodukte¹⁰¹

5.1. Offenlegung von Interessenkonflikten

Die allgemeine Art bzw die Quellen von Interessenkonflikten ist - anders als nach Art 23 IDD¹⁰² - mittels eines dauerhaften Datenträgers offenzulegen (Art 28 Abs 3 Buchstabe a IDD). Die Offenlegung muss je nach Status des Kunden so ausführlich sein, dass dieser seine Entscheidung über die Versicherungsvertriebstätigkeiten, in deren Zusammenhang der Interessenkonflikt auftritt, in voller Kenntnis der Sachlage treffen kann (Art 28 Abs 3 Buchstabe b IDD). Beide Bestimmungen stammen aus Art 23 Abs 3 MiFID II.¹⁰³

5.2. Kundeninformation

Die Art 29 und 30 IDD, die wiederum deutlich von MiFID II¹⁰⁴ beeinflusst sind, sind Neuerungen gegenüber IMD1.5. Zu beachten gilt es, dass die Informationspflichten nach Art 29 und 30 IDD zusätzlich zu jenen nach der PRIIP-Verordnung bestehen.¹⁰⁵

5.2.1. Grundlagen

Die Informationspflicht nach Art 29 IDD besteht **zusätzlich** zu der Auskunftspflicht des Art 18 IDD und zur Offenlegung der Interessenkonflikte gem Art 19 Abs 1 und 2 IDD.¹⁰⁶ Zwei andere Erkenntnisse erschließen sich wegen der höchst unglücklichen Systematik der IDD nicht aus Kapitel VI, sondern aus Bestimmungen im vorangegangenen Kapitel V: Die Bestimmung über die Form der Auskünfte in Art 23 Abs 5 IDD¹⁰⁷ gilt auch für die Informationen nach Art 29 IDD. Art 22 Abs 1 UAbs 2 IDD sieht als Umsetzungsoption für die Mitgliedstaaten vor, dass sie vorsehen können, dass die in den Art 29 und 30 IDD genannten Auskünfte einem **professionellen Kunden** iSd Art 4 Abs 1 Nr 10 MiFID II¹⁰⁸ nicht erteilt zu werden brauchen. Der professionelle Kunde ist in MiFID II als Gegensatz zum Privatkunden definiert.

Art 29 IDD legt lediglich einen **Mindeststandard** fest: Die Mitgliedstaaten können den Vertreibern strengere Anforderungen vorschreiben, die Sachverhalte betreffen, die durch Art 29 geregelt werden (Art 29 Abs 3 UAbs 1 Satz 1 IDD).¹⁰⁹

5.2.2. Inhalt und Form der Information

Nach Art 29 Abs 1 UAbs 1 Satz 1 IDD sind Kunden und potenziellen Kunden angemessene Informationen über den Vertrieb von Versicherungsanlageprodukten und sämtliche Kosten und verbundenen Gebühren rechtzeitig vor dem Abschluss eines Vertrages zur Verfügung zu stellen. Art 29 Abs 1 UAbs 1 Satz 2 IDD legt den Mindestinhalt dieser Informationen fest:

- Erfolgt eine Beratung, ob der Versicherungsvermittler bzw das Versicherungsunternehmen dem Kunden eine regelmäßige Beurteilung der Eignung des Versicherungsanlageprodukts, das diesem Kunden empfohlen wird, gem Art 30 IDD bietet (Buchstabe a);
- hinsichtlich der Informationen über Versicherungsanlageprodukte und vorgeschlagene Anlagestrategien geeignete Leitlinien und Warnhinweise zu den mit Versicherungsanlageprodukten oder mit bestimmten vorgeschlagenen Anlagestrategien verbundenen Risiken (Buchstabe b);
- hinsichtlich der offenzulegenden Informationen über sämtliche Kosten und verbundene Gebühren, Informationen über den Vertrieb des Versicherungsanlageprodukts, einschließlich ggf der Beratungskosten, der Kosten des dem Kunden empfohlenen oder vertriebenen Versicherungsanlageprodukts und

*Gruber, Die **Versicherungsvertriebsrichtlinie**, ZFR 2016, Seite 278*

- wie der Kunde Zahlungen leisten kann, einschließlich etwaiger Zahlungen Dritter (Buchstabe c).

Die Informationen über alle Kosten und Gebühren, einschließlich Kosten und Gebühren im Zusammenhang mit dem Vertrieb des Versicherungsanlageprodukts, die nicht durch das zugrundeliegende Marktrisiko verursacht werden, sind in aggregierter Form zu erteilen, um es dem Kunden zu ermöglichen, die Gesamtkosten, sowie die kumulative Wirkung auf die Anlagerendite zu verstehen, und - falls der Kunde dies verlangt - ist eine Aufstellung der Kosten und Gebühren nach Posten zur Verfügung zu stellen. Ggf werden solche Informationen dem Kunden regelmäßig, mindestens aber jährlich, während der Laufzeit der Anlage zur Verfügung gestellt (Art 29 Abs 1 UAbs 2 IDD).¹¹⁰

Die Informationen nach Art 29 Abs 1 werden nach UAbs 3 in verständlicher Form und auf eine Weise erteilt, welche es den Kunden bzw potenziellen Kunden ermöglicht, nach vernünftigem Ermessen die Art und die Risiken des angebotenen Versicherungsanlageprodukts zu verstehen und somit Anlageentscheidungen wohlinformiert treffen zu können (Satz 1). Satz 2 eröffnet eine Umsetzungsoption für die Mitgliedstaaten: Sie können zulassen, dass diese Informationen in standardisierter Form zur Verfügung gestellt werden.

5.2.3. Die Provision - la cause célèbre

Im Entstehungsprozess der IDD war wie bereits angemerkt lange umstritten, wie mit Provisionen umgegangen werden soll.¹¹¹ Art 29 IDD geht diesbezüglich über die allgemeine Bestimmung des Art 19 IDD hinaus.¹¹²

5.2.3.1. Offenlegung

Auch bei Versicherungsanlageprodukten ist die Provision offenzulegen, die Regelungen des Art 19 IDD gelten auch für Versicherungsanlageprodukte. Das ergibt sich aus dem Einleitungssatz des Art 29 Abs 2 (arg: "unbeschadet").

Bemerkenswert ist, dass sich der Verweis in Art 29 Abs 2 IDD nicht auf Art 19 Abs 5 IDD bezieht. Art 19 Abs 5 IDD ist die für Versicherungsunternehmen geltende Parallelnorm zu Art 19 Abs 3 IDD, welcher für Versicherungsvermittler gilt. In beiden Absätzen des Art 19 IDD geht es um dasselbe Regelungsproblem. Der Vermittler bzw das Versicherungsunternehmen ist zur Offenlegung von Zahlungen verpflichtet, die der Kunde nach Abschluss des Versicherungsvertrages zu leisten hat.¹¹³ Dass nun Art 29 Abs 2 IDD nur auf Art 19 Abs 3 IDD, nicht aber auf Art 19 Abs 5 IDD verweist, dürfte eine planwidrige Lücke sein. Bejaht man dies, so wäre der Verweis so zu lesen, dass er auch Art 19 Abs 5 IDD umfasst.

5.2.3.2. Die verbotene Provision

Art 29 Abs 2 IDD beschränkt die Möglichkeit zur Vereinbarung von Vertriebsprovisionen: Die Mitgliedstaaten stellen demnach sicher, dass davon ausgegangen wird, dass Versicherungsvermittler bzw -unternehmen, die eine Gebühr oder Provision zahlen oder eine Gebühr oder Provision erhalten oder einer Partei einen nichtmonetären Vorteil im Zusammenhang mit dem Vertrieb eines Versicherungsanlageprodukts oder einer Nebendienstleistung gewähren oder einen solchen von einer Partei erhalten, sofern es sich bei dieser Partei nicht um den Kunden oder eine Person handelt, die im Auftrag des Kunden tätig wird, ihre Verpflichtung nach Art 17 Abs 1, Art 27 oder Art 28 IDD¹¹⁴ nur erfüllen, sofern die Provision oder der Vorteil

- a) sich nicht nachteilig auf die Qualität der entsprechenden Dienstleistung für den Kunden auswirkt und
- b) nicht die Verpflichtung des Versicherungsvermittlers oder -unternehmens beeinträchtigt, im besten Interesse seiner Kunden ehrlich, redlich und professionell zu handeln.¹¹⁵

Art 29 Abs 2 Buchstabe a IDD ist anders formuliert als sein Vorbild in Art 24 Abs 9 UAbs 1 Buchstabe a MiFID II: MiFID II formuliert die Voraussetzung einer zulässigen Provisionsgewährung dahin gehend, dass die Provision **dazu bestimmt** ist, die Qualität der Dienstleistung zu **verbessern**. Die IDD ist weniger streng formuliert. Die Provision darf sich lediglich **nicht nachteilig auf die Qualität** der Dienstleistung für den Kunden **auswirken**.¹¹⁶

Auch Art 29 Abs 2 IDD legt nur einen **Mindeststandard** fest.¹¹⁷ Die Mitgliedstaaten können daher über Art 29 Abs 2 IDD hinausgehen. Die strengeren Anforderungen nach nationalem Recht gelten für alle im Aufnahmemitgliedstaat tätigen Versicherungsvertreiber.¹¹⁸ Insb können **Mitgliedstaaten** auch ein **Provisionsverbot** normieren: Die Mitgliedstaaten können zusätzlich das Anbieten oder Annehmen von Gebühren, Provisionen oder nichtmonetären Vorteilen einer dritten Partei für die Erbringung einer Versicherungsberatungsleistung verbieten oder weiter einschränken (Art 29 Abs 3 UAbs 1 Satz 2 IDD). Die Umsetzungsoption eines Provisionsverbotes bezieht sich nur auf die "Erbrin-

*Gruber, Die **Versicherungsvertriebsrichtlinie**, ZFR 2016, Seite 279*

gung einer Versicherungsberatungsleistung".¹¹⁹ Ein nationales Provisionsverbot ist somit nur für einen Teil der Vertriebsdienstleistungen, nämlich die **Versicherungsberatung**, zulässig.¹²⁰ Die strengeren Anforderungen des Mitgliedstaates können überdies die Anforderung umfassen, dass die verbotenen Gebühren, Provisionen oder nichtmonetären Vorteile an den Kunden zurückgegeben oder mit den vom Kunden entrichteten Gebühren verrechnet werden (Art 29 Abs 3 UAbs 2 IDD).

5.3. Vertrieb mit/ohne Beratung

5.3.1. Einführung

Art 30 IDD normiert für den Vertrieb von Versicherungsanlageprodukten zusätzliche, über Art 20 IDD hinausgehende Pflichten.¹²¹ Vorbild ist Art 25 MiFID II. Art 30 IDD wird durch eine noch zu erlassende Delegierte Verordnung der Kommission näher ausgeführt werden (Art 30 Abs 6 IDD).

Wie schon Art 20 IDD differenziert auch Art 30 IDD die Pflichten des Versicherungsvertreibers danach, welche Art des Versicherungsvertriebs dieser anbietet:

- Vertrieb des Versicherungsanlageprodukts mit Beratung (Art 30 Abs 1 IDD)
- Vertrieb des Versicherungsanlageprodukts ohne Beratung (Art 30 Abs 2 IDD)

Auch in Art 30 IDD ist die Beratung durch den Versicherungsvertreiber nicht verpflichtend vorgegeben. Vielmehr ist sie wie schon in Art 20 IDD nur als Option für den Vertrieb vorgesehen.¹²² Allerdings eröffnet Art 29 Abs 3 UAbs 3 IDD¹²³ den **Mitgliedstaaten** eine Umsetzungsoption: Sie können die in Art 30 IDD benannte **Beratung** für den Vertrieb jedes Versicherungsanlageprodukts oder für bestimmte Arten von Versicherungsanlageprodukten **verbindlich vorschreiben**. Art 29 Abs 3 UAbs 3 erfasst den gesamten Versicherungsvertrieb, also Vermittler und Versicherungsunternehmen.¹²⁴

5.3.2. Beratung

Erbringt der Versicherungsvertreiber eine Beratung zu einem Versicherungsanlageprodukt, so beschafft er sich nach Art 30 Abs 1 UAbs 1 die notwendigen Informationen über die Kenntnisse und Erfahrung des Kunden oder potenziellen Kunden im Anlagebereich in Bezug auf den speziellen Produkttyp oder den speziellen Typ der Dienstleistung, die finanziellen Verhältnisse dieser Person, einschließlich die Fähigkeit dieser Person, Verluste zu tragen, und ihre Anlageziele, einschließlich der Risikotoleranz dieser Person, um dem Versicherungsvertreiber zu ermöglichen, dem Kunden oder potenziellen Kunden die Versicherungsanlageprodukte zu empfehlen, die für ihn **geeignet** ¹²⁵ sind und insb seiner Risikotoleranz und seiner Fähigkeit, Verluste zu tragen, entsprechen.¹²⁶

Die Mitgliedstaaten können nach Art 29 Abs 3 UAbs 4 IDD¹²⁷ vorschreiben, dass der Versicherungsvermittler, wenn er dem Kunden mitteilt, dass die Beratung ungebunden erfolgt, eine hinreichende Zahl von auf dem Markt angebotenen Versicherungsprodukten beurteilt, die hinsichtlich ihrer Art und Produkthanbieter hinreichend breit gestreut sind, damit die Ziele des Kunden in geeigneter Weise erreicht werden können, und die nicht auf Versicherungsprodukte beschränkt sind, die von Unternehmen emittiert oder angeboten werden, die in enger Verbindung zum Vermittler stehen.¹²⁸ Art 29 Abs 3 UAbs 4 IDD gilt nur für den Vermittler. Der Richtliniengeber ist bei dieser Differenzierung wohl von der praxisnahen Vermutung ausgegangen, dass ein Versicherungsunternehmen beim Vertrieb kaum eine ungebundene Beratung

anbieten wird. Im Regelfall werden die eigenen (Konzern-)Produkte angeboten. Eine ungebundene Beratung erwartet sich der Kunde beim Direktvertrieb durch ein Versicherungsunternehmen auch nicht.

Erbringt der Versicherungsvertrieber eine Beratungsleistung zu einem Versicherungsanlageprodukt, stellt er dem Kunden vor Vertragsabschluss mittels eines dauerhaften Datenträgers eine **Geeignetheitserklärung**¹²⁹ zur Verfügung, in der die erbrachte Beratungsleistung und die Art und Weise, in der diese den Präferenzen, Zielen und anderen kundenspezifischen Merkmalen entspricht, aufgeführt sind (Art 30 Abs 5 UAbs 2 Satz 1 IDD).¹³⁰

Eine für den Telefonverkauf bzw Onlinevertrieb wichtige Bestimmung enthält Art 30 Abs 5 UAbs 3 IDD: Wenn der Vertrag unter Verwendung eines Fernkommunikationsmittels abgeschlossen wird und die vorherige Aushändigung der Geeignetheitserklärung¹³¹ somit nicht möglich ist, kann der Versicherungsvertrieber dem Kunden die Geeignetheitserklärung mittels eines dauer-

*Gruber, Die **Versicherungsvertriebsrichtlinie**, ZFR 2016, Seite 280*

haften Datenträgers zur Verfügung stellen, unmittelbar nachdem dieser sich vertraglich gebunden hat, sofern die beiden folgenden Bedingungen erfüllt sind:

- a) Der Kunde hat der Aushändigung der Geeignetheitserklärung unverzüglich nach Vertragsabschluss zugestimmt, und
- b) der Versicherungsvertrieber hat dem Kunden die Möglichkeit angeboten, den Vertragsabschluss zu verschieben, um die Geeignetheitserklärung vorher zu erhalten.¹³²

5.3.3. Vertrieb ohne Beratung

Bei anderen Versicherungsvertriebstätigkeiten (als in Art 30 Abs 1 IDD), die ohne Beratung stattfinden, stellen die Mitgliedstaaten nach Art 30 Abs 2 UAbs 1 IDD sicher, dass Versicherungsvertrieber den Kunden oder potenziellen Kunden um Informationen über die Kenntnisse und die Erfahrung dieser Person im Anlagebereich in Bezug auf den speziellen Typ der angebotenen oder angeforderten Produkte oder Dienstleistungen bitten, um beurteilen zu können, ob die in Betracht gezogene Versicherungsdienstleistung oder das in Betracht gezogene Versicherungsprodukt für den Kunden **angemessen** sind (Satz 1).¹³³

Ist der Versicherungsvertrieber aufgrund der vom Kunden nach Art 30 Abs 2 UAbs 1 IDD erhaltenen Informationen der Auffassung, dass das Produkt¹³⁴ für den Kunden oder potenziellen Kunden unangemessen ist, warnt er den Kunden oder potenziellen Kunden diesbezüglich (Art 30 Abs 2 UAbs 2 Satz 1 IDD). Diese Warnung kann in einem standardisierten Format erfolgen (Satz 2).

Erteilt der Kunde oder potenzielle Kunde die in Art 30 Abs 2 UAbs 1 IDD genannten Informationen nicht oder macht er unzureichende Angaben zu seinen Kenntnissen und seiner Erfahrung, warnt ihn der Versicherungsvertrieber, dass er nicht beurteilen kann, ob das in Betracht gezogene Produkt¹³⁵ für ihn angemessen ist (Art 30 Abs 2 UAbs 3 Satz 1 IDD). Auch diese Warnung kann in einem standardisierten Format erfolgen (Satz 2).

5.3.4. execution only

Einen "Execution-only"- Vertrieb, wie er in Art 25 Abs 4 MiFID II vorgesehen ist, kennt Art 30 Abs 3 IDD nur als Umsetzungsoption für die Mitgliedstaaten: Unbeschadet des Art 20 Abs 1 IDD können die Mitgliedstaaten, wenn keine Beratung über Versicherungsanlageprodukte erfolgt, von der Verpflichtung zur Angemessenheitsprüfung nach Art 30 Abs 2 IDD absehen und Versicherungsvertriebern gestatten, Versicherungsvertriebstätigkeiten in ihrem Hoheitsgebiet¹³⁶ auszuüben, ohne sich die in Art 30 Abs 2 IDD vorgesehenen Informationen beschaffen oder die dort vorgesehene Beurteilung vornehmen zu müssen, wenn sämtliche folgenden Bedingungen erfüllt sind (Art 30 Abs 3 UAbs 1 IDD):

- a) Die Tätigkeiten beziehen sich auf eines der folgenden Versicherungsanlageprodukte:
 - i) Verträge, die ausschließlich Anlagerisiken aus Finanzinstrumenten mit sich bringen, die nicht als komplexe Finanzinstrumente im Sinne von MiFID II gelten¹³⁷ und keine Struktur aufweisen, die es dem Kunden erschwert, die mit der Anlage einhergehenden Risiken zu verstehen, oder
 - ii) andere nicht-komplexe Versicherungsanlagen für die Zwecke dieses Absatzes. Die Kriterien, anhand solche nicht-komplexen Versicherungsanlageprodukte ermittelt werden, sollen in einer künftigen Delegierten Verordnung der Kommission festgelegt werden (Art 30 Abs 6 IDD).

- b) Die Vertriebstätigkeit erfolgt auf Veranlassung des Kunden bzw potenziellen Kunden.
- c) Der Kunde oder potenzielle Kunde wurde eindeutig darüber informiert, dass der Versicherungsvertreiber bei der Erbringung der Versicherungsvertriebstätigkeit die Angemessenheit der Versicherungsanlageprodukte oder Versicherungsvertriebstätigkeit, die erbracht oder angeboten werden, nicht prüfen muss, und dass der Kunde oder potenzielle Kunde nicht in den Genuss des Schutzes der einschlägigen Wohlverhaltensregeln kommt (Satz 1). Eine derartige Warnung kann in standardisierter Form erfolgen (Satz 2).
- d) Der Versicherungsvertreiber kommt seinen Pflichten gemäß den Art 27 und 28 IDD (Interessenkonflikte) nach.

6. Dokumentation und Bericht

6.1. Dokumentation

Der Versicherungsvertreiber erstellt nach Art 30 Abs 4 IDD eine Aufzeichnung, die das Dokument oder die Dokumente mit den Vereinbarungen zwischen ihm und dem Kunden enthält, die die Rechte und Pflichten der Parteien sowie die sonstigen Bedingungen festlegen, zu denen der Versicherungsvertreiber Dienstleistungen für den Kunden erbringt (Satz 1).¹³⁸ Die Rechte und Pflichten der Vertragsparteien können durch einen Verweis auf andere Dokumente oder Rechtstexte aufgenommen werden (Satz 2). Vorbild ist Art 25 Abs 5 MiFID II.

6.2. Bericht

Nach Art 30 Abs 5 UAbs 1 IDD muss der Versicherungsvertreiber dem Kunden angemessene Berichte über die erbrach-

*Gruber, Die **Versicherungsvertriebsrichtlinie**, ZFR 2016, Seite 281*

ten Dienstleistungen mittels eines dauerhaften Datenträgers zur Verfügung stellen (Satz 1). Diese Berichte enthalten regelmäßige Mitteilungen an die Kunden, in denen der Art und der Komplexität der jeweiligen Versicherungsanlageprodukte sowie der Art der für den Kunden erbrachten Dienstleistung Rechnung getragen wird, und ggf die Kosten, die mit den im Namen des Kunden getätigten Geschäften und den erbrachten Dienstleistungen verbunden sind (Satz 2). Die Regelung entspricht Art 25 Abs 6 UAbs 1 MiFID II. Wenn der Versicherungsvertreiber dem Kunden mitgeteilt hat, dass er eine regelmäßige Beurteilung der Eignung vornehmen werde, muss der regelmäßige Bericht eine aktualisierte Erklärung dazu enthalten, wie das Versicherungsanlageprodukt den Präferenzen, Zielen und anderen kundenspezifischen Merkmalen entspricht (Art 30 Abs 5 UAbs 4 IDD).

68 ErwGr 53 zur IDD. Wer etwa die Beiträge in der Zeitschrift Versicherungswirtschaft (VW) der letzten Jahre verfolgt hat, ist ständig auf dieses Thema gestoßen; vgl etwa im Zusammenhang mit Kfz-Versicherungen *Blöink*, VW 2/2016, 42; *Hofmeier* et al, VW 11/2015, 34.

69 Die Cross-Selling-Quote drückt den Anteil der Versicherungsverträge in Prozent der Versicherungsnehmer aus. In Deutschland etwa ist diese Quote deutlich niedriger; vgl VW 4/2014, 18.

70 Unten 4.6.2.

71 Report on Consumer Protection Issues arising from the sale of Mobile Phone Insurance, EIOPA-BoS-15-235, 16.

72 EIOPA aaO 16, unter Hinweis auf einen Report der FCA:

<https://www.fca.org.uk/static/documents/market-studies/ms14-01-final-report.pdf>

73 Art 24 Abs 11 UAbs 3 MiFID II; siehe auch unten 4.6.2.

74 JC/CP/2014/05, 5. Zu den Guidelines im Einzelnen aaO 22 ff. Siehe auch ErwGr 53 zur IDD.

75 Siehe auch das Grünbuch über Finanzdienstleistungen für Privatkunden, KOM(2015) 630 endg, 11.

76 Richtlinie 2014/17/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 4. Februar 2014 über Wohnimmobilienkreditverträge für Verbraucher und zu Änderung der Richtlinien 2008/48/EG und 2013/36/EU und der Verordnung (EU) Nr 1093/2010, ABI L 60/34. Für Österreich siehe § 23 HIKrG.

77 Richtlinie 2014/92/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 23. Juli 2014 über die Vergleichbarkeit von Zahlungskontogebühren, dem Wechsel von Zahlungskonten und dem Zugang zu Zahlungskonten mit grundlegenden Funktionen, ABI L 257/214.

78 Vgl ErwGr 81 zu MiFID II (Richtlinie 2014/65/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 15. Mai 2014 über Märkte für Finanzinstrumente sowie zur Änderung der Richtlinien 2002/92/EG und 2011/61/EU, ABI L 173/349).

79 Dabei handelt es sich um einen Mindeststandard (Art 24 Abs 7 IDD). Art 24 Abs 5 IDD stellt klar, dass der Vertrieb von Versicherungspolizzen für Mehrfachrisiken von dieser Regelung nicht berührt wird. Dass der Versicherungsvertreiber auch bei einem Querverkauf die Wünsche und Bedürfnisse des Kunden zu ermitteln hat, ergibt sich schon aus Art 20 Abs 2 und Abs 4 IDD. In Art 24 Abs 6 IDD erfolgt dennoch eine Wiederholung, die zwar unnötig ist, aber zumindest der Klarstellung dienen kann.

- 80 Arg: "informiert der Versicherungsvertreiber den Kunden darüber, **ob** die verschiedenen Bestandteile getrennt voneinander gekauft werden **können**, und stellt, **falls dies der Fall ist,...**" (Hervorhebungen von mir).
- 81 Art 24 Abs 3 Satz 2 enthält eine Abgrenzung zu Kopplungstatbeständen in anderen Richtlinien (siehe bereits oben unter 4.6.1.).
- 82 Vgl Art 16 Abs 3 UAbs 2-5 MiFID II (Richtlinie 2014/65/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 15. Mai 2014 über Märkte für Finanzinstrumente sowie zur Änderung der Richtlinien 2002/92/EG und 2011/61/EU, ABI L 173/349) unter dem Titel "Organisatorische Anforderungen"; dazu kommt die Zielmarktbestimmung als Wohlverhaltenspflicht (Art 24 Abs 2 und Abs 4 Buchstabe b MiFID II). Dazu etwa *Buck/Heeb*, CCZ 2016, 2.
- 83 Im französischen Text heißt es: "*Surveillance des produits et exigences en matière de gouvernance*".
- 84 Insofern besteht eine teleologische Verwandtschaft der Produktgenehmigung zu den Aufsichtsbestimmungen über New Product Approval, etwa § 39 Abs 2c BWG; dazu jüngst *Lehner*, wbl 2015, 193; für Deutschland *Möllers/Pöppele*, ZGR 2013, 437 (453). Davon sind die POG-Regeln aber zu trennen. NPA ist Teil der Governance von Kreditinstituten; dazu etwa weiterführend *Bänziger/Procter* in *Hopt/Wohlmannstetter*, Handbuch Corporate Governance von Banken (2011) 384.
- 85 Vgl Art 25 Abs 3 IDD.
- 86 Verordnung (EU) Nr 600/2014 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 15. Mai 2014 über Märkte für Finanzinstrumente und zur Änderung der Verordnung (EU) Nr 648/2012, ABI L 173/84.
- 87 Verordnung (EU) Nr 1286/2014 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 26. November 2014 über Basisinformationsblätter für verpackte Anlageprodukte für Kleinanleger und Versicherungsanlageprodukte (PRIIP), ABI L 2014/352, 1.
- 88 Etwa *Cahn/Müchler*, BKR 2013, 45.
- 89 Joint Position of the European Supervisory Authorities on Manufacturers' Product Oversight AMPERSA Governance Processes, JC-2013-77.
- 90 ESMA/2014/549; daraus soll eine Level 2-RTS entstehen. Analyse etwa bei *Lange*, Product Governance - neue Anforderungen für die Konzeption und den Vertrieb von Finanzprodukten, DB 2014, 1723.
- 91 EBA/GL/2015/18; Analyse bei *Riesefeldler/Johler*, ZFR 2016, 96.
- 92 EIOPA-CP-15/008. Bereits im Oktober 2014 veröffentlichte EIOPA ein Consultation Paper für Guidelines on POG, die aber auf der Grundlage der Art 40 f Solvency II nur insurance undertakings, nicht aber insurance intermediaries erfasste (EIOPA PoS-14/115).
- 93 Zu den Grobbrisen schon oben bei und in FN 38.
- 94 Es bleibt unerfindlich, warum die IDD hier nicht den gemeinsamen Begriff des Versicherungsvertreibers verwendet. Dieses legistische Manko kann auch an anderen Stellen der IDD (zB in Kapitel VI, festgestellt werden [vgl unten 5.]).
- 95 Nach meinem Kenntnisstand erfolgt die Konzeption neuer Versicherungsprodukte am österreichischen Versicherungsmarkt praktisch ausschließlich durch Versicherungsunternehmen und nicht durch Versicherungsvermittler.
- 96 Weiterführend sogleich unter 4.7.3.
- 97 Also nicht der Versicherungsvermittler! Das passt nicht mit der Verpflichtung nach Art 25 Abs 1 UAbs 1 IDD zusammen, die sowohl Versicherungsunternehmen als auch Versicherungsvermittler trifft. Es liegt eine planwidrige Lücke vor. Daher muss UAbs 4 auch für den Vermittler gelten, wenn er (ausnahmsweise) als manufacturer agiert.
- 98 Es erscheint bemerkenswert, dass die IDD hier vom Versicherungsunternehmen verlangt, dass es seine Versicherungsprodukte "versteh". Das Erfordernis des Verständnisses als Ergebnis eines Erkenntnisprozesses kann wohl kaum vorgeschrieben werden. Es dürfte sich um eine Übersetzungsunschärfe handeln. Im englischen Text ist davon die Rede, dass "*the insurance undertaking shall understand*". Gemeint ist damit in UAbs 4 wohl dasselbe wie in UAbs 6 (dazu sogleich): Das Versicherungsunternehmen hat angemessene Vorkehrungen zu treffen, um das Versicherungsprodukt zu verstehen.
- 99 So *Buck-Heeb*, CCZ 2016, 10.
- 100 *Lehner*, wbl 2015, 193. Beim POG könnte man auch an einen Vertrag zwischen dem *manufacturer* und dem *distributor* denken, der Schutzwirkungen zugunsten des Kunden entfaltet.
- 101 Bestimmungen über Versicherungsanlageprodukte wurden schon 2014 durch MiFID II in die IMD eingefügt ("IMD 1.5") - oben 1. Im Folgenden beschränke ich mich auf jene Neuerungen, die in den Art 26 ff IDD verglichen mit den Art 13b ff IMD festzustellen sind.
- 102 Dazu oben 4.5.
- 103 Richtlinie 2014/65/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 15. Mai 2014 über Märkte für Finanzinstrumente sowie zur Änderung der Richtlinien 2002/92/EG und 2011/61/EU, ABI L 173/349.
- 104 Richtlinie 2014/65/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 15. Mai 2014 über Märkte für Finanzinstrumente sowie zur Änderung der Richtlinien 2002/92/EG und 2011/61/EU, ABI L 173/349.
- 105 ErwGr 42 zur IDD. Zur PRIIP-VO oben FN 91.
- 106 Dieser Hinweis im Einleitungssatz des Art 29 Abs 1 UAbs 1 IDD ist zwar unnötig, schadet aber letztlich nicht. Denn dass Kapitel VI der IDD zusätzliche Anforderungen an den Vertrieb von Versicherungsanlageprodukten im Vergleich zu den Art 17-20 IDD festlegt, ergibt sich schon aus Art 26 IDD.
- 107 Oben 4.5.
- 108 Vgl FN 6.
- 109 Dazu kommen noch einige Umsetzungsoptionen für die Mitgliedstaaten, wie ein Blick auf Art 29 Abs 1 UAbs 3 Satz 2 und Abs 3 IDD zeigt (dazu sogleich unter 5.2.2. und 5.2.3.).
- 110 Es gilt Art 23 Abs 5 IDD - oben 5.2.1.
- 111 Siehe schon oben 4.3.
- 112 Siehe schon oben 5.2.1. und FN 110.
- 113 Oben 4.3.
- 114 Der Verweis in Art 29 Abs 2 IDD auf die Art 27 und 28 IDD stellt den sachlichen Zusammenhang zwischen der für den Kunden nachteiligen Provision und dem Thema Interessenkonflikt her. Eine Provision, die nicht den Anforderungen des Art 29 Abs 2 IDD entspricht, ist unzulässig, weil sie einen Konflikt zwischen den monetären Interessen des Versicherungsvertreibers und den Interessen des Kunden bewirkt.
- 115 Art 29 Abs 2 Buchstabe b IDD mutet eigenartig an: Wenn eine Provision so gestaltet ist, dass sie nicht die Verpflichtung beeinträchtigt, im besten Interesse der Kunden ehrlich, redlich und professionell zu handeln, dann erfüllt der Versicherungsvermittler bzw das Versicherungsunternehmen seine Verpflichtung nach Art 17 Abs 1 IDD nicht. Die Erfüllung dieser Verpflichtung ist aber in Art 29 Abs 2 IDD ohnehin als Voraussetzung für die Provisionsgewährung formuliert.
- 116 "*does not have a detrimental impact on the quality*"; "*n'a pas d'effet négatif sur la qualité*".

- 117 Der Verweis in Art 29 Abs 2 IDD auf Art 22 Abs 3 IDD ist unnötig. Art 22 Abs 3 IDD ist eine Mindeststandardklausel (oben 4.3.). Derselbe Norminhalt findet sich aber, wie bereits erwähnt, ohnehin in Art 29 Abs 3 UAbs 1 Satz 2 IDD.
- 118 Art 29 Abs 3 UAbs 5 IDD: Die strengeren Anforderungen eines Mitgliedstaats gemäß diesem Absatz müssen von allen Versicherungsvermittlern bzw -unternehmen eingehalten werden, einschließlich von denjenigen, die im Rahmen der Dienstleistungsfreiheit oder der Niederlassungsfreiheit tätig werden, wenn sie Versicherungsverträge mit Kunden schließen, die ihren gewöhnlichen Aufenthalt in diesem Mitgliedstaat haben oder in ihm niedergelassen sind.
- 119 "*insurance advice*"; "*conseil(s) on assurance*". Die Bestimmung gehört damit systematisch eigentlich zu Art 30 IDD - unten 5.3.
- 120 Wenn der Mitgliedstaat die Umsetzungsoption nach Art 22 Abs 3 IDD (oben 4.3.2.) wahrnehmen und ein nationales Provisionsverbot vorsehen sollte, das auch für den Vertrieb von Versicherungsanlageprodukten gelten würde, wäre die beschränkte Option nach Art 29 Abs 3 UAbs 1 Satz 2 IDD naturgemäß hinfällig.
- 121 Arg: "*unbeschadet des Artikels 20 Absatz 1*" in Art 30 Abs 1-3 IDD.
- 122 Dies entspricht dem Prinzip in Art 25 MiFID II.
- 123 Warum sich diese Regelung in Art 29 und nicht in Art 30 IDD findet, bleibt unerfindlich.
- 124 Arg: "*Die in Artikel 30 genannte Beratung*" (unten 5.3.2.).
- 125 "*suitable*"; "*adéquat*".
- 126 Die Regelung entspricht Art 25 Abs 2 UAbs 1 MiFID II. Im Fall von Cross-Selling iSd Art 24 IDD muss das gesamte Paket für den Kunden geeignet sein (Art 30 Abs 1 UAbs 2 IDD).
- 127 Warum sich diese Regelung in Art 29 und nicht in Art 30 IDD findet, bleibt unerfindlich.
- 128 Warum das hier nur als Umsetzungsoption für die Mitgliedstaaten vorgesehen ist, bleibt unklar. Denn der auch für Versicherungsanlageprodukte geltende (FN 124) Art 20 Abs 3 IDD normiert bereits eine inhaltlich vergleichbare Verpflichtung als Richtlinienvorgabe - oben 4.4.
- 129 "*suitability statement*"; "*déclaration d'adéquation*".
- 130 Nach Satz 2 gelten die Bedingungen nach Art 23 Abs 1-4 IDD.
- 131 In der deutschen Sprachversion des UAbs 3: "Angemessenheitserklärung". Damit könnte man versucht sein, die Bestimmung dem Vertrieb ohne Beratung zuzuordnen. Denn dort geht es um die Beurteilung der Angemessenheit und nicht der Geeignetheit für den Kunden (unten 5.3.3.). Ein Blick auf den englischen und französischen Text des UAbs 3 zeigt aber, dass die Geeignetheitserklärung des vorangehenden UAbs 2 gemeint ist. Beide Sprachversionen verwenden in beiden UAbs denselben Ausdruck ("*suitability statement*"; "*déclaration d'adéquation*"). Die deutsche Version ist also schlicht eine schlampige Übersetzung! Auch logisch-systematisch muss sich die Ausnahme in UAbs 3 auf den Grundtatbestand in UAbs 2 beziehen. Denn nähme man die deutsche Version wörtlich, so fehlte es an einer Regel für die Ausnahme.
- 132 Eine vergleichbare Bestimmung gibt es derzeit in Art 13 Abs 3 IMD; vgl § 137h Abs 3 GewO 1994.
- 133 "*appropriate*"; "*approprié*". Das entsprechende Vorbild für diese Regelung findet sich Art 25 Abs 3 MiFID II. Beim Cross-Selling nach Art 24 IDD kommt es auf die Angemessenheit des gesamten Paketes an (Satz 2).
- 134 Warum hier lediglich das Produkt, nicht aber auch wie in UAbs 1 die Versicherungsdienstleistung genannt ist, bleibt unerfindlich. Am ehesten ist wiederum von einem legistischen Fauxpas auszugehen. Denn auch UAbs 2 kann sich sinnvoll nur auf das Versicherungsprodukt oder die Versicherungsdienstleistung beziehen. Leider hilft hier auch der englische Text des Art 30 IDD nicht weiter, auch dort ist nur von "product" die Rede; dasselbe gilt für den französischen Richtlinienentext ("*produit*"). Das Vorbild in Art Art 25 Abs 3 MiFID erfasst sowohl das Produkt als auch die Dienstleistung. Das spricht dafür, auch für Art 30 IDD von dieser Auslegung auszugehen.
- 135 Siehe vorige FN.
- 136 Zuständig ist der Aufnahmemitgliedstaat (Art 30 Abs 3 UAbs 2 IDD).
- 137 Art 25 Abs 4 Buchstabe a MiFID II.
- 138 Zur geltenden Rechtslage *Gruber*, RdW 2015, 411.