

EIOPA warnt Versicherer und Banken, sich mit hohen Vergütungen und Interessenkonflikten beim Verkauf von Restschuldversicherungen zu befassen oder mit möglichen Aufsichtsmaßnahmen zu rechnen

Die Europäische Aufsichtsbehörde für das Versicherungswesen und die betriebliche Altersversorgung (EIOPA) warnt Versicherer und Banken (die als Versicherungsvertreiber auftreten)¹, dafür zu sorgen, dass diese Produkte den Verbrauchern ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis bieten, indem sie:

- ▶ Maßnahmen ergreifen, um Probleme mit hohen Vergütungen anzugehen, die von Versicherungsanbietern an Versicherungsvertreiber für den Verkauf von Kreditschutzversicherungsprodukten gezahlt werden², und
- ▶ das Entstehen nachteiliger Interessenkonflikte im Rahmen von Allfinanzgeschäftsmodellen³ verhindern.

Diese Warnung erfolgt gemäß Artikel 9 Absatz 3 der Verordnung (EU) Nr. 1094/2010⁴.

Erkenntnisse der EIOPA

Der neueste thematische Überblick über die Allfinanzbranche durch die EIOPA⁵ hat ernsthafte Bedenken aufgezeigt, insbesondere in Bezug auf hohe Provisionen und Interessenkonflikte zwischen Herstellern, Vertreibern und Verbrauchern, die zu Produkten mit schlechtem Preis-Leistungs-Verhältnis und zu einer eingeschränkten Auswahl für Verbraucher im Zusammenhang mit Allfinanzgeschäftsmodellen führen. Die wichtigsten Erkenntnisse zeigen das Folgende:

- ▶ Ein erheblicher Teil der von Verbrauchern gezahlten abgeschlossenen Bruttoprämie dient der Finanzierung der Vergütung der Banken, während die Auszahlung von Schäden an Verbraucher im Durchschnitt unter 30 % der abgeschlossenen Bruttoprämie liegt.
- ▶ Die EIOPA stellte fest, dass die an Banken gezahlten Provisionen für den Zeitraum zwischen 2018 und 2020 variierten:

¹ Die Warnung richtet sich an Banken, die als Versicherungsvermittler gemäß Artikel 2 Absatz 1 Nummer 3 der [Richtlinie \(EU\) 2016/97 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Januar 2016 über Versicherungsvertrieb](#) registriert sind. **Hinweis: Daher ist jede Bezugnahme auf „Banken“ in diesem Dokument so zu verstehen, dass sie sich auf Banken bezieht, die als Versicherungsvermittler gemäß der Richtlinie über Versicherungsvertrieb registriert sind.**

² Die Warnung bezieht sich auf die drei Kreditschutzversicherungsprodukte, die Gegenstand des thematischen Überblicks sind: Kreditschutzversicherung für Hypotheken, Kreditschutzversicherung für Verbraucherkredite und Kreditschutzversicherung für Kreditkarten.

³ Der Begriff „Allfinanzgeschäftsmodellen“ bezieht sich auf die Art der Beziehung zwischen einem Versicherer, der Kreditschutzversicherungsprodukte herstellt, und einer Bank, die einen Vertriebskanal für diese Kreditschutzversicherungsprodukte im Namen des Versicherers bereitstellt.

⁴ [Verordnung \(EU\) Nr. 1094/2010 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 24. November 2010 zur Errichtung einer Europäischen Aufsichtsbehörde \(EIOPA\).](#)

⁵ Insgesamt 174 Versicherer und 145 Banken haben sich an dem thematischen Überblick beteiligt.

- zwischen 30 % und 70 % der abgeschlossenen Bruttoprämie für mehr als die Hälfte der Hypotheken-Kreditschutzversicherungspolice;
 - zwischen 40 % und 80 % der abgeschlossenen Bruttoprämie bei mehr als zwei Dritteln der Verbraucherkredit-Kreditschutzversicherungspolice; und
 - zwischen 40 % und 90 % der abgeschlossenen Bruttoprämie für die meisten Kreditkarten-Kreditschutzversicherungspolice.
- ▶ Die meisten Banken (74 %) verfügten über kein Kostenzuordnungsmodell für den Verkauf von Kreditschutzversicherungsprodukten. In Ermangelung solcher Daten lassen sich hohe Provisionen nicht durch die Höhe der von den Banken, die diese Police vertreiben, getragenen Kosten begründen, zumal es sich bei Kreditschutzversicherungsprodukten in der Regel nicht um maßgeschneiderte Police handelt, was zu einer ungerechtfertigten Belastung von Verbrauchern und zu unlauteren Preisbildungspraktiken führt.
- ▶ Solch hohe Provisionen können zu erheblichen und nachteiligen Interessenkonflikten und zur Anwendung schlechter Geschäftspraktiken zur Gewinnmaximierung führen (z. B. aggressive Verkaufstechniken, fragwürdige Kreditvergabepraktiken usw.). Der thematische Überblick hat auch gezeigt, dass die Versicherer, die in einer strategischen Allianz oder Teil derselben Finanzholding von Banken sind⁶, die 63 % der Versicherer ausmachen, höhere Provisionen an diese Banken zahlen, als wenn nichtexklusive Vertriebsverträge bestehen. Dies deutet darauf hin, dass hohe Provisionen das Ergebnis der bestehenden Allfinanzgeschäftsmodelle sind, die strenge Lenkungsmaßnahmen (einschließlich Kontrollsysteme) erfordern, um Interessenkonflikte zwischen Herstellern, Vertreibern und Verbrauchern angemessen zu entschärfen und zu vermeiden, dass sie zu schlechtem Geschäftsgebaren und Nachteilen für Verbraucher führen.
- ▶ Darüber hinaus haben 34 % der Banken Anreizsysteme für ihre Mitarbeiter für den Verkauf von Kreditschutzversicherungsprodukten eingeführt, was angesichts der hohen Provisionen weitere erhebliche Bedenken hinsichtlich der Einhaltung von Artikel 17 Absatz 3 der Versicherungsvertriebsrichtlinie aufwirft⁷.
- ▶ Die meisten Banken (83 %) verkaufen das Kreditschutzversicherungsprodukt in Verbindung mit einem Kreditprodukt, d. h., Verbraucher können das Kreditschutzversicherungsprodukt nur kaufen,

⁶ Unter Finanzholding verstehen wir eine gemischte Finanzholdinggesellschaft im Sinne von Artikel 212 Absatz 1 Buchstabe h der Richtlinie 2009/138/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. November 2009 betreffend die Aufnahme und Ausübung der Versicherungs- und der Rückversicherungstätigkeit.

⁷ „Die Mitgliedstaaten stellen sicher, dass Versicherungsvertreiber nicht in einer Weise vergütet werden oder die Leistung ihrer Angestellten nicht in einer Weise vergüten oder bewerten, die mit ihrer Pflicht, im bestmöglichen Interesse ihrer Kunden zu handeln, kollidiert. Insbesondere trifft ein Versicherungsvertreiber keine Vorkehrungen durch Vergütung, Verkaufsziele oder in anderer Weise, durch die Anreize für ihn selbst oder seine Angestellten geschaffen werden könnten, einem Kunden ein bestimmtes Versicherungsprodukt zu empfehlen, obwohl der Versicherungsvertreiber ein anderes, den Bedürfnissen des Kunden besser entsprechendes Versicherungsprodukt anbieten könnte.“

wenn sie das Hauptkreditprodukt derselben Bank in Anspruch nehmen. Diese Praxis schränkt Möglichkeiten der Verbraucher ein, sich umzusehen, und kann Risiken von fragwürdigen Kreditvergabepraktiken und aggressiven Verkaufstechniken verstärken.

- ▶ Darüber hinaus werden bestimmte Kreditschutzversicherungsprodukte gegen Einmalbeitrag verkauft⁸ (32 % der Hypotheken-Kreditschutzversicherung, 51 % der Verbraucherkredit-Kreditschutzversicherung und 18 % der Kreditkarten-Kreditschutzversicherung), was weitere Probleme im Fall der vorzeitigen Kündigung, einem Wechsel oder einer Stornierung der Kreditschutzversicherungspolice aufwirft. Einige Banken bieten die Möglichkeit, die Prämie mit einem Kredit zu bezahlen, was zu zusätzlichen Zinskosten für Verbraucher und zu Interessenkonflikten führt, da für Banken ein Anreiz bestehen kann, diese Option anzubieten, um Gebühren- und Zinseinnahmen zu erzielen.

Die EIOPA ist der Ansicht, dass solche Praktiken erhebliche Bedenken hinsichtlich der angemessenen Umsetzung der in der Richtlinie über Versicherungsvertrieb festgelegten grundlegenden Regulierungsprinzipien aufwerfen und für Verbraucher sehr nachteilig sein können.

Erwartungen der EIOPA

Die EIOPA erwartet von Versicherern und Banken, dass sie Interessen der Kunden in den Mittelpunkt ihres Geschäftsmodells⁹ stellen und entsprechende Maßnahmen ergreifen, um weitere Nachteile für die Verbraucher zu verhindern.

Die EIOPA erwartet, dass alle Versicherer und Banken (die als Versicherungsvertreiber agieren) die Richtlinie über Versicherungsvertrieb vollständig erfüllen, einschließlich der Aufsichts- und Lenkungsanforderungen. Wenn eine Schädigung von Verbrauchern eingetreten ist, sollten alle betroffenen Versicherer und Banken¹⁰ im Einklang mit Artikel 7 Absatz 3¹¹ der Delegierten Verordnung (EU) 2017/2358 der Kommission (im Folgenden „Delegierte Verordnung über Aufsichts- und Lenkungsanforderungen“)¹² Entlastungsmaßnahmen ergreifen, um Ergebnisse für Verbraucher „zur Begrenzung der Folgen und zur Verhinderung eines weiteren Auftretens des nachteiligen Ereignisses“ zu verbessern.

⁸ Bei Summenversicherungspolice wird eine einmalige Zahlung im Voraus geleistet, die die gesamten Kosten der Versicherungspolice für die gesamte Laufzeit abdeckt. Verbraucher müssten die Gesamtprämie zu Beginn des Vertrages in einer Summe zahlen.

⁹ Darüber hinaus müssen Versicherer und Banken insbesondere die Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken einhalten.

¹⁰ Die meisten Versicherer (64 %) in der Stichprobe haben ihre Kreditschutzversicherungsprodukte am oder nach dem 1. Oktober 2018 hergestellt, vermarktet oder erheblich angepasst, was bedeutet, dass diese Produkte in den Anwendungsbereich der Delegierten Verordnung über Aufsichts- und Lenkungsanforderungen fallen.

¹¹ Artikel 7 Absatz 3 der [Delegierten Verordnung \(EU\) 2017/2358 der Kommission](#).

¹² Delegierte Verordnung (EU) 2017/2358 der Kommission vom 21. September 2017 zur Ergänzung der Richtlinie (EU) 2016/97 des Europäischen Parlaments und des Rates in Bezug auf die Aufsichts- und Lenkungs-Anforderungen für Versicherungsunternehmen und Versicherungsvertreiber.

Die EIOPA ist der Ansicht, dass in den folgenden Bereichen Maßnahmen ergriffen werden sollten:

1. Herstellung von Kreditschutzversicherungsprodukten

- ▶ Hersteller von Kreditschutzversicherungsprodukten sollten sicherstellen, dass ihre Produkte auf Bedürfnisse des identifizierten Zielmarktes¹³ zugeschnitten sind, d. h. dass sie ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis bieten und faire Preisbildungspraktiken gewährleisten. Zu diesem Zweck sollte ihr Produktgenehmigungsverfahren so gestaltet sein, dass es der Komplexität und den Risiken im Zusammenhang mit dem jeweiligen Allfinanzgeschäftsmodell, dem Kreditschutzversicherungsprodukt und dem Zielmarkt angemessen ist. Dies gilt insbesondere für Versicherer und Banken:
 - Beurteilen Sie, ob die Bank *de facto* ein Mithersteller der Kreditschutzversicherungspolice ist, und erfüllen Sie die Aufsichts- und Lenkungs-Anforderungen. Diese Bewertung ist besonders wichtig bei Gruppenversicherungsverträge, bei denen die Bank sowohl Versicherungsnehmer als auch Händler ist und wahrscheinlich auch *de facto* als Mithersteller fungiert. In einigen Fällen können auch nationale Bestimmungen wie das Versicherungsvertragsrecht von Bedeutung sein.
 - Stellen Sie sicher, dass das Aufsichts- und Lenkungssystem und Kontrollen angemessen sind, um eine unzulässige Beeinflussung der Bank auf die Produktgestaltung zu verhindern, es sei denn, die Bank wird formell als Mithersteller benannt, und um einen ordnungsgemäßen Umgang mit Interessenkonflikten zu gewährleisten¹⁴.
- ▶ Hersteller sollten auch sicherstellen, dass bei Tests bewertet wird, ob das Produkt für den Zielmarkt von Nutzen ist, indem unter anderem Vorteile für den Hersteller und den Händler gegen Vorteile für den Zielmarkt abgewogen werden¹⁵. Dabei sollte auch bewertet werden, ob alle Kosten in einem angemessenen Verhältnis zu den vom Hersteller und vom Händler getragenen Ausgaben und zum Nutzen stehen, wobei insbesondere auf den Umfang der angebotenen Abdeckung und die dem Zielmarkt angebotenen Dienstleistungen zu achten ist – d. h. keine Kosten sollten unangemessen sein.
- ▶ Hersteller sollten die verfügbaren Daten (z. B. Beschwerden, abgelehnte Anträge und andere) nutzen und einschlägige Analysen durchführen, um eine ordnungsgemäße Produktbeobachtung zu gewährleisten, einschließlich der Frage, ob das Produkt für den Zielmarkt einen Nutzen bietet. Ist dies nicht der Fall, sollten sie geeignete Maßnahmen ergreifen, um die Situation zu entschärfen, z.

¹³ Artikel 25 Absatz 1 der Richtlinie über Versicherungsvertrieb und Artikel 5 Absatz 3 und Artikel 6 der Delegierten Verordnung über Aufsichts- und Lenkungsanforderungen.

¹⁴ Artikel 4 Absatz 3 Buchstabe b der Delegierten Verordnung über Aufsichts- und Lenkungsanforderungen.

¹⁵ Artikel 4 und 6 der Delegierten Verordnung über Aufsichts- und Lenkungsanforderungen.

B. durch eine verbesserte Produktgestaltung, eine Senkung der Provisionen usw., und weitere Schädigungen verhindern, u. a. indem sie die betroffenen Banken und Kunden informieren¹⁶.

- ▶ Darüber hinaus sollten Hersteller darauf achten, dass die als Versicherungsvermittler tätigen Banken – auch wenn die Bank eine Kontrollfunktion innerhalb der Partnerschaft und/oder Finanzholding innehat – im Einklang mit Zielen ihres Produktgenehmigungsverfahrens¹⁷ handeln und dass die auf Bankebene bestehenden Verkaufssysteme, einschließlich der Anreizsysteme für Mitarbeiter, nicht zum Nachteil der Verbraucher sind.

2. Modalitäten der Verteilung der Kreditschutzversicherung

- ▶ Von Versicherern und Banken wird erwartet, dass sie ihre Vertriebs- und Vergütungsregelungen bewerten und überprüfen, um sicherzustellen, dass sie gegenüber ihren Kunden stets ehrlich, redlich und professionell in deren bestmöglichem Interesse handeln¹⁸. Sie sollten insbesondere prüfen, ob die Höhe der Provisionen durch die Kosten, die für die Bereitstellung dieser Produkte anfallen, und durch einen Nutzen für den Zielmarkt gerechtfertigt ist.
- ▶ Die EIOPA erwartet von Versicherern und Banken, dass sie Probleme mit ungerechtfertigten und unverhältnismäßigen Provisionen für den Verkauf von Kreditschutzversicherungsprodukten angehen.
- ▶ Angesichts der potenziellen Interessenkonflikte in Allfinanzgeschäftsmodellen erwartet die EIOPA, dass Produktvertriebsvorkehrungen die Komplexität und das mit ihnen verbundenen Risiko sowie Art, Umfang und Komplexität des jeweiligen Geschäfts des Vertreibers (Bank) berücksichtigen¹⁹. Die EIOPA erwartet außerdem, dass Hersteller sicherstellen, dass sie im Rahmen ihrer Vertriebsstrategie für Kreditschutzversicherungsprodukte den am besten geeigneten Vertriebskanal ermitteln und sich nicht auf bestehende Partnerschaften und/oder Unternehmen verlassen, die derselben Finanzholding angehören, und dass sie auch mögliche Interessenkonflikte ermitteln und gegebenenfalls Milderungsmaßnahmen ergreifen.

Nächste Schritte

In Zukunft können Versicherer und Banken davon ausgehen, dass die EIOPA und die zuständigen Behörden der Überwachung des Kreditschutzversicherungsmarktes Vorrang einräumen werden. Wenn Versicherer und Banken die Anforderungen der Richtlinie über Versicherungsvertrieb und der Delegierten Verordnung über Aufsichts- und Lenkungsanforderungen nicht erfüllen, müssen sie damit

¹⁶ Artikel 7 Absatz 3 der Delegierten Verordnung über Aufsichts- und Lenkungsanforderungen.

¹⁷ Artikel 8 Absätze 4 und 5 der Delegierten Verordnung über Aufsichts- und Lenkungsanforderungen.

¹⁸ Artikel 17 und Artikel 20 Absatz 1 der Richtlinie über Versicherungsvertrieb.

¹⁹ Artikel 10 Absatz 1 der Delegierten Verordnung über Aufsichts- und Lenkungsanforderungen.

rechnen, dass die zuständigen Behörden ihre Aufsichtsbefugnisse – unter Berücksichtigung des Grundsatzes der Verhältnismäßigkeit – ausüben, einschließlich Überprüfungen vor Ort und anderer Ermittlungsbefugnisse. Im Falle eines Verstoßes und je nach Schwere des Verstoßes können Versicherer und Banken mit der Verhängung angemessener Sanktionen und/oder Verwaltungsmaßnahmen rechnen, wie z. B.:

- ▶ Gemäß Artikel 33 Absatz 2 Buchstabe b der Richtlinie über Versicherungsvertrieb wird die Bank aufgefordert, das Verhalten einzustellen und eine Wiederholung dieses Verhaltens zu unterlassen, einschließlich der Einstellung des Vertriebs von Produkten, für die sie nicht mit ausreichenden und angemessenen Produkttests nachweisen kann, dass die hohen Provisionen durch einen fairen Preisbildungsprozess gerechtfertigt sind – d. h. von Produkten, die unter Verstoß gegen Artikel 6 der Delegierten Verordnung über Aufsichts- und Lenkungsanforderungen vertrieben werden.
- ▶ Im Einklang mit Artikel 33 Absatz 2 Buchstabe c der Richtlinie über Versicherungsvertrieb Streichung der Eintragung der Bank als Versicherungsvermittler aus dem nationalen Register.

Versicherer und Banken können auch mit dem Folgenden rechnen:

- ▶ Die EIOPA wird die Befolgung dieser Warnung durch Versicherer und Banken weiterverfolgen, einschließlich der Maßnahmen, die die zuständigen Behörden ergriffen haben, um die im Rahmen des thematischen Überblicks ermittelten Probleme in ihren Märkten anzugehen.
- ▶ In Anbetracht der in dem thematischen Überblick hervorgehobenen unlauteren Geschäftspraktiken und Verbraucherschutzprobleme können die zuständigen Behörden mit Wettbewerbs-, Verbraucherschutz- und anderen einschlägigen Behörden in ihrem jeweiligen Zuständigkeitsbereich zusammenarbeiten.