

# Aktuelles aus der Versicherungsbranche

Bergische IHK Wuppertal–Solingen–Remscheid

BVK Bezirksverband Bergisch Land

BWV Bergisch Land

Wuppertal 16.5.2023

Prof. Dr. Matthias Beenken  
Fachhochschule Dortmund

# Gliederung

- Provision: Verbot, Deckel, Richtwerte...?
- Nachhaltigkeit – der Begriff
- Nachhaltigkeits-Regulatorik und Versicherungsbranche
- Anforderungen an den Versicherungsvertrieb
- Kundensicht auf Nachhaltigkeit
- Chancen

# Gliederung

- **Provision: Verbot, Deckel, Richtwerte...?**
- Nachhaltigkeit – der Begriff
- Nachhaltigkeits-Regulatorik und Versicherungsbranche
- Anforderungen an den Versicherungsvertrieb
- Kundensicht auf Nachhaltigkeit
- Chancen

## Provision: Verbot, Deckel, Richtwerte...?

- “We do not propose a ban on all inducements”  
(Mairead McGuinness, Finanzmarkt-Kommissarin,  
EU-Kommission, am 27.4.2023 in Stockholm)



[https://www.europarl.europa.eu/meps/en/28115/MAIREAD\\_MCGUINNESS/history/9](https://www.europarl.europa.eu/meps/en/28115/MAIREAD_MCGUINNESS/history/9)

## Provision: Verbot, Deckel, Richtwerte...?

- “I want to be clear: even if we do not propose a ban on all inducements now, it does not mean a free pass for the financial sector.”  
(Mairead McGuinness, Finanzmarkt-Kommissarin, EU-Kommission, am 27.4.2023 in Stockholm)



[https://www.europarl.europa.eu/meps/en/28115/MAIREAD\\_MCGUINNESS/history/9](https://www.europarl.europa.eu/meps/en/28115/MAIREAD_MCGUINNESS/history/9)

## Provision: Verbot, Deckel, Richtwerte...?

- Kommissionsvorschläge im Rahmen der sogenannten Kleinanlegerstrategie (aus der zuvor genannten Rede):
  - Mehr Transparenz bei Vergütungen (hard disclosure?)
  - Härtere Regeln bezüglich Anreizen aller Art zwecks Vermeidung von Interessenkonflikten
  - Mehr Aufsichtsdruck
  - Partielles Provisionsverbot für “Execution only”-Fälle – im deutschen Versicherungsvertrieb nicht von Bedeutung
  - Revisionsklausel in der geplanten EU-Verordnung, falls diese milderer Mittel nicht zum Erfolg führen, dann doch ein allgemeines Provisionsverbot
  - “Runder Tisch” der Stakeholder, insb. der Branchen- und der Verbraucherschutzverbände, um Regeln für den Provisionsvertrieb zu entwickeln

# Provision: Verbot, Deckel, Richtwerte...?

- Ein Rückblick
  - Vertriebskandale
    - 1992 Schmidt-Tobler/Zantop: Missbrauch Vergütungssystem in der Lebensversicherung
    - 2005 Marsh/Spitzer und 2007 Sektorenuntersuchung der EU-Kommission: Missbrauch der Vergütung in der Firmenversicherung
    - 2009 MEG AG: Missbrauch der Vergütung in der privaten Krankenversicherung
    - 2011 PPI-Skandal in Großbritannien, 2017 BaFin-Studie zur Restschuldversicherung in Deutschland: Missbrauch der Vergütung durch Banken

# Provision: Verbot, Deckel, Richtwerte...?

- Ein Rückblick
  - Vertriebskandale, Reaktionen:
    - 2005 Verbot volumenabhängiger Zusatzvergütungen in den USA
    - 2012 Vorschlag der EU-Kommission für ein Provisionsverbot in der Lebensversicherung in einer IMD2 (heute: IDD)
    - 2012 Einführung Provisionsdeckel Krankenvollversicherung und Stornohaftungszeit in LV und KV-Voll
    - 2018 Einführung „Cooling off-Period“ in der Restschuldversicherung
    - 2022 Einführung Provisionsdeckel in der Restschuldversicherung



## Provision: Verbot, Deckel, Richtwerte...?

- Ein Rückblick
  - Finanzkrise und Niedrigzinsen in der Lebensversicherung
    - 2008/2009 Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz startet Initiative zur Etablierung der Honorarberatung als Alternative zum Provisionsvertrieb
    - 2015 Lebensversicherungsreformgesetz u.a. mit einer Reduzierung des Zillmersatzes als Druck auf die Kalkulation
    - 2018 Konsultation eines BaFin-Rundschreiben-Entwurfs zur Einführung eines Provisionsrichtwerts in der LV
    - 2018 Evaluation des LVRG durch das Bundesfinanzministerium
    - 2019 Vorschlag für ein Provisionsdeckelgesetz

## Provision: Verbot, Deckel, Richtwerte...?

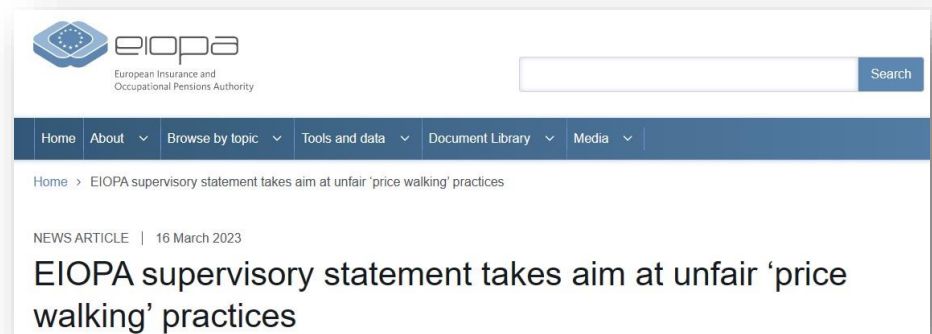
- Ein Rückblick
  - Finanzkrise und Niedrigzinsen in der Lebensversicherung
    - 2022 Konsultation eines Merkblatt-Entwurfs der BaFin zu wohlverhaltensaufsichtlichen Aspekten bei kapitalbildenden Lebensversicherungsprodukten
    - 2022 EU-Finanzmarktkommissarin MacGuinness kündigt Überlegungen für ein Provisionsverbot bei Anlagen und Versicherungsanlagen im Rahmen der EU-Kleinanlegerstrategie an

## Provision: Verbot, Deckel, Richtwerte...?

- Ausblick
  - Falls doch ein Provisionsdeckel käme...
    - Durchsetzbar gegenüber Angestellten und Handelsvertretern?
    - Denkbare Alternativen:
      - Echte Honorarberatung (vgl. Versicherungsberater, Verbraucherzentralen -> Akzeptanz begrenzt)
      - Honorarvertrieb (vgl. Honorarmakler; vorherrschende Lösung in Großbritannien)
      - Kostenausgleichsvereinbarung
      - Staatliche Pensionslösungen anstelle privater Vorsorge (derzeit unwahrscheinlich, vgl. Zustand der Ampel-Koalition)

# Provision: Verbot, Deckel, Richtwerte...?

- Ausblick
  - Was sonst noch kommt
    - „Value for Money“
      - Lebensversicherung – Mindestrendite 2% nach Kosten
      - Sachversicherung – keine unfairen Pricing-Praktiken
    - Mehr Überwachungsdruck durch die BaFin



# Gliederung

- Provision: Verbot, Deckel, Richtwerte...?
- **Nachhaltigkeit – der Begriff**
- Nachhaltigkeits-Regulatorik und Versicherungsbranche
- Anforderungen an den Versicherungsvertrieb
- Kundensicht auf Nachhaltigkeit
- Chancen



Bild: Beenken

# Nachhaltigkeit – der Begriff

- Herkunft aus der Forstwirtschaft:
  - Hans Carl von Carlowitz, Sylvicultura Oeconomica (1713)
  - Georg Ludwig Hartwig, Anweisung zur Holzzucht für Förster (1791)
  - Grundidee: Nicht mehr Holz schlagen als nachwächst
- Zusammenhang Forst-, Versicherungswirtschaft und Nachhaltigkeit
  - Horst Stern (Hrsg.), Rettet den Wald (1979)
    - 1972 Superorkan Niedersachsen
    - 1975 Waldbrände Norddeutschland
    - Colonia sponsort Buch und Naturschutzorganisationen



Bilder: Beenken



# Nachhaltigkeit – der Begriff

- Begriff
  - „Sustainable development meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs.“  
(Brundtland-Bericht 1987, zitiert im Lexikon der Nachhaltigkeit, [https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/brundtland\\_report\\_563.htm](https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/brundtland_report_563.htm) [9.3.2022])
  - „Als nachhaltig wird eine Entwicklung bezeichnet, bei der heutige Bedürfnisse befriedigt werden (intergenerationale Gerechtigkeit), ohne zukünftigen Generationen die Lebensgrundlage zu entziehen (intragenerationale Gerechtigkeit).“  
(Lin-Hi, Nick: Nachhaltigkeit, in: Gablers Wirtschaftslexikon online [9.3.2022])

# Nachhaltigkeit – der Begriff

- Ziele: Agenda 2030 der Vereinten Nationen



# Nachhaltigkeit – der Begriff

- Ziele: Green Deal der Europäischen Union
  - Bis 2050 Netto keine Treibhausgase mehr
  - Wachstum ohne Ressourcenvernichtung
  - Sozial ausgewogen und regional fair
  - 1,8 Billionen Euro Investment aus dem EU-Haushalt der nächsten sieben Jahre

## Welche Vorteile bringt der europäische Grüne Deal?

Der europäische Grüne Deal sichert uns und künftigen Generationen ein besseres und gesünderes Leben durch:



saubere Luft, sauberes Wasser, einen gesunden Boden und Biodiversität



sanierte, energieeffiziente Gebäude



gesundes und bezahlbares Essen



mehr öffentliche Verkehrsmittel



sauberere Energie und modernste saubere Technologien



langlebige Produkte, die repariert, wiederverwertet und wiederverwendet werden können



zukunftsfähige Arbeitsplätze und Vermittlung der für den Übergang notwendigen Kompetenzen



weltweit wettbewerbsfähige und krisenfeste Industrie

# Gliederung

- Provision: Verbot, Deckel, Richtwerte...?
- Nachhaltigkeit – der Begriff
- **Nachhaltigkeits-Regulatorik und Versicherungsbranche**
- Anforderungen an den Versicherungsvertrieb
- Kundensicht auf Nachhaltigkeit
- Chancen

## Nachhaltigkeits-Regulatorik und Versicherungsbranche

„(5) Im Dezember 2016 beauftragte die Kommission eine hochrangige Sachverständigengruppe mit der Ausarbeitung einer übergeordneten und umfassenden **Strategie der Union für ein nachhaltiges Finanzwesen**. (...).“

(6) In ihrer Mitteilung vom 8. März 2018 veröffentlichte die Kommission ihren Aktionsplan „Finanzierung nachhaltigen Wachstums“, in dem eine ehrgeizige und umfassende Strategie für nachhaltige Finanzierungen in die Wege geleitet wurde. **Eines der Ziele dieses Aktionsplans ist die Neuausrichtung von Kapitalflüssen hin zu nachhaltigen Investitionen, um ein nachhaltiges und integratives Wachstum zu schaffen. (...)**“

(Erwägungsgründe 5, 6 der Verordnung (EU) 2020/852 vom 18.6.2020 über die Einrichtung eines Rahmens zur Erleichterung nachhaltiger Investitionen und zur Änderung der Verordnung (EU) 2019/2088 – kurz: Taxonomieverordnung)

# Nachhaltigkeits-Regulatorik und Versicherungsbranche

- **Environment/Umwelt. Umweltziele sind...**

**E**

- „a) Klimaschutz
- b) Anpassung an den Klimawandel
- c) die nachhaltige Nutzung und Schutz von Wasser- und Meeresressourcen
- d) der Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft
- e) Vermeidung und Verminderung der Umweltverschmutzung
- f) der Schutz und Wiederherstellung der Biodiversität und der Ökosysteme“  
(Art. 9 Taxonomieverordnung)

- **Social/Soziales. Sozial ist...**

**S**

- „(...) insbesondere eine Investition, die zur Bekämpfung von Ungleichheiten beiträgt oder den sozialen Zusammenhalt, die soziale Integration und die Arbeitsbeziehungen fördert oder eine Investition in Humankapital oder zugunsten wirtschaftlich oder sozial benachteiligter Bevölkerungsgruppen (...)“  
(Art. 2 Nr. 17 Verordnung (EU) 2019/2088 vom 27. November 2019 über nachhaltigkeitsbezogene Offenlegungspflichten im Finanzdienstleistungssektor (kurz: Offenlegungsverordnung))

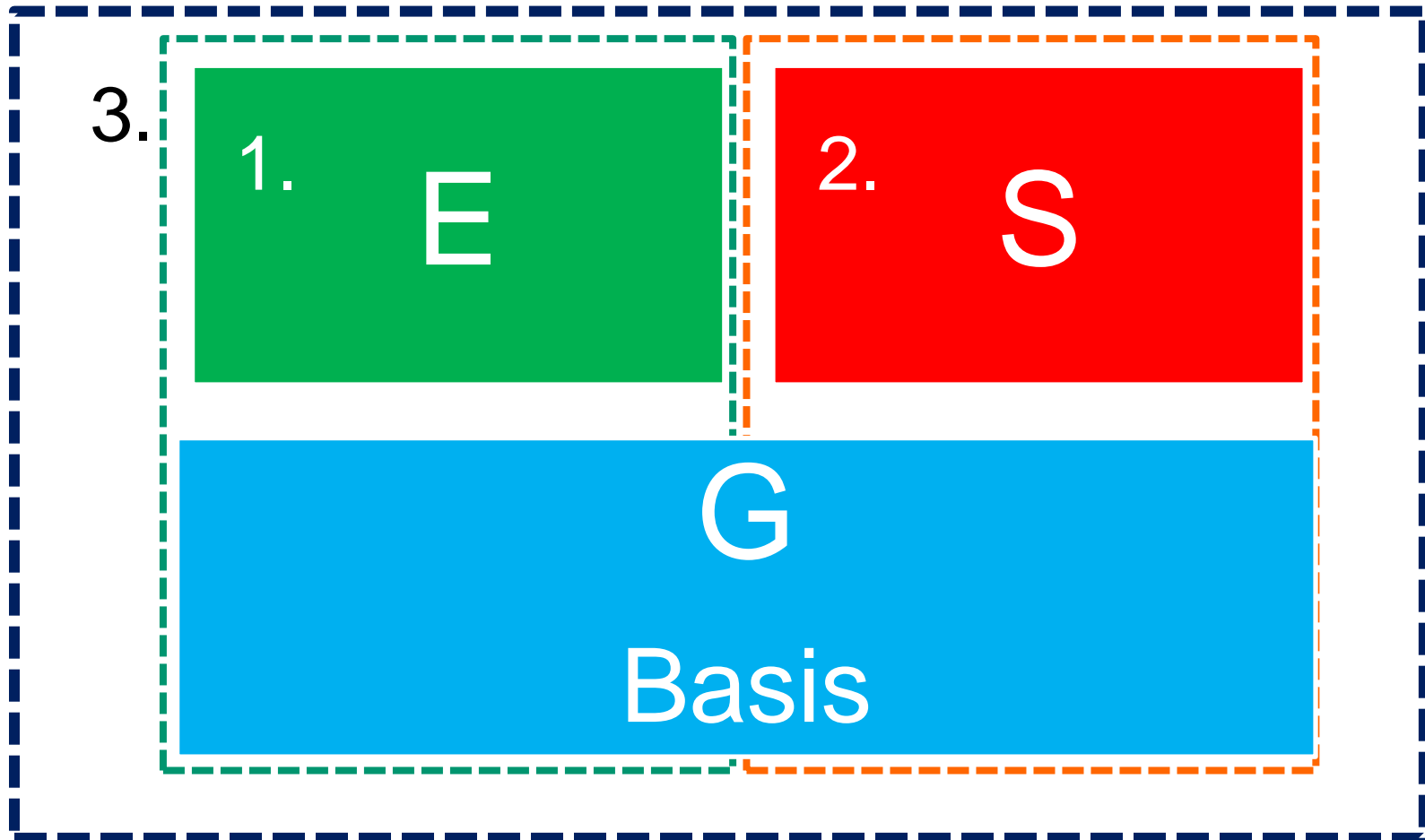
- **Governance/Gute Unternehmensführung. Gemeint sind...**

**G**

- „(...) Unternehmen, in die investiert wird, [die] Verfahrensweisen einer guten Unternehmensführung anwenden, insbesondere bei soliden Managementstrukturen, den Beziehungen zu den Arbeitnehmern, der Vergütung von Mitarbeitern sowie der Einhaltung der Steuervorschriften (...)“  
(Art. 2 Nr. 17 Offenlegungsverordnung)

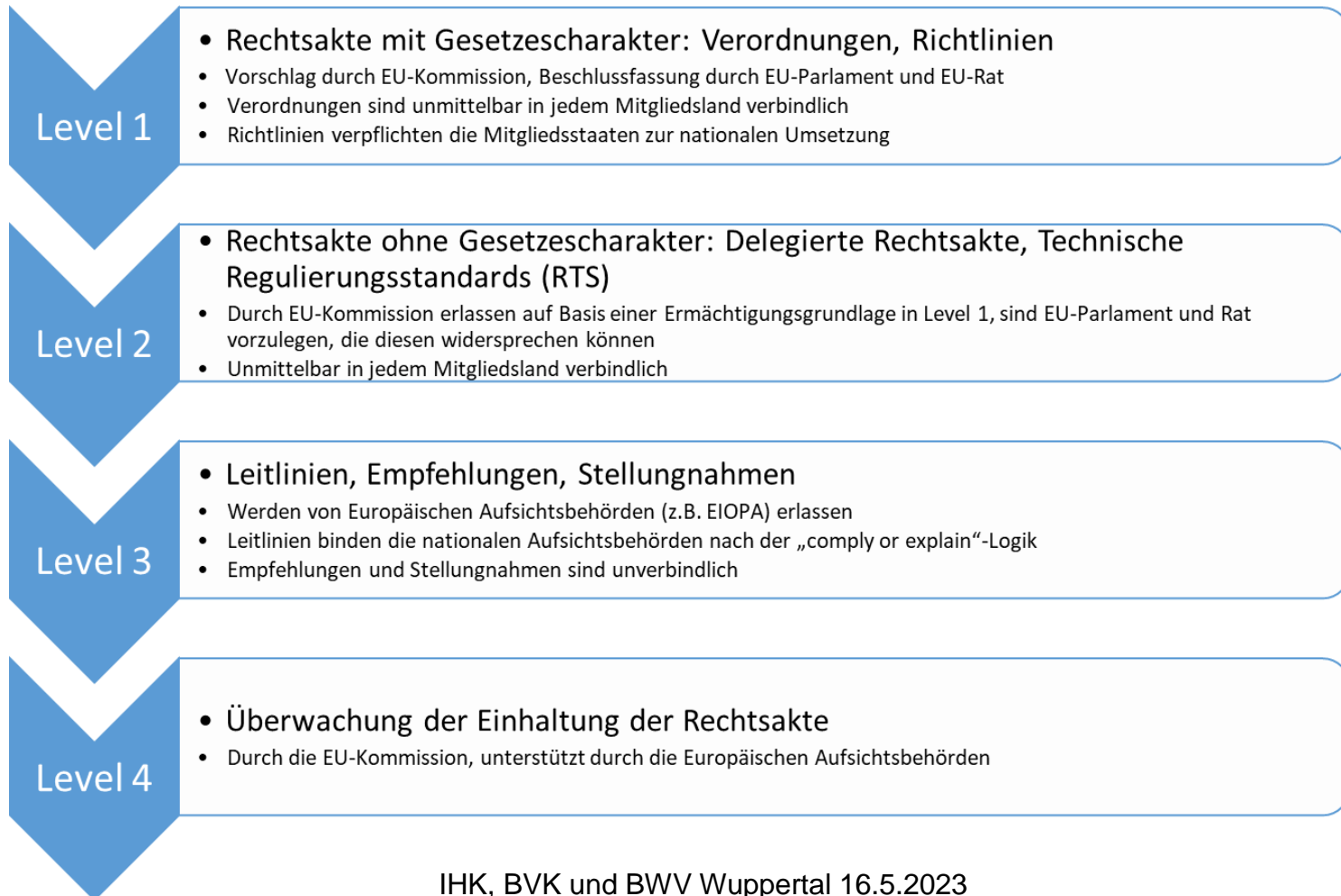
# Nachhaltigkeits-Regulatorik und Versicherungsbranche

- Mögliche Ausrichtungen der Nachhaltigkeit



# Nachhaltigkeits-Regulatorik und Versicherungsbranche

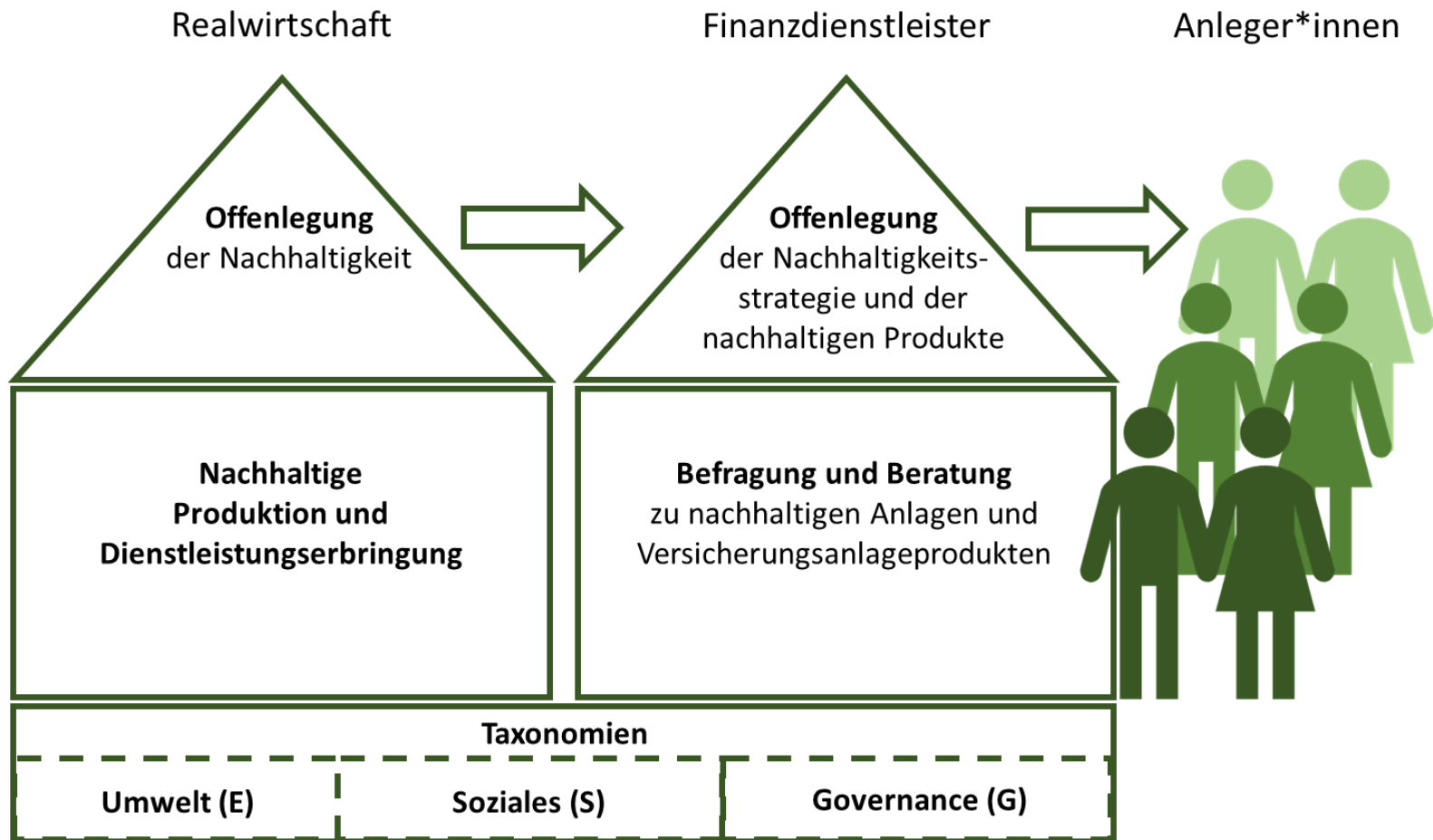
- **Struktur europäischer Normen in der Finanzmarktregulierung**





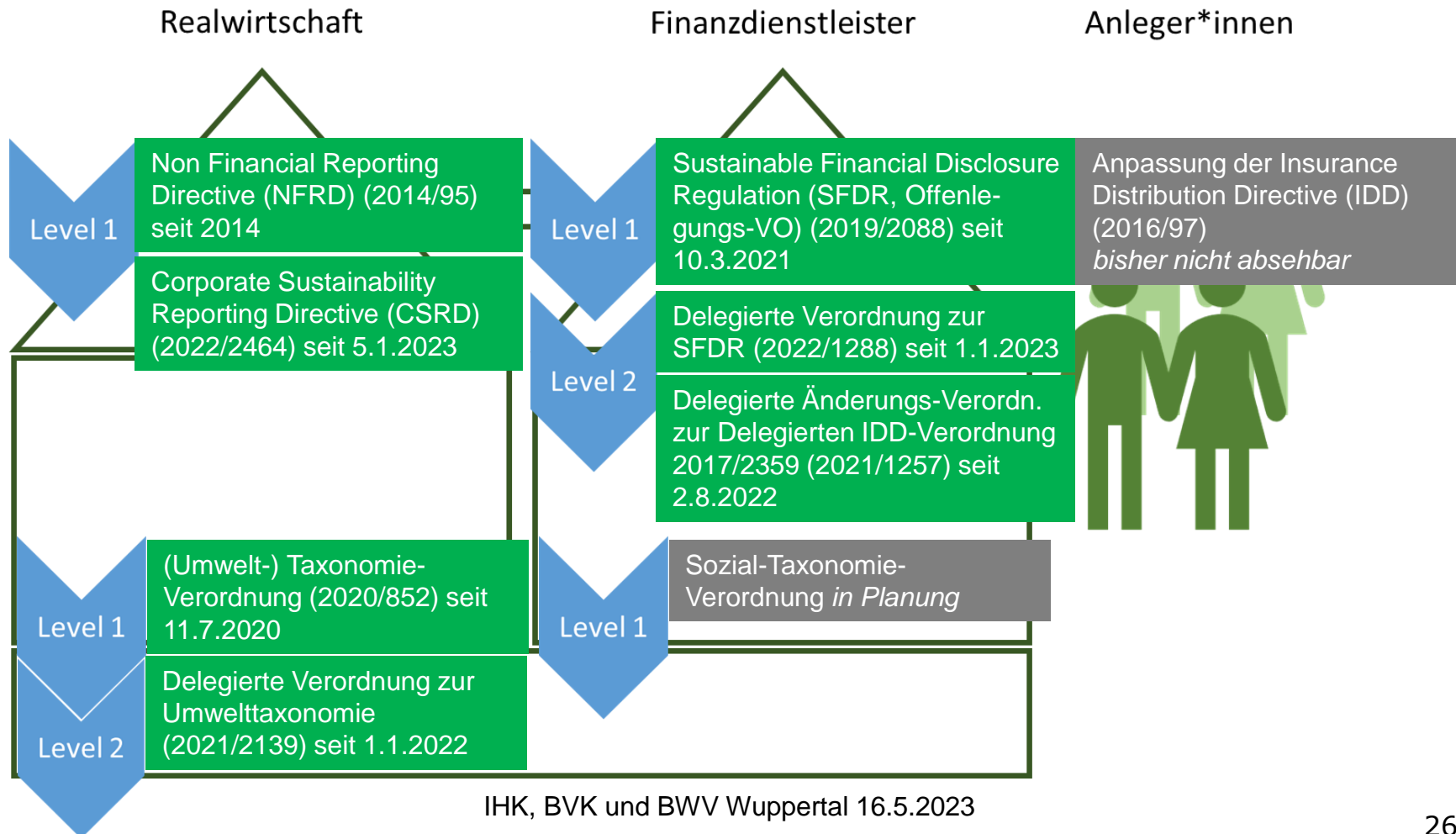
# Nachhaltigkeits-Regulatorik und Versicherungsbranche

- Wirkungsweise der Nachhaltigkeitsregulierung



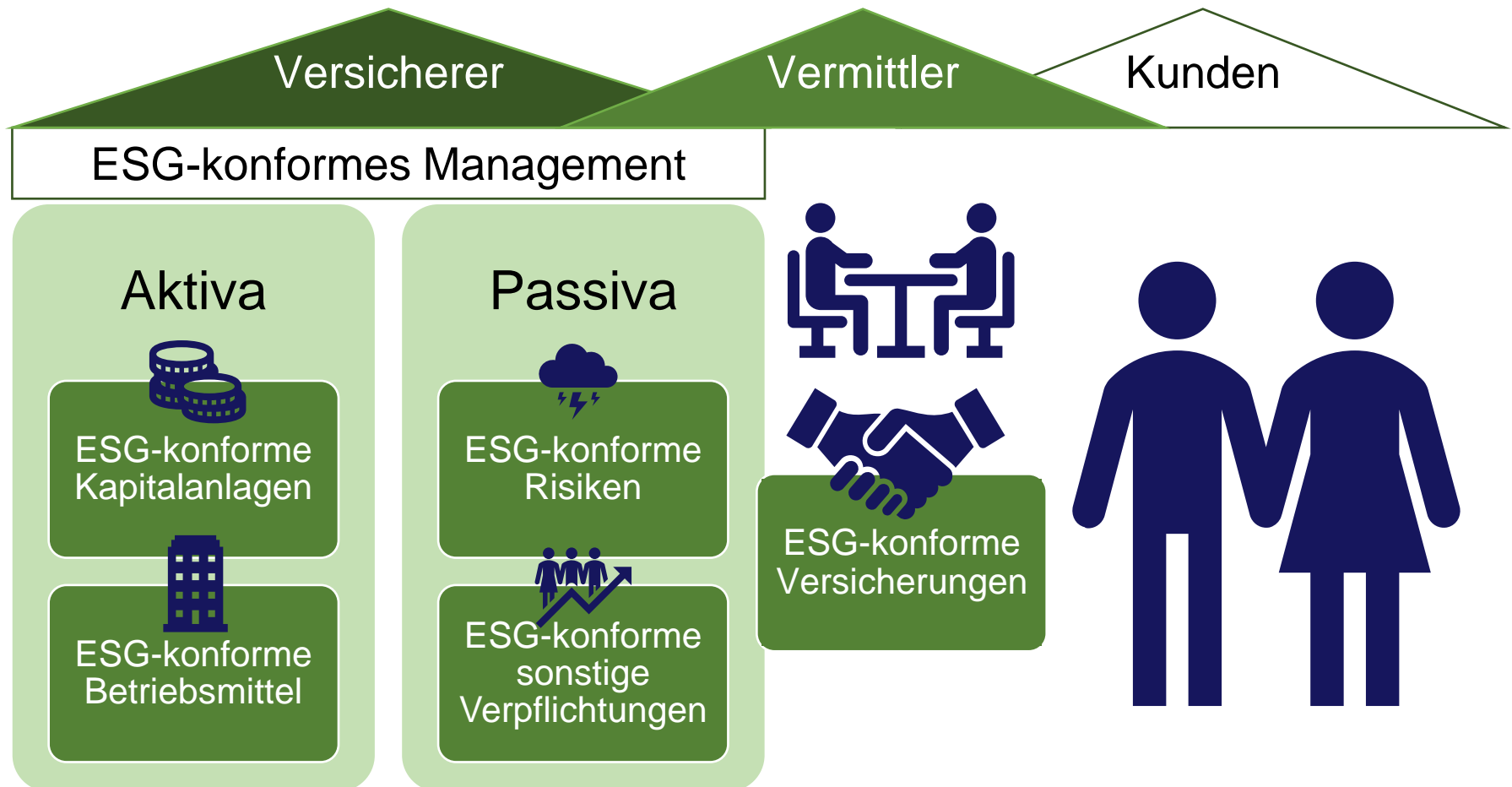
# Nachhaltigkeits-Regulatorik und Versicherungsbranche

- Rechtsakte der Nachhaltigkeitsregulierung



# Nachhaltigkeits-Regulatorik und Versicherungsbranche

- Betroffene Bereiche der Versicherungswirtschaft



# Gliederung

- Provision: Verbot, Deckel, Richtwerte...?
- Nachhaltigkeit – der Begriff
- Nachhaltigkeits-Regulatorik und Versicherungsbranche
- **Anforderungen an den Versicherungsvertrieb**
- Kundensicht auf Nachhaltigkeit
- Chancen

# Anforderungen an den Versicherungsvertrieb

- Betroffene nach Offenlegungsverordnung (2019/2088)
  - Versicherungsunternehmen, die Versicherungsanlageprodukte anbieten
  - Versicherungsunternehmen, die Versicherungsberatung zu Versicherungsanlageprodukte erbringen
  - Versicherungsvermittler, die Versicherungsberatung zu Versicherungsanlageprodukte erbringen
- Versicherungsanlageprodukt
  - Kapitalbildende Lebens-/Rentenversicherungen gemäß PRIIP-Verordnung 1286/2014 *oder*
  - Ungeförderte, kapitalbildende Lebens-/Rentenversicherungen gemäß Art. 2 Nr. 17 IDD („Schicht 3“)

?

# Anforderungen an den Versicherungsvertrieb

- Handlungsfelder nach Offenlegungsverordnung (2019/2088)

- Transparenz bei Strategien zum Umgang mit Nachhaltigkeitsrisiken (Artt. 3, 4)

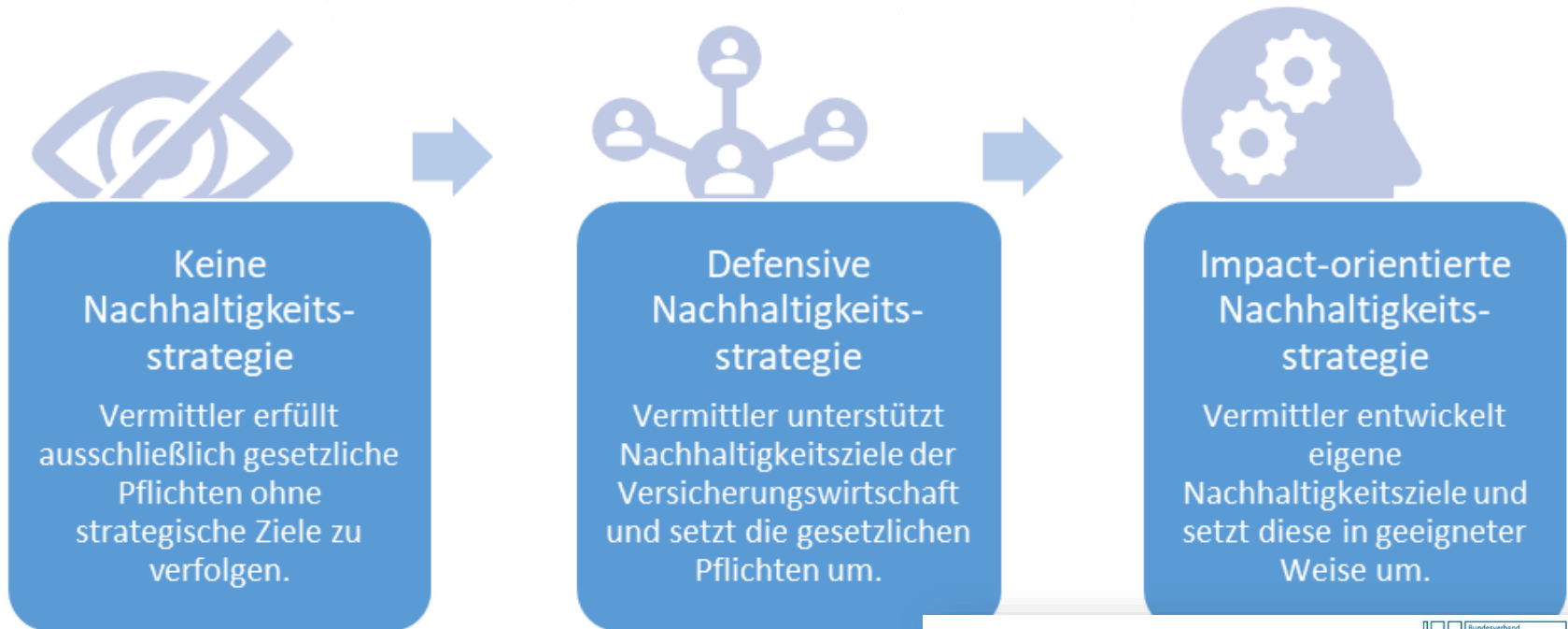
- Veröffentlichung auf der Homepage

- Positiv: Bestehende Strategie und Erläuterung derselben
- Negativ: Keine bestehende Strategie und Begründung



# Anforderungen an den Versicherungsvertrieb

- Beispiele für Nachhaltigkeitsstrategien von Vermittlern:



Quelle: BVK, Checkliste „Nachhaltigkeit im Versicherungsvermittlerbetrieb“, Version 7 vom 4.2.2023, <https://www.bvk.de/themen/publikation/pressemitteilung/bvk-checkliste-zur-nachhaltigkeit-aktualisiert.717/>

BVK-Checkliste Nachhaltigkeit im Versicherungsvermittlerbetrieb




Checkliste:  
Nachhaltigkeit im  
Versicherungsvermittlerbetrieb

Stand: 4.2.2023

# Anforderungen an den Versicherungsvertrieb


- Beispiele für Nachhaltigkeitsstrategien von Vermittlern:

Bereich	Beispiele
<p data-bbox="164 521 550 564">Strategische Ziele</p> 	<ul style="list-style-type: none"><li>• Neugeschäfts- oder Bestandsanteil nachhaltiger Versicherungen</li><li>• Erschließung nachhaltigkeitsinteressierter Zielgruppen</li><li>• Bekanntheitsgrad für das Thema</li><li>• CO2-Netto-Neutralität des Betriebs</li><li>• Energieeinsparziele</li><li>• Digitalisierungsgrad im Betrieb</li><li>• Frauenanteil im Betrieb</li><li>• ...</li></ul>






# Anforderungen an den Versicherungsvertrieb

- Beispiele für Nachhaltigkeitsstrategien von Vermittlern:

Bereich	Beispiele
<p data-bbox="162 521 455 622">Aus- und Weiterbildung</p> 	<ul style="list-style-type: none"><li>• Grundausbildung Inhaber/Mitarbeitende</li><li>• Umfassende Ausbildung bei Vermittlung von Artikel 9-Produkten (vgl. Frage 7, EIOPA-BOS-22-391 vom 20.7.2022)</li><li>• Regelmäßige Weiterbildung</li></ul>

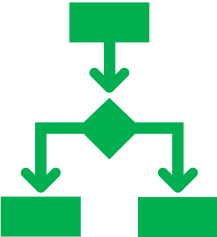
# Anforderungen an den Versicherungsvertrieb

- Beispiele für Nachhaltigkeitsstrategien von Vermittlern:

Bereich	Beispiele
<p>Vermittlerbüro</p>   	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ermittlung CO2-Fußabdruck</li> <li>• Umstellung auf erneuerbare Energien</li> <li>• Papiervermeidung</li> <li>• Mülltrennung</li> <li>• Vermeidung von Dienstfahrten, E-Fahrzeuge</li> <li>• Nachhaltige Vergütung für Beschäftigte</li> <li>• Aufstiegs- und Beteiligungschancen für Beschäftigte</li> <li>• Mitgliedschaften in Initiativen (z.B. Nachhaltiger Vermittlerbetrieb)</li> <li>• ...</li> </ul>


# Anforderungen an den Versicherungsvertrieb

- Beispiele für Nachhaltigkeitsstrategien von Vermittlern:

Bereich	Beispiele
<p>Produktspektrum</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anwendung der erweiterten Eignungsprüfung auf             <ul style="list-style-type: none"> <li>• entweder alle Lebensversicherungen</li> <li>• oder nur auf Versicherungsanlageprodukte</li> </ul> </li> <li>• Opt-out oder Opt-in nachhaltiger Versicherungen             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Opt-out: Angebot nachhaltiger Versicherungen, es sei denn, der Kunde entscheidet sich dezidiert dagegen</li> <li>• Opt-in: Angebot geeigneter Versicherungen und Hinweis auf nachhaltige Alternative(n), die auf Kundenwunsch zur Verfügung stehen</li> </ul> </li> </ul>

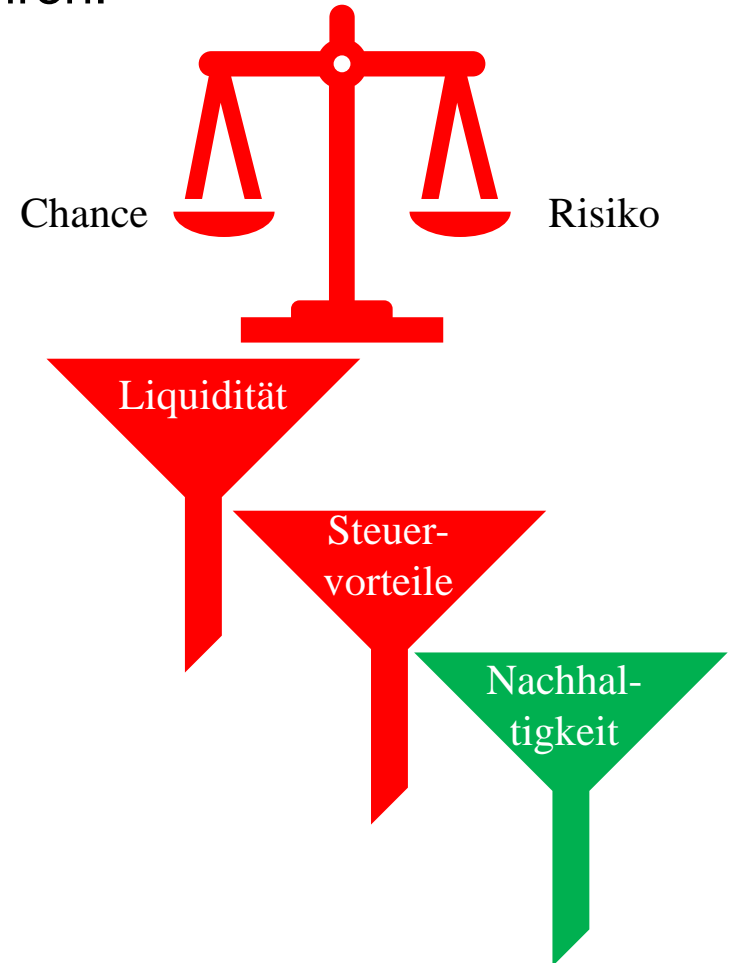
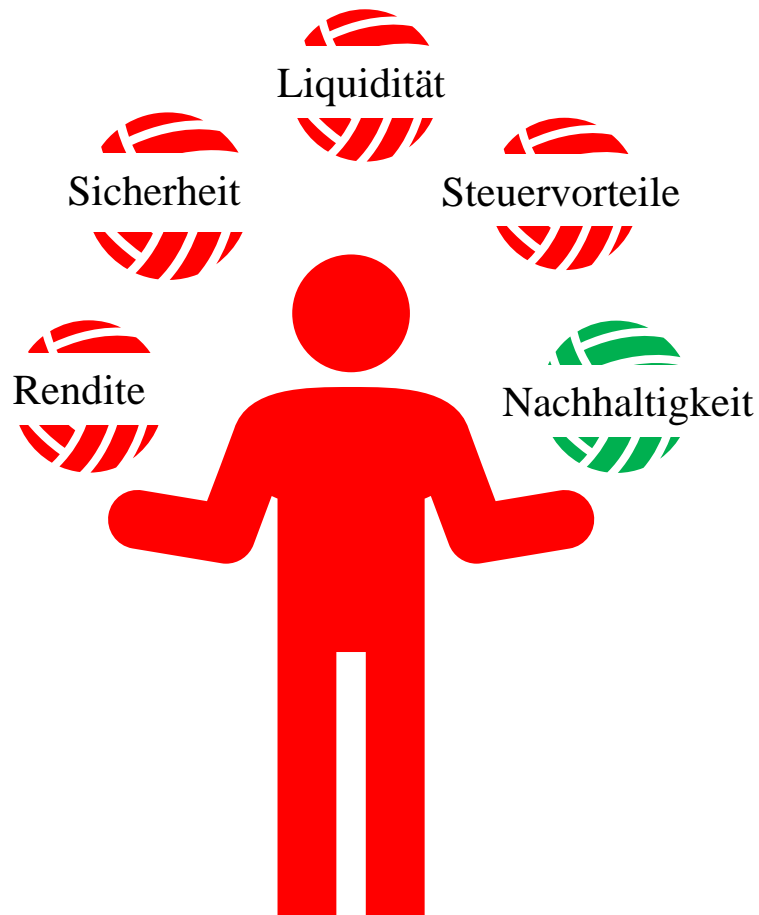
# Anforderungen an den Versicherungsvertrieb

- Beispiele für Nachhaltigkeitsstrategien von Vermittlern:

Bereich	Beispiele
<p>Beratung</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erstinformation zur Nachhaltigkeit (vgl. Frage 1 EIOPA-BOS-22-391 vom 20.7.2022) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Selbst gestaltete</li> <li>• oder von Dritten übernommene</li> </ul> </li> <li>• Ablauf Eignungsprüfung (vgl. Frage 5 EIOPA-BOS-22-391): <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einstufig: Gleichzeitige Abfrage von Kenntnissen und Erfahrungen, finanziellen Verhältnissen, Anlagezielen und Nachhaltigkeitspräferenzen</li> <li>• Zweistufig: Ermittlung Chance-/Risikoprofil; Selektion nach Nachhaltigkeitspräferenzen (empfohlen)</li> </ul> </li> </ul>


# Anforderungen an den Versicherungsvertrieb

- Ein- oder zweistufiges Auswahlverfahren:



# Anforderungen an den Versicherungsvertrieb

- Beispiele für Nachhaltigkeitsstrategien von Vermittlern:

Bereich	Beispiele
<p data-bbox="164 521 386 564">Betreuung</p> 	<ul style="list-style-type: none"><li>• Regelmäßige Überprüfung Bestandsverträge, in welchem Rhythmus?</li><li>• Aktualisierung Abfrage Nachhaltigkeitspräferenzen</li><li>• Aktualisierung Auswahl der Anlagen, Fondswechsel-Optionen</li></ul>

# Anforderungen an den Versicherungsvertrieb

- Handlungsfelder nach Offenlegungsverordnung (2019/2088)
  - Transparenz der Vergütungspolitik im Zusammenhang mit der Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsrisiken (Art. 5)
    - Veröffentlichung auf der Homepage
      - Im Einklang mit der Einbeziehung von Nachhaltigkeitsrisiken
      - Im Widerspruch dazu



# Anforderungen an den Versicherungsvertrieb

- Handlungsfelder nach Offenlegungsverordnung (2019/2088)
  - Vorvertragliche Informationen zum Versicherungsanlageprodukt (vgl. VVG-InfoV) (Art. 6)
    - Erläuterungen zu
      - Art und Weise, wie Nachhaltigkeitsrisiken bei ihren Investitionsentscheidungen einbezogen werden
      - Erwartete Renditeauswirkung der Nachhaltigkeit
      - Bei fehlender Relevanz von Nachhaltigkeit: Begründung





# Anforderungen an den Versicherungsvertrieb

- Handlungsfelder nach Offenlegungsverordnung (2019/2088)
  - Vorvertragliche Informationen zum Versicherungsanlageprodukt (vgl. VVG-InfoV) (Artt. 6, 8, 9)
    - Ergänzende Informationen bei

Artikel 8-  
konform

- Bewerbung ökologischer oder sozialer Merkmale des Produkts (Art. 8)
- Bei dezidiert angestrebter, nachhaltiger Investition (Art. 9)

Artikel 9-  
konform

- Ziel:
  - Kunde soll anhand von Indizes als Referenzwerten verstehen, inwieweit welche Art von Nachhaltigkeit beworben bzw. aktiv angestrebt wird

# Anforderungen an den Versicherungsvertrieb

- Handlungsfelder nach Offenlegungsverordnung (2019/2088)
  - Vorvertragliche Informationen zur Beratung (vgl. § 7b VVG) (Art. 6)
    - Erläuterungen zu
      - Art und Weise, wie Nachhaltigkeitsrisiken in die Beratung einbezogen werden
      - Erwartete Renditeauswirkung der Nachhaltigkeit
      - Bei fehlender Relevanz von Nachhaltigkeit: Begründung
  - Marketingmitteilungen (Art. 13)
  - Kein Widerspruch zu den veröffentlichten Informationen



# Anforderungen an den Versicherungsvertrieb

- Betroffene nach Delegierter IDD-Änderungsverordnung (2021/1257)
  - Alle Versicherungsunternehmen unabhängig von der Sparte
    - Produktgenehmigungsverfahren (vgl. § 23 Abs. 1a-1d VAG)
      - Zielmarktbestimmung einschließlich Nachhaltigkeitsfaktoren
      - Vertriebsstrategie passend zum o.g. Zielmarkt
      - Sicherstellung der Kompetenz aller an Konzeption und Herstellung beteiligten Personen
      - Produktprüfung einschließlich Nachhaltigkeitszielen
      - Vertriebsüberwachung einschließlich Nachhaltigkeitsziele
      - Informationspflichten des Vertreibers an den Hersteller



# Anforderungen an den Versicherungsvertrieb

- Betroffene nach Delegierter IDD-Änderungsverordnung (2021/1257)
  - Vertreiber von Versicherungsanlageprodukten
    - Befragung des Kunden nach seinen Nachhaltigkeitspräferenzen im Rahmen der Geeignetheitsprüfung (vgl. § 7c VVG)
      - Mindestanteil an ökologisch nachhaltigen Investitionen gemäß (Umwelt-) Taxonomieverordnung 2020/852
      - Mindestanteil an allgemein nachhaltigen Investitionen gemäß Offenlegungsverordnung 2019/2088
      - Ausschluss der wichtigsten nachteiligen Auswirkungen auf Nachhaltigkeitsfaktoren, nach Art und nach Umfang
      - Einzeln oder kombiniert möglich



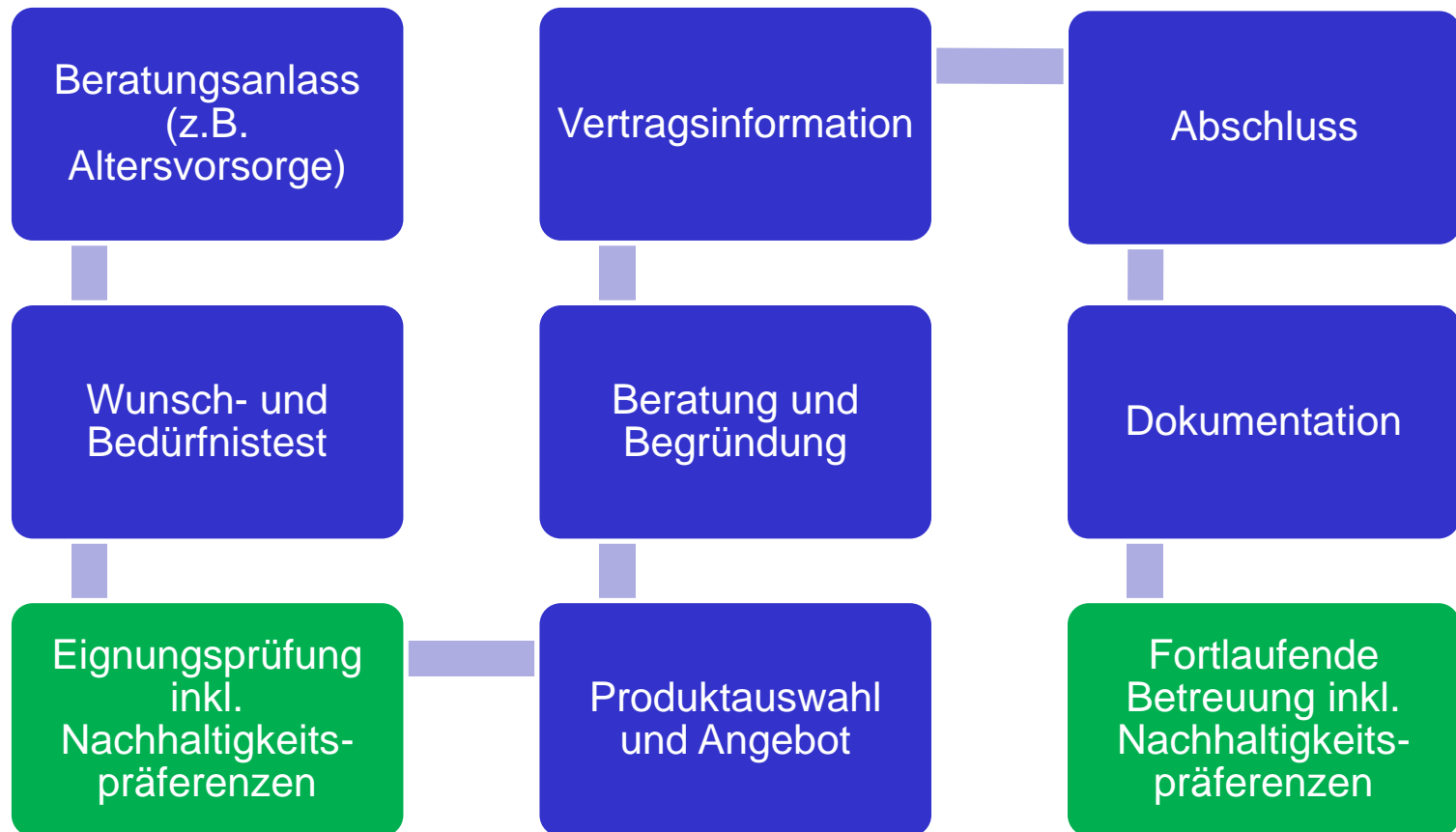
# Anforderungen an den Versicherungsvertrieb

- Betroffene nach Delegierter IDD-Änderungsverordnung (2021/1257)
  - Vertreiber von Versicherungsanlageprodukten
    - Berücksichtigung der Nachhaltigkeitspräferenzen im Rahmen der Geeignetheitsprüfung bei der Produktauswahl
      - Empfehlung nur von auch nach Nachhaltigkeitspräferenzen geeigneten Produkten
      - Keine Empfehlung, wenn kein den Nachhaltigkeitspräferenzen entsprechendes Produkt verfügbar, Begründung und Dokumentation
      - Anpassungsmöglichkeit der Nachhaltigkeitspräferenzen, Aufzeichnungspflicht dieser Kundenentscheidung
      - Sofern vereinbart: Regelmäßige, mind. jährliche Überprüfung



# Anforderungen an den Versicherungsvertrieb

- Beispiel Beratungsprozess



# Anforderungen an den Versicherungsvertrieb

- Beispiel Beratungsprozess
  - Mögliche Fragen:
    1. Kennen Sie das Konzept der Nachhaltigkeit und wissen, welche Nachhaltigkeitspräferenzen Sie äußern können?
      - a) Ja: weiter zu Frage 2
      - b) Nein: Erstinformation zur Nachhaltigkeit



# Anforderungen an den Versicherungsvertrieb

- Beispiel Beratungsprozess
  - Mögliche Fragen:
    2. Möchten Sie nachhaltige Versicherungsanlageprodukte abschließen?
      - a) Ja: weiter zu Frage 3
      - b) Nein: Ende dieses Teilprozesses





# Anforderungen an den Versicherungsvertrieb

- Beispiel Beratungsprozess

- Mögliche Fragen:

3. Welche Art und Ausmaß von Nachhaltigkeit wünschen Sie?



- a) Ökologische Nachhaltigkeit nach Taxonomieverordnung

- i) Wie viel Prozent der Anlage?

- ii) Wie viel Prozent der Anlage außer Staatsanleihen?



- b) Allgemeine ökologische und/oder soziale Nachhaltigkeit und gute Unternehmensführung, wie viel Prozent der Anlage?

- c) Vermeidung von bestimmten Nachhaltigkeitsrisiken, welche und in welchem Umfang? (Beispiele: Kernenergie, geächtete Kriegswaffen, fossile Brennstoffe, Kinderarbeit)

# Anforderungen an den Versicherungsvertrieb

- Beispiel Beratungsprozess

- Mögliche Fragen:

4. Falls kein mit den Nachhaltigkeitspräferenzen übereinstimmendes Produkt verfügbar ist: Sind Sie bereit, Ihre Nachhaltigkeitsanforderungen so anzupassen, dass ein verfügbares, nachhaltiges Versicherungsanlageprodukt empfohlen werden kann?



- a) Ja: Dokumentation der Kundenentscheidung und der Begründung dazu
- b) Nein: Dokumentation, dass kein zu den Nachhaltigkeitspräferenzen des Kunden passendes Produkt verfügbar ist und empfohlen wird

## Nachhaltigkeit – Stand der Dinge

- Nachhaltigkeits-Regulatorik und Versicherungsbranche
- Anforderungen an den Versicherungsvertrieb
- **Kundensicht auf Nachhaltigkeit**
- Fazit

# Kundensicht auf Nachhaltigkeit

- Studie Nachhaltigkeit und Versicherungen aus Kundensicht, Dortmund 2023 (<https://doi.org/10.26205/opus-3336>)
- Methode:
  - Bevölkerungsrepräsentative Onlinebefragung von 2.000 Kunden zwischen 18 und 69 Jahren durch Heute und Morgen GmbH
  - Durchführung Ende November/Anfang Dezember 2022

# Kundensicht auf Nachhaltigkeit

- Kunden...
  - sagen zu 82%, dass ihnen der Begriff Nachhaltigkeit etwas sagt
  - verbinden damit, wenn, dann ökologische Nachhaltigkeit (E)
  - nennen in ihren persönlichen Definitionen am häufigsten Begriffe wie Ressourcen, Umwelt, Produkt, Zukunft, Generation
  - verbinden dies mit Haltungen, die als bewusst, lange, ökologisch, sparsam, regional, fair beschrieben werden,
  - formulieren ihre persönliche Handlungsanforderung vor allem mit Begriffen wie schonen, nutzen, sparen, denken, wiederverwenden, reparieren, verzichten

## Kundensicht auf Nachhaltigkeit

- Kunden verbinden Versicherungen mit Nachhaltigkeit...
  - nur äußerst selten (1% Nennungen)
  - teilweise explizit gar nicht
  - teilweise nur über die Kapitalanlage
  - ab und zu mit Handlungsanforderungen in den Bereichen Papierverzicht und Digitalisierung, Beachtung von Klimaschutz oder Kompensation, Kosteneffizienz und Belohnung umweltgerechten Verhaltens
  - aber auch mit eher allgemeinen Forderungen wie Beitragsstabilität und fairer Prüfung der Sinnhaftigkeit von Verträgen

# Kundensicht auf Nachhaltigkeit

- Kunden ist Nachhaltigkeit...
  - persönlich wichtig (70%)
  - in folgenden Bereichen des privaten Konsums besonders wichtig:
    - Einkauf von Lebensmitteln (64%)
    - Heizung (62%)
    - Einkauf von technischen Haushaltsgeräten (61%)
    - ...
    - Geldanlagen (26%)
    - Versicherungen (21%)

## Kundensicht auf Nachhaltigkeit

- Kunden entscheiden beim Tradeoff zwischen Nachhaltigkeit und Preis



Primär nach Nachhaltigkeit	Weder – noch	Primär nach Preis
<ul style="list-style-type: none"><li>• Technische Haushaltsgeräte</li><li>• Lebensmittel</li><li>• Heizung</li><li>• Kleidung</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mobilität</li><li>• Restaurantbesuche</li><li>• Kosmetik</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Versicherungen</li><li>• Urlaub</li><li>• Geldanlagen</li></ul>



## Kundensicht auf Nachhaltigkeit

- Allerdings wissen die Kunden wenig über den Zusammenhang zwischen Versicherungen und Nachhaltigkeit. Bisher haben lediglich ... wahrgenommen:
  - 7% Werbung zur Nachhaltigkeit von Versicherungen
  - 6% Informationen zur Nachhaltigkeit von Versicherungen
  - 4% Befragung zu Wünschen bezüglich Nachhaltigkeit von Versicherungen
- Von den Kunden haben jedoch...
  - 26% Interesse an Informationen zur Nachhaltigkeit von Versicherungen, und sogar...
    - 41% derer, die Werbung wahrgenommen haben
    - 42% derer, die Informationen wahrgenommen haben

# Kundensicht auf Nachhaltigkeit

- Kundentypen:
  - Nachhaltigkeits-Überzeugte (19%)
    - Nachhaltige Einstellung und Handeln stimmen überein
    - Beratungsaffin, zahlungskräftig, empfehlungsfreudig
  - Nachhaltigkeits-Wohlwollende (34%)
    - Grundsätzlich nachhaltig eingestellt und eher so handelnd
    - Beratungsaffin, zahlungskräftig
  - Nachhaltigkeits-Skeptiker (41%)
    - Kritischer eingestellt und eher preisorientiert
  - Nachhaltigkeits-Gegner (6%)
    - Sehr kritisch eingestellt und klar preisorientiert

## Nachhaltigkeit – Stand der Dinge

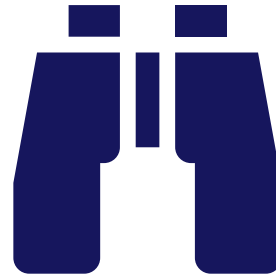
- Nachhaltigkeits-Regulatorik und Versicherungsbranche
- Anforderungen an den Versicherungsvertrieb
- Kundensicht auf Nachhaltigkeit
- **Fazit**

## Fazit

- Nachhaltigkeit ist...
  - ...eine komplexe Herausforderung für die Nachhaltigkeits-Berichterstattung und den POG-Prozess der Versicherer,
  - ...eine gut beherrschbare Anforderung an Offenlegung und an den Beratungsprozess der Vermittler,
  - ...eine Chance, eine Mehrheit der Kunden erfolgreich anzusprechen, die in der Regel nicht spontan den Zusammenhang zwischen Nachhaltigkeit und Versicherung erkennen,
  - ...eine Chance, (mindestens) das Thema Altersvorsorge mit einem positiven Zusatznutzen aufzuwerten,
  - ...und sich auf Kernwerte einer Versicherung zurückzubedenken.

## Fazit

- Die Perspektive



Altersvorsorge



Impact Investment

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

Prof. Dr. Matthias Beenken

Professur BWL, insbes. Versicherungswirtschaft  
Fachhochschule Dortmund  
Emil-Figge-Str. 38  
44227 Dortmund  
E-Mail [Matthias.Beenken@fh-dortmund.de](mailto:Matthias.Beenken@fh-dortmund.de)

Redaktionsbüro  
Op de Veih 64c  
44869 Bochum  
Tel. 0 23 27/99 44 83  
E-Mail [Matthias.Beenken@t-online.de](mailto:Matthias.Beenken@t-online.de)  
[www.MatthiasBeenken.de](http://www.MatthiasBeenken.de)

**Fachhochschule  
Dortmund**

University of Applied Sciences and Arts