



Nachhaltigkeit im Versicherungsvertrieb:

Ein Diskussionsbeitrag zur Berücksichtigung von
Nachhaltigkeitszielen und Nachhaltigkeitspräferenzen des Kunden
im Kontext der IDD-Änderungsverordnung

Timo Biskop

Fokusbereichsleiter „Beratung & Vertrieb“

German Sustainability Network

biskop@gsn-fsi.de

Leipzig, 25.05.2022

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	II
Abkürzungsverzeichnis	IV
Abbildungsverzeichnis.....	V
Hintergrund und Zielsetzung des Diskussionsbeitrags	1
Zusammenfassung	3
1 Grundlagen von Nachhaltigkeit im Versicherungsvertrieb.....	5
1.1 Begriffsbestimmungen	5
1.1.1 Nachhaltigkeitsziel(e).....	5
1.1.2 Nachhaltigkeitsfaktor	6
1.1.3 Nachhaltigkeitsindikator	6
1.1.4 Nachhaltigkeitsrisiko	7
1.1.5 Nachhaltigkeitsmerkmale.....	8
1.1.6 Nachhaltigkeitspräferenz	9
1.1.7 Ökologisch nachhaltige Investition	9
1.1.8 Nachhaltige Investition.....	9
1.1.9 Wichtigste nachteilige Auswirkungen auf Nachhaltigkeitsfaktoren	10
1.1.10 Wichtigste nachteilige Nachhaltigkeitsauswirkungen	10
1.2 Systematisierung der zentralen Begriffe.....	11
1.3 Anwendungs- und Geltungsbereich der IDD-Änderungsverordnung	11
2 Integration von Nachhaltigkeitsaspekten in den Beratungsprozess	16
2.1 Definition und Einordnung	16
2.2 Ansatzpunkte entlang der Beratungsphasen.....	17
2.2.1 Vorbemerkung	17
2.2.2 Auftragsklärung.....	18
2.2.3 Bedarfsanalyse	18
2.2.4 Identifikation und Bestimmung der kundenseitigen Nachhaltigkeitspräferenzen	21
2.2.5 Vorschlag einer Abfragelogik.....	26



2.2.6	Marktuntersuchung und Empfehlung.....	33
2.2.7	Dokumentation.....	38
3	Ausgewählte weiterführende Fragestellungen	41
3.1	Qualifiziertes Produktangebot	41
3.1.1	Vorbemerkung	41
3.1.2	Produktanforderungen	41
3.1.3	Verfügbarkeit von ESG-Daten	43
3.2	Qualifikation und Motivation der Berater	44
3.3	Marktstandards und Proportionalität der Aufsicht.....	44
	Literaturverzeichnis	VII



Abkürzungsverzeichnis

BaFin – Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht
BGB – Bürgerliches Gesetzbuch
BGH – Bundesgerichtshof
Bzgl. – Bezüglich
Bzw. – Beziehungsweise
DNSH – Do Not Significant Harm
EbAV – Einrichtung der betrieblichen Altersversorgung
EET – European ESG Template
EG – Erwägungsgrund
i.e.S. – Im engeren Sinne
i.V.m. – In Verbindung mit
IDD – Insurance Distribution Directive
IDD-Änderungs-VO – Delegierte Verordnung (EU) 2021/1257
Insb. – Insbesondere
KPI's – Key Performance Indicators
MiFID-Änderungs-VO – Delegierte Verordnung (EU) 2021/1235
Nr. – Nummer
Offenlegungs-VO – Verordnung (EU) 2019/2088
PAIs – Principal Adverse Impacts
PRIIP-VO – Verordnung (EU) 1286/2014
Resp. – Respektive
SDGs – Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen
Taxonomie-VO – Verordnung (EU) 2020/852
VAG – Versicherungsaufsichtsgesetz
VersVermV – Versicherungsvermittlungsverordnung
VVG – Versicherungsvertragsgesetz
ZfVW – Zeitschrift für Versicherungswesen

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Systematisierung von Nachhaltigkeit im Versicherungsvertrieb.....	S. 11
Abb. 2: Fokusbetrachtung von Nachhaltigkeitsaspekten im Beratungsprozess.....	S. 16
Abb. 3: Zweistufiger Prozess der Geeignetheitsprüfung	S. 22
Abb. 4 Nachhaltigkeitsbezogene Investmentkategorien	S. 23
Abb. 5: Berücksichtigungsmöglichkeiten von PAI-Faktoren	S. 24
Abb. 6: Vorschlag einer Abfragelogik der Nachhaltigkeitspräferenz	S. 31
Abb. 7: Vorschlag einer Abfragelogik von Nachhaltigkeitszielen und -wünschen	S. 33
Abb. 8: Informationsanforderungen zur Beurteilung von Versicherungsanlageprodukten	S. 36
Abb. 9: Beratungsszenarien für Versicherungsanlageprodukte	S. 37
Abb. 10: Rahmenbedingungen der nachhaltigkeitsbezogenen Produktentwicklung in der Lebensversicherung	S. 42
Abb. 11: Das nachhaltigkeitsbezogene Reportingumfeld von Versicherungsanlageprodukten	S. 43

Hintergrund und Zielsetzung des Diskussionsbeitrags

Im Rahmen des EU-Aktionsplans zur Finanzierung nachhaltigen Wachstums wurde die Delegierte Verordnung 2021/1257 verabschiedet. Sie verankert Nachhaltigkeitsaspekte zum 2. August 2022 im Versicherungsvertrieb, indem die Delegierten Verordnungen 2017/2358 und 2017/2359 „im Hinblick auf die Einbeziehung von Nachhaltigkeitsfaktoren, -risiken und -präferenzen in die Aufsichts- und Lenkungsanforderungen an Versicherungsunternehmen und Versicherungsvertreiber sowie in die für den Vertrieb von Versicherungsanlageprodukten geltenden Informationspflichten und Wohlverhaltensregeln“ verändert werden.¹

Hierdurch ergeben sich neue Anforderungen an den Versicherungsvertrieb, insbesondere für den Beratungsprozess und die Produktentwicklung, wobei analoge Veränderungen auch im Wertpapierhandel vorgenommen werden.² Die Umsetzung der Vorgaben tangiert somit einen weiten Adressatenkreis, sowohl unmittelbar als auch mittelbar. Hierdurch be- und entstehen Interdependenzen in den Wertschöpfungsketten „vom Investment zum Kunden“ et vice versa, zumal eine europaweite Umsetzung erfolgt.

Bislang existiert keine rechtsverbindliche Operationalisierung der regulatorischen Vorgaben. Dadurch entstehen Interpretations- und Auslegungsspielräume, die nicht zuletzt auf der begrifflichen Komplexität der Themenfelds beruhen. Inhaltliche Bezüge und Verweise auf die Offenlegungs- und Taxonomie-Verordnung schaffen zudem grundsätzliche Abhängigkeiten von *deren* Konkretisierung. Schließlich ist davon auszugehen, dass die betroffenen Marktparteien und Akteure eigenständig an Implementierungsansätzen der regulatorischen Neuerungen arbeiten, die (sehr) unterschiedlich ausgeprägt sein können.

Hierdurch entsteht einerseits die Chance, eine Vielfalt an Umsetzungsansätzen zu generieren. Aufgrund der umfassenden Interdependenzen müssen sich alle Wertschöpfungspartner jedoch aneinander ausrichten und miteinander kommunizieren. Die Entwicklung nicht-komplementärer Umsetzungsansätze unterschiedlicher Marktparteien könnte die Funktionalität des Marktes daher empfindlich stören. Somit entstehen gleichzeitig auch Risiken; wenigstens würden (europaweite) Marktineffizienzen gefördert und der Implementierungsaufwand erhöht, wenn die Prozesse und Schnittstellen zwischen den Akteuren Funktionsmängel aufweisen. Überdies sind marktverzerrende (Aufsichts-)Arbitrage-Effekte zwischen Ländergrenzen als negative Konsequenzen denkbar.³

Vor diesem Hintergrund erscheint es sinnvoll und geboten, Auslegungs- und Umsetzungsgedanken zu formulieren, auf die sich ein Großteil der Marktparteien bei der Implementierung regulatorischer

¹ Vgl. Delegierte Verordnung (EU) 2021/1257.

² Vgl. Delegierte Verordnung (EU) 2021/1253.

³ Vgl. EIOPA (2022) (Hrsg.): Consultation Paper: Draft Guidelines on the integration of the Customer's Sustainability Preferences in Suitability Assessment under the Insurance Distribution Directive, BoS-22-246, Frankfurt am Main, S. 6.

Anforderungen verständigen kann;⁴ idealerweise werden damit sowohl der Versicherungsvertrieb als auch der Wertpapierhandel adressiert. Von einem gemeinsamen Vorgehen profitierten nicht zuletzt die Kunden und Verbraucher, in deren Interesse eine möglichst transparente und vergleichbare anbieterübergreifende Berücksichtigung der Nachhaltigkeitsziele, -wünsche und -präferenzen liegen sollte.

Aufbauend auf einer umfassenden begrifflichen Analyse bietet der vorliegende Diskussionsbeitrag daher eine ganzheitliche Einordnung des Themenfelds „Nachhaltigkeit“ mit Bezug zum Versicherungsvertrieb. Das erste Ziel besteht darin, das Verständnis und die Auslegung der bestehenden Regulatorik zu fördern und eine begriffliche Systematisierung vorzunehmen.

Mit der formulierten Abfragelogik und weiterführenden Gedanken entlang des Beratungsprozesses wird das zweite Ziel des Diskussionsbeitrags verfolgt: Er ist als *ein* möglicher Umsetzungsvorschlag der IDD-Änderungs-VO zu verstehen, der als Grundlage und Ausgangspunkt weiterer Diskussionen und Implementierungsansätze dienen soll.

Die interessierte (Fach-)Öffentlichkeit ist zur kritischen Lektüre eingeladen und aufgefordert, Anmerkungen und Verbesserungsvorschläge bis zum **17.Juni 2022** zu formulieren.

⁴ So auch EIOPA (Guidelines, 2022), S. 30.

Zusammenfassung

Der Anwendungsbereich der IDD-Änderungsverordnung bezieht sich zweifelsfrei auf den Vertrieb von Versicherungsanlageprodukten. Bis auf Weiteres sind hierunter alle Lebensversicherungsprodukte der dritten Schicht zu verstehen. Darüber hinaus werden auch sonstige Versicherungsprodukte im Rahmen des Produktfreigabeverfahrens adressiert. Hieraus ergibt sich die Notwendigkeit, Nachhaltigkeitsziele und -wünsche des Kunden spartenübergreifend zu berücksichtigen, wenigstens wenn das verfügbare Produktangebot Nachhaltigkeitsmerkmale bewirbt. Grundsätzlich ist es empfehlenswert und konsequent, Nachhaltigkeitsaspekte spartenunabhängig im Versicherungsvertrieb zu verankern, auch um die Glaubwürdigkeit der Neuerungen nicht zu gefährden. Hinzu implizieren die technischen Bewertungskriterien der Taxonomie-VO Ansatzpunkte nachhaltiger Nicht-Lebensversicherungsprodukte, die auch den Vertrieb adressieren. Mit einer spartenübergreifenden Anwendungsnotwendigkeit ist somit zu rechnen.

Nachhaltigkeitsaspekte erweitern den bisherigen Beratungsprozess zum 2. August; sie stellen eine zweite Sphäre der Beratung und Produktempfehlung dar: In Ergänzung zur Exploration objektiver Risikomerkmale des Kunden sind künftig auch subjektiv geprägte Einstellungen und Motive des Kunden zu identifizieren. Deren systematische Abfrage zeigt sich als herausfordernd, da komplexe (regulatorische) Anforderungen in Praxisprozesse übersetzt werden müssen – und so simpel wie möglich ausgestaltet sein sollen.

Die vorgeschlagene Abfragelogik formuliert ein Mindestmaß an Fragen, das den regulatorischen Anforderungen folgt und einen spartenübergreifenden Ansatz bietet. Je nach Beratungsanlass und Kundenprofil entfallen die nicht einschlägigen Fragen. Hierdurch sollen Verhältnismäßigkeit und Stringenz des Beratungsansatzes sichergestellt werden.

Da die (Erst-)Aufklärung des Kunden (i) zum Thema Nachhaltigkeit und (ii) zur Abfragelogik etwaiger Nachhaltigkeitsziele, -wünsche oder -präferenzen als elementarer Bestandteil der Beratung zu verstehen ist, entsteht die Notwendigkeit umfassender Qualifizierungsmaßnahmen für den Vertrieb. Hiervon sind wenigstens alle Versicherungsvermittler betroffen, die zu Versicherungsanlageprodukten beraten.

Aufgrund praktischer Herausforderungen – im Wesentlichen regulatorische „Mismatches“ und unzureichende Datenverfügbarkeit – ist jedoch mit Umsetzungsschwierigkeiten zu rechnen. Es entstehen de facto zwei Phasen der Implementierung, da (erst) ab 2023 detailliertere Informationen verfügbar und zu berücksichtigen sein werden.

Insbesondere bis zum 31.12.2022 sind der Verlauf der Beratung und die Ergebnisse der Abfrage(n) daher umfänglich zu dokumentieren, auch um Haftungsfragen zu reduzieren. Hierzu müssen bestehende Beratungsprotokolle und Geeignetheitserklärungen ergänzt werden.



Schließlich wird der kurzfristige Dialog zwischen Fondsanbietern, Produktgebern und Vertrieben nahegelegt, um die Zuordnung verfügbarer Versicherungsprodukte zu etwaigen Nachhaltigkeitszielen, -wünschen und -präferenzen des Kunden zu fördern, sowohl mit Blick auf den 2. August als auch die Folgejahre.

Am Markt bestehende oder sich entwickelnde Nachhaltigkeitsratings und/oder -siegel sind – auch vor diesem Hintergrund – kritisch zu hinterfragen, auf Anwendungsmöglichkeiten zu prüfen. Sie könnten insbesondere für Nicht-Lebensversicherungsprodukte von praktischem Interesse sein und sich zur Implementierung von Nachhaltigkeit im Versicherungsvertrieb eignen. Denn sparten- und zweigbezogen unterschiedliche Produkteigenschaften erschweren eine standardisierte Darstellung respektive Abfrage von Nachhaltigkeitsaspekten, vor allem in der Kompositversicherung. Die Umsetzung im Nicht-Leben-Bereich ist daher mit mehr Freiheitsgraden, aber auch Komplexität behaftet, die ggf. durch spezialisierte Nachhaltigkeitsratings und/oder -siegel reduziert werden kann.

Insgesamt sind Auslegungshinweise und präzisere Vorgaben der Aufsichtsorgane zur bestehenden Regulatorik wünschenswert, um Entwicklungs- und Implementierungsaufwände gering zu halten.

1 Grundlagen von Nachhaltigkeit im Versicherungsvertrieb

1.1 Begriffsbestimmungen

Zur Diskussion eines Umsetzungsvorschlags der IDD-Änderungs-VO ist eine enge Orientierung am und Auslegung des Verordnungstexts notwendig. Dies betrifft vor allem die Begrifflichkeiten, deren uneinheitliche und intuitionsgeleitete Verwendung im Praxisalltag Missverständnisse und Ungenauigkeiten fördert. Daher werden die zentralen Begriffe des Themenfelds zunächst definiert und systematisiert.

1.1.1 Nachhaltigkeitsziel(e)

Nachhaltigkeitsziele werden vom Ordnungsgeber unmittelbar in Verbindung mit den SDGs gebracht.⁵ Im Sinne des Versicherungsvertriebs formuliert EIOPA, dass „[t]he amendments to the IDD introduced by Commission Delegated Regulation 2021/1257 aim to ensure that retail investors can invest and save sustainably and facilitate their participation in the transition to a low-carbon, more sustainable, resource-efficient and circular economy in line with the Sustainable Development Goals“⁶. Insbesondere aus Kundensicht sind Nachhaltigkeitsziele somit relevant, um die Anforderungen an den Vertrieb zu bestimmen. Ihnen ist durch adäquate Nachhaltigkeitsfaktoren bzw. -merkmale der Versicherungsprodukte zu entsprechen.⁷

Mit der Legaldefinition von Nachhaltigkeitsfaktoren wird eine weiterführende Kategorisierung der Nachhaltigkeitsziele in Umwelt-, Sozial- und Arbeitnehmerbelange, die Achtung der Menschenrechte und die Bekämpfung von Korruption und Bestechung vorgenommen, wobei Umwelt- und Sozialziele hervorgehoben werden und eine gute Unternehmensführung als notwendige Bedingung zu erachten ist. Dies wird in der Legaldefinition der „nachhaltigen Investition“ deutlich⁸ und über die Zielmarktbestimmung bzw. Produktprüfung gestützt⁹.

Nachhaltigkeitsziele sind insofern unter dem ESG-Akronym sortierbar und dienen als Ansatzpunkt der Nachhaltigkeitsfaktoren – und vice versa.¹⁰

⁵ Vgl. EG 2 Taxonomie-VO; EG 1 Offenlegungs-VO; EG 1 IDD-Änderungs-VO; Europäische Kommission (2016) (Hrsg.): Auf dem Weg in eine nachhaltige Zukunft Europas – Europäische Maßnahmen für Nachhaltigkeit: Fragen & Antworten, online unter: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/de/MEMO_16_3886; EIOPA (Guidelines, 2022), S. 5.

⁶ EIOPA (Guidelines, 2022), S. 5.

⁷ Vgl. EG 5, Art. 1 Nr. 1, 2 IDD-Änderungs-VO. Siehe auch Kapitel 1.1.2, Kapitel 1.2.

⁸ Vgl. Art. 2 Nr. 17 Offenlegungs-VO.

⁹ Vgl. Art. 1, Nr. 2 IDD-Änderungs-VO.

¹⁰ Siehe Kapitel 1.2.

1.1.2 Nachhaltigkeitsfaktor

Der Begriff „Nachhaltigkeitsfaktor“ ist in Artikel 2 Nr. 24 der Offenlegungs-Verordnung definiert und sehr weitläufig bestimmt. Und zwar werden mit ihm „Umwelt-, Sozial- und Arbeitnehmerbelange, die Achtung der Menschenrechte und die Bekämpfung von Korruption und Bestechung“ gemeint. Semantisch ist also auf Einflussgrößen und Umstände abzustellen, die mit Nachhaltigkeitsinteressen in Verbindung stehen.¹¹

1.1.3 Nachhaltigkeitsindikator

Der Begriff „Nachhaltigkeitsindikator“ ist nicht legaldefiniert, findet sich jedoch an unterschiedlichen Stellen der Verordnungen wieder. Zunächst erscheint die semantische Einordnung daher sinnvoll: Ein Indikator beschreibt im Allgemeinen ein Anzeichen gewisser Umstände und ist als Instrument zur Operationalisierung zu verstehen.¹² Indikatoren konkretisieren somit normative Absichten und Anforderungen an Sachverhalte und Umstände. In diesem Zusammenhang betont die Offenlegungs-Verordnung das grundsätzliche Erfordernis relevanter Indikatoren zur Messung und (standardisierten) Offenlegung von und Berichterstattung zu verfolgten Nachhaltigkeitszielen bzw. nachteiligen Auswirkungen auf Nachhaltigkeitsfaktoren.¹³ Dieses Anliegen ist folglich als Sinn und Zweck des Nachhaltigkeitsindikators sowie als Interesse des Verordnungsgebers abzuleiten.

Nachhaltigkeitsindikatoren dienen somit der Operationalisierung von Offenlegungsinteressen im Hinblick auf die Darstellung und den Inhalt der zu berichtenden Informationen (i) in vorvertraglichen Dokumenten, (ii) Jahresberichten und (iii) auf der Internetseite von Finanzmarktteilnehmern. Hiervon sind im Allgemeinen ökologische oder soziale Produktmerkmale, aber auch im Speziellen nachhaltige Investitionsziele sowie ebenfalls die Offenlegung der wichtigsten nachteiligen Auswirkungen auf Nachhaltigkeitsfaktoren betroffen.¹⁴ Inhaltlich werden daher sowohl Umwelt- als auch soziale und Aspekte der guten Unternehmensführung adressiert; bezogen auf die Anzahl und Ausprägung von Nachhaltigkeitsindikatoren wird jedoch auf eine Konkretisierung durch technische Regulierungsstandards („RTS“) verwiesen.¹⁵ Letztere sollen vor allem solche Nachhaltigkeitsindikatoren bestimmen, die *nachteilige* Auswirkungen mess- und darstellbar machen.¹⁶ Dahingegen entsteht der Eindruck, dass der Verordnungsgeber die positive Wirkungsrichtung konzeptionell mit Freiheitsgraden ausstattet.¹⁷

¹¹ Vgl. Art. 2 Nr. 24 Offenlegungs-VO.

¹² Vgl. Duden-Online, Stichwort: Indikator, online unter: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Indikator>.

¹³ EG 24, 30 Offenlegungs-VO.

¹⁴ Vgl. EG 30, Art. 4, 7, 8, 9, 11 Offenlegungs-VO.

¹⁵ Vgl. Art 4. Abs. 6,7, Art. 8 Abs. 3, Art. 9 Abs. 5, Art. 10 Abs. 2, Art. 11 Abs 4 Offenlegungs-VO.

¹⁶ Vgl. Art. 4 Abs. 6,7, Art. 19 Abs. 1 b Offenlegungs-VO.

¹⁷ Vgl. Art. 8 Abs. 1, Art. 9, Abs. 1, Art. 11 Abs. 1 Offenlegungs-VO.

Demnach ergeben sich zwei Wirkungsrichtungen und verschiedene Verwendungszwecke von Nachhaltigkeitsindikatoren: Finanzmarktteilnehmer werden gefordert, die – für sie – wichtigsten nachteiligen Auswirkungen („Principal Adverse Impacts“) auf Nachhaltigkeitsfaktoren und Nachhaltigkeitsindikatoren auf Unternehmensebene festzustellen und zu gewichten bzw. zu priorisieren;¹⁸ vor allem auf Produktebene besteht zudem die Pflicht zur Offenlegung der „relevanten Nachhaltigkeitsindikatoren, die zur Messung der ökologischen oder sozialen Merkmale oder der Gesamtnachhaltigkeitsauswirkungen [...] herangezogen werden“^{19,20} sofern nicht bewusst darauf verzichtet wird, die Nachhaltigkeitsauswirkungen offenzulegen – was zu begründen ist.²¹ Insbesondere zur Umsetzung des Grundsatzes der Vermeidung erheblicher Beeinträchtigungen („DNSH-Prinzip“) wird Nachhaltigkeitsindikatoren hohe Relevanz beigemessen.²²

Zusammenfassend wird daher folgende Auslegung resp. Begriffsinterpretation abgeleitet:

Nachhaltigkeitsindikatoren bilden sowohl positive als auch negative Auswirkungen auf Nachhaltigkeitsfaktoren ab. Sie können auf das Finanzprodukt oder das Unternehmen bezogen werden. Als Operationalisierungsgrößen dienen sie der standardisierten Messung und Offenlegung von Informationen zu den Auswirkungen auf Nachhaltigkeitsfaktoren. Ihre Konkretisierung bzgl. Inhalt, Darstellung und Anzahl erfolgt über die technischen Regulierungsstandards, wobei in positiver Wirkungsrichtung von weiteren konzeptionellen Freiheitsgraden auszugehen ist.

1.1.4 Nachhaltigkeitsrisiko

Der Begriff „Nachhaltigkeitsrisiko“ ist in Artikel 2 Nr. 22 der Offenlegungs-Verordnung legaldefiniert, und zwar als „ein Ereignis oder eine Bedingung in den Bereichen Umwelt, Soziales oder Unternehmensführung, dessen bzw. deren Eintreten tatsächlich oder potenziell wesentliche negative Auswirkungen auf den Wert der Investition haben könnte“. Mit dem Nachhaltigkeitsrisiko werden somit potenzielle negative Auswirkungen von Nachhaltigkeitsfaktoren auf die Performance von Investitionen adressiert und gemessen. Negative Auswirkungen auf bzw. durch Nachhaltigkeitsfaktoren stehen somit im Zusammenhang mit Nachhaltigkeitsrisiken.²³

¹⁸ Vgl. Art 4 Abs 2 a Offenlegungs-VO.

¹⁹ Art 10 Abs. 1 b Offenlegungs-VO.

²⁰ Vgl. Art. 10, 11 i.V.m. Art. 8,9 Offenlegungs-VO.

²¹ Vgl. Art. 4 Abs. 1 b i.V.m. Art. 7 Abs. 2 Offenlegungs-VO.

²² Vgl. Art 2a Offenlegungs-VO, EG 36, Art. 17 Taxonomie-VO.

²³ So auch Schwintowski, H.-P. (2022): Nachhaltigkeitspräferenzen – Was ist das? (II.), S. 207, in: ZfVW 07/2022, S. 207-209, der jedoch argumentiert, dass nachteilige Auswirkungen auf Nachhaltigkeitsfaktoren das Nachhaltigkeitsrisiko beschrieben. Dieser Ansicht wird nicht uneingeschränkt gefolgt, da die positive Beeinflussung bestehender nachteiliger Auswirkungen auf Nachhaltigkeitsfaktoren durch bspw. Engagement-Strategien vermutlich nicht negativ auf die Performance des

1.1.5 Nachhaltigkeitsmerkmale

Nachhaltigkeitsmerkmale werden von der Offenlegungsverordnung nicht legaldefiniert. Da der Begriff ausschließlich auf Produktebene verwendet wird, ist dennoch eine Einordnung möglich, die auf entsprechende Eigenschaften des Produkts referenziert. Sie können umwelt- oder gesellschaftlich bezogen sein und sind Gegenstand der Offenlegungspflichten, sowohl in vorvertraglichen Informationen als auch in regelmäßigen Berichten sowie schließlich auf Internetseiten.²⁴

Für jedes Finanzprodukt, das Nachhaltigkeitsmerkmale bewirbt, ist eine Beschreibung der Merkmale, inklusive Angaben über die Erfüllung sowie die zur Bewertung, Messung und Überwachung angewandten Methoden, Kriterien, Datenquellen etc., vorzuhalten.²⁵ In regelmäßigen Berichten ist ferner darzulegen, inwieweit die ökologischen oder sozialen Merkmale eines Produktes, sofern sie beworben worden sind, erfüllt wurden.²⁶ Hierzu sollen Nachhaltigkeitsmerkmale durch Nachhaltigkeitsindikatoren gemessen und bewertet werden.²⁷

Sowohl aus der semantischen Einordnung als auch der Begriffslogik der Offenlegungsverordnung kann insofern abgeleitet werden, dass Nachhaltigkeitsmerkmale als konkrete Produkteigenschaften und Charakteristika zu verstehen sind, die in Verbindung mit Nachhaltigkeitsfaktoren stehen und über Nachhaltigkeitsindikatoren operationalisiert werden.

Die IDD-Änderungsverordnung spricht schließlich auch von einem „nachhaltigkeitsbezogenen Profil“ des Produkts, das hinsichtlich der verfolgten Nachhaltigkeitsziele präzisiert werden soll,²⁸ um die entsprechenden Nachhaltigkeitsfaktoren zu bestimmen.²⁹ Es werden zudem die drei Varianten der etwaigen Nachhaltigkeitspräferenzen des Kunden als „besondere Merkmale“ und „Nachhaltigkeitsgrade“ von Produkten benannt.³⁰

Insgesamt liegt es daher nahe, Nachhaltigkeitsmerkmale als Oberbegriff für alle Produkteigenschaften mit Bezug zu Nachhaltigkeitsfaktoren oder Nachhaltigkeitsrisiken zu definieren.

Investments wirkt. Die Berücksichtigung der nachteiligen Auswirkungen auf Nachhaltigkeitsfaktoren kann insofern auch chancenorientiert betrachtet werden. Zweifelsfrei stehen Nachhaltigkeitsrisiken jedoch mit Nachhaltigkeitsfaktoren in Wechselwirkung. Für eine Systematisierung der Begriffe siehe Kapitel 1.2.

²⁴ Vgl. Art. 8, 10, 11 Offenlegungs-VO.

²⁵ Vgl. Art. 8, 10 Offenlegungs-VO.

²⁶ Vgl. Art. 11 Abs. 1 a Offenlegungs-VO.

²⁷ Vgl. Art. 10 Abs. 1 b Offenlegungs-VO.

²⁸ Vgl. EG 6 IDD-Änderungs-VO.

²⁹ Vgl. EG 7, 8 IDD-Änderungs-VO.

³⁰ Vgl. EG 12 IDD-Änderungs-VO.

1.1.6 Nachhaltigkeitspräferenz

Die Nachhaltigkeitspräferenz ist – legaldefiniert – als die Kundenentscheidung darüber, ob und, wenn ja, inwieweit eines oder mehrere Finanzprodukte³¹, die (i) einen **Mindestanteil in ökologisch nachhaltige Investitionen** bzw. (ii) einen **Mindestanteil in nachhaltige Investitionen** investieren und/oder (iii) **die wichtigsten nachteiligen Auswirkungen auf Nachhaltigkeitsfaktoren** berücksichtigen, in die Anlage einbezogen werden sollen, zu verstehen.³²

1.1.7 Ökologisch nachhaltige Investition

Der Begriff der „ökologisch nachhaltigen Investition“ wird in Artikel 2 i.V.m. Artikel 3 der Taxonomie-Verordnung definiert und beschreibt eine Wirtschaftstätigkeit, die (i) einen wesentlichen Beitrag zur Verwirklichung eines oder mehrerer Umweltziele im Sinne des Artikel 9 leistet, (ii) keines der Umweltziele gem. Artikel 17 erheblich beeinträchtigt, (iii) unter Einhaltung des in Artikel 18 festgelegten Mindestschutzes ausgeübt wird und (iv) den technischen Bewertungskriterien entspricht.³³

1.1.8 Nachhaltige Investition

Der Begriff der „nachhaltigen Investition“ ist in Artikel 2 Nr. 17 der Offenlegungs-Verordnung definiert, wird dort jedoch nicht abschließend bestimmt. Im Allgemeinen werden hierunter Investitionen in eine **wirtschaftliche Tätigkeit** verstanden, die (i) **zur Erreichung eines Umweltziels oder (ii) zur Erreichung eines sozialen Ziels beiträgt**, vorausgesetzt, (iii) die Investition beeinträchtigt keines dieser Ziele erheblich und (iv) die Unternehmen, in die investiert wird, wenden Verfahrensweisen der guten Unternehmensführung an.³⁴

Die Erreichung eines **Umweltziels** kann beispielsweise an Schlüsselindikatoren für Ressourceneffizienz bei der Nutzung von (erneuerbarer) Energie, Rohstoffen, Wasser und Boden, bzgl. Abfallerzeugung oder Treibhausgasemissionen oder auch bzgl. der Auswirkungen auf die biologische Vielfalt oder die Kreislaufwirtschaft gemessen werden, wobei keine nähere Konkretisierung und auch kein Verweis auf eine andere Verordnung gegeben ist.³⁵

Soziale Ziele und ein Beitrag zu selbigen werden überwiegend unbestimmt gehalten, wobei ein Beitrag insbesondere darin gesehen wird, Ungleichheit zu bekämpfen bzw. **Chancengleichheit** sowie den

³¹ Der redaktionelle Fehler in der deutschsprachigen Übersetzung wird nach Angaben der EU-Kommission korrigiert. Eine analoge Korrektur für den Wertpapier-Bereich ist bereits verabschiedet worden. Siehe hierzu die berichtigte konsolidierte Version der Delegierten Verordnung 2021/1253, online unter: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:02021R1253-20210802&from=EN>.

³² Vgl. Art. 2 IDD-Änderungs-VO. Siehe analog Art. 1 MiFID-Änderungs-VO.

³³ Vgl. Art. 2 Nr. 1 i.V.m. Art. 3, Art. 17, Art. 18 Taxonomie-VO.

³⁴ Vgl. Art. 2 Nr. 17 Offenlegungs-VO.

³⁵ Vgl. Art. 2. Nr. 17 Offenlegungs-VO.

sozialen Zusammenhalt, die **soziale Integration** und die **Arbeitsbeziehungen** zu **fördern**. Ferner wird ein Beitrag zu sozialen Zielen in einer **Investition in Humankapital** oder **zugunsten wirtschaftlich oder sozial benachteiligter Gruppen** gesehen. Ebenfalls vorausgesetzt ist, dass die Investition keines dieser Ziele erheblich beeinträchtigt und die Unternehmen, in die investiert wird, Verfahrensweisen der guten Unternehmensführung anwenden. Ansatzpunkte zur Messung des sozialen Beitrags werden nicht formuliert.³⁶

1.1.9 Wichtigste nachteilige Auswirkungen auf Nachhaltigkeitsfaktoren

Wichtigste nachteilige Auswirkungen auf Nachhaltigkeitsfaktoren sind als „die bedeutendsten nachteiligen Auswirkungen von Investitionsentscheidungen auf Nachhaltigkeitsfaktoren in den Bereichen Umwelt, Soziales und Beschäftigung, Achtung der Menschenrechte und Bekämpfung von Korruption und Bestechung.“ zu verstehen.³⁷ Sie nehmen folglich Bezug auf die investierte Wirtschaftstätigkeit und werden durch Nachhaltigkeitsindikatoren operationalisiert, wobei eine Signifikanzprüfung aller nachteiligen Auswirkungen auf Nachhaltigkeitsfaktoren erfolgen muss.

1.1.10 Wichtigste nachteilige Nachhaltigkeitsauswirkungen

Der Begriff „wichtigste nachteilige Nachhaltigkeitsauswirkungen“ findet sich zwar in der Offenlegungsverordnung, wird jedoch nicht genauer spezifiziert. Es ist davon auszugehen, dass der Verordnungsgeber eine synonyme Verwendung zu den wichtigsten nachteiligen Auswirkungen auf Nachhaltigkeitsfaktoren vornimmt.

³⁶ Vgl. Art. 2 Nr. 17 Offenlegungs-VO.

³⁷ Vgl. bspw. Europäische Kommission (2022) (Hrsg.): Anhang III des Entwurfs der Delegierten Verordnung im Hinblick auf technische Regulierungsstandards zur Offenlegungsverordnung, C(2022)1931, Brüssel, S. 3.

1.2 Systematisierung der zentralen Begriffe

Nachfolgende Abbildung systematisiert die eingeführten Elemente der Nachhaltigkeitsregulierung für den Versicherungsvertrieb. Sie verdeutlicht die Komplementarität der praxisbezogenen Abgleich-Instrumente „Nachhaltigkeitsindikatoren“ und „Nachhaltigkeitsziele“. Hierdurch wird die Verbindung zwischen der Produkt- und Kundendimension präzisiert. Ebenfalls wird ersichtlich, dass „Nachhaltigkeitsmerkmal(e)“ der produktseitig weitreichendste Begriff ist, unter den sowohl Nachhaltigkeitsfaktoren als auch -risiken gefasst werden. Nachhaltigkeitsfaktoren wiederum können aus dem Konstrukt der Nachhaltigkeitspräferenz(en), aber auch sonstigen Merkmalen entstehen. Das Nachhaltigkeitsrisiko ist qua Definition zwar sachlogisch mit Nachhaltigkeitsfaktoren verbunden, ist jedoch produktseitig als rein performance-bezogener Operator einzuordnen.

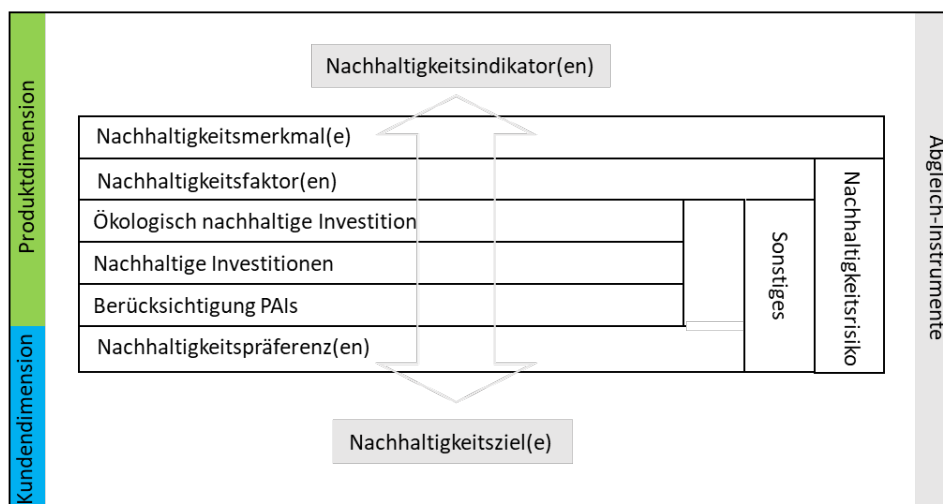


Abb. 1: Systematisierung von Nachhaltigkeit im Versicherungsvertrieb

1.3 Anwendungs- und Geltungsbereich der IDD-Änderungsverordnung

Zur Auslegung der IDD-Änderungsverordnung ist – allem voran – zu würdigen, dass die Absicht und der Zweck der neuen regulatorischen Anforderungen darin bestehen, die Nachfrage nach nachhaltigen Investitionen zu fördern, um die Umsetzung des EU-Aktionsplans und die Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsfaktoren bei jedem Versicherungsprodukt zu bewirken,³⁸ sodass der Kapitalfluss mit dem Ziel der volkswirtschaftlichen Transformation umgelenkt wird.³⁹ Ferner soll ein „level playing field“ erreicht werden, indem die Entscheidungssituation (des Kunden) mit Hilfe standardisierter, transparenter Informationen zu Nachhaltigkeitsfaktoren eines Versicherungsproduktes verbessert wird.⁴⁰ Nicht zuletzt

³⁸ Vgl. EG 4, 5 IDD-Änderungs-VO.

³⁹ Vgl. EG 1,2,3 IDD-Änderungs-VO. Siehe hierzu kritisch Schwintowski, H.-P. (2022): Nachhaltigkeitspräferenzen – Was ist das? (I.), S. 167 ff., in: ZfW 06/2022, S. 167-170.

⁴⁰ Vgl. EG 8, 12 IDD-Änderungs-VO.

sollen Bedenken des „Greenwashings“ ausgeräumt werden.⁴¹ Nachhaltigkeitsaspekte im Vertrieb komplettieren somit die Wirkungsmechanismen im Gesamtkontext des EU-Aktionsplans. Es liegt somit ein weitreichender Anwendungsbereich der IDD-Änderungsverordnung nahe, der jedoch differenziert zu diskutieren ist:

Zunächst ist relevant, dass die Legaldefinition der Nachhaltigkeitspräferenz im neu gefassten Artikel 2 der Delegierten Verordnung 2017/2359 verankert ist und zudem unmittelbar auf Versicherungsanlageprodukte referenziert.⁴² Ebenfalls gelten die (notwendigen) Informationspflichten der Offenlegungsverordnung im Wesentlichen für Versicherungsanlageprodukte bzw. ihre Anbieter und Berater.⁴³ Bei enger Auslegung der IDD-Änderungsverordnung beschränkt sich der verpflichtende Anwendungsbereich im Beratungsprozess, speziell die Nachhaltigkeitspräferenzabfrage, somit auf den Vertrieb von Versicherungsanlageprodukten.⁴⁴

Weiterführend stellt sich die Frage danach, welche Definition des Versicherungsanlageprodukts zugrunde gelegt wird. Denkbar wäre zunächst, Produkte der ersten und zweiten Schicht einzubeziehen.⁴⁵ Eine enge Auslegung der Gesetztestexte, insb. im Sinne der IDD, referenziert sodann auf Lebensversicherungsprodukte der dritten Schicht.⁴⁶ Maßgeblich ist die Marktwertschwankung bzw. das Marktwertisiko der Leistung.⁴⁷ Die nationale Auslegung des Versicherungsanlageprodukts subsummiert schließlich alle kapitalbildenden Lebensversicherungen, also sowohl klassische als auch Hybridprodukte sowie auch Fondspolizen und private Rentenversicherungen, nicht jedoch Altersversorgungsprodukte der zweiten Schicht.⁴⁸

Bis auf Weiteres wird der Anwendungsbereich der Nachhaltigkeitspräferenzabfrage daher auf den Beratungsprozess aller Lebensversicherungsprodukte der dritten Schicht bezogen.

Über die Veränderungen im Produktgenehmigungsverfahren und in den Lenkungsanforderungen wird die Perspektive sodann auch auf Nicht-Lebensversicherungsprodukte erweitert. Denn erstens ist – im

⁴¹ Vgl. EG 13. IDD-Änderungs-VO.

⁴² Vgl. Art. 2 Nr. 1 IDD-Änderungs-VO.

⁴³ Vgl. Art. 2 ff. Offenlegungs-VO.

⁴⁴ Vgl. Delegierte Verordnung (EU) 2017/2359.

⁴⁵ Die Offenlegungs-VO adressiert sachlogisch auch EbAVs und Hersteller von Altersvorsorgeprodukten. Vgl. Art. 2 Offenlegungs-VO.

⁴⁶ Vgl. Art. 2 Nr. 3 i.V.m. Art. 2 PRIIP-VO; Art. 2 Nr. 17 IDD.

⁴⁷ Vgl. EIOPA (Guidelines, 2022), S. 13.

⁴⁸ Vgl. BaFin (2017) (Hrsg.): Versicherungsanlageprodukte – Neue Regeln ab 2018: Anwendungsbereich im deutschen Markt, online unter: https://www.bafin.de/SharedDocs/Veroeffentlichungen/DE/Fachartikel/2017/fa_bj_1708_Versicherungsanlageprodukte.html.

Wortlaut – jedes Versicherungsprodukt hinsichtlich seiner Nachhaltigkeitsfaktoren zu beurteilen⁴⁹ und im Kontext der Zielmarktbestimmung auf die etwaigen Nachhaltigkeitsziele der Zielkunden abzustimmen,⁵⁰ wobei der Grundsatz der Verhältnismäßigkeit gilt.^{51, 52} Zweitens muss etwaigen Nachhaltigkeitszielen des Kunden im übergreifenden Produktvertrieb künftig gebührend Rechnung getragen werden.⁵³ Hieraus leitet sich im Übrigen die Notwendigkeit einer – wenn auch produktbezogenen – Nachhaltigkeitsstrategie für den gesamten Versicherungsvertrieb ab, die in Einklang mit den spezielleren Anforderungen der Offenlegungsverordnung steht.⁵⁴ Schließlich ist die veränderte delegierte Verordnung 2017/2358 selbst mit einem spartenübergreifenden Anwendungsbereich ausgestattet.

Die Abfrage und Berücksichtigung von Nachhaltigkeitspräferenzen des Kunden beschränkt sich somit wesensnotwendig auf den Vertrieb von Versicherungsanlageprodukten,⁵⁵ konkret und bis auf Weiteres auf Lebensversicherungsprodukte der dritten Schicht.⁵⁶ Die Erkundung etwaiger Nachhaltigkeitsziele und -wünsche des Kunden sollte jedoch produktunabhängig in den Beratungsprozess einbezogen werden, um dem bestmöglichen Interesse des Kunden⁵⁷ sowie den Befragungs-, Beratungs- und Dokumentationspflichten⁵⁸ optimal entsprechen zu können, insbesondere wenn die im Vertrieb verfügbaren Versicherungsprodukte Nachhaltigkeitsfaktoren berücksichtigen.⁵⁹ Hiervon ist aufgrund der beobachtbaren Produktentwicklungs- und Marketingmaßnahmen der Branche zunehmend auszugehen. Darüber hinaus können aus den technischen Bewertungskriterien zur Taxonomie-Verordnung spartenübergreifende Voraussetzungen bzw. Kriterien von Nachhaltigkeitsmerkmalen der Nicht-Lebensversicherungsprodukte für – zumindest – das zweite Umweltziel abgeleitet werden.⁶⁰ Hierbei wird ebenfalls der Vertrieb adressiert, bspw. über Beratungsmaßnahmen oder die notwendige Berücksichtigung von

⁴⁹ So auch Beenken, M.; Zeidler, H.-W.; Zielke, C. (2021): Nachhaltigkeit als Beratungsherausforderung für Makler, S. 273, in: ZfVW 09/2021, S. 272-277.

⁵⁰ Vgl. Art. 1 IDD-Änderungs-VO.

⁵¹ EG 2, Art. 4 Abs. 1, Art. 5 Abs. 1, Art. 10 Abs. 1 Delegierte Verordnung 2017/2358.

⁵² Für die Praxis bietet die bisherige Umsetzung der Aufsichts- und Lenkungsanforderungen vermutlich Orientierung bzgl. Art und Umfang, wobei fraglich ist, ob Nachhaltigkeitsaspekte überhaupt als simple Produktmerkmale verstanden werden können und ein durchschnittlicher Kunde über die notwendige Sachkunde verfügt, um die Produktmerkmale fehlerfrei einzuordnen, zu verstehen..

⁵³ Vgl. Art. 1 Nr. 5 IDD-Änderungs-VO; Art. 10 Abs. 2 EU 2017/1258 n.F.

⁵⁴ Vgl. Art. 10 Abs. 1 Satz 2 i.V.m. Art. 10 Abs. 4 Delegierte Verordnung 2017/1258; Art. 3, Art. 4 Abs. 5 Offenlegungs-VO.

⁵⁵ So auch EIOPA (Guidelines, 2022), S. 5 f., 8.

⁵⁶ Nicht auszuschließen ist, dass redaktionelle Fehler vorliegen, die durch weitere Konkretisierungen zu einem erweiterten Anwendungsbereich auf Produkte der zweiten Schicht führen könnten. So auch Beenken, M.; Zeidler, H.-W.; Zielke, C. (2021): Nachhaltigkeit als Beratungsherausforderung für Makler, S. 275, in: ZfVW 09/2021, S. 272-277.

⁵⁷ Vgl. Art. 17 Abs. 1 IDD; §14 VersVermV.

⁵⁸ Vgl. §§ 6,61 VVG.

⁵⁹ Vgl. Art. 1 Nr. 1, 2 IDD-Änderungs-VO; §23 Abs. 1a, 1b, 1c, 1d VAG.

⁶⁰ Vgl. Anhang 2 Nr. 10.1 der Delegierten Verordnung 2021/2139.

entsprechenden Produkteigenschaften in der Vertriebsstrategie.⁶¹ Somit ergeben sich substantielle Ansatzpunkte, die eine spartenübergreifende Veränderung der Beratungsprozesse argumentativ stützen.⁶² Jedenfalls sind für alle Versicherungsprodukte Vorkehrungen zu schaffen, die den Anforderungen an die Aufsichts- und Lenkungspflichten respektive Beratungs- und Dokumentationspflichten in der Praxis genügen. Die hierzu notwendigen Spezifikationen werden jedoch aufsichtsrechtlich zu beurteilen sein. Kurzfristige Auslegungshinweise der Aufsichtsorgane sind daher wünschenswert.

Insgesamt ist ein weiter Anwendungsbereich der IDD-Änderungsverordnung schließlich als konsequent und stringent zu bewerten – und folgte dem gesetzgeberischen Sinn und Zweck des Nachhaltigkeitsregimes. Denn hierdurch wird eine spartenübergreifende Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten im Versicherungsvertrieb forciert, die im Kontext des EU-Aktionsplans notwendig ist: Nicht-Lebensversicherungsunternehmen betreiben ebenfalls das Kapitalanlagegeschäft; durch die Ausgestaltung des Versicherungsschutzes können sie darüber hinaus einen Beitrag zu etwaigen Nachhaltigkeitszielen des Kunden respektive der Transformation der Wirtschaft leisten.^{63,64} Zudem entstände nicht der Eindruck einer vermeintlichen Fokussierung der Lebensversicherungswirtschaft bei der Umsetzung des EU-Aktionsplans.

Abseits der regulatorischen Mindestanforderungen kann darüber hinaus in Frage gestellt werden, ob eine restriktive Auslegung der IDD-Änderungsverordnung aus praktischen Gesichtspunkten heraus, insbesondere mit Blick auf den Implementierungsaufwand, überhaupt als sinnvoll zu erachten ist. Eine – im Zweifel – freiwillige sparten- und produktübergreifende Integration von Nachhaltigkeitsaspekten liegt im Sinne der ganzheitlichen Beratung vielmehr nahe, sowohl im Interesse der Kunden als auch dem der Versicherungsvermittler: Beiden ist eine unverhältnismäßige Komplexität durch selektive Anwendungsbereiche vermutlich nicht zuzumuten, ohne negative Effekte auf den Beratungserfolg oder die Glaubwürdigkeit der Maßnahmen zu riskieren.

⁶¹ Vgl. Anhang 2 Nr. 10.1 der Delegierten Verordnung 2021/2139.

⁶² Ferner kann angeführt werden, dass der Ordnungsgeber zwischen den Begriffen „Versicherungsprodukt“ und „Versicherungsanlageprodukt“ unterscheidet. Von einer synonymen Verwendung ist daher nicht auszugehen. Die Anpassung der Aufsichts- und Lenkungsanforderungen lässt eine bewusst weitgreifende Intention des Ordnungsgebers vermuten, die weitere Anpassungen der korrespondierenden Regelwerke antizipieren könnte.

⁶³ Vgl. Anhang 2 Nr. 10.1 der Delegierten Verordnung 2021/2139.

⁶⁴ Die Aktivitäten der Nicht-Lebensversicherer sind im Umfeld des „Impact Underwriting“ relevant für die Transformation von Wirtschaft und Gesellschaft. Vgl. und siehe weiterführend EIOPA (2021) (Hrsg.): Report on non-life underwriting and pricing in light of climate change, BoS-21/259, online unter: <https://www.eiopa.europa.eu/sites/default/files/publications/reports/report-impact-underwriting.pdf>. Die technischen Bewertungskriterien der Taxonomie-Verordnung, bezogen auf die Anpassung an den Klimawandel, schließen zudem die Versicherung der Gewinnung, Lagerung oder des Transports fossiler Brennstoffe explizit aus. Vgl. Anhang 2 Nr. 10.1 der Delegierten Verordnung 2021/2139.

Folglich ist es geboten, Nachhaltigkeitsaspekte produktunabhängig zu beachten, um dem bestmöglichen Interesse des Kunden und den Lenkungsanforderungen für Versicherungsvertreiber zweifelsfrei zu entsprechen, insbesondere wenn nachhaltigkeitsinteressierte Kunden adressiert werden.⁶⁵ Wenigstens das Angebot von Versicherungsprodukten, die Nachhaltigkeitsmerkmale besitzen, begründet die verhältnismäßige Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten im Beratungsprozess.

Insgesamt wird eine spartenübergreifende Integration von Nachhaltigkeitsaspekten in den Beratungsprozess deshalb favorisiert und empfohlen, wobei die ungleich präzise formulierten regulatorischen Vorgaben für den Vertrieb von Versicherungsanlage- und sonstigen Versicherungsprodukten weitere Implementierungsschwierigkeiten begründen.

⁶⁵ Vgl. EG 5 IDD-Änderungs-VO.

2 Integration von Nachhaltigkeitsaspekten in den Beratungsprozess

2.1 Definition und Einordnung

Zur Diskussion von Nachhaltigkeitsaspekten im Beratungsprozess soll dessen praxisorientierter Definition des „Arbeitskreis Beratungsprozesse“⁶⁶ gefolgt werden, wonach die Phasen „Kontakt“, „Auftragsklärung“, „Bedarfsanalyse“, „Marktuntersuchung“, „Empfehlung“ und „Antrag“ definiert werden. Sie strukturieren die Ansatzpunkte, wobei fortfolgend von der Kontakt- und Antragsphase abgesehen wird, um die Diskussion zu fokussieren (vgl. Abb. 2)



Abb. 2: Fokusbetrachtung von Nachhaltigkeitsaspekten im Beratungsprozess⁶⁷

Anwendungsbezogen ist sowohl auf die Erst- als auch die Folgeberatung abzustellen, insbesondere wenn ein Beratungsanlass erkennbar ist.⁶⁸ Die Abfrage der Nachhaltigkeitspräferenzen des Kunden ist als ein solcher zu qualifizieren,⁶⁹ wobei sie im Bestandskundengeschäft⁷⁰ gelegentlich erfolgen soll und mit der laufenden Angemessenheits- und Geeignetheitsprüfung bei Versicherungsanlageprodukten in Verbindung gebracht wird.⁷¹ Da vor allem Versicherungsmakler als „Sachwalter des Kunden“ zu einer „Dauerbetreuung“ verpflichtet sind, erscheint es indessen empfehlenswert, im Kontext von Nachhaltigkeit eigeninitiativ tätig zu werden.⁷² Besonders bei kurzzeitig laufenden Versicherungsprodukten sollte eine etwaige Anpassung des Versicherungsschutzes zum Ende der Vertragslaufzeit bzw. im Umfeld der Kündigungsfrist hinterfragt werden.

⁶⁶ Arbeitskreis Beratungsprozesse – Initiativkreis deutscher Versicherungsmakler GbR (IDVM), Komturstraße 58-62, 12099 Berlin.

⁶⁷ In Anlehnung an Arbeitskreis Beratungsprozesse (o.D.): Systematisch beraten – erfolgreich und haftungssicher vermitteln, online unter: <https://www.beratungsprozesse.de/>.

⁶⁸ Vgl. § 6 Abs.1, 4 VVG; 61 VVG.

⁶⁹ Siehe weiterführend Kapitel 3.2, Kapitel 3.3.

⁷⁰ Der Verordnungsgeber spricht im Kontext der IDD-Änderungs-VO sowohl von „potenziellen Kunden“ als auch von „Kunden“.

⁷¹ Vgl. EG 10 IDD-Änderungs-VO; §6 Abs. 1,4 VVG i.V.m. §7c VVG; EIOPA (Guidelines, 2022), S. 9 f.

⁷² Vgl. „Sachwalterurteil“ des BGH-Zivilsenats 4a aus dem Jahr 1985 (IVa ZR 190/83); Beenken, M. (2022): Versicherungsvertrieb – Absatz von Versicherungen durch Versicherer und Vermittler in Theorie und Praxis, 3. Auflage, Karlsruhe, S. 383.

2.2 Ansatzpunkte entlang der Beratungsphasen

2.2.1 Vorbemerkung

Sinn und Zweck der Versicherungsberatung ist die Abgabe einer persönlichen Empfehlung an den Kunden hinsichtlich eines oder mehrerer Versicherungsverträge,⁷³ verbunden mit der Risikoaufklärung, Bedarfswerbung und ggf. -befriedigung durch die anschließende Verschaffung von Versicherungsverträgen („Versicherungsvertrieb“ i.e.S.).⁷⁴ Die Beratungsleistung erfüllt insofern unterschiedliche Funktionen und verbindet die Transaktionsvor- sowie -nachbereitung der Vertriebseinheiten, besonders im Zuge der Versicherungsvermittlung, miteinander.⁷⁵

Der Beratung übergeordnet steht das bestmögliche Interesse des Kunden.⁷⁶ Die bestehenden Beratungs- und Dokumentationspflichten unterliegen dabei dem Grundsatz der Verhältnismäßigkeit.⁷⁷ Hieraus leitet sich die Pflicht ab, die Wünsche und Bedürfnisse des Kunden angemessen zu erfragen und zu dokumentieren.⁷⁸ Inhaltlich ist somit auf (i) einen Wunsch- und Bedürfnistest, (ii) die Beratungsleistung, (iii) (Produkt-)Empfehlungen, inklusive (iv) einer Begründung des Ratschlages, abzustellen, die (v) gesamthaft zu dokumentieren sind.⁷⁹ Die Art und Weise muss für den Kunden schließlich verständlich sein, um dessen Entscheidungsfindung zu unterstützen.⁸⁰

Nachhaltigkeitsbezogene Neuerungen erweitern den bisherigen Beratungsprozess nunmehr inhaltlich und schaffen ergänzende Elemente, die nicht in Verbindung mit objektiven Risikomerkmale stehen, sondern subjektiven Charakter besitzen und einer gewissen Unschärfe (daher) nicht entbehren. Hierdurch entstehen neuartige Anforderungen für die Versicherungsberatung, die mit Hilfe regulatorischer Vorgaben forciert werden, ohne jedoch abschließend und operationalisiert ausformuliert zu sein.

Die Vorgaben zur Nachhaltigkeitspräferenzabfrage sind in diesem Zusammenhang am weitreichendsten konkretisiert – und zweifelsfrei ab August 2022 verpflichtend. Es ist daher sinnvoll, sie zum inhaltlichen Ausgangspunkt der Anpassungsmaßnahmen zu bestimmen. Aus Ihnen können Anforderungen an die Beratung für sonstige Produkte abgeleitet werden, um spartenübergreifende Konformität sicherzustellen.

⁷³ Vgl. Art. 2. Nr. 15 IDD.

⁷⁴ Vgl. Beenken, M. (Versicherungsvertrieb, 2022), S. 27 ff., 415 f.; §1a VVG.

⁷⁵ Vgl. Farny, D. (2011): Versicherungslehre, 11. Auflage, Karlsruhe, S. 783; Beenken, M. (Versicherungsvertrieb, 2022), S. 27 ff.

⁷⁶ Vgl. Art. 17 Abs. 1 IDD; §1a VVG; § 14 VersVermV.

⁷⁷ Vgl. §6 Abs. 1, 61 VVG; Art. 2, Nr. 3 IDD-Änderungs-VO.

⁷⁸ Vgl. §§ 6 Abs. 1; 61 Abs. 1 VVG.

⁷⁹ Vgl. Beenken, M.; Zeidler, H.-W.; Zielke, C. (2021): Nachhaltigkeit als Beratungsherausforderung für Makler, S. 276, in: ZfVW 09/2021, S. 272-277; Beenken, M. (Versicherungsvertrieb, 2022), S. 245 ff.

⁸⁰ Vgl. Art. 20 IDD.

2.2.2 Auftragsklärung

Die Klärung des Beratungsanlasses ist elementar, um den Umfang und die Art von Nachhaltigkeitsaspekten im Beratungsprozess zu erfassen: Neben der Komplexität des Absicherungsbedürfnisses bzw. Produkts ist dabei auch auf die individuelle Situation und Sachkunde des Kunden abzustellen.⁸¹

Vor diesem Hintergrund könnte es sinnvoll sein, die Einstellung des Kunden zum Themenfeld Nachhaltigkeit und dessen vorhandene Sachkunde bereits im Umfeld der Auftragsklärung zu eruieren und entsprechende Anhaltspunkte schon im Vorfeld der Beratung bzw. im Kontext der Marktforschung bestmöglich zu berücksichtigen. Die frühzeitige Thematisierung etwaiger Nachhaltigkeitsaspekte könnte jedoch zu Interessenkonflikten führen; insbesondere unlautere Verkaufspraktiken und Falschdarstellungen von Produkten durch Nachhaltigkeitsmerkmale sollen zur Wahrung des bestmöglichen Interesses des Kunden verhütet werden.⁸² Auch um den Kern der Versicherungsberatung nicht zu verfehlen, liegt deshalb nahe, die Abfrage von Nachhaltigkeitszielen, -wünschen und etwaiger -präferenzen stets nachgelagert zu den bisherigen Beratungsinhalten vorzunehmen, zumal ein entsprechendes Vorgehen für Versicherungsanlageprodukte explizit gefordert wird.⁸³

Eine oder mehrere niederschwellige Einstiegsfrage(n) könnte(n) sparten- und produktübergreifend als verhältnismäßig eingeordnet werden und der Ausgangspunkt der nachhaltigkeitsbezogenen Kundenanalyse sein.⁸⁴ Die Grenzen zwischen Auftragsklärung und Beratung verlaufen jedoch insgesamt fließend, wodurch eine trennscharfe Zuordnung der Fragestellung in die Phasen „Auftragsklärung“ oder „Bedarfsanalyse“ erschwert wird.

2.2.3 Bedarfsanalyse

2.2.3.1 Aufklärung und Information des Kunden

Versicherungsberatungsleistungen adressieren individuelle Kundenbedürfnisse, Informationswünsche und sollen im engeren Sinne zur Verschaffung eines Versicherungsvertrages oder zur Optimierung der bestehenden Verträge führen.⁸⁵ Im weiteren Sinne kann ebenso auf psycho-soziale Aspekte abgestellt werden, die Komplexität reduzieren.

Da das Themenfeld – insbesondere das Konzept der Nachhaltigkeitspräferenzabfrage – neu (und komplex) ist, besteht ein besonderer Aufklärungsbedarf gegenüber Kunden, um vor allem eine sachverständige Mitteilung etwaiger Nachhaltigkeitsziele und -präferenzen sicherzustellen. Versicherer und Versicherungsvermittler sind daher gefordert, Kunden in klarer, prägnanter, verständlicher und nicht

⁸¹ Vgl. §§ 6,61 VVG.

⁸² Vgl. für Versicherungsanlageprodukte EG 11 der IDD-Änderungs-VO.

⁸³ Vgl. EG 11 IDD-Änderungs-VO; EIOPA (Guidelines, 2022), S. 21, 27.

⁸⁴ Siehe Kapitel 3.5.

⁸⁵ Vgl. und siehe weiterführend Beenken, M. (Versicherungsvertrieb, 2022), S. 27 f.; Kroeber-Riel, W.; Gröppel-Klein, A. (2019): Konsumentenverhalten, 11. Auflage, München, S. 297.

irreführender Sprache über Nachhaltigkeitsaspekte zu informieren⁸⁶ – und die (Erst-)Aufklärung vor der Abfrage der Nachhaltigkeitspräferenzen vorzunehmen, wobei das Informationsangebot und die Granularität der Informationen auf Kundenwunsch erhöht werden können/sollen.⁸⁷ Technische Terminologie oder die Einführung von Definitionen dabei soweit es geht vermieden werden.⁸⁸ Auch die Aufklärung ist letztlich als Teil der Kundenprofilbildung zu verstehen.⁸⁹

Je nach Beratungsanlass, Vorkenntnissen und individuellen Eigenschaften des Kunden entsteht somit auch im Themenfeld Nachhaltigkeit unterschiedlich ausgeprägter Aufklärungsbedarf, dem adäquat zu begegnen ist: Die Erstaufklärung muss in einem vertretbaren Verhältnis zu vorherigen Beratungsinhalten stehen, um das Beratungsgespräch ausgewogen zu gestalten – und den Kern der Versicherungsberatung nicht zu entfremden. Dabei ist zu bedenken, dass das Themenfeld in erhöhtem Ausmaß durch die mediale Aufmerksamkeit, menschlich-soziale Wertvorstellungen und politischen Diskurs geprägt wird. Hieraus leitet sich die Notwendigkeit und Herausforderung ab, etwaigen sachlichen Unklarheiten des Kunden sensibel und eingängig zu begegnen, ohne jedoch beeinflussend zu wirken.

Zur (Erst-)Aufklärung des Kunden wäre es bspw. denkbar, zunächst eine begriffliche Einordnung von Nachhaltigkeit vorzunehmen, gefolgt von einer inhaltlichen Überleitung zu den verständlich aufbereiteten SDGs, dem Pariser Klimaschutzabkommen, dem European Green Deal sowie dem ESG-Akronym. Eine solche Herleitung sollte die Grundvoraussetzung für eine sachliche Diskussion legen. Hierauf aufbauend könnte dem Kunden erläutert werden, wie Nachhaltigkeitsfaktoren durch die Versicherungswirtschaft adressiert werden (Investor/Risikoträger/Betrieb). In diesem Zusammenhang sollte dem Kunden ggf. auch erläutert werden, dass die zur Umsetzung von Nachhaltigkeitsbemühungen notwendige Transparenz durch europäische Gesetze sukzessive ermöglicht und verpflichtend wird, jedoch mit praktischen Herausforderungen verbunden ist, insbesondere der notwendigen Datenaggregation.⁹⁰ Das hierdurch entstehende Grundlagenwissen fördert realitätsnahe Erwartungen des Kunden und antizipiert unlauteren Wettbewerb durch eine verbesserte Vorbildung desselben. Diskutabel ist jedoch, ob hierdurch bereits eine Beeinflussung im Sinne des Interessenkonflikts vorliegen könnte. Davon wird an dieser Stelle indes nicht ausgegangen, denn Beratungsleistungen basieren wesensnotwendig auf der Erklärung von Sachverhalten und dem Austausch bzw. Aufbau von Wissen. Maßgeblich ist die gebotene Neutralität der Wissensvermittlung.

Im Ergebnis der Erstaufklärung sollte dem Kunden jedenfalls ein Verständnis dafür entstehen, dass seine Produktauswahl Nachhaltigkeitszielen, -wünschen resp. -präferenzen nachkommen kann, die

⁸⁶ Vgl. EIOPA (Guidelines, 2022), S. 8.

⁸⁷ Vgl. ebenda S. 14.

⁸⁸ Vgl. ebenda, S. 14.

⁸⁹ Vgl. ebenda, S. 14.

⁹⁰ Siehe auch Kapitel 3.1.3.

Transformation der Wirtschaft und das Angebot nachhaltiger Versicherungsprodukte jedoch erst begonnen haben und sich der Markt für Versicherungsschutz noch entwickeln wird. Ebenso sollte der Kunde verstehen, dass Nachhaltigkeitsmerkmale von Versicherungsanlageprodukten momentan aufgrund der ausschließlich Kapitalanlage-bezogenen Merkmale strukturierter berücksichtigt werden können als etwaige Nachhaltigkeitsmerkmale sonstiger Versicherungsprodukte.

Ferner sollte dem Kunden deutlich werden, dass es bislang keine (produktseitigen) Marktstandards gibt und die Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsfaktoren respektive -merkmalen bei Versicherungsprodukten, insbesondere sonstigen Versicherungsprodukten, bis auf Weiteres Einzelfallprüfungen erfordern – zumal, wenn spezielle Nachhaltigkeitsaspekte bei der Produktauswahl berücksichtigt werden sollen.

Abschließend könnte im Rahmen der (Erst-)Aufklärung und Information des Kunden ein Hinweis notwendig sein, falls das zum Zeitpunkt der Beratung verfügbare Produktangebot des Versicherungsvermittlers keine Nachhaltigkeitsmerkmale berücksichtigt oder entsprechende Produkte nicht als nachhaltig beworben werden (dürfen), inklusive einer erklärenden Begründung, ggf. mit Verweis auf den Umgang mit Nachhaltigkeitsrisiken im Beratungsprozess.⁹¹ Schließlich ist dabei auch das am Markt insgesamt verfügbare Produktangebot zu würdigen.⁹²

2.2.3.2 Identifikation von Nachhaltigkeitszielen und -wünschen des Kunden

Zur Bestimmung etwaiger Nachhaltigkeitsziele und -wünsche des Kunden ist diskutabel, welche Informationen hinsichtlich Inhalts und Detaillierungsgrads notwendig und sinnvoll sind, zumal keine gesetzlichen Vorgaben (zu Dokumentationszwecken) existieren.

Der niedrigste Detaillierungsgrad der zu erfragenden Informationen sollte vermutlich abbilden, ob ein Kunde eine oder mehrere oder keine der ESG-Dimensionen fördern möchte, wobei die „G“-Dimension nachrangig zu behandeln ist und als Grundvoraussetzung gelten sollte. Eine tiefergehende Detaillierung kann, je nach Vorkenntnissen und Interessen des Kunden, auf konkrete Nachhaltigkeitsziele, die unter die „E“- oder „S“-Dimension subsummiert werden, referenzieren und schließlich dokumentiert werden.

Das Mindestmaß der in Erfahrung zu bringenden Informationen korrespondiert sachlogisch mit der Zielmarktdefinition der Produkte. Unter der Maßgabe, nicht generisch zu formulieren,⁹³ liegt im Umkehrschluss nahe, die produktgeberseitige Zielmarktdefinition mit Hilfe der SDGs, wenigstens jedoch der ESG-Dimensionen, vorzunehmen.

Jedenfalls muss das Informationsangebot im Beratungsgespräch die Anforderungen an die Lenkungs-vorgaben und Offenlegungspflichten des Vertriebs erfüllen. Hierdurch werden die Leitplanken für den

⁹¹ Vgl. Art. 5 Abs. 1, Art. 6 Abs. 2 i.V.m. Art. 1 Nr. 5 IDD-Änderungs-VO.

⁹² Vgl. § 60 Abs. 1 Satz 2, Abs. 2 VVG.

⁹³ Vgl. EG 6 IDD-Änderungs-VO.

Beratungsprozess vorgegeben, auch hinsichtlich der notwendigen Informationen zur Identifikation der Nachhaltigkeitsziele und -wünsche des Kunden. Insgesamt sollte der Grundsatz der Verhältnismäßigkeit gewahrt bleiben.

In praktischer Auslegung wäre daher zunächst die Beantwortung einer Entscheidungsfrage denkbar,⁹⁴ verbunden mit einem Dokumentationsvermerk, welche Aufklärungsarbeit auf welchem Informationsniveau geleistet wurde. Fortfolgend könnte eruiert und dokumentiert werden, ob der Kunde thematische Schwerpunkte von Nachhaltigkeit („E“, „S“, „G“) verfolgt oder nicht. Je nach kundenseitiger Ausprägung, Beratungsanlass und Produktkomplexität schließen ggf. Folgefragen an, die ebenso auf einzelne SDGs verweisen könnten.⁹⁵

2.2.4 Identifikation und Bestimmung der kundenseitigen Nachhaltigkeitspräferenzen

2.2.4.1 Vorbemerkung

Eine wesentliche Grundannahme und wichtige Erkenntnis für die Praxis besteht darin, dass die Nachhaltigkeitspräferenz des Kunden maßgeblich ist, um den „Nachhaltigkeitsgrad“ eines Produktes zu bestimmen – und eine entsprechende Empfehlung auszusprechen –,⁹⁶ nicht jedoch die am Markt zu beobachtende „Kategorisierung“ nach Inhalten der Offenlegungsverordnung („Artikel X-Produkt“).⁹⁷ Anders formuliert bestimmt die inhaltliche Ausprägung der Nachhaltigkeitspräferenz die Anforderungen an das Produktuniversum, wohingegen die Offenlegungsverordnung die Produktgeber lediglich zur notwendigen Transparenz verpflichtet, wenn Nachhaltigkeitsmerkmale adressiert und/oder beworben werden. „Wie nachhaltig“ ein Produkt im Sinne einer objektiven Bewertung ist, wird indessen nicht aus der Offenlegungsverordnung ersichtlich, zumindest nicht ohne tiefere inhaltliche Analyse und Durchschau der Investments.

Die Identifikation und Bestimmung der Nachhaltigkeitspräferenzen des Kunden stellt somit den Kern der Diskussion und der Implementierung von Nachhaltigkeit im Versicherungsvertrieb dar, wobei keine verbindliche prozessuale Vorgabe zu deren Identifikation existiert. In Verbindung mit den Leitlinien-Entwürfen von EIOPA und ESMA wird jedoch ersichtlich, dass ein mehrstufiger Frageprozess notwendig ist.⁹⁸ Seine Ausgestaltung ist Gegenstand der fortfolgenden Ausführungen.

2.2.4.2 Einordnung in die Geeignetheitsprüfung

Die Abfrage der Nachhaltigkeitspräferenzen soll nach der bisherigen Geeignetheitsprüfung erfolgen und ist als ergänzender Bestandteil derselben zu betrachten.⁹⁹ Hierdurch ergibt sich ein zweistufiges

⁹⁴ EIOPA (Guidelines, 2022), S. 15.

⁹⁵ Siehe Kapitel 3.5.

⁹⁶ Vgl. EG 12 IDD-Änderungs-VO.

⁹⁷ Vgl. EIOPA (Guidelines, 2022), S. 8.

⁹⁸ So auch EIOPA (Guidelines, 2022), S. 16.

⁹⁹ Vgl. EG 11 IDD-Änderungs-VO; EIOPA (Guidelines, 2022), S. 15, 29.

Verfahren, das jedoch gesamthaft die Geeignetheit/Angemessenheit des Produktes attestiert (Abb. 3).¹⁰⁰ Der Berater trifft insofern eine Vorauswahl, die weiterführend hinsichtlich der Nachhaltigkeitspräferenz des Kunden analysiert wird, es erfolgt jedoch keine zweistufige Produktauswahl. Das heißt, die Fragen zur Nachhaltigkeit werden nach den bisherigen Fragen gestellt; aus der Gesamtheit der Antworten wird die Produktauswahl generiert. Der Kunde wird demnach nicht mit einer zweistufigen Prüfung konfrontiert.

Figure 3 – Guideline 5: Two-step process to assess the suitability of an IBIP

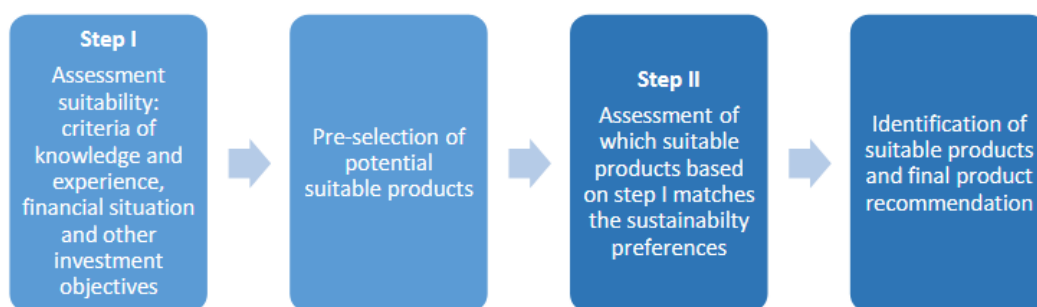


Abb. 3: Zweistufiger Prozess der Geeignetheitsprüfung¹⁰¹

2.2.4.3 Auslegung der Nachhaltigkeitspräferenz

Das Hauptziel der Nachhaltigkeitspräferenzabfrage und der Integration von Nachhaltigkeitsaspekten in den Beratungsprozess liegt – neben der Auswahl geeigneter Produkte – in der Vermeidung von Interessenkonflikten, Falschberatung und fälschlicher Produktpräsentation, also Greenwashing im weiteren Sinne. Auch sollen verzerrende Verkaufspraktiken vermieden werden.¹⁰² Der Kunde soll sachverständig zu Protokoll geben, ob und welche Nachhaltigkeitspräferenzen er bei der Produktempfehlung berücksichtigt wissen möchte (s.o.).

Hierzu sind wenigstens vier Entscheidungen abzufragen, die – in Summe – die Nachhaltigkeitspräferenz des Kunden konstituieren, nämlich (i) ob der Kunden nachhaltigkeitsbezogene Investments berücksichtigen möchte, (ii) welche thematischen Schwerpunkte bzw. Nachhaltigkeitsziele ggf. (besonders) relevant sind, (iii) welche „Nachhaltigkeits-Kategorien“¹⁰³ der Investments ggf. berücksichtigt werden sollen

¹⁰⁰ Vgl. EIOPA (Guidelines, 2022), S. 10, 13.

¹⁰¹ Ebenda, S. 27.

¹⁰² Vgl. EG 11, EIOPA (Guidelines, 2022), S. 6.

¹⁰³ Hiermit sind „ökologisch nachhaltige Investitionen“, „nachhaltige Investitionen“ und „Investitionen, die die wichtigsten nachteiligen Auswirkungen auf Nachhaltigkeitsfaktoren berücksichtigen“ gemeint. Zudem sind kombinatorische Variationen als quasi-vierte Kategorie zu interpretieren.

und (iv) welche Anteile der verschiedenen Kategorien am Gesamtportfolio ggf. gewünscht werden, zumal wenn Mischformen der Kategorien einschlägig sind.¹⁰⁴

Folglich sind im Umfeld der Nachhaltigkeitspräferenzabfrage sowohl die Qualität als auch die Quantität¹⁰⁵ der Anlageoptionen zu hinterfragen. Gleichzeitig ist zu beachten, dass die EU-Taxonomie bislang ausschließlich die Verfolgung von Umweltzielen ermöglicht, wohingegen nachhaltige Investitionen weit gefasst sind. Die Berücksichtigung der wichtigsten nachteiligen Auswirkungen auf Nachhaltigkeitsfaktoren ist schließlich am weitesten auszulegen.

Demnach entstehen zwei Investmentcluster, deren Spezifikation und Portfolio-Relevanz über den Mindestanteil determiniert werden. Die dritte Kategorie referenziert dahingegen auf die grundsätzliche Berücksichtigung der wichtigsten nachteiligen Auswirkungen auf Nachhaltigkeitsfaktoren (engl. „PAI’s“), wobei auch die ersten beiden Kategorien in gewisser Weise eine Berücksichtigung voraussetzen, um dem „DNSH-Grundsatz“ gerecht zu werden.¹⁰⁶ Die Berücksichtigung der wichtigsten nachteiligen Auswirkungen auf Nachhaltigkeitsfaktoren kann demnach als die qualitative Mindestanforderung nachhaltiger Finanzprodukte – und etwaiger Nachhaltigkeitspräferenzen des Kunden – verstanden werden, gefolgt von den restriktiveren Anforderungen der nachhaltigen Investition und den ökologisch nachhaltigen Investition (Abb. 3).¹⁰⁷

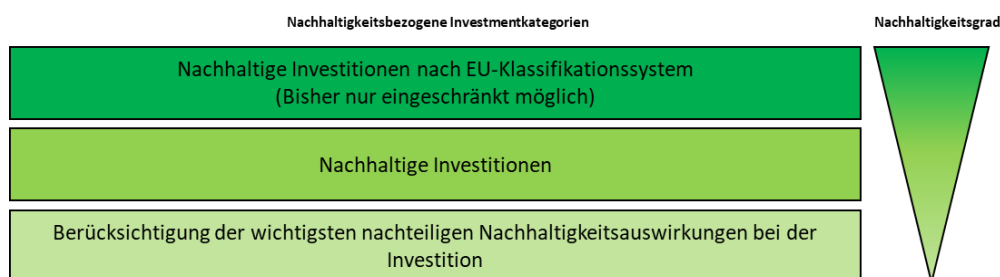


Abb. 4: Nachhaltigkeitsbezogene Investmentkategorien¹⁰⁸

Die im Sinne der wichtigsten nachteiligen Auswirkungen auf Nachhaltigkeitsfaktoren vorzunehmende Entscheidung betrifft letztlich die (künftige) Vermeidung nachteiliger Auswirkungen. Das Set der im Anwendungsfall einschlägigen Indikatoren ist jedoch unbestimmt; die qualitativen oder quantitativen Nachweiselemente sollen durch den Kunden spezifiziert werden.¹⁰⁹ Im Übrigen entstehen, wie bereits

¹⁰⁴ Vgl. ESMA (2022) (Hrsg.): Consultation Paper: Guidelines on certain aspects of the MiFID II suitability requirements, ESMA35-43-2998, Paris, S. 29; EIOPA (Guidelines, 2022), S. 8 ff.

¹⁰⁵ Vgl. ESMA (Guidelines, 2022), S. 28 f.; EIOPA (Guidelines, 2022), S. 14 ff.

¹⁰⁶ Vgl. Art. 2 Nr. 17 Offenlegungs-VO, Art. 3 i.V.m. Art. 17 Taxonomie-VO.

¹⁰⁷ Vgl. EIOPA (Guidelines, 2022), S. 14.

¹⁰⁸ Eigene Darstellung.

¹⁰⁹ Vgl. Art. 2 Nr. 1 IDD-Änderungs-VO.

angedeutet wurde, zwei Wirkungsrichtungen und – somit – mehrere Berücksichtigungsmöglichkeiten.¹¹⁰ Hieraus ergibt sich ein weiterer Anwendungsbereich der dritten Kategorie für die Auswahl passender Produkte, der in Wechselwirkung mit Nachhaltigkeitszielen und -wünschen des Kunden sowie dessen Spezifikation der Art und Weise der Berücksichtigung steht. In Frage kommen hier zum Beispiel das Verfolgen eines Best-in-Class-Ansatzes, die Ausübung von Stimmrechten bzw. Engagement-Strategien, aber auch die Anwendung von Ausschluss-Kriterien (vgl. Abb. 5), wobei eine inhaltliche Orientierung entlang der PAI-Kategorien empfohlen wird.^{111,112}

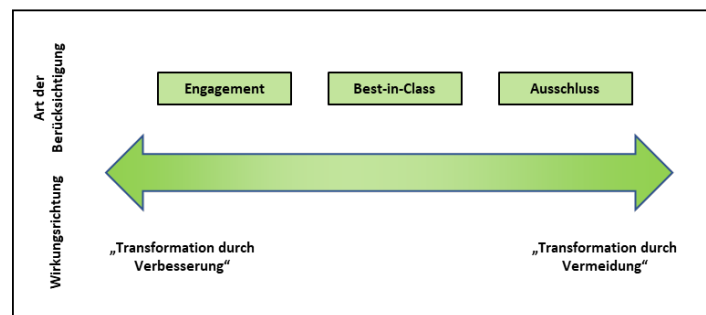


Abb. 5: Berücksichtigungsmöglichkeiten von PAI-Faktoren¹¹³

Hinsichtlich der Quantität im Kontext der Nachhaltigkeitspräferenz ist die Auslegung des Mindestanteils an ökologisch nachhaltigen oder nachhaltigen Investitionen diskutabel, und zwar aus Kundensicht sowie ebenso aus Sicht der produktbezogenen Eigenschaften. Denn Letztere könnten – in einer binär ausgeprägten Interpretation – festlegen, dass gewisse Vorgaben zu erfüllen sind, um ein Produkt als nachhaltig zulassen und bewerben zu dürfen. Damit entstünden unmittelbare Auswirkungen im Kontext der Produktempfehlungsmöglichkeiten des Vertriebs. Soweit bekannt, existieren Gedanken zu etwaigen Vorgaben jedoch bislang nur im Entwurfsstadium,¹¹⁴ wenngleich der nationale Regulator de facto darauf abstellt.¹¹⁵ Daher soll die produktbezogene Perspektive an dieser Stelle nicht weiter vertieft werden, zumal Produktzulassungen auch im europäischen Ausland erfolgen können.

¹¹⁰ Vgl. Kapitel 2.1.8.

¹¹¹ Vgl. EIOPA (Guidelines, 2022), S. 17; ESMA (Guidelines, 2022), S. 29.

¹¹² Zur Bedeutung von Engagement im Sinne des Investor-Impacts siehe auch Prüßner, E.; Hillmann, J.; Busch, T. (2022): Impact-Verständnis von Finanzprodukten nach Art. 9 SFDR, S. 54 ff., in: Absolute Research GmbH (Hrsg.): Absolute Report 02/2022, S. 53-57.

¹¹³ Eigene Darstellung.

¹¹⁴ Siehe hierzu BaFin (2021) (Hrsg.): BaFin-Konsultation 13/2021: Richtlinie für nachhaltige Investmentvermögen, online unter: https://www.bafin.de/SharedDocs/Downloads/DE/Konsultation/2021/dl_kon_13_21_WA4_Leitlinien_Investmentvermoegen.pdf?__blob=publicationFile&v=6.

¹¹⁵ Vgl. Branson, M. (2022): Die Stabilität des deutschen Finanzsystems – Statement zur Jahrespressekonferenz der BaFin am 3. Mai 2022, online unter: https://www.bafin.de/SharedDocs/Veroeffentlichungen/DE/Reden/re_220503_jahrespressekonferenz2022.html;jsessionid=EE99457A519632F4B2F1B595FD03F282.1_cid501?nn=7846960.

Hinsichtlich der Nachhaltigkeitspräferenzabfrage ist folglich – und ohne regulatorisch verpflichtende Untergrenze – zu eruieren, welchen Anteil (i) ökologisch nachhaltiger Investitionen oder (ii) nachhaltiger Investitionen der Kunde mindestens in seinem nachhaltigen Finanzprodukt berücksichtigt wissen möchte.

Wohingegen Taxonomie-konforme Investitionen bislang nur auf Umweltziele abstellen, sind nachhaltige Investitionen thematisch sowohl bezogen auf Umwelt- als auch soziale Ziele denkbar. Hierdurch ergeben sich Ausdifferenzierungsmöglichkeiten, nämlich die Unterscheidung von Mindestanteilen nachhaltiger Investitionen nach Umwelt- oder sozialen Zielen sowie eine Kombination zwischen beiden Nachhaltigkeits-Kategorien. Ebenfalls denkbar ist es, ökologisch nachhaltige Investitionen sukzessive ausdifferenzieren, sobald die Voraussetzungen der EU-Taxonomie geschaffen sind. Analog dazu sind Entwicklungsstufen einer „sozialen Taxonomie“ zu berücksichtigen.¹¹⁶ Fraglich bleibt an dieser Stelle also, auf welchem Detaillierungsniveau der Mindestanteil bestimmt werden kann bzw. durch den Kunden ausdifferenzierbar sein soll.

Im Sinne des bestmöglichen Interesses des Kunden sollte eine weitergehende Differenzierung ökologisch nachhaltiger oder nachhaltiger Investitionen vermutlich nur im Bedarfsfall erfolgen, sofern der Kunde es wünscht bzw. davon auszugehen ist, dass es im bestmöglichen Interesse des Kunden liegt. Ansonsten ist anzunehmen, dass die Frage nach einem Mindestanteil gemäß der gewünschten Nachhaltigkeits-Kategorie als ausreichend zu bewerten ist – und sich alle thematischen Investments entsprechend der jeweiligen Nachhaltigkeits-Kategorie qualifizieren.

Folglich ist über die Nachhaltigkeitspräferenzabfrage überwiegend festzulegen, welcher Investmentanteil ökologisch nachhaltiger Investitionen und/oder nachhaltiger Investitionen mindestens im Portfolio berücksichtigt werden soll, ohne verpflichtend eine tiefergehende inhaltliche Diskussion zu forcieren.

¹¹⁶ Siehe hierzu Platform on Sustainable Finance (2022) (Hrsg.): Final Report by Subgroup 4: Social Taxonomy, online unter: <https://www.vbw-bayern.de/Redaktion/Frei-zugaengliche-Medien/Abteilungen-GS/Sozialpolitik/2022/Downloads/280222-sustainable-finance-platform-finance-report-social-taxonomy.pdf>.

2.2.5 Vorschlag einer Abfragelogik

2.2.5.1 Vorbemerkung

Für die Versicherungsanlageberatung ist dem Kunden das Konzept der Nachhaltigkeitspräferenz verständlich zu machen. Das heißt, der Kunde muss einerseits die inhaltlichen Unterschiede der verschiedenen Elemente bzw. Kategorien der Nachhaltigkeitspräferenz verstehen und andererseits eine Abgrenzung zwischen Produkten, die Nachhaltigkeitsfaktoren adressieren, und solchen, die keine Nachhaltigkeitsfaktoren adressieren, vornehmen können.¹¹⁷ Im Ergebnis soll der Kunde die Auswahl einer der drei Kategorien der Nachhaltigkeitspräferenz bzw. eine Mischung sachverständig vornehmen können.¹¹⁸

Der Vorschlag einer Abfragelogik kann daher nicht losgelöst von etwaigen Aufklärungs- und Informationspflichten bzw. -möglichkeiten konzipiert werden. Vielmehr muss sich die Abfragelogik in den Beratungsprozess eingliedern: Die Anforderungen stellen sowohl auf die Befähigung zur Äußerung als auch die Erfassung der Nachhaltigkeitspräferenz des Kunden ab.

2.2.5.2 Abfrage der Nachhaltigkeitspräferenz

Die Abfrage der Nachhaltigkeitspräferenzen sollte eine Hinführung beinhalten, die der notwendigen (Erst-)Aufklärung entspricht. Denkbar ist jedoch auch, dass der Kunde darauf verzichten möchte, z. B. wenn eine im Grundsatz ablehnende Einstellung gegenüber dem Thema Nachhaltigkeit vorherrscht. Auch zu Dokumentationszwecken sollte die Abfragelogik daher mit einem Hinweis auf die erfolgte oder – auf Kundenwunsch nicht erfolgte – (Erst-)Aufklärung beginnen („F0“).

Im engeren Sinne startet die Nachhaltigkeitspräferenzabfrage sodann mit der kundenseitigen Information darüber, ob Nachhaltigkeitsaspekte in der Versicherungsberatung berücksichtigt werden sollen. Eine entsprechende Entscheidungsfrage kann produktübergreifend formuliert werden, zum Beispiel:

- F1: „Möchten Sie Nachhaltigkeitsaspekte bei Ihrer Produktauswahl berücksichtigen?“

Wird die Frage verneint, endet die Abfrage der Nachhaltigkeitspräferenzen. Wird die Frage bejaht bzw. nicht explizit verneint, schließen sich Folgefragen an:

Im Ergebnis der (Erst-)Aufklärung sollte der Kunde in der Lage sein, eine Auskunft darüber zu geben, ob er thematische Schwerpunkte im Sinne der Förderung von Umwelt- oder sozialen Zielen setzen möchte, oder nicht;¹¹⁹ die Folgefrage könnte zum Beispiel wie folgt formuliert sein:

¹¹⁷ Vgl. EIOPA (Guidelines, 2022), S. 14.

¹¹⁸ Vgl. ebenda, S. 15.

¹¹⁹ Vgl. ESMA (Guidelines, 2022), S. 29. EIOPA (Guidelines, 2022), S. 16.

- *F2: „Möchten Sie einen Beitrag zu Umwelt- oder sozialen Zielen priorisieren oder keine Schwerpunkte setzen?“*

Die Antwortmöglichkeiten lauteten dann bspw. (i) „Schwerpunktwunsch auf einen Beitrag zu Umweltzielen“, (ii) „Schwerpunktwunsch auf einen Beitrag zu sozialen Zielen“ sowie (iii) „Kein Schwerpunktwunsch“. Diskutabel ist, ob eine granulare Benennung von Schwerpunkten im Sinne einzelner SDGs möglich sein sollte, um spezifischen Kundenwünschen nachzukommen. Eine weitere Antwortmöglichkeit könnte demnach (iv) die „Auswahl einzelner SDGs“ umfassen, zu denen explizit ein Beitrag geleistet werden soll.

Die Frage nach der gewünschten Qualität bzw. Intensität von Nachhaltigkeitsaspekten sollte unmittelbar im Anschluss erfolgen und auf die Kategorien der Nachhaltigkeitspräferenz abstellen, bspw. wie folgt:

- *F3: „Finanzprodukte können Nachhaltigkeitsziele in unterschiedlicher Wirkungsstärke berücksichtigen; im Speziellen existieren explizite Standards der Europäischen Union: Mit welcher Intensität möchten Sie Ihre Nachhaltigkeitsziele verfolgen?“*

Dementsprechend wären die Antwortmöglichkeiten (i) „Ich möchte einen wesentlichen Beitrag zur Erreichung der Ziele gem. EU-Klassifikationssystem leisten“, (ii) „Ich möchte einen Beitrag zur Erreichung der Ziele leisten, der nicht dem EU-Klassifikationssystem entsprechen muss“, (iii) „Ich möchte, dass die wichtigsten nachteiligen Auswirkungen auf Nachhaltigkeitsziele berücksichtigt werden“, um auf die Kategorien der Nachhaltigkeitspräferenz zu referenzieren.

Die Beantwortung dieser Frage ist jedoch herausfordernd, da Kombinationsmöglichkeiten entstehen, zumal ein wesentlicher Beitrag bislang nur im Kontext der Erreichung von (zwei) Umweltzielen möglich ist. Insofern differenzieren sich die Antwortmöglichkeiten aus und wird die Frage vermutlich nur im Dialog sinnvoll beantwortet werden können.¹²⁰ Auch hier liegen Ansatzpunkte potenzieller Interessenkonflikte begründet, die hohe Anforderungen an den Berater stellen.

Sofern die Qualität der Investmentspezifikationen geklärt ist und der Kunde einen (wesentlichen) Beitrag zu Nachhaltigkeitszielen leisten möchte, stellt sich die Frage nach dem jeweiligen Mindestanteil am Gesamtportfolio. Er kann zum Beispiel als frei wählbarer Prozentsatz oder in Form von Intervallen oder auch in Form ordinal skalierten Größen abgefragt werden, wobei eine neutrale Logik in adäquater

¹²⁰ Denkbar ist, dass ein Kunde zum Beispiel ökologische nachhaltige Ziele und soziale Ziele im Sinne der nachhaltigen Investitionen verfolgen möchte. Möglicherweise sollen auch nur soziale Ziele verfolgt werden, aber gleichzeitig die wichtigsten nachteiligen Auswirkungen um Umweltziele berücksichtigt werden.

Granularität geboten ist.¹²¹ Geschlossene Intervalle werden jedoch nicht favorisiert, da sie eine Obergrenze implizieren können.

Je nach vorlaufender Antwort ergeben sich somit auch an dieser Stelle divergierende Frage- und Antwortoptionen, wobei im Beratungsalltag lediglich die notwendigen Fragen zu stellen sind, wie folgt:

- F4 a: „Wie hoch soll der Portfolio-Anteil der Investitionen, die einen wesentlichen Beitrag zu Nachhaltigkeitszielen gem. EU-Klassifikationssystem leisten, mindestens sein?“
- F4 b: „Wie hoch soll der Portfolio-Anteil der Investitionen, die einen Beitrag zu Nachhaltigkeitszielen leisten, mindestens sein?“

Zur Beantwortung der Frage sollte das bestmögliche Interesse des Kunden nicht nur durch unterstützende Beratungsleistungen verfolgt werden, sondern sich auch in komplexitätsreduzierenden Antwortmöglichkeiten widerspiegeln. Das heißt, die Antwortmöglichkeiten sollten einerseits den Realitätsbezug berücksichtigen, um dem Kunden eine marktorientierte Entscheidungshilfe anzubieten. Andererseits sollten verhaltenswissenschaftliche Aspekte der Entscheidungsarchitektur bei der Gestaltung bedacht werden.¹²² Konkret ist es daher ratsam, dem Kunden standardisierte Auswahloptionen vorzugeben,¹²³ die hinreichend granular sind¹²⁴ und den tatsächlichen Marktverhältnissen entsprechen, verbunden mit einer – ggf. erneuten – Aufklärung zu den Herausforderungen des Angebots nachhaltiger Investments.¹²⁵

Denkbar ist zum Beispiel eine fünfstufige Skala mit den Auswahlpunkten (i) „Mindestens 5%“, (ii) „Mindestens 10%“, (iii) „Mindestens 25%“, (iv) „Mindestens 50%“ und (v) „Mehr als 60%“, wobei sich die Skala mit der Marktreife über die Zeit verändern muss.¹²⁶ Ihre Ausprägung steht letztlich in Wechselwirkung zur Umsetzung der Offenlegungspflichten und Reporting-Möglichkeiten.

Falls der Kunde sich für die Kategorie „Berücksichtigung der wichtigsten nachteiligen Auswirkungen auf Nachhaltigkeitsfaktoren“ entscheidet, sind sowohl die relevanten Nachhaltigkeitsfaktoren als auch die vom Kunden gewünschten qualitativen und quantitativen Elemente zu erfragen, wobei die Nutzung der

¹²¹ Vgl. ESMA (Guidelines, 2022), S. 29.

¹²² Siehe hierzu bspw. Sunstein, C. R. (2014): *Why Nudge? The Politics of Libertarian Paternalism*, New Haven.

¹²³ Vgl. EIOPA (Guidelines, 2022), S. 8 f.

¹²⁴ Vgl. ebenda, S. 17.

¹²⁵ EIOPA schlägt vor, eine differenzierte Betrachtung des Portfolios – mit und ohne Einbezug von Staatsanleihen zur Bestimmung des Mindestanteils ökologisch nachhaltiger Investments – vorzunehmen und so zwei unterschiedliche Einordnungen zu bewirken. Vgl. EIOPA (Guidelines, 2022), S. 16.

¹²⁶ Zu einer Anteilschätzung nachhaltiger Produkte nach Maßgabe des MSCI ACWI IMI siehe FIL Fondsbank GmbH (Hrsg.) (2022): *Integration von Nachhaltigkeit in der Beratung – Ein Wegweiser für die Anforderungen in der Fondsberatung*, Frankfurt am Main, S. 10.

übergeordneten Kategorien gemäß dem/n technischen Regulierungsstandard/s zur Offenlegungsverordnung empfohlen wird, nicht jedoch das Adressieren jedes einzelnen Indikators bzw. Faktors.¹²⁷

Wenngleich eine Priorisierung bereits aus den vorherigen Fragen abgeleitet werden können sollte, kann die korrespondierende Frage wie folgt formuliert werden und als Antwortmöglichkeiten die Mehrfachselektion von PAI-Kategorien – oder, wenn gewünscht, einzelner PAI-Faktoren – umfassen:

- *F4 c: „Für welche Nachhaltigkeitsziele möchten Sie die wichtigsten nachteiligen Auswirkungen berücksichtigen?“*

Eine letzte Frage ist schließlich in Bezug auf die Art und Weise der gewünschten Berücksichtigung zu stellen:

- *F5: „Wie möchten Sie die wichtigsten nachteiligen Auswirkungen auf Nachhaltigkeitsziele berücksichtigen?“¹²⁸*

In Anlehnung an die Leitlinien von EIOPA und ESMA könnten (i) ein Best-in-Class-Ansatz, (ii) die Ausübung von Stimmrechten bzw. Engagement-Strategien, aber auch (iii) die Anwendung von Ausschlusskriterien gewählt werden.¹²⁹

Damit einher ginge eine Qualifikation derjenigen Investments, die entweder die besten Werte der einschlägigen PAIs bzw. PAI-Kategorien auf- bzw. nachweisen, also am wenigsten nachteilige Auswirkungen auf Nachhaltigkeitsfaktoren berichten, oder in Relation zur aktuellen Ausprägung künftig eine Verbesserung der PAI- bzw. PAI-Kategorie-Werte nachweisen. Analog müssten ggf. solche Investments ausgeschlossen werden, die entweder nachteilige Auswirkungen in den einschlägigen PAI-Kategorien oder -indikatoren berichten oder eine vom Kunden zu definierende Wesentlichkeitsgrenze überschreiten.

Wohingegen die qualitative Entscheidung darüber, ob der Kunde Unternehmen, die sich in der Transformation befinden, fördern möchte, eingängig erscheint, sind Entscheidungen zu quantitativen Merkmalen zur Berücksichtigung von PAIs als komplex – und praxisfern – einzustufen. Fraglich ist daher, ob der Kunde in der Lage ist und/oder ob ihm zugemutet werden kann, differenzierte quantitative Angaben zu formulieren. Hiervon wird überwiegend nicht ausgegangen. Stattdessen erscheint es sinnvoll, dem Kunden bei der Wahl eines Best-in-Class-Ansatzes dessen Funktionsweise in verständlicher Sprache zu erklären, bei der Wahl von Engagement-Strategien auf das verfolgte Ziel, die dafür nutzbaren bzw.

¹²⁷ Vgl. ESMA (Guidelines, 2022), S. 29.

¹²⁸ Zur Reduktion von Komplexität (für den Kunden) wird der Begriff „Nachhaltigkeitsziel“ durchgehend verwendet. Dies erscheint legitim, da Nachhaltigkeitsfaktoren und -ziele wechselseitig voneinander abhängig sind und keine inhaltlichen Konflikte entstehen.

¹²⁹ Vgl. EIOPA (Guidelines, 2022), S. 17; ESMA (Guidelines, 2022), S. 29.

formulierten Mittel wie z.B. Stimmrechtsausübung sowie auf die laufende Berichterstattung zu verweisen. Bzgl. der Ausschluss-Kriterien sollte auf eine binäre Entscheidung plädiert werden: Titel, die nachteilige Auswirkungen entsprechend der relevanten Kategorien oder PAI-Indikatoren berichten, werden aus dem Produktuniversum ausgeschlossen.

Die durch den Kunden festzulegende Art und Weise der Berichterstattung bzw. des Nachweises sollte schließlich im Zusammenhang mit den produktseitigen Angeboten betrachtet werden, um ein pragmatisches Vorgehen zu fördern. Das heißt, dem Kunden sollte im Umfeld der Frage nach der Art und Weise der Berücksichtigung erläutert werden, wie vorgenannte Möglichkeiten in der Praxis typischerweise nachgewiesen werden. Hieraus leitet sich die implizite Zustimmung des Kunden zu einem entsprechenden Nachweisvorschlag ab.

Unberührt der Nachhaltigkeitspräferenzabfrage könnten schließlich weitere in der Praxis entwickelte Standards und/oder Ausschluss-Fragen angeschlossen werden, die jedoch im engeren Sinne nicht verpflichtend sind.

Zusammenfassend kann daher folgendes Frageschema abgeleitet werden:

Vorschlag einer Abfragelogik der Nachhaltigkeitspräferenz

Fragen und Antwortmöglichkeiten	Informations- und Aufklärungshinweise			
<p>F0: Haben Sie sich bereits mit dem Thema Nachhaltigkeit beschäftigt?</p> <p style="text-align: center;"> <input type="button" value="Ja"/> <input type="button" value="Nein"/> </p>	<p>(Erst-)Aufklärung mit Hilfe</p> <ul style="list-style-type: none"> - Begrifflicher Hintergründe - SDGs - Pariser Klimaschutzabkommen - EU Green Deal - ESG-Akronym - Relevanz und Wirkungsoptionen der Versicherungswirtschaft 			
<p>F1: Möchten Sie Nachhaltigkeitsaspekte bei Ihrer Produktauswahl berücksichtigen?</p> <p style="text-align: center;"> <input type="button" value="Ja"/> <input type="button" value="Nein"/> </p>				
<p>F2: Möchten Sie einen Beitrag zu Umwelt- oder sozialen Zielen priorisieren oder keine Schwerpunkte setzen?</p> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>Schwerpunkt „E“</td> <td>Schwerpunkt „S“</td> <td>Schwerpunkt „SDGs“</td> <td>Kein Schwerpunkt</td> </tr> </table>		Schwerpunkt „E“	Schwerpunkt „S“	Schwerpunkt „SDGs“
Schwerpunkt „E“	Schwerpunkt „S“	Schwerpunkt „SDGs“	Kein Schwerpunkt	
<p>F3: Mit welcher Intensität möchten Sie Nachhaltigkeitsziele verfolgen?</p> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>Wesentlicher Beitrag gem. EU-Klassifikationssystem</td> <td>Beitrag zur Erreichung von Nachhaltigkeitszielen</td> <td>Berücksichtigung von PAIs</td> </tr> </table>	Wesentlicher Beitrag gem. EU-Klassifikationssystem	Beitrag zur Erreichung von Nachhaltigkeitszielen	Berücksichtigung von PAIs	<p>Erklärung der Nachhaltigkeitsgrade, insb.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kurze Ausführungen zur EU Taxonomie - Unterschiede zwischen Nachhaltigkeits-Kategorien - Berücksichtigungsmöglichkeiten von PAIs
Wesentlicher Beitrag gem. EU-Klassifikationssystem	Beitrag zur Erreichung von Nachhaltigkeitszielen	Berücksichtigung von PAIs		
<p>F4 a: Wie hoch soll der Portfolio-Anteil der Investitionen, die einen wesentlichen Beitrag zu Nachhaltigkeitszielen gem. EU-Klassifikationssystem leisten, mindestens sein?</p>				
<p>F4 b: Wie hoch soll der Portfolio-Anteil der Investitionen, die einen Beitrag zu Nachhaltigkeitszielen leisten, mindestens sein?</p> <p style="text-align: center;"> <input type="button" value="Vorgegebene Auswahlmöglichkeiten auf einer Skala"/> </p>				
<p>F4 c: Für welche Nachhaltigkeitsziele möchten Sie die wichtigsten nachteiligen Auswirkungen berücksichtigen?</p> <p style="text-align: center;"> <input type="button" value="Auswahl gem. PAI-Kategorien"/> </p>	<p>Erklärung der Berücksichtigungsmöglichkeiten, inklusive der damit verbundenen Ergebnismachweise.</p>			
<p>F5: Wie möchten Sie die wichtigsten nachteiligen Auswirkungen auf Nachhaltigkeitsziele berücksichtigen?</p> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>Best-in-Class-Ansatz</td> <td>Engagement-Strategie</td> <td>Ausschluss</td> </tr> </table>		Best-in-Class-Ansatz	Engagement-Strategie	Ausschluss
Best-in-Class-Ansatz	Engagement-Strategie	Ausschluss		

Ggf. Anschluss weiterer Investmentstandards, -prinzipien oder Ausschluss-Kriterien.

Abb. 6: Vorschlag einer Abfragelogik der Nachhaltigkeitspräferenz¹³⁰

¹³⁰ Eigene Darstellung. Ein sehr ähnliches Vorgehen wird in einem aktuellen Normvorschlag verfolgt. Vgl. Deutsches Institut für Normung e. V. (2022): DIN 77230/A2:2022-06 – Entwurf, online unter: <https://dx.doi.org/10.31030/3354567>.

2.2.5.3 Abfrage von Nachhaltigkeitszielen und -wünschen

Für die Beratung sonstiger Versicherungsprodukte existiert keine Vorgabe zu Nachhaltigkeitspräferenzen oder deren Bestandteilen. Hinzu bieten unterschiedliche Versicherungsarten verschiedene Ansatzpunkte zur Förderung von Nachhaltigkeitsfaktoren. Eine spartenübergreifende Abfragelogik wird insofern – und Stand heute – nur auf hohem Aggregationsniveau standardisiert sein können; die Art und Weise sowie der Inhalt der Beratung werden sich im Einzelfall ergeben (müssen).

Dennoch können die notwendige (Erst-)Aufklärung und die Grundsatzfrage zur Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten zweifelsfrei auch auf die Beratung sonstiger Versicherungsprodukte übertragen werden. Ebenso ist eine thematische Schwerpunktsetzung als unkritisch zu bewerten. Das heißt, hinsichtlich der (Erst-)Aufklärung („F0“) und Fragen „F1“ sowie „F2“ kann der Beratungsprozess sparten- und produktübergreifend einheitlich erfolgen.

Sofern etwaige Nachhaltigkeitsziele und -wünsche des Kunden identifiziert sind, kann mit Bezug auf die verfügbaren Produktinformationen – analog zur Geeignetheitsprüfung – eine zweite Sphäre der Marktuntersuchung geschaffen werden: Konkret sollten der Markt bzw. das verfügbare Produktangebot nach geeigneten Produkten untersucht werden („Phase 1“), die zudem Nachhaltigkeitsfaktoren adressieren, die mit den etwaigen Nachhaltigkeitszielen und -wünschen des Kunden einvernehmlich sind („Phase 2“), bspw. CO₂-Kompensationsmechanismen oder die Incentivierung nachhaltigen Verhaltens oder entsprechende Ansatzpunkte im Schaden-/Leistungsmanagement, inklusive Präventionsangeboten.¹³¹

In der Diskussion der in Betracht kommenden Produkte sollte dem Kunden schließlich und verständlich gemacht werden, welche Nachhaltigkeitsmerkmale ggf. vorhanden sind. Der transparente Umgang mit etwaigen Nachhaltigkeitszielen und -wünschen sowie etwaigen Nachhaltigkeitsmerkmalen der in Frage kommenden Versicherungsprodukte sollte insgesamt als maßgeblich erachtet werden, auch zu Dokumentationszwecken.

Zusammenfassend kann folgender Fragenbaum abgeleitet werden:

¹³¹ Siehe hierzu bspw. Anhang 2 der Delegierten Verordnung 2021/2139 („Technische Bewertungskriterien der Taxonomie“).

Vorschlag einer Abfragelogik der Nachhaltigkeitsziele und-wünsche

Fragen und Antwortmöglichkeiten

F0: Haben Sie sich bereits mit dem Thema Nachhaltigkeit beschäftigt?

 Ja

 Nein

F1: Möchten Sie Nachhaltigkeitsaspekte bei Ihrer Produktauswahl berücksichtigen?

 Ja

 Nein

F2: Möchten Sie einen Beitrag zu Umwelt- oder sozialen Zielen priorisieren oder keine Schwerpunkte setzen?

Schwerpunkt „E“	Schwerpunkt „S“	Schwerpunkt „SDGs“	Kein Schwerpunkt
-----------------	-----------------	--------------------	------------------

Informations- und Aufklärungshinweise

- (Erst-)Aufklärung mit Hilfe
- Begrifflicher Hintergründe
 - SDGs
 - Pariser Klimaschutzabkommen
 - EU Green Deal
 - ESG-Akronym
 - Relevanz und Wirkungsoptionen der Versicherungswirtschaft

Anschlussbetrachtung konkreter Nachhaltigkeitsmerkmale einzelner Produkte

Abb. 7: Vorschlag einer Abfragelogik von Nachhaltigkeitszielen und -wünschen¹³²

2.2.6 Marktuntersuchung und Empfehlung

2.2.6.1 Vorbemerkung

Wie dargestellt wurde, existiert in der Praxis keine Deckungsgleichheit zwischen dem Konstrukt der Nachhaltigkeitspräferenz und der vermeintlichen Produktkategorisierung nach Vorschriften der Offenlegungsverordnung.¹³³ Gleichwohl ist eine „Einstufung“ von Investments nach Vorschriften der Offenlegungsverordnung in Praxisprozesse übergegangen, insbesondere im Umfeld der Zulassung von Investmentprodukten. Die Herausforderung für die Produktempfehlung besteht somit darin, das Angebot nachhaltiger Versicherungsanlageprodukte in Einklang mit etwaig geäußerten und erfassten Nachhaltigkeitspräferenzen zu bringen, also entsprechende Informationen strukturiert abzugleichen.¹³⁴

Vor allem für Nicht-Lebensversicherungsprodukte ist zu hinterfragen, anhand welcher Nachhaltigkeitsmerkmale eine Qualifizierung für Kunden, die Nachhaltigkeitsziele und -wünsche geäußert haben, untersucht / nachgewiesen werden kann.

Schließlich muss die Produktempfehlung – auch im Sinne der Dokumentation – stringent und nachvollziehbar erfolgen, weshalb eine systematische Vorgehensweise wünschenswert ist.

¹³² Eigene Darstellung.

¹³³ Vgl. EIOPA (Guidelines, 2022), S. 8

¹³⁴ Vgl. ebenda, S. 31.

2.2.6.2 Vorvertragliche Informationen als Screening-Kriterien

Wenngleich die Zuordnung von „Artikel 8-“ oder „Artikel 9-Produkten“ zu Nachhaltigkeitspräferenzen des Kunden nicht möglich ist, sind die nach den entsprechenden Rechtsvorschriften zu berichtenden Informationen als wesensnotwendige Screening-Kriterien der Marktrecherche einzustufen. Denn vorvertragliche und laufenden Berichtspflichten bilden – gemeinsam – den produktbezogenen Rahmen zur Beurteilung von Nachhaltigkeitsmerkmalen, wobei insbesondere die vorvertraglichen Informationen als Entscheidungsgrundlage im Beratungsprozess heranzuziehen sind: So verpflichtet die Offenlegungsverordnung für den Fall, dass ökologische oder soziale Merkmale produktseitig beworben werden, Angaben dazu offenzulegen, wie die entsprechenden Merkmale erfüllt werden.¹³⁵ Darüber hinaus ist anzugeben, wie ein Beitrag zu einem Umwelt- oder sozialen Ziel geleistet werden soll, falls ein solches im Sinne der (ökologisch) nachhaltigen Investition angestrebt wird.¹³⁶ Schließlich muss in regelmäßigen Berichten Rechenschaft abgelegt werden, ob die beworbenen Nachhaltigkeitsmerkmale des Finanzprodukts erfüllt wurden bzw. wie dessen Gesamtnachhaltigkeitswirkung, bezogen auf angestrebte Ziele, zu bewerten ist.¹³⁷ Losgelöst davon ist verpflichtend offenzulegen, in welcher Art und Weise – und mit welcher voraussichtlichen Auswirkung – Nachhaltigkeitsrisiken in die Investitionsentscheidung einbezogen werden,¹³⁸ verbunden mit Informationen darüber, ob – und wenn ja, wie – die wichtigsten nachteiligen Auswirkungen auf Nachhaltigkeitsfaktoren in einem Finanzprodukt berücksichtigt werden.¹³⁹

Folglich besteht eine implizite Verbindung der Offenlegungsvorschriften mit etwaigen Kundenanforderungen, die jedoch keine inhaltliche Aussagekraft für die Produktempfehlung besitzt. Denn hierzu sind die verfügbaren Produktinformationen in Zusammenhang mit Nachhaltigkeitspräferenzen oder -zielen und -wünschen des Kunden zu bringen und der Einzelfallprüfung zu unterziehen: Die vorvertraglichen Produktinformationen müssen inhaltliche Aussagekraft zur qualitativen und quantitativen Ausprägung der Nachhaltigkeitsmerkmale des Versicherungsprodukts besitzen, um als Entscheidungsgrundlage und den Abgleich mit geäußerten Nachhaltigkeitspräferenzen, -wünschen bzw. -zielen nützlich zu sein¹⁴⁰ – und fortfolgend über die laufenden Berichtspflichten validiert werden.¹⁴¹ Schließlich ist auf eine adressatengerechte Aufbereitung der Nachhaltigkeitsindikatoren zu achten, sowohl für den Versicherungsvermittler als auch für den Kunden.¹⁴²

Am Markt beobachtbare „Artikel X“-Kategorisierungen sind demnach als notwendige, aber nicht hinreichende Bedingungen für die Produktempfehlung zu erachten: Wenn ein Kunde eine (ökologisch)

¹³⁵ Vgl. Art. 8 Offenlegungs-VO i.V.m. Art. 25, Art. 6 Taxonomie-VO.

¹³⁶ Vgl. Art. 9 Offenlegungs-VO i.V.m. Art. 5 Taxonomie-VO.

¹³⁷ Vgl. Art. 11 Offenlegungs-VO.

¹³⁸ Vgl. Art. 6 Offenlegungs-VO.

¹³⁹ Vgl. Art. 7 Offenlegungs-VO.

¹⁴⁰ So auch EIOPA (Guidelines, 2022), S. 31.

¹⁴¹ Vgl. Art. 11 Offenlegungs-VO.

¹⁴² Vgl. Art. 1 Nr. 4 IDD-Änderungs-VO; §62 VVG.

nachhaltige Investition wünscht, bedarf es Informationen zu den verfolgten Zielen des Finanzprodukts und deren (beabsichtigter) Umsetzung; wenn ein Kunde die wichtigsten nachteiligen Auswirkungen auf Nachhaltigkeitsfaktoren berücksichtigen möchte, bedarf es Informationen über die hiermit korrespondierenden Nachhaltigkeitsmerkmale des Produkts. Je granularer ein Kunde seine Nachhaltigkeitspräferenzen, -wünsche und -ziele artikuliert, desto präziser und höher werden schließlich die Anforderungen an die notwendigen vorvertraglichen Informationen, um eine eindeutige Empfehlung aussprechen und dokumentieren zu können. Dies gilt sachlogisch auch für sonstige Versicherungsprodukte, für die bisher keine unmittelbare Verpflichtung zur Transparenz bei der Bewerbung von Nachhaltigkeitsmerkmalen besteht: In diesem Fall bestimmen die im Produktfreigabeverfahren dokumentierten Zielmarktspezifika und Produktmerkmale unmittelbar über das Mindestmaß der vorvertraglich zu erbringenden Informationen für den Beratungsprozess. Denn aus Ihnen leiten sich die komplementären Anforderungen an die Kundenprofilbildung ab. Es besteht also – aufgrund der fehlenden regulatorischen Vorgaben – eine umgekehrte Kausalität im Vergleich zu Versicherungsanlageprodukten: Solange keine strukturierte Abfrage für Nicht-Lebensversicherungsprodukte vorgegeben wird, resultiert ein hohes Maß an Unsicherheit für den Beratungsprozess.

Insgesamt müssen die vorvertraglichen Informationen aller Versicherungsprodukte daher sehr genau **inhaltlich** geprüft werden, um die Geeignetheit für den Kunden feststellen und nachhalten zu können.

Im Zuge der Produktempfehlung ergeben sich weiterführend mehrere potenzielle Problemstellungen: Erstens können die kundenseitig formulierten Nachhaltigkeitsziele, -wünsche und -präferenzen weniger granular sein als die vorvertraglichen Informationen zu Nachhaltigkeitsmerkmalen des Produktangebots. Zweitens können Kunden auch geringes Interesse oder eine Indifferenz hinsichtlich Nachhaltigkeitsmerkmalen geäußert haben. Drittens werden die idealtypisch notwendigen Informationen, sowohl aufgrund der „etappenweise“ in Kraft tretenden Regulatorik, aber auch fehlender Operationalisierung am Markt, am 2. August voraussichtlich nicht verfügbar sein.¹⁴³ Viertens kann es (somit) vorkommen, dass kein geeignetes Produktangebot existiert, das den Kundenanforderungen genügt.

Für den ersten (und vierten) Fall sollen Finanzberater (nach kundenseitiger Anpassung der Nachhaltigkeitspräferenzen) eine Empfehlung unterbreiten können;¹⁴⁴ auch nicht-nachhaltigkeitsorientierten Kunden kann ein nachhaltiges Produkt empfohlen werden.¹⁴⁵ Daher wird der zweite Fall erst dann gesondert zu berücksichtigen sein, wenn ein Kunde das Desinteresse bzw. den expliziten Wunsch äußert, keine Nachhaltigkeitsmerkmale unterstützen zu möchten. Die dritte Problemstellung führt dazu, dass Marktrecherche und Produktempfehlung bis zum Januar 2023 mit dem bestmöglichen Informationsangebot

¹⁴³ Vgl. EIOPA (Guidelines, 2022), S. 5 f.

¹⁴⁴ Vgl. EIOPA (Guidelines, 2022), S. 22 mit Bezug auf Versicherungsanlageprodukte.

¹⁴⁵ Eine negative Zielmarktbestimmung soll bewusst nicht möglich sein. Vgl. Art. 1 Nr. 2 IDD-Änderungs-VO.

vorgenommen werden und danach auf die zunehmend verfügbaren Informationen Rücksicht nehmen müssen (Abb. 8).

Figure 2 – Guideline 4: SFDR disclosures to be used to assess whether an IBIP matches the customer's preferences

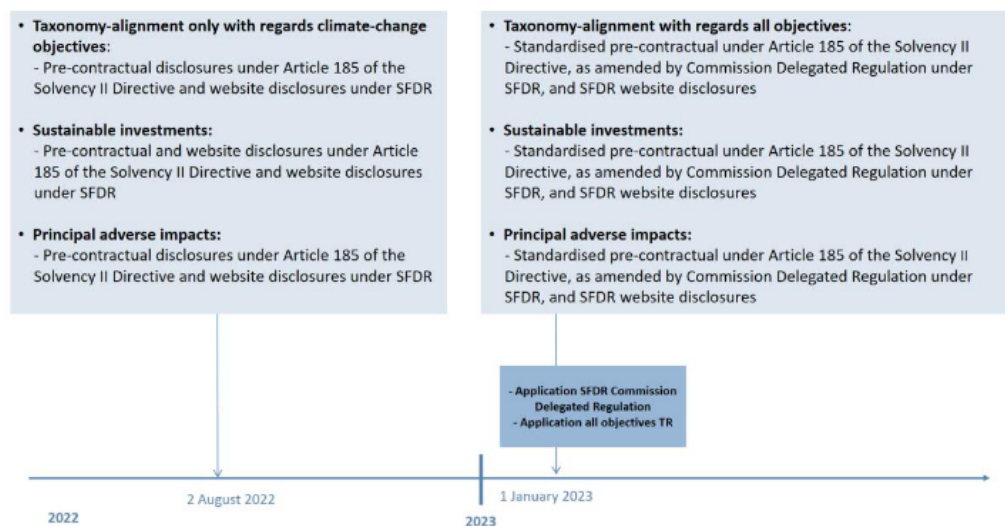


Abb. 8: Informationsanforderungen zur Beurteilung von Versicherungsanlageprodukten¹⁴⁶

Schließlich ist der Kunde, insbesondere für den vierten Fall, in der Lage, seine Nachhaltigkeitsziele, -wünsche und -präferenzen anzupassen.¹⁴⁷ Somit entstehen verschiedene Beratungs- und Empfehlungsszenarien (Abb. 9), deren Anwendung analog auch auf Nicht-Lebensversicherungsprodukte übertragen werden könnte.¹⁴⁸

Im Ergebnis der Marktrecherche sollen Empfehlungen für Kunden oder potenzielle Kunden die finanziellen sowie Nachhaltigkeitspräferenzen widerspiegeln.¹⁴⁹ Identisch sollte mit etwaigen Nachhaltigkeitszielen und -wünschen für Nicht-Lebensversicherungsprodukte umgegangen werden.

¹⁴⁶ EIOPA (Guidelines, 2022), S. 27.

¹⁴⁷ Vgl. Art. 2 Nr. 3 IDD-Änderungs-VO.

¹⁴⁸ Da der Berater den Anpassungsprozess nicht beeinflussen darf, könnten praxisuntaugliche Kaskaden entstehen. Zur Vermeidung praxisuntauglicher Wiederholungen könnte dem Kunden vor der Anpassung das grundsätzlich verfügbare Produktangebot dargestellt werden, um die Entscheidungsfindung zu unterstützen.

¹⁴⁹ Vgl. EG 11, Art. 2 Nr. 3 IDD-Änderungs-VO. Siehe auch Kapitel 2.4.2.

Figure 4 - Guideline 5: Possibilities when customer has sustainability preferences

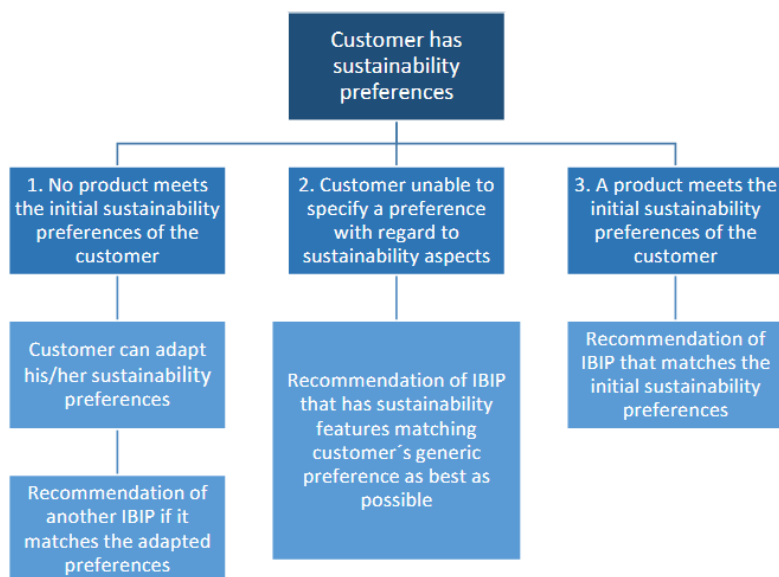


Abb. 9: Beratungsszenarien für Versicherungsanlageprodukte¹⁵⁰

2.2.6.3 Laufende Informationen als Screening-Kriterien

Im Zuge der laufenden Beratung ist zu überprüfen, ob die Versicherungsprodukte des Kunden den Nachhaltigkeitspräferenzen, -wünschen und -zielen desselben weiterhin entsprechen.¹⁵¹ Zwei Szenarien, die Abweichungen mit sich bringen, liegen nahe, nämlich erstens die Veränderung der kundenbezogenen Merkmale oder zweitens mögliche Abweichungen der laufenden von den vorvertraglichen Informationen. Anders formuliert entsteht Beratungs- und ggf. Handlungsbedarf, wenn erkennbar ist, dass der Kunde seine Einstellung zum Thema Nachhaltigkeit verändert hat oder die Produkte die beworbenen Nachhaltigkeitsmerkmale nicht wie vorvertraglich dargestellt erfüllen. Fraglich ist, wann und in welchem Umfang in diesem Zusammenhang ein Beratungsanlass ausgelöst wird und wie weitreichend die Betreuungspflichten im Punkte Nachhaltigkeit auszulegen sind. Denn vor allem aufgrund der Subjektivität des Themenfelds und der sich über die Zeit wandelnden Einstellungen und Motivationen von Menschen könnte eine sensible Interpretation der Umstände zu erhöhtem Beratungsaufkommen und ggf. mangelnder Kontinuität in der Geldanlage führen. Auf der anderen Seite ist diskutabel, ob es, insbesondere bei Versicherungsanlageprodukten, Toleranzzonen und Streuungsintervalle der nachzuweisenden Nachhaltigkeitsmerkmale geben kann und sollte. Denn sowohl die mangelhafte Datenlage als auch die

¹⁵⁰ EIOPA (Guidelines, 2022), S. 28.

¹⁵¹ Vgl. EG 10 IDD-Änderungs-VO.

realwirtschaftlichen und Finanzmarktentwicklungen offenbaren, dass sich die heranzuziehenden KPI's zum Thema Nachhaltigkeit über die Zeit verändern werden und in ihrer Ausprägung (Markt-)Schwankungen unterliegen. Zudem wird die Verfügbarkeit notwendiger Daten auch entlang des Produktlebenszyklus variieren, bspw. durch eine Umschichtung des Portfolios am Ende der Spar- bzw. in der Entsparphase, insbesondere bezogen auf die Durchschau des Sicherungsvermögens.

Insgesamt sind Auslegungshinweise und Vorgaben der Aufsichtsorgane zu den laufenden Informations- und Beratungspflichten daher zwingend notwendig; hilfsweise ist auf die künftige Rechtsprechung zu verweisen. Des Weiteren wird bei der Beurteilung auf das sich am Markt entwickelnde Informationsangebot der Produktgeber abzustellen sein. Im Zweifel ist davon auszugehen, dass das Bekanntwerden etwaiger Abweichungen einen Beratungsanlass generiert, der zur Anpassung der Nachhaltigkeitsziele, -wünsche und -präferenzen oder des Produktportfolios führen kann.

2.2.7 Dokumentation

2.2.7.1 Vorbemerkung

Die Art und der Umfang der Versicherungsberatung sind entsprechend der Komplexität des angebotenen Versicherungsvertrags zu dokumentieren und vor dem Abschluss des Vertrags an den Versicherungsnehmer zu übermitteln.¹⁵² Versicherungsmakler sind hinzu gefordert, den Rat mit einer hinreichenden Zahl von auf dem Markt angebotenen Versicherungsverträgen zu belegen.¹⁵³ Im Kontext der Vermittlerhaftung¹⁵⁴ ist die Beratungsdokumentation daher elementar, um potenzielle Schadenersatzansprüche zu minimieren. Letztlich ist es im Praxisalltag wahrscheinlich, dass nicht jedem Kundenwunsch im Detail und vollumfänglich entsprochen werden kann; die notwendige Abwägung als Ergebnis der Beratung ist daher präzise zu dokumentieren.

Gleichwohl werden die konkreten Merkmale der anzufertigen Dokumentation nicht durch den Gesetzgeber vorgegeben, höchstens durch die Rechtsprechung.¹⁵⁵ Insofern ist das Beratungsprotokoll in der Praxis unternehmensindividuell geregelt, wobei zum Beispiel der „Arbeitskreis Beratungsprozesse“ standardisierte Dokumentationsvorlagen anbietet.¹⁵⁶ Demnach kann und sollte auf bestehenden Grundlagen aufgebaut werden, um die zusätzlichen Aspekte der Nachhaltigkeit zu integrieren.¹⁵⁷

Nachhaltigkeitsaspekte sind folglich auch im Kontext der Dokumentation als ergänzende Bestandteile der bisherigen Praxis zu erachten. Sie sollen die relevanten Informationen und Ergebnisse entlang des

¹⁵² Vgl. §61 Abs. 1 Satz 2, §62 Abs. 1 VVG

¹⁵³ Vgl. §60 Abs. 1 VVG.

¹⁵⁴ Vgl. §63 VVG i.V.m. §280 BGB bzw. §6 Abs. 5 i.V.m. §278 BGB.

¹⁵⁵ Vgl. Arbeitskreis Beratungsprozesse (o.J.), online unter: <https://www.beratungsprozesse.de/ansatz/beratungsdokumentation>.

¹⁵⁶ Siehe hierzu: <https://www.beratungsprozesse.de/downloads/>.

¹⁵⁷ Vgl. Art. 2 Nr. 3 IDD-Änderungs-VO.

Beratungsprozesses aufzeichnen, insbesondere im Umfeld der Beratung zu Versicherungsanlageprodukten.¹⁵⁸

Die nachfolgend formulierten Gedanken und Vorschläge sollen daher als Diskussionsgrundlage für die Praxis verstanden werden.

2.2.7.2 Aufklärung und Information des Kunden

Da die (Erst-)Aufklärung des Kunden nicht nur ein relevanter Bestandteil der Profilbildung ist, sondern die notwendige Sachkunde zur Äußerung etwaiger Nachhaltigkeitspräferenzen bzw. -wünsche und -ziele sichergestellt werden muss, sollten alle einschlägigen Umstände und erfolgten Maßnahmen verhältnismäßig dokumentiert werden.

Denkbar wäre zunächst, die Entscheidungsfrage „F0“ in die Beratungsdokumentation aufzunehmen, ggf. verbunden mit einer Kategorisierung der nachhaltigkeitsbezogenen Vorbildung/Vorkenntnisse des Kunden, beispielsweise wie folgt: (i) „der Kunde verfügt über keinerlei Vorwissen“, (ii) „der Kunde verfügt über Grundlagenwissen“, (iii) „der Kunde verfügt über differenziertes Wissen“ und (iv) „der Kunde verfügt über Expertenwissen“.

Passend dazu ist es empfehlenswert, das eingesetzte Informationsmaterial und die Inhalte der (Erst-)Aufklärung nachzuhalten.

Daneben sollten alle weiteren, etwaigen Hinweise an den Kunden, bspw. im Hinblick auf das verfügbare Produktangebot oder den Umgang mit Nachhaltigkeitsrisiken im Beratungsprozess, in das Protokoll aufgenommen werden.

2.2.7.3 Identifikation von Nachhaltigkeitszielen und -wünschen des Kunden

Wesentlich für die Dokumentation ist es, die Antwort auf „F1“ aufzuzeichnen. Wenn der Kunde bejaht, sollte die Antwort auf „F2“ möglichst granular dokumentiert werden. Das heißt, neben der Schwerpunktsetzung könnten Freitextergänzungen zur Entscheidungsfindung niedergeschrieben werden, insbesondere wenn der Kunde einzelne SDGs fokussieren möchte.

2.2.7.4 Identifikation und Bestimmung der Nachhaltigkeitspräferenzen des Kunden

Ergänzend zur Dokumentation der vorlaufenden Fragen präzisieren „F3“ bis „F5“ die Nachhaltigkeitspräferenz des Kunden. Die Aufzeichnung der Beratungsmaßnahmen und Antworten des Kunden ist – auch aufgrund der verpflichtenden Anwendung und speziellen Vorschriften der IDD-Änderungsverordnung – sorgfältig vorzunehmen, einschließlich der vorhergehenden Fragen- und Aufklärungskomplexe.

¹⁵⁸ Vgl. Art. 2 Nr. 3 IDD-Änderungs-VO; EIOPA (Guidelines, 2022), S. 11.

Möglicherweise ist eine kundenseitige Bestätigung zum Verständnis des Nachhaltigkeitspräferenz-Konstrukts notwendig. Hierdurch kann die notwendige Sachkunde nachgehalten werden.

Darüber hinaus erscheint es bis auf Weiteres empfehlenswert, eine in Freitext verfasste Kurzdokumentation der Beratungsinhalte und Entscheidungsfindung des Kunden nachzuhalten, insbesondere wenn die Nachhaltigkeitspräferenzen im Beratungsprozess angepasst werden.¹⁵⁹

2.2.7.5 Produktempfehlung und Geeignetheitserklärung

Die Produktempfehlung und Geeignetheitserklärung sind als Ergebnis der Kundenberatung zu dokumentieren. Für Versicherungsanlageprodukte ist eine Geeignetheitserklärung zu erstellen, die Nachhaltigkeitspräferenzen des Kunden einschließt; für sonstige Versicherungsprodukte wird das Ergebnis der Produktempfehlung in geringerem Umfang, verhältnismäßig zu dokumentieren sein. Das heißt, die Berücksichtigung etwaiger Nachhaltigkeitsziele und -wünsche des Kunden wird an den konkreten Nachhaltigkeitsmerkmalen des Versicherungsproduktes dargelegt werden müssen.

Aufgrund bestehender regulatorischer Vorgaben sollte vor allem die Übersetzung der Nachhaltigkeitsmerkmale von Versicherungsanlageprodukten auf die geäußerte Nachhaltigkeitspräferenz in der Dokumentation fokussiert werden, zumal eine Produktempfehlung mit zunehmender Detaillierung der Nachhaltigkeitspräferenz des Kunden anspruchsvoller wird, insbesondere solange keine standardisierten Produktinformationen vorliegen. Demnach könnte eine kurze Begründung zur Produktauswahl entlang der Ergebnisse von „F2“ bis „F5“ zweckdienlich sein, um die Produktempfehlung und Geeignetheit zu dokumentieren. Neben der Aufzeichnung der gegebenen Antworten des Kunden könnte ein kurzer Freitext die Produktempfehlung nachvollziehbar dokumentieren.

Entsprechende Angaben sind schließlich in die Geeignetheitserklärung zu überführen, ggf. mit einem Verweis auf die erhaltenen (Hintergrund-)Informationen und Aufklärungshinweise. Eingeschlossen sind dabei etwaige Anpassungen der Nachhaltigkeitspräferenzen im Beratungsprozess: Sie sollten als Bestandteil der Geeignetheitserklärung aufgenommen werden. Sachlogisch gilt dasselbe für die ggf. erfolgte beraterseitige Produktempfehlung bei fehlender Präzision der kundenseitigen Nachhaltigkeitspräferenz.¹⁶⁰

¹⁵⁹ Vgl. Art. 2 Nr. 3 IDD-Änderungs-VO.

¹⁶⁰ Vgl. ESMA (Guidelines, 2022) S. 29 f.

3 Ausgewählte weiterführende Fragestellungen

3.1 Qualifiziertes Produktangebot

3.1.1 Vorbemerkung

Aufgrund der inhaltlichen „Mismatches“ zwischen Offenlegungs-VO und IDD-Änderungs-VO sowie der noch nicht in Kraft getretenen Level 2-Maßnahmen von Taxonomie- und Offenlegungs-VO entstehen Herausforderungen bei der „Qualifikation“ von Versicherungsprodukten für die Bedürfnisse unterschiedlicher Zielgruppen:¹⁶¹ Erstens ist zu klären, wie die Anforderungen an Produkte „zu übersetzen“ sind. Zweitens sind die notwendigen Informationen, sowohl vorvertraglich als auch im regelmäßigen Reporting, überwiegend (noch) nicht verfügbar. Drittens muss die Schnittstelle zwischen Informationsgenese und Reporting noch kalibriert werden, um die Produktinformationen für die Praxis nutzbar zu machen.

3.1.2 Produkthanforderungen

Um den maßgeblichen Vorgaben der Kunden im Vertrieb zu entsprechen, ist im Rahmen der Produktentwicklung zu diskutieren, (i) wie Nachhaltigkeitsmerkmale inhaltlich auf die Dimensionen „E“ und „S“ bzw. einzelne SDGs ausgerichtet und (ii) qualitativ auf die „Nachhaltigkeits-Kategorien“ übersetzt werden können, um den Nachhaltigkeitsgrad des Produktes letztlich zu definieren. Mit dem Nachhaltigkeitsgrad verbunden ist (iii) das notwendige Informationsniveau, sowohl vorvertraglich als auch laufend und gleichsam bezogen auf den Deckungsstock sowie die Fondsebene. Hinsichtlich der Mindestanteile wird die Berechnungsmethode bzw. werden die zu Grunde gelegten Vermögenswerte, insbesondere die Rolle von Staatsanleihen, zu diskutieren sein.¹⁶² Vor allem die Berücksichtigung der wichtigsten negativen Auswirkungen auf Nachhaltigkeitsfaktoren ist weiterführend zu thematisieren. Denn auf der einen Seite entsteht der Eindruck, dass die Praxis hierunter eine binäre Variable im Reporting versteht, nämlich ob ein positiver Einfluss beabsichtigt wird oder nicht. Auf der anderen Seite legt die Interpretation der Nachhaltigkeitspräferenz nahe, dass unterschiedliche Möglichkeiten und Freiheitsgrade bei der Berücksichtigung denkbar sind. Schließlich bleibt offen, ob sich (iv) das EET als „Kommunikationsstandard“ durchsetzen kann, um (v) den Anforderungen der Offenlegungs-VO gerecht zu werden.

Insgesamt ergeben sich unterschiedliche Ansatzpunkte, die gemeinsam die Rahmenbedingungen der nachhaltigkeitsbezogenen Produktentwicklung darstellen und wesensnotwendig mit der Abfrage von Nachhaltigkeitszielen, -wünschen und insb. -präferenzen des Kunden korrespondieren müssen (vgl. Abb. 9).

¹⁶¹ So auch EIOPA (Guidelines, 2022), S. 5 f.

¹⁶² Vgl. EIOPA (Guidelines, 2022), S.9, 26.

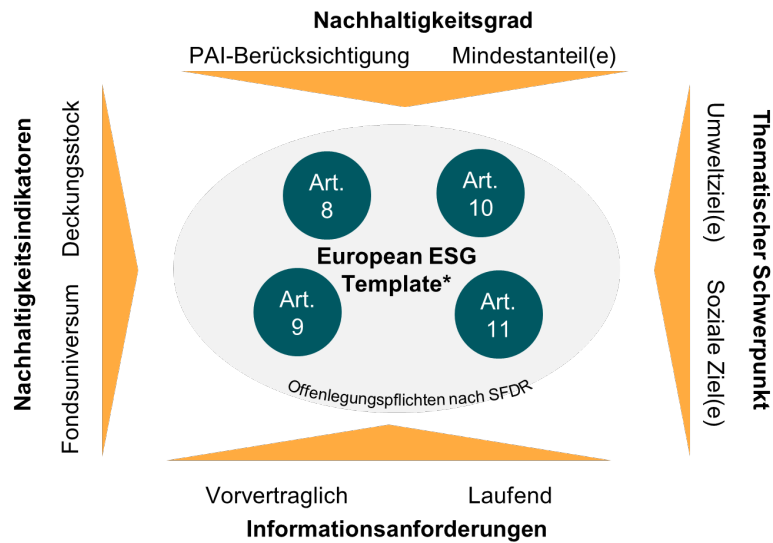


Abb. 10: Rahmenbedingungen der nachhaltigkeitsbezogenen Produktentwicklung in der Lebensversicherung¹⁶³

Darüber hinaus ist zu klären, wie die Bestimmung von Nachhaltigkeitsmerkmalen in verschiedenen Phasen des Produktlebenszyklus erfolgen kann, bspw. die Gegenüberstellung von Spar- und Entsparphase der Produkte. Damit verbunden ist zu hinterfragen, wie der Versicherungsmantel und entsprechende Biometrie-Bestandteile der Prämie im Bezug zum Mindestanteil stehen. Übergreifend ist diskutabel, wie mit der Offenlegung des Deckungsstocks und der spartenübergreifenden Qualifizierung von Versicherungsprodukten umzugehen ist.¹⁶⁴ In diesem Zusammenhang bleibt ebenfalls offen, ob Toleranzzonen einen Streuungskorridor der empirisch erhobenen Nachhaltigkeitsindikatoren im laufenden Reporting zulassen, von dem realitätsbezogen auszugehen ist – und ab welcher Schwellenwerte welche Konsequenzen erfolgen. Insgesamt ergibt sich ein anspruchsvolles Reportingumfeld, das den Anforderungen des Vertriebs gerecht werden muss (vgl. Abb. 10).

¹⁶³ Eigene Darstellung.

¹⁶⁴ So auch Beenken, M.; Zeidler, H.-W.; Zielke, C. (2021): Nachhaltigkeit als Beratungsherausforderung für Makler, S. 273, in: ZfVW 09/2021, S. 272-277.

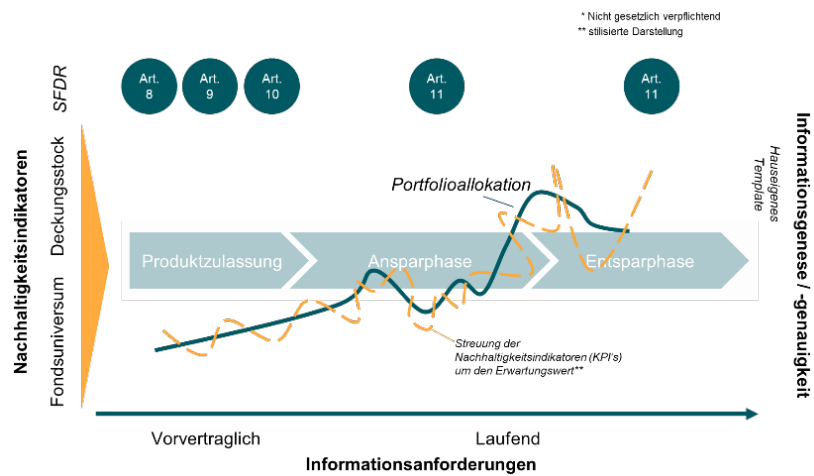


Abb. 11: Das nachhaltigkeitsbezogene Reportingumfeld von Versicherungsanlageprodukten¹⁶⁵

Letztlich ist diskutabel, ob am Markt verfügbare Siegel und Ratings, die sowohl den Deckungsstock als auch den Betrieb des Versicherungsunternehmens untersuchen können, als Indikator für produktbezogene Nachhaltigkeitsmerkmale dienlich sind – und akzeptiert werden können, insbesondere für Nicht-Lebensversicherungsprodukte.

3.1.3 Verfügbarkeit von ESG-Daten

In Verbindung mit Produkthanforderungen liegt eine zentrale Frage in der Verfügbarkeit von ESG-Daten begründet. Eine vertiefende Diskussion ist daher dringend notwendig und bedarf weiterer Forschungsbemühungen.

Weiterführende Themenfelder sind bspw. in (i) der anwendungsbezogenen Auswahl und dem Leistungsangebot unterschiedlicher ESG-Datenanbieter, (ii) den Inhalten, dem Umfang, dem Format, der Validität und der Kommunikationsstandards von ESG-Daten, (iii) der Reportingfrequenz und (iv) dem Kommunikationsstandard zu sehen. Darüber hinaus ist zu hinterfragen, wie es Versicherern gelingen kann, (v) das Sicherungsvermögen durchzuschauen und offenzulegen, verbunden mit dem unternehmensbezogenen PAI-Statement. Schließlich sind auch (vi) die Methoden und Aussagekraft von Ratings und Siegeln zu vertiefen.

¹⁶⁵ Eigene Darstellung.

3.2 Qualifikation und Motivation der Berater

Zur Umsetzung von Nachhaltigkeitsaspekten im Versicherungsvertrieb sind auch die Qualifikation und Motivation des Vertriebspersonals zu thematisieren. Denn erstens sind „Change-Prozesse“ arbeitsintensiv und bedürfen der Vorbereitung. Zweitens wird die Einführung von Nachhaltigkeit in den Beratungsprozess überwiegend regulatorisch, also extrinsisch, forciert. Drittens ist das Themenfeld komplex. Viertens setzen die neuen Bestandteile des Beratungsprozesses ein Mindestmaß an Sach- und Fachkunde voraus.¹⁶⁶ Um eine fundierte Produktempfehlung aussprechen zu können, ist – je nach Beratungsangebot – ggf. auch tiefgreifendes Fachwissen notwendig. Eine weiterführende Diskussion entsprechender Maßnahmen ist insoweit hochrelevant für den Praxiserfolg.

3.3 Marktstandards und Proportionalität der Aufsicht

Zur Reduktion von Komplexität und zur Sicherstellung der Marktfunktionalität ist es sinnvoll, branchenweite Standards zur Berücksichtigung von Nachhaltigkeitszielen, -wünschen und -präferenzen des Kunden im Beratungsprozess zu vereinbaren. Daneben wird die Umsetzungspraxis durch aufsichts- und prüfungsrechtliche Kontrollen über die Zeit notwendige „Leitplanken“ setzen, denen jedoch durch branchenweite Standards zuvorgekommen werden kann. Eine Normung des Abfrageprozesses ist daher empfehlenswert.¹⁶⁷

Insgesamt sollte der Diskurs gemeinsam mit dem Regulator geführt werden, um zu einer erfolgreichen Implementierung von Nachhaltigkeit im Versicherungsvertrieb beizutragen. Hierbei sind Fragestellungen der Proportionalität zu konkretisieren, die der Art und Größe der Versicherungsvermittlerunternehmen in der Aufsichtspraxis Rechnung tragen.¹⁶⁸ Damit einher geht schließlich auch die Diskussion zu etwaigen Interessenkonflikten im Vertriebsprozess.

¹⁶⁶ Vgl. EIOPA (Guidelines, 2022), S. 11.

¹⁶⁷ Siehe hierzu: Deutsches Institut für Normung e. V. (2022): DIN 77230/A2:2022-06 – Entwurf, online unter: <https://dx.doi.org/10.31030/3354567>.

¹⁶⁸ Vgl. EIOPA (Guidelines, 2022), S. 12.

Literaturverzeichnis

- Beenken, M. (2022): Versicherungsvertrieb – Absatz von Versicherungen durch Versicherer und Vermittler in Theorie und Praxis, 3. Auflage, Karlsruhe.
- EIOPA (2022) (Hrsg.): Consultation Paper: Draft Guidelines on the integration of the Customer's Sustainability Preferences in Suitability Assessment under the Insurance Distribution Directive, BoS-22-246, Frankfurt am Main.
- ESMA (2022) (Hrsg.): Consultation Paper: Guidelines on certain aspects of the MiFID II suitability requirements, ESMA35-43-2998, Paris.
- Farny, D. (2011): Versicherungsbetriebslehre, 11. Auflage, Karlsruhe.
- FIL Fondsbank GmbH (Hrsg.) (2022): Integration von Nachhaltigkeit in der Beratung – Ein Wegweiser für die Anforderungen in der Fondsberatung, Frankfurt am Main.
- Kroeber-Riel, W.; Gröppel-Klein, A. (2019): Konsumentenverhalten, 11. Auflage, München.
- Sunstein, C. R. (2014): Why Nudge? The Politics of Libertarian Paternalism, New Haven.

Zeitschriftenbeiträge

- Beenken, M.; Zeidler, H.-W.; Zielke, C. (2021): Nachhaltigkeit als Beratungsherausforderung für Makler, in: ZfVW 09/2021, S. 272-277.
- Prüßner, E.; Hillmann, J.; Busch, T. (2022): Impact-Verständnis von Finanzprodukten nach Art. 9 SFDR, S. 54 ff., in: Absolute Research GmbH (Hrsg.): Absolute Report 02/2022, S. 53-57.
- Schwintowski, H.-P. (2022): Nachhaltigkeitspräferenzen – Was ist das? (I.), in: ZfVW 06/2022, S. 167-170.
- Schwintowski, H.-P. (2022): Nachhaltigkeitspräferenzen – Was ist das? (II.) in: ZfVW 07/2022, S. 207-209

Online-Quellen

- Arbeitskreis Beratungsprozesse (o.D.): Systematisch beraten – erfolgreich und haftungssicher vermitteln, online unter: <https://www.beratungsprozesse.de/>.
- BaFin (2021) (Hrsg.): BaFin-Konsultation 13/2021: Richtlinie für nachhaltige Investmentvermögen, online unter: https://www.bafin.de/SharedDocs/Downloads/DE/Konsultation/2021/dl_kon_13_21_WA4_Leitlinien_Investmentvermoegen.pdf?__blob=publicationFile&v=6.
- BaFin (2017) (Hrsg.): Versicherungsanlageprodukte – Neue Regeln ab 2018: Anwendungsbereich im deutschen Markt, online unter: https://www.bafin.de/SharedDocs/Veroeffentlichungen/DE/Fachartikel/2017/fa_bj_1708_Versicherungsanlageprodukte.html.
- Berichtigte konsolidierte Version der Delegierten Verordnung 2021/1253 (C/2021/6525), online unter: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:32021R1253R\(01\)&qid=1652706616308&from=de](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:32021R1253R(01)&qid=1652706616308&from=de).

Branson, M. (2022): Die Stabilität des deutschen Finanzsystems – Statement zur Jahrespressekonferenz der BaFin am 3. Mai 2022, online unter: https://www.bafin.de/SharedDocs/Veroeffentlichungen/DE/Reden/re_220503_jahrespressekonferenz2022.html;jsessionid=EE99457A519632F4B2F1B595FD03F282.1_cid501?nn=7846960.

Deutsches Institut für Normung e. V. (2022): DIN 77230/A2:2022-06 – Entwurf, online unter: <https://dx.doi.org/10.31030/3354567>.

Duden-Online, Stichwort: Indikator, online unter: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Indikator>.

EIOPA (2021) (Hrsg.): Report on non-life underwriting and pricing in light of climate change, BoS-21/259, online unter: <https://www.eiopa.europa.eu/sites/default/files/publications/reports/report-impact-underwriting.pdf>.

Europäische Kommission (2016) (Hrsg.): Auf dem Weg in eine nachhaltige Zukunft Europas – Europäische Maßnahmen für Nachhaltigkeit: Fragen & Antworten, online unter: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/de/MEMO_16_3886

Platform on Sustainable Finance (2022) (Hrsg.): Final Report by Subgroup 4: Social Taxonomy, online unter: <https://www.vbw-bayern.de/Redaktion/Frei-zugaengliche-Medien/Abteilungen-GS/Sozialpolitik/2022/Downloads/280222-sustainable-finance-platform-finance-report-social-taxonomy.pdf>.

Richtlinien- und Verordnungstexte

Delegierte Verordnung (EU) 2021/1257 („IDD-Änderungs-VO“)

Delegierte Verordnung (EU) 2021/1235 („MiFID II-Änderungs-VO“)

Delegierte Verordnung (EU) 2021/2139 („Technische Bewertungskriterien zur Taxonomie-VO“)

Delegierte Verordnung (EU) 2017/2359

Delegierte Verordnung (EU) 2017/2358

Europäische Kommission (2022) (Hrsg.): Entwurf der Delegierten Verordnung zur Ergänzung der Verordnung (EU) 2019/2088 des Europäischen Parlaments und des Rates im Hinblick auf technische Regulierungsstandards zur Festlegung der Einzelheiten des Inhalts und der Darstellung von Informationen in Zusammenhang mit dem Grundsatz der Vermeidung erheblicher Beeinträchtigungen, des Inhalts, der Methoden und der Darstellung von Informationen in Zusammenhang mit Nachhaltigkeitsindikatoren und nachteiligen Nachhaltigkeitsauswirkungen sowie des Inhalts und der Darstellung von Informationen in Zusammenhang mit der Bewerbung ökologischer oder sozialer Merkmale und nachhaltiger Investitionsziele in vorvertraglichen Dokumenten, auf Internetseiten und in regelmäßigen Berichten, C(2022)1931, Brüssel.

Richtlinie (EU) 2016/97 (Neufassung) („IDD“)

Verordnung (EU) 2020/852 („Taxonomie-VO“)



Verordnung (EU) 2019/2088 („Offenlegungs-VO“)

Verordnung (EU) 1286/2014 („PRIIP-VO“)

Verordnung über die Versicherungsvermittlung und -beratung („VersVermV“)