



ÖSTERREICHISCHE
FMA · FINANZMARKTAUFSICHT

Neue Compliance und Wohlverhaltensregeln im Versicherungsvertrieb

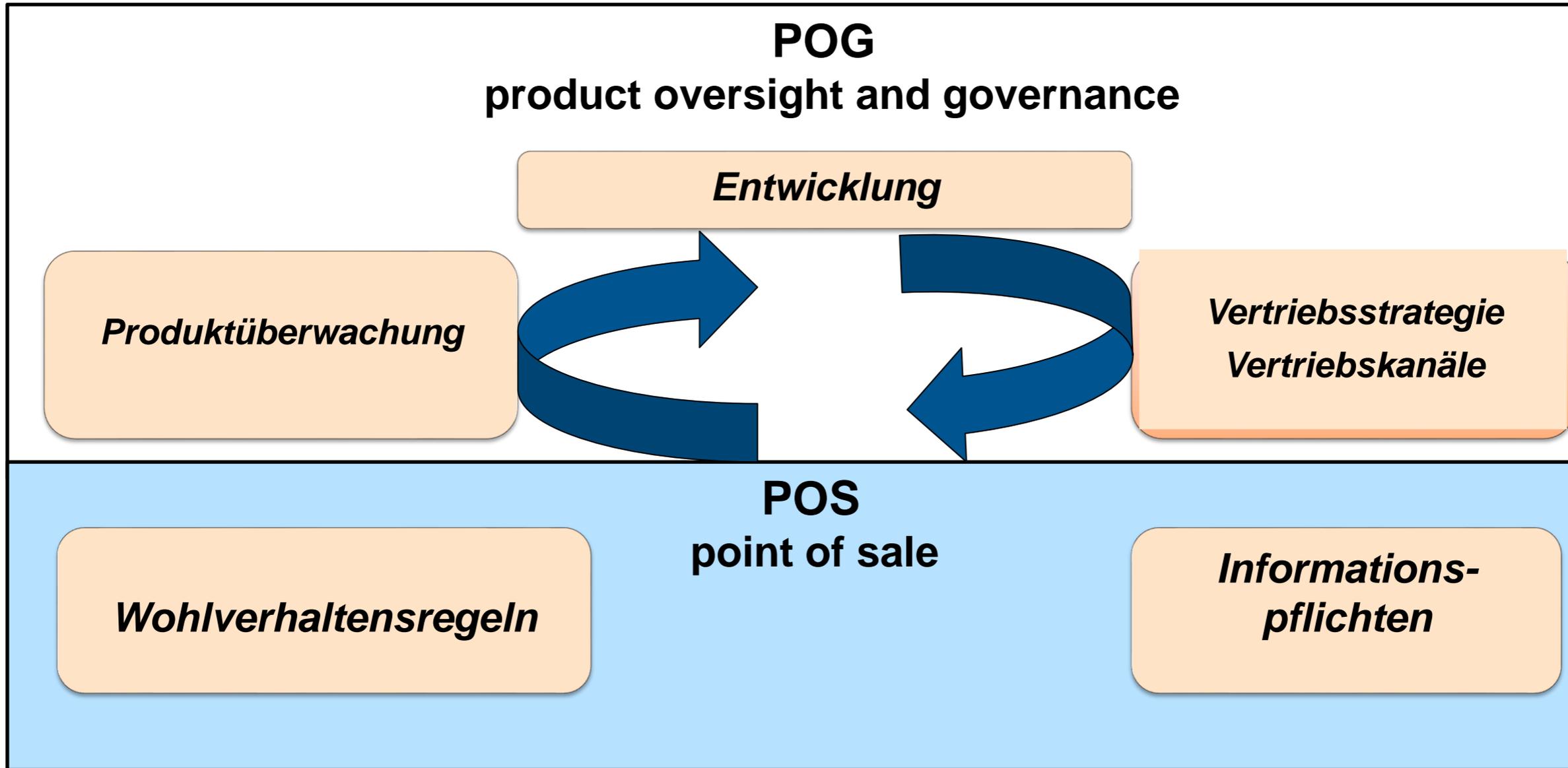
Dr. Ludwig Pfleger

Alpbach, 31. August 2018



■ Was ist wirklich neu?

- ✓ Interesse des Kunden, dessen Wünsche und Bedürfnisse im Mittelpunkt – „**treating your customer fairly**“ als aufsichtsrechtlich **verbindliche Handlungsmaxime!**
- ✓ Während des gesamten **Produktlebenszyklus** und nicht nur am point of sale! - „Kundeninteresse“ auch im Mittelpunkt des Produktentwicklungsprozesses!
- ✓ Aufsichtsrechtlich indizierte, engere Kooperation zwischen VU und VM
- ✓ **Ganzheitlicher Aufsichtsansatz**, der sich am Produktlebenszyklus orientiert.



- **Ganzheitlicher Aufsichtsansatz** orientiert sich am Produktlebenszyklus.

- **4 Ebenen des Konsumentenschutzes**
 - ✓ **Erste Ebene:** Effektive Produkt Governance
 - ✓ **Zweite Ebene:** Verbesserte Informationspflichten & strengere Wohlverhaltensregeln
 - ✓ **Dritte Ebene:** Verstärktes Produkt Monitoring durch die Aufsicht
 - ✓ **Vierte Ebene:** Produktintervention (warning and banning) als ultima ratio

■ „Lenkungsanforderungen für Hersteller“

- ✓ Produktgenehmigungsverfahren (Art. 4 DeIVO (EU) 2017/2358)
- ✓ Zielmarkt (Art. 5)
- ✓ Produktprüfung (Art. 6), Produktüberwachung und Produktbewertung (Art. 7)
- ✓ Vertriebskanäle (Art. 8) und Dokumentation (Art.9)

■ „Lenkungsanforderungen für Versicherungsvertreiber“

- ✓ Vorkehrungen betreffend den Produktvertrieb (Art. 10) und Dokumentation (Art. 12)
- ✓ Unterrichtung des Herstellers (Art. 11)

Zweite Ebene

Verbesserte Informationspflichten & strengere Wohlverhaltensregeln



- vorvertragliche, standardisierte kurze **Informationsblätter** (**KID**, **IPID**, **LIPID**)
- **Wohlverhaltensregeln**
 - „**Best interest**“ – Ansatz: Versicherungsvertreiber haben ehrlich, redlich und professionell im bestmöglichen Interesse des Versicherungsnehmers/Anspruchsberechtigten zu handeln.
 - „**Wünsche** und **Bedürfnisse**“- Test
 - **(Verpflichtende) Beratung** und Dokumentation
 - Beurteilung der **Eignung** und **Zweckmäßigkeit** (Angemessenheit) bei Versicherungsanlageprodukten
 - **Inhaltliche** Vorgaben an die **Vertriebsvergütung**

■ Artikel 15 PRIIP-VO - (PRIIPs Vollzugsgesetz)

(1) Gemäß Artikel 9 Absatz 2 der Verordnung (EU) Nr. 1094/2010 überwacht die EIOPA den Markt für **Versicherungsanlageprodukte**, die in der Union vermarktet, vertrieben oder verkauft werden.

(2) Die zuständigen Behörden überwachen den Markt für **Versicherungsanlageprodukte**, die in ihren Mitgliedsstaat oder von ihrem Mitgliedsstaat aus vermarktet, vertrieben oder verkauft werden.

■ Artikel 1 (5) IDD - (§ 268a VAG)

Die Mitgliedsstaaten sorgen dafür, dass die zuständigen Behörden den Markt überwachen, einschließlich des Marktes für **Versicherungsprodukte**, die in ihrem Mitgliedsstaat oder von ihrem Mitgliedstaat aus ergänzend zu anderen Produkten oder Dienstleistungen vermarktet, vertrieben oder verkauft werden.

- **EIOPA (Art. 16)** und **FMA (Art. 17)** können mit Anwendbarkeit der **PRIIP-VO** seit **01.01.2018**
 - ✓ die Vermarktung, den Vertrieb oder den Verkauf von Versicherungsanlageprodukten oder bestimmter Merkmale verbieten oder beschränken,
 - ✓ die Art einer Finanztätigkeit/ Finanzpraktik verbieten oder beschränken.
- Bedingungen/Maßstab
 - ✓ **erhebliche Bedenken aus Sicht des Konsumentenschutzes** oder
 - ✓ Gefährdung für Integrität der Finanzmärkte oder der Stabilität des Finanzsystems.

Folgen der Non-Compliance

- **öffentlich-rechtliche** als kollektiver Verbraucherschutz:
 - ✓ **Sanktionen (Verwaltungsstrafen) und Maßnahmen**

- **Veröffentlichung von Sanktionen durch Aufsichtsbehörden**

- **zivilrechtliche** als Individualverbraucherschutz

■ Hohe Verwaltungsstrafdrohungen!

- bei jur. Personen: **bis zu 5 Mio. EUR** oder 3% des Bruttojahresumsatzes oder der 2-fache gezogene Gewinn bzw. verhinderte Verlust
- bei nat. Personen: **bis zu 700 TEUR** oder der 2-fache gezogene Gewinn bzw. verhinderte Verlust
- ✓ bei Verstoß gegen Pflicht KID zu erstellen und auf Website zu veröffentlichen (Art. 5 (1) PRIIP-VO) bzw. bei Beratung oder Verkauf zur Verfügung zu stellen (Art. 13, 14 PRIIP-VO)
- ✓ Verstoß gegen die Vorgaben an Form und Inhalt des KID (Art. 6 – 8 PRIIP-VO)
- ✓ Verstoß gegen die Vorgaben an die Werbung (Art. 9 PRIIP-VO)
- ✓ Verstoß gegen Pflicht zur regelmäßigen Überprüfung und Überarbeitung des KID (Art. 10 PRIIP-VO)

■ **IDD** sieht diese hohen Verwaltungsstrafdrohungen bei den erhöhten Anforderungen an den Vertrieb von Versicherungsanlageprodukten vor!

Verwaltungsstrafen

Verhängung hoher Geldstrafen durch die FMA als Verwaltungsbehörde ist nicht verfassungswidrig! (VfGH 05.01.2018 G 408/2016 ua)

Die FMA kann

1. von der Verhängung einer Geldstrafe gegen eine natürliche oder juristische Person oder von beidem **absehen**, wenn es sich um **keinen bedeutenden Verstoß** handelt,
 2. von der **Bestrafung eines Verantwortlichen** gemäß § 9 des Verwaltungsstrafgesetzes 1991 – VStG, BGBl. I Nr. 52/1991, **absehen**, wenn für denselben Verstoß bereits eine **Verwaltungsstrafe gegen die juristische Person verhängt wird** und keine besonderen Umstände vorliegen, die einem Absehen von der Bestrafung entgegenstehen. (**§ 22 Abs 6 FMABG**)
- ✓ Kein Rechtsanspruch der Betroffenen
 - ✓ Gebundenes Ermessen der FMA

Veröffentlichung von Sanktionen und Aufsichtsmaßnahmen I

■ §9. PRIIP-Vollzugsgesetz:

(1) **Die FMA hat** rechtskräftig verhängte Geldstrafen und rechtskräftig ergriffene Aufsichtsmaßnahmen nach Maßgabe des Art. 29 der Verordnung (EU) Nr. 1286/2014 nach Unterrichtung des von der Veröffentlichung Betroffenen auf ihrer offiziellen Website **zu veröffentlichen**.

(2) Der von einer Veröffentlichung Betroffene kann eine Überprüfung der Rechtmäßigkeit der Veröffentlichung in einem bescheidmäßig zu erledigenden Verfahren bei der FMA beantragen. Die FMA hat in diesem Falle die Einleitung eines solchen Verfahrens in gleicher Weise bekannt zu machen wie die ursprüngliche Veröffentlichung. Wird im Rahmen dieser Überprüfung die Rechtswidrigkeit der Veröffentlichung festgestellt, so hat die FMA die Veröffentlichung richtig zu stellen oder auf Antrag des Betroffenen entweder zu widerrufen oder von ihrer offiziellen Website zu entfernen.

Veröffentlichung von Sanktionen und Aufsichtsmaßnahmen II

- (3) Wird ein Rechtsmittel gegen eine der Veröffentlichung gemäß Abs. 1 zugrunde liegende Entscheidung erhoben, so ist dies sowie das Ergebnis dieses Verfahrens in gleicher Weise wie die ursprüngliche Veröffentlichung bekannt zu machen. Wird einem solchen Rechtsmittel in einem gerichtlichen Verfahren aufschiebende Wirkung zuerkannt, so hat die FMA dies ebenso bekannt zu machen. Wird dem Rechtsmittel stattgegeben, so hat die FMA die Veröffentlichung gemäß Abs. 1 richtig zu stellen oder auf Antrag des Betroffenen entweder zu widerrufen oder von ihrer offiziellen Website zu entfernen.
- (4) Ist eine Veröffentlichung gemäß Abs. 1 nicht von der offiziellen Website der FMA zu entfernen, **so ist sie für fünf Jahre aufrecht zu erhalten**. Dabei ist die Veröffentlichung personenbezogener Daten jedoch nur so lange aufrecht zu erhalten, so lange nicht die Kriterien für eine anonymisierte Veröffentlichung vorliegen.

Veröffentlichung von Sanktionen und Aufsichtsmaßnahmen III

Art 29 PRIIP-VO:

.....

Ist die zuständige Behörde **nach einer einzelfallbezogenen Bewertung** zu der Ansicht gelangt, dass die Bekanntmachung der Identität der Rechtsträger oder der Identität oder der personenbezogenen Daten der natürlichen Personen **unverhältnismäßig wäre**, oder würde eine solche Bekanntmachung die Stabilität der Finanzmärkte oder laufende Ermittlungen gefährden, so verfahren die zuständigen Behörden wie folgt:

- a) sie machen die Entscheidung, mit der eine Sanktion oder eine Maßnahme verhängt wird, erst dann bekannt, wenn die Gründe für ihre Nichtbekanntmachung weggefallen sind, oder
- b) sie machen die Entscheidung, mit der eine Sanktion oder eine Maßnahme verhängt wird, im Einklang mit dem nationalen Recht auf **anonymer Basis** bekannt, wenn diese anonyme Bekanntmachung einen wirksamen Schutz der betreffenden personenbezogenen Daten gewährleistet, oder

Veröffentlichung von Sanktionen und Aufsichtsmaßnahmen IV

- c) sie sehen davon ab, die Entscheidung, mit der die Sanktion bzw. Maßnahme verhängt wird, bekannt zu machen, wenn die Möglichkeiten nach den Buchstaben a und b ihrer Ansicht nach nicht ausreichen, um zu gewährleisten, dass
- i) die Stabilität der Finanzmärkte nicht gefährdet wird,
 - ii) bei Maßnahmen, die als geringfügig angesehen werden, bei einer Bekanntmachung solcher Entscheidungen die Verhältnismäßigkeit gewahrt ist.

Veröffentlichung von Sanktionen und Aufsichtsmaßnahmen V

§ 256a. neu VAG

(1) Die FMA hat alle wegen Verstößen gegen Pflichten gemäß § 123a und § 127a bis

§ 135e rechtskräftig verhängten Geldstrafen und rechtskräftig ergriffene Maßnahmen einschließlich der Identität der betroffenen Personen und der Informationen zu Art und Charakter des zu Grunde liegenden Verstoßes umgehend auf ihrer offiziellen Website **zu veröffentlichen.**

Veröffentlichung von Sanktionen und Aufsichtsmaßnahmen VI

(2) Gelangt die FMA nach einer **einzelfallbezogenen Prüfung der Verhältnismäßigkeit** der Veröffentlichung von Daten gemäß Abs. 1 zu der Ansicht, dass die Veröffentlichung der Identität betroffener Personen oder personenbezogenen Daten natürlicher Personen unverhältnismäßig wäre oder die Stabilität der Finanzmärkte eines Mitgliedstaats oder mehrerer Mitgliedstaaten oder die Durchführung laufender Ermittlungen gefährden würde, so hat die FMA die Entscheidung

- **erst dann zu veröffentlichen**, wenn die Gründe für ihre Nichtveröffentlichung weggefallen sind;
- **auf anonymer Basis zu veröffentlichen**, wenn diese anonymisierte Veröffentlichung einen wirksamen Schutz der betreffenden personenbezogenen Daten gewährleistet; liegen die Kriterien für eine Veröffentlichung auf anonymer Basis vor, so kann die FMA die Veröffentlichung **um einen angemessenen Zeitraum verschieben**, wenn davon auszugehen ist, dass die Gründe für eine anonymisierte Veröffentlichung innerhalb dieses Zeitraums wegfallen werden; **oder nicht zu veröffentlichen**.

Schlussfolgerungen

- Höheres Compliance-Risiko als Teil des operationellen Risikos ist nicht zu unterschätzen und wird an Bedeutung zunehmen!
- **Compliance Management** als stetig wachsende Herausforderung für Vertrieb!
- Aufsichtsrechtlich indizierte, engere Kooperation zwischen Hersteller und Vertreiber von Versicherungsprodukten – faire, sachgerechte Vereinbarungen erforderlich!
- **„treating your customer fairly“** - Handlungsmaxime als Chance begreifen!

FINANZMARKTAUFSICHT ÖSTERREICH

■ Kompetenz

■ Kontrolle

■ Konsequenz