

# PwC Legal Insurance Newsflash

Aktuelle rechtliche Informationen und Entwicklungen

Juni 2020

## Vertrieb und „Sustainable Finance“: EU-Nachhaltigkeitsregulierung aus Sicht des Versicherungsvertriebs

Die Schlagwörter „Nachhaltigkeit“ und „Sustainable Finance“ sind in der Versicherungsbranche inzwischen gut bekannt. Ungeachtet der aktuellen COVID-19-Krise rollt die Europäische Union die neue Nachhaltigkeitsgesetzgebung mit einer Vielzahl von Verordnungen und Initiativen immer weiter aus.

Mit der Veröffentlichung der **Taxonomieverordnung** im Europäischen Amtsblatt ist neben der **Offenlegungsverordnung** („Off-VO“) nun die zweite zentrale Verordnung der neuen Nachhaltigkeitsgesetzgebung final auf den Weg gebracht worden. Neben den konkretisierenden technischen Regulierungsstandards („RTS“) zur Off-VO werden aktuell auch Änderungen der Delegierten Verordnungen zur Versicherungsvertriebsrichtlinie („IDD“) konsultiert.

Hierbei steht die Änderung der **Delegierten Verordnung (EU) 2017/2359** im Fokus, welche die Informationspflichten und Wohlverhaltensregeln für den Vertrieb von Versicherungsanlageprodukten festlegt. Nach dem Willen der Europäischen Kommission sollen bei einer Beratung zu Versicherungsanlageprodukten zukünftig zwingend die sog. Nachhaltigkeitspräferenzen des Kunden abzufragen und bei der im Rahmen der IDD eingeführten Geeignetheitsprüfung zu berücksichtigen sein.

Obwohl der Vertrieb der Versicherer an der jeweiligen unternehmensinternen Umsetzung der Regulierung ein starkes Interesse hat, erscheinen Vertrieb und Produktentwicklung in vielen Häusern – im Gegensatz zu Risikomanagement und Kapitalanlage – noch nicht gut orientiert. Zudem scheint es in manchen Häusern die Einschätzung zu geben, man könne die recht umfangreichen regulatorischen Anforderungen der Nachhaltigkeitsgesetzgebung „in der Linie“ abarbeiten und man benötige kein eigenständiges Projekt. Insbesondere die Interessen des Vertriebes erscheinen in einem bereichs-/abteilungsübergreifenden Projekt aber besser gewahrt.

## Zur Einordnung: „Sustainable Finance“

Die EU-Regulierung zu „Sustainable Finance“ findet ihren Ursprung einerseits in der „[2030 Agenda for Sustainable Development](#)“ der UN von Herbst 2015 mit ihren 17 Zielen zur nachhaltigen Entwicklung. Zum anderen fußt sie auf dem „[Paris Agreement](#)“ aus Herbst 2016 mit der Verpflichtung, die Erderwärmung unter 2 Grad gegenüber dem vorindustriellen Stand zu halten. Die EU hat daraufhin Ende 2016 eine „High Level Expert Group“ damit beauftragt, eine Strategie für eine nachhaltige Finanzwirtschaft auszuarbeiten. Diese Gruppe legte dann einen Plan vor, den sich die EU-Kommission im März 2018 unter dem Titel „[Aktionsplan: Finanzierung nachhaltigen Wachstums](#)“ zu eigen machte. Dieser Plan verfolgte drei Hauptziele:

- Die Kapitalflüsse auf nachhaltige Investitionen umzulenken, um ein nachhaltiges und integratives Wachstum zu erreichen;
- finanzielle Risiken, die sich aus dem Klimawandel, der Ressourcenknappheit, der Umweltzerstörung und sozialen Problemen ergeben, zu bewältigen;
- Transparenz und Langfristigkeit in der Finanz- und Wirtschaftstätigkeit zu fördern.

Entsprechend dieser Zielsetzungen hat die Kommission unter anderem dem Versicherungssektor eine zentrale Rolle bei der Neuausrichtung des Finanzsystems auf Nachhaltigkeit zugedacht, weil die Versicherungen über erhebliches Kapital verfügen, das es anzulegen gilt.

Die Ziele sollen durch ein Maßnahmenbündel verschiedener Regulierungen mit unterschiedlichen Zielrichtungen erreicht werden.

Zur Erreichung der von der Kommission ausgegebenen Ziele wurden in der bereits im Dezember 2019 verabschiedeten Off-VO eine Reihe von Informationspflichten für Versicherer und Versicherungsvermittler kodifiziert, welche Beratung zu Versicherungsanlageprodukten anbieten. Die Informationspflichten betreffen einerseits ihre Strategie zur Einbeziehung von Nachhaltigkeitsrisiken bei Investitionsentscheidungsprozessen. Andererseits ist über „[nachteilige Nachhaltigkeitsauswirkungen](#)“ der Investitionsentscheidungen zu informieren. Die Pflichten sind sowohl unternehmensbezogen im Internetauftritt als auch produktbezogen im Internetauftritt, in den vorvertraglichen Informationen und jährlichen Berichten zu erfüllen. Die weitgehenden und vor allem unübersichtlichen Vorgaben für die konkrete Darstellung dieser Informationen befinden sich derzeit in der Konsultation<sup>1</sup>. Die Vorgaben sind – Stand heute – zum 10. März 2021 zu erfüllen.

Weiter wurde nach Erteilung von „[Technical Advice](#)“ durch die europäische Versicherungsaufsichtsbehörde EIOPA und einer bereits hierzu durchgeführten Konsultation nun der [Entwurf einer Änderungsverordnung zu den Delegierten Verordnungen zur IDD](#) zur Konsultation bis zum 6. Juli 2020 vorgelegt. Gegenstand sind zum einen Änderungen an der Verordnung zu den „[Aufsichts- und Lenkungsanforderungen](#)“ als auch an der Verordnung zu den beim Vertrieb von Versicherungsanlageprodukten geltenden Informationspflichten und Wohlverhaltensregeln. Die Verabschiedung der finalen Versionen ist wohl spätestens zum Ende des Jahres zu erwarten. Anwendbar werden die Änderungen sodann rund zwölf Monate später sein.

Auch wenn die Verordnung zu den Aufsichts- und Lenkungsanforderungen interessante Fragen im Zusammenhang mit der Berücksichtigung der sog. Nachhaltigkeitspräferenzen bei der Zielmarktbestimmung des Produktgenehmigungsverfahrens aufwirft, sind die Auswirkungen der Änderungen in der Verordnung zu den Informationspflichten und Wohlverhaltensregeln beim Vertrieb von Versicherungsanlageprodukten als sehr viel stärker zu bewerten.

---

<sup>1</sup> Siehe hierzu [Blogbeitrag des PwC Insurance Blogs vom 28. Mai 2020](#)

## Verordnung DVO (EU) 2017/2359: Berücksichtigung der Nachhaltigkeitspräferenzen bei Interessenkonflikten und Geeignetheits- prüfung

Die Änderungen an der Delegierten Verordnung zu den beim Vertrieb von Versicherungsanlageprodukten geltenden Informationspflichten und Wohlverhaltensregeln betreffen zunächst die Berücksichtigung von Nachhaltigkeitspräferenzen bei der generell vorzunehmenden Ermittlung von Interessenkonflikten beim Vertrieb von Versicherungsanlageprodukten. Dies ist voraussichtlich ohne größere Herausforderungen und Aufwände umzusetzen.

Interessant wird es allerdings bei den für die Geeignetheitsprüfung in Art. 9 DVO (EU) 2017/2359 vorgesehenen Änderungen. Zukünftig sollen zum Zwecke der Geeignetheitsprüfung nicht nur unter anderem die Anlageziele und die Risikobereitschaft beim Kunden abgefragt werden, sondern auch die Nachhaltigkeitspräferenzen. Die Definition dieses Begriffs soll nach dem Entwurf lauten:

*'sustainability preferences' means a customer's or potential customer's choice as to whether either of the following financial products should be integrated into his or her investment strategy: (a) a financial product that has as its objective sustainable investments as defined in Article 2, point (17), of Regulation (EU) 2019/2088 of the European Parliament and of the Council (b) a financial product that promotes environmental or social characteristics as referred to in Article 8 of Regulation (EU) 2019/2088 and that either (i) pursues, among others, sustainable investments as defined in Article 2, point (17), of that Regulation (EU), or (ii) as of 30 December 2022, considers principal adverse impacts on sustainability factors, as referred to in Article 7(1), point (a) of that Regulation;'*

Ausgehend von dieser Definition von „Nachhaltigkeitspräferenzen“ ist also im Rahmen der Geeignetheitsprüfung zu ermitteln, ob der Kunde auch die Integration von Produkten nach Maßgabe von Art. 8 und 9 Off-VO wünscht.

## Welche Frage muss dem Kunden gestellt werden?

Nun werden sich einige mit den Beratungs- und Abschlussprozessen zu Versicherungsanlageprodukten in der Branche beschäftigten und auf maximale „Convenience“ bedachten Verantwortlichen die Frage stellen, ob man es denn im Rahmen der Geeignetheitsprüfung in einem ersten Schritt bei der Frage „Haben Sie Interesse an nachhaltigen Produkten?“ belassen können wird. Dies ist – jedenfalls auf Grundlage des zur Konsultation vorgelegten Entwurfs – wohl eher zu verneinen. Denn hiernach ist nicht – wie in dem **letzten Entwurf** – das grundsätzliche Interesse an nachhaltigen Produkten differenziert nach „environmentally sustainable, social und governance investments“ zu ermitteln. Der Kunde muss vielmehr entsprechend der Definition des Begriffs „Nachhaltigkeitspräferenzen“ voraussichtlich initial danach gefragt werden, ob Produkte nach Art. 8 und 9 Off-VO in seine Kapitalanlagestrategie integriert werden soll oder nicht.

Diese Frage würde aber die ggf. recht umfangreiche Erläuterung der Unterschiede zwischen Produkten

- nach Art. 9 Off-VO, mit welchen einen „nachhaltige Investition“ im Sinne von Art. 2 Nr. 17 Off-VO angestrebt wird sowie
- nach Art. 8 Off-VO, welche unter anderem mit ökologischen oder sozialen Merkmalen beworben werden, und
- (Unterfall 1) gemäß Art. 2 Abs. 2 (b) (i) DVO (EU) 2017/2359 „unter anderem“ eine „nachhaltige Investition“ anstreben, oder
- (Unterfall 2) gemäß Art. 2 Abs. 2 (b) (ii) DVO (EU) 2017/2359 „die wichtigsten nachteiligen Auswirkungen auf Nachhaltigkeitsfaktoren“ in Entsprechung mit Art. 7 Off-VO berücksichtigen,

nach sich ziehen. Jedenfalls erschiene die erläuterungslose Frage nicht sonderlich seriös.

Eine umfassende Erläuterung der unterschiedlichen Produkte ist offenbar auch nach dem Willen des Verordnungsgebers in spe beabsichtigt. Schließlich heißt es in dem Entwurf zu den Erwägungsgründen:

*‘Sustainable products with various degrees of ambition have been developed so far. To enable customers to better understand those products, insurance intermediaries and insurance undertakings distributing insurance-based investment products should clearly explain the distinction between financial products that promote environmental or social characteristics and financial products that pursue sustainable investment objectives. Whilst financial products that pursue sustainable investment objectives guarantee the attainment of a certain level of sustainability, financial products that promote environmental or social characteristics do not necessarily achieve that.’*

Diese Erläuterungen würden den Umfang der Geeignetheitsprüfung also aller Voraussicht nach nicht unerheblich erhöhen.

Bleibe es bei diesem Entwurf und wäre damit klar, in welcher Granularität die Abfrage der Nachhaltigkeitspräferenzen zu erfolgen hat, würde sich als Nächstes die Frage stellen, welche Konsequenzen dies für die Produktempfehlung hätte. Die Beantwortung der Frage ist einfach, wenn der Kunde die Frage nach seinen Nachhaltigkeitspräferenzen damit beantworten würde, dass die besagten Produkte nicht in seine Anlagestrategie integriert werden sollen. Denn dann könnten auch die „alten“ Produkte empfohlen werden. Würde er die Frage jedoch bejahen und konkret äußern, welche der Produkte er gerne in seine Anlagestrategie integriert sehen würde, wird der jeweilige Berater nur solche Produkte empfehlen dürfen, welche diesen Anforderungen auch genügen. Dies folgt aus Art. 9 Abs. 6 DVO 2017/2359 respektive der deutschen Umsetzung in § 7c Abs. 1 Satz 2 VVG, wonach nur geeignete Produkte empfohlen werden dürfen.

Sind nun keine Produkte oder keine ausreichend differenzierten Produkte (!) im Portfolio des Versicherungsunternehmens oder des Versicherungsvermittlers vorhanden, dann könnte voraussichtlich beraterfehlerfrei bzw. in rechtlich unangreifbarer Weise keine Empfehlung erfolgen. Aus Sicht des Vertriebs eines Versicherers würde dies die Absatzaussichten von Lebensversicherungsprodukten jedenfalls dann mindern, wenn man annimmt, dass die Kunden zukünftig mehr Wert auf „nachhaltig“ gestaltete Produkte legen werden. Soweit es den Direkt- und den Ausschließlichkeitsvertrieb beträfe, müsste sich dieser bei der Angabe einer Präferenz zugunsten nachhaltiger Produkte einer Empfehlung enthalten und käme somit voraussichtlich nicht zum Abschluss. Soweit es den Vertrieb über ungebundene Vermittler beträfe, käme das eigene Produkt nicht zum Zuge und der Abschluss würde an einen Mitbewerber gehen, welcher „nachhaltige Produkte“ bzw. solche Produkte mit ausreichender Differenzierung anbietet.

## Vertrieb und Produktentwicklung in vielen Häusern noch nicht involviert

Angesichts dieser möglichen Konsequenzen verwundert es, dass der Vertrieb und die Produktentwicklung bei den derzeitigen Anstrengungen zur Umsetzung der Regulierung in den jeweiligen Häusern – mit einigen Ausnahmen bei bereits „grünen“ Versicherern – nur eine untergeordnete Rolle spielen, während insbesondere die Bereiche Kapitalanlage und das Risikomanagement deutlich besser informiert erscheinen.

Nun ist es zwar richtig, dass die Änderungen allerfrühestens im Sommer 2021, möglicherweise aber auch erst zum folgenden Jahreswechsel wirksam werden und insoweit noch etwas Zeit ist. Weiterhin ist auch richtig, dass ggf. mit dem zur Konsultation vorgelegten Entwurf noch nicht das letzte Wort gesprochen ist und noch Änderungen möglich sind. Allerdings kann eine Beschäftigung mit dem Thema angesichts des schier unermesslichen Umfangs der Regulierung und der Dauer etwaiger Produktentwicklungen nicht früh genug erfolgen. Jedenfalls aber liegt es im ureigensten Interesse des Vertriebs, sich grundsätzlich mit der Regulierung auseinanderzusetzen, bei der Gesetzgebung „auf Ballhöhe zu bleiben“ und – soweit die Regulierung als Chance zur Ausdifferenzierung gegenüber anderen Mitbewerbern gesehen wird – mit der Produktentwicklung die Entwicklung neuer Produkte anzudenken, wobei dies in enger Abstimmung mit der Kapitalanlage zu erfolgen haben wird.

Der Vertrieb sollte daher innerhalb der Versicherungsunternehmen neben Risikomanagement und Kapitalanlage treibende Kraft bei der Umsetzung der Regulierung sein, um seine Interessen zu wahren.

## Projekt oder Linie?

Dies führt im Übrigen schließlich zu einem weiteren Punkt: Eine Reihe von Häusern setzt offenbar darauf, die Regulierung nicht unter Projektstatus, sondern „in der Linie“ abzuarbeiten. Dies erscheint insbesondere aus Sicht des Vertriebes nicht sinnvoll:

So bestehen eine Reihe von Interdependenzen zwischen den abzuarbeitenden Themen. Dies beginnt damit, dass nach den Art. 3 und 4 Off-VO auf der Internetseite des Versicherers die Strategien zur Einbeziehung von Nachhaltigkeitsrisiken bei Investitionsentscheidungen und zu den Auswirkungen von Investitionsentscheidungen auf Nachhaltigkeitsrisiken zu beauskunften sind. Die dort kommunizierten Strategien sollten möglichst auch zum Produktportfolio passen, nicht zuletzt, um ein in sich konsistentes Marketing zu ermöglichen. Im Übrigen ist – wie oben schon ausgeführt – wiederum in Abhängigkeit der vom Vorstand vorzugebenden Nachhaltigkeitsstrategie jedenfalls eine enge Zusammenarbeit zwischen Vertrieb, Produktentwicklung und Kapitalanlage zur Entwicklung neuer Produkte notwendig.

Aus Sicht des Vertriebs erscheint daher eine Projektstruktur gegenüber einer Abarbeitung „in der Linie“ klar vorteilhaft.

Ohnehin aber ist nicht nur im Hinblick auf den Vertrieb, sondern auch das Unternehmen insgesamt zu beachten, dass die Regulierung einen beträchtlichen Umfang hat, der nach allgemeiner Erfahrung nicht einfach ohne Planung von Mitarbeiterkapazitäten erledigt werden kann. Des Weiteren ist eine unkoordinierte Abarbeitung durch die einzelnen Bereiche/Abteilungen ineffizient, weil dann jede Abteilung sich selbst durch den Wust von Regulierungen wühlen muss, keine zentrale Wissensbasis aufgebaut werden kann und die Gefahr einer inkonsistenten Umsetzung aufgrund der unterschiedlichen Auslegung der regulatorischen Vorgaben durch verschiedene Unternehmensteile droht.

## Fazit

Der Vertrieb eines Versicherers tut gut daran, treibende Kraft bei der Umsetzung der EU-Nachhaltigkeitsgesetzgebung zu sein. Sollten bei einzelnen Versicherungsunternehmen Tendenzen bestehen, kein Projekt aufzusetzen, sollte der betroffene Vertrieb nach entsprechender Evaluierung der individuellen Gegebenheiten unter Umständen auf ein bereichs-/abteilungsübergreifendes Projekt drängen. Zumindest sollte eine starke Koordination zwischen Vertrieb, Produktentwicklung/Mathematik und der Kapitalanlage angestrebt werden, damit seine Interessen gewahrt bleiben.



# Über uns

## Ihre Ansprechpartner

**Till Hannig**

*Hamburg*

Tel.: +49 40 6378-2640

till.hannig@pwc.com

**Wolf Kindervater**

*Hamburg*

Tel.: +49 40 6378-1961

wolf.kindervater@pwc.com

**Xenia Meyer-Arndt**

*Berlin*

Tel.: +49 30 2636-4727

xenia.meyer-arndt@pwc.com

## Bestellung und Abbestellung

Wenn Sie den PDF-Newsletter *PwC Legal Insurance Newsflash* bestellen oder abbestellen möchten, senden Sie bitte eine leere E-Mail mit der Betreffzeile „Bestellung“ bzw. „Abbestellung“ an folgende Adresse: [Subscribe\\_PwC\\_Legal\\_Insurance@de.pwc.com](mailto:Subscribe_PwC_Legal_Insurance@de.pwc.com) / [Unsubscribe\\_PwC\\_Legal\\_Insurance@de.pwc.com](mailto:Unsubscribe_PwC_Legal_Insurance@de.pwc.com)

Die Beiträge dieser Publikation sind zur Information unserer Mandanten bestimmt. Für die Lösung einschlägiger Probleme greifen Sie bitte auf die angegebenen Quellen oder die Unterstützung unserer Büros zurück. Meinungsbeiträge geben die Auffassung der einzelnen Autoren wieder.

© Juni 2020 PricewaterhouseCoopers Legal Aktiengesellschaft Rechtsanwaltskanzlei. Alle Rechte vorbehalten.

"PwC Legal" bezeichnet in diesem Dokument die PricewaterhouseCoopers Legal Aktiengesellschaft Rechtsanwaltskanzlei, die zum Netzwerk der PricewaterhouseCoopers International Limited (PwCIL) gehört. Jede der Mitgliedsgesellschaften der PwCIL ist eine rechtlich selbstständige Gesellschaft.