



SwissLife

# Partner-Info

## Swiss Life Deutschland

06/2022  
09.06.2022  
Vertriebsqualität/Roland Sing

### Nachhaltigkeit in der Versicherungsvermittlung – Neuerungen ab 2. August 2022

Sehr geehrte Damen und Herren,

schon bisher spielen nachhaltige Aspekte in der Beratung zu Versicherungsprodukten eine wichtige Rolle. Ab 2. August 2022 wird die Berücksichtigung von Nachhaltigkeitspräferenzen der Kundinnen und Kunden bei der Vermittlung von Versicherungsanlageprodukten zur Pflicht.

#### In jeder Hinsicht nachhaltig

Unsere Erde und wir alle brauchen eine zunehmend nachhaltige Entwicklung, um noch über viele Generationen bestehen zu können. Dabei stehen folgende drei Aspekte im Fokus:

**ESG**



Mit dem Pariser Übereinkommen vom 12. Dezember 2015 haben sich 195 Staaten auf die Begrenzung der globalen Erwärmung geeinigt. Am 11. Dezember 2019 hat die Europäische Kommission den European Green Deal als umfassendes Konzept vorgestellt, mit dem die Staaten der EU bis 2050 CO<sub>2</sub>-neutral werden sollen, das Wachstum von der Ressourcennutzung abgekoppelt werden und niemand, weder Mensch noch Region, im Stich gelassen werden soll. Ziel ist es, Finanz- und Kapitalströme in nachhaltige Investitionen zu lenken und nachteilige Auswirkungen auf Umwelt und Soziales zu vermeiden.

Aufgrund der Verordnung über nachhaltigkeitsbezogene Offenlegungspflichten im Finanzdienstleistungssektor (Offenlegungsverordnung, SFDR) müssen seit 10. März 2021 sowohl Versicherungsunternehmen als auch Versicherungsvermittlerinnen und Versicherungsvermittler über deren Anlagen und Produkte bzw. Beratungsinhalte informieren. Dabei ist zu Nachhaltigkeitsrisiken und zu nachteiligen Auswirkungen auf Nachhaltigkeitsfaktoren Stellung zu nehmen. Nachhaltige Versicherungsprodukte werden seither in Artikel 8 („Ökologische oder soziale Merkmale eines Finanzprodukts mit guter Unternehmensführung werden beworben“) und Artikel 9 („Nachhaltige Investition wird angestrebt“) dieser Offenlegungsverordnung eingeteilt.

### **Beratungspflicht ab 2. August 2022**

### **Die Kundschaft im Mittelpunkt**

Ab 2. August 2022 haben Versicherungsvermittler/-innen die Pflicht, ihre Kundinnen und Kunden bei der Vermittlung von Versicherungsanlageprodukten zu ihren Nachhaltigkeitspräferenzen zu befragen und zu beraten.

Unter Versicherungsanlageprodukten versteht der Gesetzgeber in diesem Fall Lebens- bzw. Rentenversicherungen der dritten Schicht, die einen Fälligkeits- oder Rückkaufswert bilden (kapitalbildende Produkte). Für Produkte der ersten beiden Schichten (z. B. betriebliche Altersvorsorge, Rürup- und Riester-Renten) muss ein Vermittler nicht zwingend zu nachhaltigen Aspekten beraten, wenn er das nicht will. Sollte ein Kunde aber von sich aus dieses Thema berücksichtigen haben wollen, muss der Vermittler darauf eingehen.

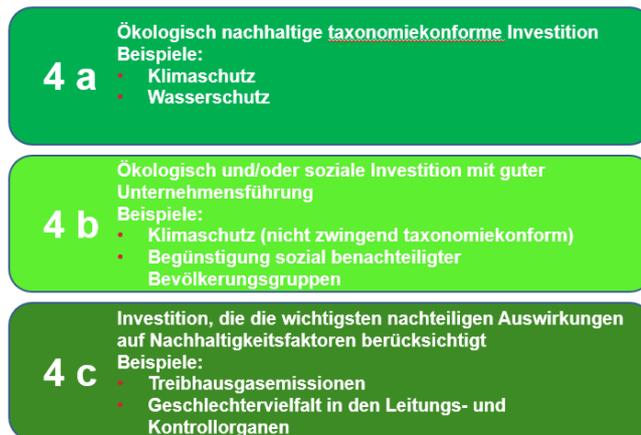
Die Nachhaltigkeitspräferenzen soll der Vermittelnde im Rahmen der Geeignetheitsprüfung erst in einem zweiten Schritt abfragen. Zunächst – und das kennen die Versicherungsvermittler/-innen bereits seit 23. Februar 2018, also der Umsetzung der IDD (EU-Versicherungsvertriebsrichtlinie) – wird die finanzielle Geeignetheit (Kenntnisse und Erfahrungen, finanzielle Verhältnisse sowie finanzielle Anlageziele und Risikoneigung) der in Betracht kommenden Produkte festgestellt.

Sodann geht es um die Nachhaltigkeitspräferenzen der Kundin oder des Kunden:

Hierbei steht zu Beginn die Aufklärung zum Thema Nachhaltigkeit an. Die Europäische Aufsichtsbehörde für das Versicherungswesen und die betriebliche Altersversorgung (EIOPA) stellt klar, dass es sich um ein neues Beratungskonzept handelt, an das die Kundinnen und Kunden nicht gewöhnt sind. Daher sollen Versicherungsunternehmen und Versicherungsvermittler/-innen der Kundschaft das durchaus komplexe Thema und die vielfältigen Begriffe in einer klaren und verständlichen Sprache erklären.

Bei der Erfassung der Nachhaltigkeitspräferenzen wird dann entsprechend den Vorgaben der Europäischen Delegierten Verordnung für den Vertrieb von Versicherungsanlageprodukten (DVO-IBIP (EU) 2017/2359) in drei Kategorien

(Artikel 2 Nr. 4 a, b und c) unterschieden. Diese drei Kategorien schließen sich nicht gegenseitig aus, sondern können sich überlappen.



Die Kundin bzw. der Kunde soll sich in der Beratung entscheiden, ob und – wenn ja – in welchem Umfang die eigenen Anlagen in nachhaltige Wirtschaftstätigkeiten fließen sollen, die z. B. einem konkreten Umweltziel dienen oder die negativen Auswirkungen des Klimawandels reduzieren.

Letztendlich müssen passende Produkte gefunden und empfohlen werden, die sowohl in finanzieller Hinsicht als auch in Bezug auf Nachhaltigkeitspräferenzen für die Kundin oder den Kunden geeignet sind.

Dokumentation nicht vergessen: In die Geeignetheitserklärung für die Kundenschaft muss aufgenommen werden, ob und wie die Anlageziele der Kundin oder des Kunden unter Berücksichtigung der eigenen Nachhaltigkeitspräferenzen mit den von der Vermittlerin oder vom Vermittler empfohlenen Produkten erreicht werden.

Mit freundlichen Grüßen

Swiss Life Deutschland  
Roland Sing