



Standpunkte des Fachverbands der Versicherungsmakler und Berater in Versicherungsangelegenheiten zur Retail Investment Strategy (RIS)

Der Fachverband steht vollkommen hinter den Zielen des Vorschlags zur Retail Investment Strategy (RIS) der Europäischen Kommission, die Beteiligung der Kleinanleger an den europäischen Finanzmärkten zu erhöhen und Europa zu dem Platz für nachhaltiges und erfolgreiches Investieren und Sparen zu machen.

Versicherungsbasierte Anlageprodukte (IBIPs)* sind der beste Weg für Konsumenten, sicher und nachhaltig zu investieren und sich auf einen finanziell gesicherten Ruhestand vorzubereiten. Voraussetzung dafür sind rechtliche Regelungen, die Konsumenten vor unredlichen Vertriebspraktiken schützen. Diese gab es in Österreich schon lange und wurden durch die Umsetzung der Versicherungsvertriebsrichtlinie (IDD) noch erweitert.

Folgende Vorschläge der RIS werden vom Fachverband eindeutig befürwortet:

- Bessere Finanzbildung für Jugendliche und Erwachsene
- Digitalisierung vorvertraglicher Informationen.

Andere würden es jedoch Konsumenten erheblich erschweren, zu investieren und Zugang zu den Produkten und dem Schutz zu erhalten, die sie benötigen. Damit würde der eigentliche Zweck der RIS verfehlt.

Hintergrund der Retail Investment Strategy:

Warum investieren die Menschen in Europa nicht mehr?

Die EU hat eine der höchsten Sparquoten der Welt, aber 72 % der Verbraucher in der EU investieren nicht in Finanzprodukte.**

- 47 % der Verbraucher haben nicht genügend Geld
- 21 % haben Angst, Geld zu verlieren
- 15 % machen sich Sorgen über die Höhe der Rendite
- 14 % finden Investitionen zu schwierig und einschüchternd
- nur 12 % haben kein Vertrauen in die Anlageberatung



Welche Nachteile drohen Verbraucher durch den RIS-Vorschlag?

Kein Zugang zu Investitionen und geringerer Schutz für finanzschwache Bevölkerungsgruppen:



Der RIS-Vorschlag führt zu einem sehr weitgehenden Verbot von so genannten Anreizen. Besonders relevant ist das damit verbundene Provisionsverbot für Vermittlung im Rahmen unabhängiger Beratung. Dies betrifft österreichische Versicherungsmakler, da sie unabhängig beraten



und in der Regel im Falle eines Vertragsabschlusses Provision vom Versicherer erhalten.

Konsumenten sind jedoch entweder finanziell nicht in der Lage oder nicht bereit, kostendeckend für die Beratung durch einen Versicherungsmakler zu zahlen.*** Es ist zu befürchten, dass die RIS daher zu Absicherungs- und Pensionslücken ärmerer Bevölkerungsgruppen führt.

Langwieriger Vermittlungsprozess:

Die Intention der RIS liegt darin, den Konsumenten den Zugang zu Investitions- und Versicherungsschutz zu erleichtern. Im Gegensatz zu dieser wird der "Eignungstest" erweitert und ein neuer "Best-Interest-Test" mit eingeführt. Dadurch wird das Verfahren noch länger und bürokratischer, was die Kosten erhöht und abschreckend wirkt.



Vernachlässigung des Versicherungsschutzes aufgrund vollständiger Konzentration auf die Kosten:



Das PRIIPs Key Information Document (KID) gibt den Konsumenten bereits jetzt einen guten Überblick über die anfallenden Kosten. Die neuen Offenlegungspflichten, des "Best Interest-Tests" und die Preis-Leistungs-Benchmarks der RIS beziehen sich ausschließlich auf die Kosten und die Leistung. Verbraucher werden voraussichtlich nur auf Grundlage der Kosten entscheiden, ohne auf die Qualität des Produkts zu achten, z.B. darauf, ob es eine finanzielle Garantie, eine Risikodeckung usw. enthält.

Weniger Investitionen in nachhaltige Produkte:

Eines der Hauptziele der Retail Investment Strategy ist die Förderung von Sustainable Finance.

Investitionen in umweltfreundliche Projekte wurden in der letzten Zeit als dringlich eingestuft und die Rolle des Finanzsektors und der Vermittler besonders hervorgehoben. Eine solide Beratung über Nachhaltigkeitsfaktoren ist jedoch aufwendig und erfordert genaue Markt- und Produktrecherche. Es ist jedoch zweifelhaft, ob sich für an diesem Thema interessierte Kleinanleger in dieser schwierigen Materie allein zurechtfinden werden. Außerdem werden sie wohl die Kosten für eine fundierte Beratung in diesem Bereich kaum selbst tragen wollen. Mit dem Thema Sustainable Finance noch nicht vertraute Konsumenten werden so gar nicht mehr an das Thema herangeführt werden. Im Ergebnis werden nachhaltige Investitionen zurückgehen.



Welche Lösungen gibt es?

Beibehaltung der Wahlmöglichkeit des Verbrauchers zwischen Provisions- und Honorarberatung:

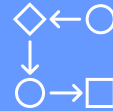


Keine Einführung eines EU-weiten Verbots für Anreize, damit der Zugang zu Versicherungsanlageprodukten für alle gewährleistet ist. Auch die Investitionen in grüne Produkte wird damit sichergestellt.

Die IDD regelt bereits umfassend die Zahlung von Anreizen und enthält die rechtliche Option für Mitgliedstaaten, die Zahlung von Anreizen zu beschränken oder zu verbieten.

Überarbeitung der Anforderungen des neuen "Eignungs- und "Best-Interest-Tests":

Die vorgeschlagenen Anforderungen sind nicht für Versicherungsprodukte konzipiert und machen den gesamten Prozess länger, kostspieliger und komplizierter.



Übergang von einem kostenorientierten Ansatz zu einem verbraucherorientierten Ansatz:



Dafür sollte sich auf die wesentlichen Informationen konzentriert werden, die für Verbraucher von Bedeutung sind. Versicherungsvermittler sollen das Produkt empfehlen, das den Anforderungen und Bedürfnissen der Verbraucher am besten entspricht (und nicht das kostengünstigste oder billigste Produkt).

Dies bedeutet auch, dass alle Elemente, die den Verbrauchern einen Nutzen bringen, im Rahmen der Bewertung des Preis-Leistungs-Verhältnisses berücksichtigt werden müssen, insbesondere:

- finanzielle Garantien,
- Versicherungsschutz,
- Nachhaltigkeitsmerkmale,
- Beratung,
- Unterstützung,
- Flexibilität sowie
- andere Dienstleistungen.



Risikoreiche Produkte sollen vorrangig überwacht werden:



Neben dieser Differenzierung muss die Überwachung des Preis-Leistungs-Verhältnisses sowohl die quantitativen als auch die qualitativen Aspekte eines Produkts berücksichtigen. Sie soll flexibel genug sein, um sich an die Vielfalt der Produkte und Märkte anzupassen.

Benutzerfreundliche Offenlegung und geringere Informationsflut:

Verbraucher brauchen klare Informationen, die verständlich und nutzbar sind. Die Transparenzanforderungen sollten einfach bleiben, damit die Verbraucher nicht mit zu vielen Informationen überfrachtet werden.



*Versicherungsanlageprodukte sind unter anderem Lebensversicherungen, die nicht nur der Absicherung des Todesfalls dienen, sondern auch Chancen und Risiken einer Kapitalanlage enthalten. So bieten diese im Todes- oder Erlebensfall einen Wert für den Versicherungsnehmer. Es handelt sich also meist um ein Mischprodukt aus Risikoabsicherung und Geldanlage. (Def. FMA)

**Insurance Europe (Insurance Europe key messages on the RIS)

***Recommender Studie 2023

**Fachverband Versicherungsmakler und
Berater in Versicherungsangelegenheiten**
Bundessparte Information und Consulting
Wirtschaftskammer Österreich
Stubenring 16/Top 7, 1010 Wien
T 05 90 900-4816 | F 05 90 900 118225
E ihrversicherungsmakler@wko.at
W www.ihrversicherungsmakler.at

Stand 25.10.2023