Dieser Text dient lediglich zu Informationszwecken und hat keine Rechtswirkung. Die EU-Organe übernehmen keine Haftung für seinen Inhalt. Verbindliche Fassungen der betreffenden Rechtsakte einschließlich ihrer Präambeln sind nur die im Amtsblatt der Europäischen Union veröffentlichten und auf EUR-Lex verfügbaren Texte. Diese amtlichen Texte sind über die Links in diesem Dokument unmittelbar zugänglich

►**B**

DELEGIERTE VERORDNUNG (EU) 2017/2358 DER KOMMISSION

vom 21. September 2017

zur Ergänzung der Richtlinie (EU) 2016/97 des Europäischen Parlaments und des Rates in Bezug auf die Aufsichts- und Lenkungsanforderungen für Versicherungsunternehmen und Versicherungsvertreiber

(Text von Bedeutung für den EWR)

(ABl. L 341 vom 20.12.2017, S. 1)

Geändert durch:

		Amtsblatt		
		Nr.	Seite	Datum
►**M1**	Delegierte Verordnung (EU) 2018/541 der Kommission vom 20. Dezember 2017	L 90	59	6.4.2018

▼B

DELEGIERTE VERORDNUNG (EU) 2017/2358 DER KOMMISSION

vom 21. September 2017

zur Ergänzung der Richtlinie (EU) 2016/97 des Europäischen Parlaments und des Rates in Bezug auf die Aufsichts- und Lenkungsanforderungen für Versicherungsunternehmen und Versicherungsvertreiber

(Text von Bedeutung für den EWR)

KAPITEL I

ALLGEMEINE BESTIMMUNGEN

Artikel 1

Gegenstand

Mit dieser Verordnung werden Vorschriften für die Aufrechterhaltung, Anwendung und Überprüfung von Aufsichts- und Lenkungsvorkehrungen für Versicherungsprodukte und für weitreichende Anpassungen bestehender Versicherungsprodukte vor ihrer Vermarktung beziehungsweise ihrem Vertrieb an Kunden („im Folgenden Produktgenehmigungsverfahren“) sowie Vorschriften bezüglich der Produktvertriebsvorkehrungen für diese Versicherungsprodukte festgelegt.

Artikel 2

Anwendungsbereich

Die vorliegende Verordnung gilt für Versicherungsunternehmen und Versicherungsvermittler, die Versicherungsprodukte herstellen, die Kunden zum Verkauf angeboten werden, (im Folgenden „Hersteller“) sowie für Versicherungsvertreiber, die in Bezug auf Versicherungsprodukte, die nicht von ihnen hergestellt werden, beraten oder diese anbieten.

Artikel 3

Herstellung von Versicherungsprodukten

(1) Für die Zwecke des Artikels 25 Absatz 1 der Richtlinie (EU) 2016/97 gelten Versicherungsvermittler dann als Hersteller, wenn eine Gesamtanalyse ihrer Tätigkeiten zeigt, dass sie bei der Konzeption und Entwicklung eines Versicherungsprodukts für den Markt über Entscheidungsbefugnisse verfügen.

(2) Es wird von einer Entscheidungsbefugnis ausgegangen, insbesondere, wenn die Versicherungsvermittler selbstständig die wesentlichen Merkmale und Hauptelemente eines Versicherungsprodukts festlegen, einschließlich Deckung, Preis, Kosten, Risiko, Zielmarkt, Entschädigung und Garantierechte, die von dem Versicherungsunternehmen nicht wesentlich geändert werden und Deckung für das Versicherungsprodukt bieten.

(3) Die Personalisierung und Anpassung bestehender Versicherungsprodukte im Zusammenhang mit Versicherungsvertriebstätigkeiten für einzelne Kunden sowie die Konzeption individueller Verträge auf Anfrage eines einzigen Kunden gilt nicht als Herstellung.

▼B

(4) Ein Versicherungsvermittler und Versicherungsunternehmen, der beziehungsweise das gemäß Artikel 2 der vorliegenden Delegierten Verordnung jeweils als Hersteller gilt, unterzeichnen eine schriftliche Vereinbarung, in der ihre Zusammenarbeit zur Erfüllung der Anforderungen für Hersteller, auf die in Artikel 25 Absatz 1 der Richtlinie (EU) 2016/97 Bezug genommen wird, die Verfahren, im Wege derer sie sich über die Ermittlung des Zielmarkts einig werden, sowie ihre jeweiligen Funktionen im Produktgenehmigungsverfahren festgelegt sind.

KAPITEL II

LENKUNGSANFORDERUNGEN FÜR HERSTELLER

Artikel 4

Produktgenehmigungsverfahren

(1) Die Hersteller unterhalten, betreiben und überprüfen ein Produktgenehmigungsverfahren für neu entwickelte Versicherungsprodukte sowie für weitreichende Anpassungen bestehender Versicherungsprodukte. Dieses Verfahren umfasst Maßnahmen und Verfahrensweisen für die Konzeption, Überwachung, Überprüfung und den Vertrieb von Versicherungsprodukten sowie Korrekturmaßnahmen für Versicherungsprodukte, die für den Kunden von Nachteil sind. Die Maßnahmen und Verfahrensweisen stehen in angemessenem Verhältnis zur Komplexität und zu den mit den Produkten verbundenen Risiken sowie zur Wesensart, zum Umfang und zur Komplexität des jeweiligen Geschäfts des Herstellers.

(2) Das Produktgenehmigungsverfahren wird in einem schriftlichen Dokument (im Folgenden „Grundsätze der Aufsicht und Lenkung“) festgelegt, das den betreffenden Mitarbeitern zur Verfügung zu stellen ist.

(3) Das Produktgenehmigungsverfahren hat Folgendes zum Ziel:

a) Sicherstellung, dass die Versicherungsprodukte so konzipiert sind, dass sie alle nachfolgenden Kriterien erfüllen:

   i) sie tragen den Zielen, Interessen und Merkmalen der Kunden Rechnung;

   ii) es wird negativen Auswirkungen auf die Kunden vorgebeugt;

   iii) eine Benachteiligung der Kunden wird vermieden beziehungsweise gemindert;

b) Unterstützung eines ordnungsgemäßen Umgangs mit Interessenkonflikten.

(4) Das Organ beziehungsweise die Struktur des Herstellers, das beziehungsweise die für die Konzeption von Versicherungsprodukten zuständig ist, nimmt sämtliche nachstehenden Aufgaben wahr:

a) es beziehungsweise sie unterstützt und ist letztlich verantwortlich für die Einrichtung, Umsetzung und Überprüfung des Produktgenehmigungsverfahrens;

b) es beziehungsweise sie überprüft kontinuierlich die interne Einhaltung dieses Verfahrens.

▼B

(5) Hersteller, die einen Dritten mit der Konzeption von Produkten in ihrem Namen beauftragen, bleiben in vollem Umfang für die Einhaltung des Produktgenehmigungsverfahrens verantwortlich.

(6) Die Hersteller unterziehen ihre Produktgenehmigungsverfahren einer regelmäßigen Überprüfung, um sicherzustellen, dass sie noch gültig und aktuell sind. Wenn nötig, ändern sie ihre Produktgenehmigungsverfahren.

Artikel 5

Zielmarkt

(1) Im Wege des Produktgenehmigungsverfahrens werden für jedes Versicherungsprodukt der Zielmarkt und die Gruppe geeigneter Kunden ermittelt. Der Zielmarkt wird in ausreichender Detailtiefe und unter Berücksichtigung der Merkmale, des Risikoprofils, der Komplexität und der Art des Versicherungsprodukts ermittelt.

(2) Die Hersteller können, insbesondere in Bezug auf Versicherungsanlageprodukte, Gruppen von Kunden ermitteln, deren Bedürfnissen, Merkmalen und Zielen das Versicherungsprodukt generell nicht entspricht.

(3) Von den Herstellern konzipiert und vermarktet werden lediglich Versicherungsprodukte, die den Bedürfnissen, Merkmalen und Zielen der zum Zielmarkt gehörenden Kunden entsprechen. Bei der Beurteilung, ob ein Versicherungsprodukt für einen Zielmarkt geeignet ist, tragen die Hersteller dem Maß an Informationen, die den zum jeweiligen Zielmarkt gehörenden Kunden zugänglich sind, sowie ihrer Finanzkompetenz Rechnung.

(4) Die Hersteller stellen sicher, dass die an der Konzeption und Herstellung von Versicherungsprodukten beteiligten Mitarbeiter über die notwendigen Fähigkeiten, Kenntnisse und Erfahrungen verfügen, um die verkauften Versicherungsprodukte sowie die Interessen, Ziele und Merkmale der zum Zielmarkt gehörenden Kunden richtig zu verstehen.

Artikel 6

Produktprüfung

(1) Die Hersteller führen eine angemessene Prüfung ihrer jeweiligen Versicherungsprodukte durch, darunter gegebenenfalls auch Szenarioanalysen, bevor das Produkt vermarktet oder erheblich angepasst wird oder falls sich der Zielmarkt beträchtlich ändert. Im Wege dieser Produktprüfung wird beurteilt, ob das Versicherungsprodukt über seine gesamte Lebensdauer den ermittelten Bedürfnissen, Zielen und Merkmalen des Zielmarkts entspricht. Die Hersteller unterziehen ihre Versicherungsprodukte einer qualitativen und je nach Art und Charakter des Versicherungsprodukts und des verbundenen Risikos der Benachteiligung des Kunden einer quantitativen Prüfung.

(2) Die Hersteller bringen Versicherungsprodukte nicht auf den Markt, wenn sich aus der Produktprüfung ergibt, dass diese den ermittelten Bedürfnissen, Zielen und Merkmalen des Zielmarkts nicht entsprechen.

▼B

Artikel 7

Produktüberwachung und Produktbewertung

(1) Die Hersteller überwachen kontinuierlich und überprüfen regelmäßig die von ihnen auf den Markt gebrachten Versicherungsprodukte, um Ereignisse zu ermitteln, die sich erheblich auf die wesentlichen Merkmale, den Risikoschutz oder die Garantien der Produkte auswirken können. Sie beurteilen die Versicherungsprodukte dahin gehend, ob sie weiterhin den Bedürfnissen, Merkmalen und Zielen des ermittelten Zielmarkts entsprechen und ob sie an den Zielmarkt oder an Kunden außerhalb des Zielmarkts vertrieben werden.

(2) Die Hersteller bestimmen die geeigneten Abstände für die regelmäßige Überprüfung ihrer Versicherungsprodukte und berücksichtigen dabei die Größe, den Umfang, die Vertragslaufzeit und die Komplexität der Produkte, die jeweiligen Vertriebskanäle sowie relevante externe Faktoren wie etwa Änderungen der geltenden Rechtsvorschriften, technologische Entwicklungen oder Änderungen der Marktlage.

(3) Stellen die Hersteller während der Lebensdauer eines Versicherungsprodukts mit dem Produkt verbundene Umstände fest, die nachteilige Auswirkungen auf den Kunden des betreffenden Produkts haben können, ergreifen sie angemessene Maßnahmen zur Begrenzung der Folgen und zur Verhinderung eines weiteren Auftretens des nachteiligen Ereignisses. Die Hersteller unterrichten die betreffenden Versicherungsvertreiber und Kunden unverzüglich über die ergriffenen Abhilfemaßnahmen.

Artikel 8

Vertriebskanäle

(1) Die Hersteller wählen die für den Zielmarkt angemessenen Vertriebskanäle unter Berücksichtigung der besonderen Merkmale des betreffenden Versicherungsprodukts sorgfältig aus.

(2) Die Hersteller stellen den Versicherungsvertreibern sämtliche sachgerechten Informationen zu den Versicherungsprodukten, zum ermittelten Zielmarkt und zur vorgeschlagenen Vertriebsstrategie, einschließlich Informationen zu den Hauptmerkmalen und Charakteristika der Versicherungsprodukte, den mit diesen Produkten verbundenen Risiken und Kosten, einschließlich der impliziten Kosten, sowie zu jedweden Umständen, die zu einem Interessenkonflikt zulasten des Kunden führen können, zur Verfügung. Diese Informationen müssen eindeutig, vollständig und aktuell sein.

(3) Die Informationen, auf die in Absatz 2 Bezug genommen wird, ermöglichen es den Versicherungsvertreibern,

a) das Versicherungsprodukt zu verstehen;

b) den ermittelten Zielmarkt für die Versicherungsprodukte zu verstehen;

c) die Kunden zu ermitteln, deren Bedürfnissen, Merkmalen und Zielen das Versicherungsprodukt nicht entspricht;

▼B

d) gemäß Artikel 17 Absatz 1 der Richtlinie (EU) 2016/97 Vertriebstätigkeiten im Zusammenhang mit dem betreffenden Versicherungsprodukt im bestmöglichen Interesse des Kunden auszuführen.

(4) Die Hersteller ergreifen geeignete Maßnahmen, um zu überwachen, dass die Versicherungsvertreiber entsprechend den Zielen der von den Herstellern festgelegten Produktgenehmigungsverfahren handeln. Insbesondere überprüfen sie regelmäßig, ob die Versicherungsprodukte auf dem ermittelten Zielmarkt vertrieben werden. Diese Überwachungspflicht erstreckt sich nicht auf die allgemeinen regulatorischen Anforderungen, denen die Versicherungsvertreiber bei der Ausführung von Versicherungsvertriebstätigkeiten für einzelne Kunden genügen müssen. Die Überwachungstätigkeiten müssen angemessen sein und den Merkmalen und dem Rechtsrahmen der betreffenden Vertriebskanäle Rechnung tragen.

(5) Ist ein Hersteller der Auffassung, dass der Vertrieb seiner Versicherungsprodukte nicht im Einklang mit den Zielen seines Produktgenehmigungsverfahrens steht, ergreift er angemessene Abhilfemaßnahmen.

Artikel 9

Dokumentation

Die von den Herstellern in Bezug auf die Produktgenehmigungsverfahren ergriffenen Maßnahmen werden hinreichend dokumentiert, zu Prüfungszwecken aufbewahrt und den zuständigen Behörden auf Verlangen zur Verfügung gestellt.

KAPITEL III

LENKUNGSANFORDERUNGEN FÜR VERSICHERUNGSVERTREIBER

Artikel 10

Vorkehrungen betreffend den Produktvertrieb

(1) Die Versicherungsvertreiber treffen Produktvertriebsvorkehrungen, die angemessene Maßnahmen und Verfahren umfassen, um sämtliche sachgerechten Informationen zu den Versicherungsprodukten, die sie ihren Kunden anzubieten beabsichtigen, bei den Herstellern einzuholen und diese Versicherungsprodukte unter Berücksichtigung ihrer Komplexität und des mit ihnen verbundenen Risikos sowie der Art, des Umfangs und der Komplexität des jeweiligen Geschäfts des Vertreibers in vollem Umfang zu verstehen.

Die Versicherungsvertreiber legen die Vorkehrungen für den Produktvertrieb in einem schriftlichen Dokument fest, das sie den betreffenden Mitarbeitern zur Verfügung stellen.

(2) Diese Produktvertriebsvorkehrungen

a) zielen darauf ab, eine Benachteiligung des Kunden zu verhindern beziehungsweise zu mindern;

b) unterstützen einen ordnungsgemäßen Umgang mit Interessenkonflikten;

▼B

c) stellen sicher, dass den Zielen, Interessen und Merkmalen der Kunden gebührend Rechnung getragen wird.

(3) Die Produktvertriebsvorkehrungen gewährleisten, dass die Versicherungsvertreiber die gemäß Artikel 8 Absatz 2 zu übermittelnden Informationen beim Hersteller anfordern.

(4) Die von den Versicherungsvertreibern jeweils festgelegte beziehungsweise angewandte Vertriebsstrategie entspricht der vom Hersteller aufgestellten Vertriebsstrategie und dem von ihm ermittelten Zielmarkt.

(5) Das Organ beziehungsweise die Struktur des Versicherungsvertreibers, das beziehungsweise die für die Konzeption von Versicherungsprodukten zuständig ist, unterstützt und ist letztlich verantwortlich für die Festsetzung, Umsetzung und Überprüfung der Produktvertriebsvorkehrungen und überprüft kontinuierlich die interne Einhaltung dieser Vorkehrungen.

(6) Die Versicherungsvertreiber unterziehen ihre Produktvertriebsvorkehrungen regelmäßig einer Überprüfung, um sicherzustellen, dass sie noch gültig und aktuell sind. Wenn nötig, ändern sie ihre Produktvertriebsvorkehrungen. Versicherungsvertreiber, die eine spezifische Vertriebsstrategie festgelegt haben oder anwenden, müssen diese je nach Ergebnis der Überprüfung der Produktvertriebsvorkehrungen gegebenenfalls ändern. Im Rahmen der Überprüfung der Produktvertriebsvorkehrungen prüfen die Versicherungsvertreiber, ob die Versicherungsprodukte an den ermittelten Zielmarkt vertrieben werden.

Die Versicherungsvertreiber bestimmen die geeigneten Abstände für die regelmäßige Überprüfung ihrer Produktvertriebsvorkehrungen und berücksichtigen dabei die Größe, den Umfang und die Komplexität der jeweiligen Versicherungsprodukte.

Zur Unterstützung der von den Herstellern durchgeführten Produktprüfungen stellen die Versicherungsvertreiber den Herstellern auf Verlangen alle relevanten Verkaufsinformationen zur Verfügung, darunter gegebenenfalls Informationen zu den regelmäßigen Überprüfungen der Produktvertriebsvorkehrungen.

Artikel 11

Unterrichtung des Herstellers

Erkennt ein Versicherungsvertreiber, dass ein Versicherungsprodukt nicht im Einklang mit den Interessen, Zielen und Merkmalen des jeweiligen ermittelten Zielmarkts steht, oder werden ihm sonstige produktbezogene Umstände bekannt, die nachteilige Auswirkungen auf den Kunden haben können, unterrichtet er unverzüglich den Hersteller und ändert gegebenenfalls seine Vertriebsstrategie für das betreffende Versicherungsprodukt.

▼B

Artikel 12

Dokumentation

Die von den Versicherungsvertreibern in Bezug auf ihre Produktvertriebsvorkehrungen ergriffenen Maßnahmen werden hinreichend dokumentiert, zu Prüfungszwecken aufbewahrt und den zuständigen Behörden auf Verlangen zur Verfügung gestellt.

KAPITEL IV

SCHLUSSBESTIMMUNGEN

Artikel 13

Inkrafttreten und Anwendung

Diese Verordnung tritt am zwanzigsten Tag nach ihrer Veröffentlichung im *Amtsblatt der Europäischen Union* in Kraft.

▼M1

Sie gilt ab dem Zeitpunkt, ab dem die Mitgliedstaaten die in Artikel 42 Absatz 1 Unterabsatz 1 der Richtlinie (EU) 2016/97 genannten Maßnahmen anwenden müssen.

▼B

Diese Verordnung ist in allen ihren Teilen verbindlich und gilt unmittelbar in jedem Mitgliedstaat.