

Vorblatt

Ziel(e)

- Verbesserung des Schutzes der Versicherungsnehmer
- Gleiche Wettbewerbsbedingungen für alle Vertriebskanäle

Inhalt

Das Vorhaben umfasst hauptsächlich folgende Maßnahme(n):

- Konkretisierung der beruflichen und organisatorischen Anforderungen
- Einführung eines unternehmensinternen Produktfreigabeverfahrens
- Allgemeine Wohlverhaltenspflichten und Beratungspflicht
- Verbesserung der Produktinformation
- Erhöhte Anforderungen an den Vertrieb von Versicherungsanlageprodukten

Aus der gegenständlichen Maßnahme ergeben sich keine finanziellen Auswirkungen auf den Bund, die Länder, die Gemeinden oder auf die Sozialversicherungsträger

Auswirkungen auf die Verwaltungskosten für Unternehmen:

Die rechtsetzende Maßnahme enthält eine neue Informationsverpflichtung für Unternehmen. Es wird durch diese insgesamt eine Belastung von rund € 2.775.000,- pro Jahr verursacht.

Mit der Umsetzung der Richtlinie (EU) 2016/97 über Versicherungsvertrieb, ABl. Nr. L 26 vom 2.2.2016 S. 19, berichtigt durch ABl. Nr. L 222 vom 17.8.2016 S. 114, sollen Bestimmungen zur Erhöhung des Schutzes von Versicherungsnehmern und zur Vereinheitlichung von Wettbewerbsbedingungen in unterschiedlichen Vertriebskanälen eingeführt werden, die auch wesentliche Auswirkungen auf die Verwaltungskosten von Unternehmen haben. Insbesondere ist eine Beratungspflicht für den Vertrieb von Versicherungsprodukten vorgesehen. Wesentliche weitere Elemente werden auf europäischer Ebene durch einen von der Europäischen Kommission zu erlassenden delegierten Rechtsakt und technische Durchführungsstandards ausgestaltet. Es wird daher an dieser Stelle auf die auf europäischer Ebene durchzuführenden Impact Assessments verwiesen.

Die Richtlinie (EU) 2016/97 sieht eine Mindestharmonisierung nationaler Vorschriften für den Versicherungsvertrieb vor. Grundsätzlich erfolgt durch die nationale Umsetzung kein "Gold-Plating". Die durch Ausübung eines Mitgliedstaatenwahlrechts eingeführte Beratungspflicht entspricht der gelebten Versicherungspraxis und dient der Klarstellung. Da die bestehenden Informationspflichten im Versicherungsaufsichtsgesetz 2016 (VAG 2016), BGBl. I Nr. 34/2015, im Wesentlichen auf europarechtlichen Grundlagen beruhen, ist eine Außerkraftsetzung dieser Bestimmungen nicht möglich. Die Umsetzung der Richtlinie (EU) 2016/97 soll jedoch zum Anlass genommen werden, um bestehende und neue Informationspflichten im 6. Hauptstück des VAG 2016 zusammenzuführen, um so sich überschneidende Regulierungen zu vermeiden und zusätzliche Belastungen zu minimieren.

Konsumentenschutzpolitische Auswirkungen:

Durch die rechtssetzende Maßnahme soll die Qualität von Information und Beratung beim Vertrieb von Versicherungsprodukten erhöht und ein hohes Schutzniveau für Versicherungsnehmer gewährleistet werden. Besondere Bedeutung erlangt dieser Schutz beim Vertrieb von Versicherungsanlageprodukten.

In den weiteren Wirkungsdimensionen gemäß § 17 Abs. 1 BHG 2013 treten keine wesentlichen Auswirkungen auf.

Verhältnis zu den Rechtsvorschriften der Europäischen Union:

Das Vorhaben dient der Umsetzung der Richtlinie (EU) 2016/97 über Versicherungsvertrieb soweit diese den Direktvertrieb durch Versicherungs- und Rückversicherungsunternehmen betrifft.

Besonderheiten des Normerzeugungsverfahrens:

Keine

Wirkungsorientierte Folgenabschätzung

Bundesgesetz, mit dem das Versicherungsaufsichtsgesetz 2016, das Versicherungsvertragsgesetz und das Einkommensteuergesetz 1988 geändert werden (Versicherungsvertriebsgesetz 2017 – VersVertrG 2017)

Einbringende Stelle: Bundesministerium für Finanzen
Vorhabensart: Bundesgesetz
Laufendes Finanzjahr: 2017
Inkrafttreten/ 2018
Wirksamwerden:

Beitrag zu Wirkungsziel oder Maßnahme im Bundesvoranschlag

Das Vorhaben hat keinen direkten Beitrag zu einem Wirkungsziel.

Problemanalyse

Problemdefinition

Die Richtlinie (EU) 2016/97 über Versicherungsvertrieb sieht Informations- und Beratungspflichten für den Versicherungsvertrieb vor, die bis zum 23. Februar 2018 in nationales Recht umzusetzen sind.

In formeller Hinsicht handelt es sich bei der Richtlinie (EU) 2016/97 um eine Rahmenrichtlinie, die der Europäischen Kommission Kompetenzen zum Erlass delegierter Rechtsakte und technischer Regulierungs- und Durchführungsstandards einräumt. Die Europäische Aufsichtsbehörde für das Versicherungswesen und die betriebliche Altersversorgung (EIOPA) hat der Europäischen Kommission Entwürfe für die technischen Standards vorzulegen.

Die jüngste Finanzkrise hat die Wichtigkeit eines wirksamen Kundenschutzes in allen Finanzbranchen verdeutlicht. Der Schutz der Versicherungsnehmer ist insbesondere bei der Vermittlung von Versicherungsanlageprodukten wichtig, da diese Produkte besonders komplex und für Versicherungsnehmer schwer zu verstehen sein könnten. Daher sind umfangreiche Maßnahmen zu deren Schutz vorgesehen, die unter anderem Vorschriften für die Beratung, Produktinformationsblätter und erhöhte Anforderungen an den Vertrieb von Versicherungsanlageprodukten beinhalten. Die Vorschriften der Vorgängerrichtlinie 2002/92/EG über Versicherungsvermittlung, ABl. Nr. L 9 vom 15.1.2003 S. 3, zuletzt geändert durch die Richtlinie (EU) 2016/97, waren lediglich auf den Versicherungsvertrieb durch Versicherungsvermittler anwendbar, nicht jedoch auf den Direktvertrieb durch Versicherungs- und Rückversicherungsunternehmen. Durch eine Ausweitung des Anwendungsbereichs auf den Direktvertrieb sollen einheitliche Wettbewerbsbedingungen hergestellt werden.

Aufgrund der Wichtigkeit eines hohen Niveaus des Schutzes der Versicherungsnehmer ist die Ausübung des Mitgliedstaatenwahlrechts zur Einführung einer Beratungspflicht vorgesehen. Für Versicherungsvermittler besteht bereits nach geltendem Recht eine Beratungspflicht. Neue Informationspflichten sollen mit bestehenden Informationspflichten im VAG 2016 zusammengeführt werden, um sich überschneidende Regulierungen zu vermeiden und zusätzliche Belastungen zu minimieren. Die Umsetzung der Bestimmungen der Richtlinie (EU) 2016/97 zu den Versicherungsvermittlern soll gesondert in der Gewerbeordnung 1994 (GewO 1994), BGBl. Nr. 194/1994, erfolgen.

Aus der gegenständlichen Maßnahme ergeben sich keine finanziellen Auswirkungen auf den Bund. Seit der Gründung der österreichischen Finanzmarktaufsicht (FMA) im Jahr 2001 beteiligt sich der Bund gemäß § 19 Abs. 4 Finanzmarktaufsichtsbehördengesetz (FMABG), BGBl. I Nr. 97/2001, an den Aufsichtskosten der FMA mit einem fixen Beitrag pro Geschäftsjahr. Eine Erhöhung dieses Beitrages ist

aufgrund der gegenständlichen rechtsetzenden Maßnahme nicht vorgesehen. Es ist auch keine außergewöhnliche Situation zu erwarten, die einen Bundesbeitrag im Sinne des § 19 Abs. 9 FMABG erforderlich machen könnte.

Nullszenario und allfällige Alternativen

Die Richtlinie (EU) 2016/97 sieht eine unionsrechtliche Verpflichtung zur Umsetzung und zur Anwendung der neuen Vorschriften ab dem 23. Februar 2018 vor. Eine Unterlassung der Umsetzung hätte ein Vertragsverletzungsverfahren zur Folge.

Vorhandene Studien/Folgenabschätzungen

COMMISSION STAFF WORKING DOCUMENT IMPACT ASSESSMENT Accompanying the document Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council on Insurance Mediation – SWD(2012) 191 final

Interne Evaluierung

Zeitpunkt der internen Evaluierung: 2022

Evaluierungsunterlagen und -methode: Für die Durchführung der internen Evaluierung soll insbesondere auf verfügbare Daten der FMA zurückgegriffen werden.

Ziele

Ziel 1: Verbesserung des Schutzes der Versicherungsnehmer

Beschreibung des Ziels:

Der Schutz der Interessen der Versicherungsnehmer hat im VAG 2016 große Bedeutung. Die Finanzkrise hat verdeutlicht, wie wichtig Kundenschutz in allen Finanzdienstleistungsbereichen ist. Deshalb soll der Schutz von Versicherungsnehmern mit der Umsetzung der Richtlinie (EU) 2016/97 weiter ausgebaut werden. Die Information beim Vertrieb von Versicherungsprodukten wird verbessert, damit die angebotenen Produkte den Wünschen und Bedürfnissen der Versicherungsnehmer entsprechen. Besondere Bedeutung hat der Schutz der Versicherungsnehmer beim Vertrieb von Versicherungsanlageprodukten.

Wie sieht Erfolg aus:

Ausgangszustand Zeitpunkt der WFA	Zielzustand Evaluierungszeitpunkt
Der Schutz der Interessen der Versicherungsnehmer hat im VAG 2016 große Bedeutung. Aufgrund von Veränderungen in der Produktlandschaft bedürfen die bestehenden Regelungen einer Erweiterung, um ein hohes Schutzniveau der Versicherungsnehmer weiterhin zu gewährleisten. Die Anzahl der von Versicherungsunternehmen gemeldeten Beschwerden betrug im Jahr 2016 11.266. Davon betrafen 2.329 die Lebensversicherung.	Durch die vorgesehenen Maßnahmen erhöht sich die Zufriedenheit der Versicherungsnehmer und es kommt zu einer Reduktion der Gesamtanzahl der Beschwerden im Zusammenhang mit Versicherungsprodukten um 5 %. Durch die Erhöhung des Versicherungnehmerschutzes bei der Vermittlung von Versicherungsanlageprodukten vermindert sich die Anzahl der Beschwerden betreffend die Lebensversicherung ebenfalls um 5 %.

Ziel 2: Gleiche Wettbewerbsbedingungen für alle Vertriebskanäle

Beschreibung des Ziels:

Schon bisher enthielt das VAG 2016 eine Reihe von Informationspflichten zum Schutz der Versicherungsnehmer. Da die Vorgängerrichtlinie 2002/92/EG jedoch auf Versicherungs- und Rückversicherungsunternehmen nicht anwendbar ist, war bisher keine Umsetzung der speziellen, nur für

Versicherungsvermittler geltenden Vorgaben im VAG 2016 erforderlich. Die Vorschriften der Richtlinie (EU) 2016/97, die die Richtlinie 2002/92/EG ablöst, sollen, soweit sie Versicherungs- und Rückversicherungsunternehmen betreffen, nun im VAG 2016 umgesetzt werden. Um Wettbewerbsverzerrungen zu vermeiden, soll ein kohärentes Niveau des Versicherungsnehmerschutzes geschaffen werden.

Wie sieht Erfolg aus:

Ausgangszustand Zeitpunkt der WFA	Zielzustand Evaluierungszeitpunkt
Da die Richtlinie 2002/92/EG nicht auf Versicherungs- und Rückversicherungsunternehmen anwendbar ist, war bisher keine Umsetzung im VAG 2016 erforderlich. Dadurch kann es, je nach Vertriebskanal, zu unterschiedlichen Wettbewerbsbedingungen kommen.	Durch die kohärente Umsetzung der Richtlinie (EU) 2016/97 im VAG 2016 und in der GewO 1994 werden Wettbewerbsverzerrungen vermieden.

Maßnahmen

Maßnahme 1: Konkretisierung der beruflichen und organisatorischen Anforderungen

Beschreibung der Maßnahme:

Um ein hohes Maß an Professionalität und Kompetenz beim Vertrieb von Versicherungsprodukten sicherzustellen, müssen Versicherungs- und Rückversicherungsunternehmen gewährleisten, dass am Vertrieb direkt oder in leitender Funktion mitwirkende Personen über die erforderlichen Kenntnisse und Fähigkeiten verfügen. Es sind laufend Schulungen im Ausmaß von mindestens 15 Stunden pro Jahr zu absolvieren. Die Erfüllung dieser Anforderungen ist durch interne Leitlinien und Verfahren und die Einrichtung einer Vertriebsfunktion als Schlüsselfunktion sicherzustellen und entsprechend zu dokumentieren.

Umsetzung von Ziel 1, 2

Wie sieht Erfolg aus:

Ausgangszustand Zeitpunkt der WFA	Zielzustand Evaluierungszeitpunkt
Versicherungs- und Rückversicherungsunternehmen führen bereits jetzt die erforderlichen Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen durch. Auch Art. 258 Abs. 1 lit. e der Delegierten Verordnung (EU) 2015/35 sieht vor, dass von Versicherungsunternehmen beschäftigte Personen in ihren Aufgabenbereichen über entsprechende Fähigkeiten, Kenntnisse und Fachkunde verfügen.	Die Erfüllung der Anforderungen an Kenntnisse und Fähigkeiten wird laufend dokumentiert und bei den Versicherungs- und Rückversicherungsunternehmen sind interne Leitlinien und Verfahren sowie eine Vertriebsfunktion eingerichtet, um die Erfüllung sicherzustellen.

Maßnahme 2: Einführung eines unternehmensinternen Produktfreigabeverfahrens

Beschreibung der Maßnahme:

Versicherungsunternehmen haben einen Zielmarkt zu definieren und Verfahren für die Konzeption und Freigabe von Versicherungsprodukten einzurichten, um sicherzustellen, dass die Versicherungsprodukte den Wünschen und Bedürfnissen des Zielmarkts entsprechen. Darüber hinaus sind Verfahren für den ordnungsgemäßen Vertrieb und die regelmäßige Überprüfung der vom Versicherungsunternehmen konzipierten Produkte einzurichten.

Umsetzung von Ziel 1, 2

Wie sieht Erfolg aus:

Ausgangszustand Zeitpunkt der WFA	Zielzustand Evaluierungszeitpunkt
Derzeit ist keine Verpflichtung vorgesehen, zu überprüfen, ob ein Produkt dem Zielmarkt entspricht.	Versicherungsunternehmen haben gemäß dem vorliegenden Gesetzentwurf und einer delegierten Verordnung der Europäischen Kommission entsprechende Verfahren zur Konzeption, zur Freigabe und zum ordnungsgemäßen Vertrieb von Versicherungsprodukten eingerichtet und es erfolgt eine regelmäßige Produktüberprüfung.

Maßnahme 3: Allgemeine Wohlverhaltenspflichten und Beratungspflicht

Beschreibung der Maßnahme:

Versicherungsunternehmen haben im Rahmen ihrer Vertriebstätigkeit stets ehrlich, redlich und professionell zu handeln. Jeder angebotene Vertrag hat den Wünschen und Bedürfnissen der Versicherungsnehmer zu entsprechen. Zudem ist in einer persönlichen Empfehlung zu erläutern, warum der empfohlene Vertrag den Wünschen und Bedürfnissen am besten entspricht. Bei einem ausdrücklichen und freiwilligen Beratungsverzicht besteht eine Warnpflicht, dass keine Beurteilung erfolgt, ob der Versicherungsvertrag den Wünschen und Bedürfnissen der Versicherungsnehmer am besten entspricht. Die Bestimmungen sollen mit der Umsetzung der Richtlinie (EU) 2016/97 auch in der GewO 1994 ein einheitliches Schutzniveau gewährleisten.

Umsetzung von Ziel 1, 2

Wie sieht Erfolg aus:

Ausgangszustand Zeitpunkt der WFA	Zielzustand Evaluierungszeitpunkt
Derzeit sind eine verpflichtende Prüfung der Wünsche und Bedürfnisse der Versicherungsnehmer und eine Beratung beim Vertrieb durch Versicherungsunternehmen nicht vorgeschrieben. Je nach Vertriebskanal können sich so die Pflichten des Versicherungsvertriebers unterscheiden.	Versicherungsunternehmen führen vor Vertragsabschluss einen "Wunsch-und-Bedürfnis-Test" durch und beraten die Versicherungsnehmer entsprechend. Wohlverhaltenspflichten sind unabhängig vom Vertriebskanal einzuhalten.

Maßnahme 4: Verbesserung der Produktinformation

Beschreibung der Maßnahme:

Vor Abschluss eines Versicherungsvertrags ist den Versicherungsnehmern vom Versicherungsunternehmen eine Reihe von Informationen mitzuteilen, unter anderem zur Art der Versicherung und der Art der Vergütung. Beim Vertrieb von Produkten der Nichtlebensversicherung ist ein standardisiertes Informationsblatt zu erstellen, das diese Informationen präzise darstellt ("Insurance Product Information Document – IPID"). Beim Vertrieb von Lebensversicherungsprodukten, deren vertragliche Leistungen nur im Todesfall oder bei Arbeitsunfähigkeit infolge von Körperverletzung, Krankheit oder Gebrechen zahlbar sind, ist ebenfalls ein standardisiertes Informationsblatt ("Life Insurance Product Information Document – LIPID") zu erstellen. Diese Produkte werden von der Verordnung (EU) Nr. 1286/2014 über Basisinformationsblätter für verpackte Anlageprodukte für Kleinanleger und Versicherungsanlageprodukte (PRIIP), ABl. Nr. L 352 vom 09.12.2014 S. 1, zuletzt geändert durch die Verordnung (EU) 2016/2340, ABl. Nr. L 354 vom 23.12.2016 S. 35, nicht erfasst, welche ein standardisiertes Informationsblatt ("Key Information Document – KID") für bestimmte Anlageprodukte vorsieht. Diese Schutzlücke soll mit der Einführung des LIPID geschlossen werden.

Damit Versicherungsnehmer Informationen unabhängig davon erhalten, bei wem sie ein Versicherungsprodukt kaufen, sollen für den Vertrieb über Versicherungsvermittler und für den Direktvertrieb durch ein Versicherungsunternehmen dieselben Voraussetzungen gelten.

Umsetzung von Ziel 1, 2

Wie sieht Erfolg aus:

Ausgangszustand Zeitpunkt der WFA	Zielzustand Evaluierungszeitpunkt
Nicht standardisierte Informationen über Versicherungsprodukte können es Versicherungsnehmern erschweren, Produkte zu vergleichen und eine wohlinformierte Entscheidung zu treffen. Für bestimmte Anlageprodukte wurde bereits ein standardisiertes Informationsblatt eingeführt.	Für jedes Produkt der Nichtlebensversicherung und für Lebensversicherungsprodukte, deren vertragliche Leistungen nur im Todesfall oder bei Arbeitsunfähigkeit infolge von Körperverletzung, Krankheit oder Gebrechen zahlbar sind, wird ein standardisiertes Informationsblatt zur Verfügung gestellt.

Maßnahme 5: Erhöhte Anforderungen an den Vertrieb von Versicherungsanlageprodukten

Beschreibung der Maßnahme:

An die Vermittlung von Versicherungsanlageprodukten werden erhöhte Anforderungen gestellt. Zu diesen Anforderungen zählen die Bereitstellung von bestimmten zusätzlichen Informationen, zusätzliche Anforderungen an die laufende Information, die spezielle Prüfung der Eignung und Angemessenheit des Versicherungsprodukts und Vorgaben hinsichtlich Interessenkonflikten.

Versicherungsanlageprodukte sind komplexer als andere Versicherungsprodukte und werden häufig als mögliche Alternative zu Anlageprodukten gemäß der Richtlinie 2014/65/EU über Märkte für Finanzinstrumente sowie zur Änderung der Richtlinien 2002/92/EG und 2011/61/EU, ABl. Nr. L 173 vom 12.06.2014 S. 349, zuletzt geändert durch die Richtlinie (EU) 2016/1034, ABl. Nr. L 175 vom 30.06.2016 S. 8, angesehen, die ein hohes Niveau an Anlegerschutz vorsieht. Angesichts der Komplexität dieser Produkte und um ein mit der Richtlinie 2014/65/EU einheitliches Schutzniveau zu gewährleisten, werden für diese Produkte besondere Anforderungen vorgesehen. Diese Anforderungen sind ebenfalls in der GewO 1994 umzusetzen, um ein einheitliches Schutzniveau zu gewährleisten.

Umsetzung von Ziel 1, 2

Wie sieht Erfolg aus:

Ausgangszustand Zeitpunkt der WFA	Zielzustand Evaluierungszeitpunkt
Es bestehen keine speziellen Vorschriften für den Vertrieb von Versicherungsanlageprodukten, obwohl diese komplexer als andere Versicherungsprodukte sind.	Versicherungsnehmer erhalten bei der Vermittlung von Versicherungsanlageprodukten zusätzliche Informationen und Interessenkonflikte wirken sich nicht negativ auf die Qualität des Produkts aus. Vertriebene Produkte entsprechen der Risikotoleranz und der Verlusttragfähigkeit der Versicherungsnehmer.

Abschätzung der Auswirkungen

Auswirkungen auf die Verwaltungskosten für Bürger/innen und für Unternehmen

Auswirkungen auf die Verwaltungskosten für Unternehmen

IVP	Kurzbezeichnung	Fundstelle	Be-Entlastung (in Tsd. €)
1	Wunsch-und-Bedürfnis-Test und Beratungspflicht	§ 131, § 133	2.775

Mit der Umsetzung der Richtlinie (EU) 2016/97 sollen Bestimmungen zur Erhöhung des Schutzes von Versicherungsnehmern und zur Vereinheitlichung der Wettbewerbsbedingungen eingeführt werden, die auch wesentliche Auswirkungen auf die Verwaltungskosten von Unternehmen haben. Versicherungsnehmern sollen nur Produkte vermittelt werden, die ihren Wünschen und Bedürfnissen

entsprechen. Zudem ist im Rahmen der Beratungspflicht eine Erläuterungsverpflichtung vorgesehen, warum der empfohlene Vertrag den Wünschen und Bedürfnissen am besten entspricht. Grundsätzlich erfolgt durch die nationale Umsetzung kein "Gold-Plating". Die durch Ausübung eines Mitgliedstaatenwahlrechts eingeführte Beratungspflicht entspricht der gelebten Versicherungspraxis und dient der Klarstellung.

Hinsichtlich der beruflichen und organisatorischen Anforderungen werden keine wesentlichen Kostensteigerungen erwartet, da Versicherungsunternehmen bereits jetzt die erforderlichen Schulungs- und Weiterbildungsmaßnahmen durchführen. In diesem Zusammenhang wird auch auf Art. 258 Abs. 1 lit. e der Delegierten Verordnung (EU) 2015/35 zur Ergänzung der Richtlinie 2009/138/EG betreffend die Aufnahme und Ausübung der Versicherungs- und der Rückversicherungstätigkeit (Solvabilität II), ABl. Nr. L 12 vom 17.1.2015 S. 1, zuletzt geändert durch die Delegierte Verordnung (EU) 2017/669, ABl. Nr. L 97 vom 8.4.2017 S. 3, verwiesen.

Weitere wichtige Elemente, um das Schutzniveau für Versicherungsnehmer zu erhöhen, sind das Produktfreigabeverfahren und erhöhte Anforderungen an den Vertrieb von Versicherungsanlageprodukten. Die Ausgestaltung der Produktaufsichts- und Lenkungsanforderungen sowie der Vorgaben zu Interessenkonflikten, Anreizen und Eignungs- und Angemessenheitstest im Zusammenhang mit Versicherungsanlageprodukten ist der nationalen Gesetzgebung jedoch im Wesentlichen entzogen, da diese durch einen noch zu erlassenden delegierten Rechtsakt der Europäischen Kommission erfolgt. Es wird daher an dieser Stelle auf die auf europäischer Ebene durchzuführende Folgenabschätzung verwiesen.

Darüber hinaus sieht die Richtlinie (EU) 2016/97 vor, dass EIOPA der Europäischen Kommission Entwürfe technischer Regulierungsstandards vorlegt und letztere das Format der standardisierten Informationsblätter festlegt. Da die Kosten der standardisierten Informationsblätter abhängig von diesen technischen Regulierungsstandards sind, deren Ausgestaltung der nationalen Gesetzgebung entzogen ist, wird ebenfalls auf die auf europäischer Ebene durchzuführende Folgenabschätzung verwiesen.

Konsumentenschutzpolitische Auswirkungen

Auswirkungen auf das Angebot von Waren und Dienstleistungen

Mit Umsetzung der Richtlinie (EU) 2016/97 ist zu erwarten, dass sich die Qualität der Beratung und der Information, die Versicherungsnehmer erhalten, erhöht.

Auswirkungen auf die Rechtsposition und die Möglichkeiten zur Rechtsdurchsetzung von Konsumentinnen/Konsumenten

Die neu eingeführten Informationsverpflichtungen stärken die Rechtsposition von Versicherungsnehmern gegenüber Versicherungsunternehmen und sollen zu einem höheren Schutzniveau führen. Dies gilt insbesondere für Versicherungsanlageprodukte.

Quantitative Auswirkungen auf das Verhältnis von KonsumentInnen und Unternehmen

Betroffene Gruppe	Anzahl der Betroffenen	Quelle/Erläuterung
Personen, an die Versicherungsprodukte vertrieben werden	6.000.000	Laut Statistik Austria gibt es rd. 6 Mio. Personen im Alter von 15 bis 64 Jahren, die an einem Versicherungsprodukt interessiert sein könnten.

Anhang

Detaillierte Darstellung der Berechnung der Verwaltungskosten für Unternehmen

Informationsverpflichtung 1	Fundstelle	Art	Ursprung	Verwaltungslasten (in €)
Wunsch-und-Bedürfnis-Test und Beratungspflicht	§ 131, § 133	neue IVP	Europäisch	2.775.000

Begründung für die Schaffung/Änderung der Informationsverpflichtung: Versicherungsnehmern sollen nur geeignete Produkte vermittelt werden. Jeder angebotene Vertrag hat daher den Wünschen und Bedürfnissen der Versicherungsnehmer zu entsprechen. Zudem ist in einer persönlichen Empfehlung zu erläutern, warum der empfohlene Vertrag den Wünschen und Bedürfnissen am besten entspricht.

Eine elektronische Umsetzung der Informationsverpflichtung ist nicht vorgesehen.

Unternehmensgruppierung 1: Versicherungsunternehmen	Zeit (hh:mm)	Gehalt/h in €	Externe Kosten	Afa	Kosten (in €)	Lasten (in €)
Verwaltungstätigkeit 1: Beschaffung von Informationen	00:15	37	0,00	0	9	1
Verwaltungstätigkeit 2: Erläuterungen erstellen	00:15	37	0,00	0	9	1
Verwaltungstätigkeit 3: Beschreibungen, Präsentation	00:20	37	0,00	0	12	2
Verwaltungstätigkeit 4: Dokumentation, Archivierung	00:10	37	0,00	0	6	1

Fallzahl 500.000

Sowieso-Kosten in % 85

Erläuterung der Kalkulation und der getroffenen Annahmen:

Da nur Daten zu Neuabschlüssen in der Lebensversicherung zur Verfügung stehen, kann die Zahl der Beratungen nur für diesen Zweig geschätzt werden. Weil der Eignungs- und Angemessenheitstest, der beim Vertrieb von Versicherungsanlageprodukten durchzuführen ist, durch einen noch zu erlassenden delegierten Rechtsakt festgelegt wird, wird dieser nicht berücksichtigt. Es wird angenommen, dass Beratung zum Kerngeschäft der Versicherungswirtschaft zählt und Versicherungsunternehmen auch in der Vergangenheit Informationen von Versicherungsnehmern eingeholt haben. Darüber hinaus wird angenommen, dass die Auswertung der eingeholten Informationen zur Durchführung des Wunsch-Bedürfnis-Tests und der Erstellung einer persönlichen Empfehlung vermehrt automationsgestützt erfolgt. Die durchschnittliche Dauer kann je nach Komplexität des Versicherungsprodukts variieren.

Diese Folgenabschätzung wurde mit der Version 4.9 des WFA – Tools erstellt (Hash-ID: 798230224).