

II

(Rechtsakte ohne Gesetzescharakter)

VERORDNUNGEN

DELEGIERTE VERORDNUNG (EU) 2017/2358 DER KOMMISSION

vom 21. September 2017

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

(Text von Bedeutung für den EWR)

DIE EUROPÄISCHE KOMMISSION —

gestützt auf den Vertrag über die Arbeitsweise der Europäischen Union,

gestützt auf die Richtlinie (EU) 2016/97 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Januar 2016 über Versicherungsvertrieb ⁽¹⁾, insbesondere auf Artikel 25 Absatz 2,

in Erwägung nachstehender Gründe:

- (1) Mit der Richtlinie (EU) 2016/97 wird der Kommission die Befugnis übertragen, delegierte Rechtsakte zu erlassen, um die in Artikel 25 derselben Richtlinie festgesetzten Aufsichts- und Lenkungsanforderungen weiter zu bestimmen. Im Interesse eines wirksamen Kundenschatzes sollten die Vorschriften in Bezug auf die Aufsicht und Lenkung kohärent auf alle neu entwickelten Versicherungsprodukte sowie auf weitreichende Anpassungen bestehender Versicherungsprodukte angewandt werden, unabhängig von der Art des Produkts und der zum Zeitpunkt des Verkaufs geltenden Anforderungen. Die Form einer Verordnung gewährleistet einen kohärenten Rahmen für alle Marktbetreiber und ist die bestmögliche Garantie für gleiche Ausgangsbedingungen, einheitliche Wettbewerbsbedingungen und ein angemessenes Maß an Verbraucherschutz.
- (2) Angesichts der Anforderungen der Richtlinie (EU) 2016/97 sollten Aufsichts- und Lenkungsmaßnahmen auf verhältnismäßige und angemessene Art und Weise ausgewählt und angewandt werden, je nach Komplexität des Produkts und Umfang, in dem öffentlich zugängliche Informationen eingeholt werden können; dabei sind die Art des Versicherungsprodukts und das mit dem Produkt verbundene Risiko der Benachteiligung des Kunden, die Merkmale des Zielmarkts sowie die Wesensart, der Umfang und die Komplexität des jeweiligen Geschäfts des Herstellers oder Vertreibers zu berücksichtigen. Verhältnismäßigkeit bedeutet, dass diese Maßnahmen für geradlinige und nichtkomplexe Produkte, die den Bedürfnissen und Merkmalen des Massenmarkts für Kleinanleger entsprechen, einschließlich derzeitiger Nichtlebensversicherungsprodukte mit begrenztem, leicht verständlichem Umfang, relativ einfach sein sollten. Dagegen sollten im Falle von komplexeren Produkten mit einem höheren Risiko der Benachteiligung des Kunden, einschließlich Versicherungsanlageprodukte, die nicht unter Artikel 30 Absatz 3 der Richtlinie (EU) 2016/97 fallen, strengere Vorschriften verlangt werden.
- (3) Für die Zwecke des Artikels 25 Absatz 1 der Richtlinie (EU) 2016/97 sollte ein Versicherungsvermittler dann als Hersteller eines Versicherungsprodukts gelten, wenn sich aus einer Gesamtanalyse der Tätigkeit des Vermittlers auf Einzelfallbasis ergibt, dass der Versicherungsvermittler selbstständig über die wesentlichen Merkmale und Hauptelemente eines Versicherungsprodukts entscheidet, darunter Deckung, Kosten, Risiken, Zielmarkt, Entschädigung oder Garantierechte. Tätigkeiten im Zusammenhang mit der bloßen Anpassung bestehender Versicherungsprodukte, darunter Fälle, in denen der Vermittler zwischen verschiedenen Varianten eines Produkts und verschiedenen vertraglichen Klauseln oder Optionen wählen oder sich mit dem Kunden auf vergünstigte Prämien oder Gebühren einigen kann, sollten jedoch nicht als Herstellung betrachtet werden, da in solchen Fällen die wichtigsten Entscheidungen bezüglich der Konzeption und Entwicklung des Produkts vom Versicherungsunternehmen und nicht vom Versicherungsvermittler getroffen werden.

⁽¹⁾ ABl. L 26 vom 2.2.2016, S. 19.

- (4) Wird ein Versicherungsprodukt gemeinsam von einem Versicherungsvermittler und einem Versicherungsunternehmen konzipiert und entwickelt, wobei beide bei der Konzeption und Entwicklung des betreffenden Produkts über Entscheidungsbefugnisse verfügen, sollten der Versicherungsvermittler und das Versicherungsunternehmen in einer schriftlichen Vereinbarung ihre Zusammenarbeit und ihre jeweiligen Rollen konkretisieren, damit den zuständigen Behörden die Überwachung der Einhaltung der rechtlichen Anforderungen ermöglicht wird.
- (5) Die Ermittlung des Zielmarkts durch den Hersteller sollte als Beschreibung einer Gruppe von Kunden mit gemeinsamen Merkmalen auf abstrakter und verallgemeinerter Ebene verstanden werden, um es dem Hersteller zu ermöglichen, die Merkmale des Produkts an die Bedürfnisse, Merkmale und Ziele der betreffenden Kundengruppe anzupassen. Sie sollte von der Einzelbewertung zum Zeitpunkt des Verkaufs unterschieden werden, deren Zweck es ist, zu bestimmen, ob ein Versicherungsprodukt den Wünschen und Bedürfnissen entspricht und gegebenenfalls ob ein Versicherungsanlageprodukt für den jeweiligen Kunden oder potenziellen Kunden geeignet oder angemessen ist.
- (6) Die Detailtiefe des Zielmarkts sowie die Kriterien für die Ermittlung des Zielmarkts und die Bestimmung der passenden Vertriebsstrategie sollten für das Produkt relevant sein und eine Bewertung der Kunden dahin gehend ermöglichen, ob sie zum Zielmarkt gehören oder nicht. Bei einfacheren, gängigeren Produkten sollte die Ermittlung des Zielmarkts weniger genau erfolgen, während bei komplexeren bzw. weniger gängigen Produkten der Zielmarkt genauer und unter Berücksichtigung des erhöhten Risikos der Benachteiligung des Kunden, das mit solchen Produkten einhergeht, ermittelt werden sollte.
- (7) Zur Erhöhung des Verbraucherschutzes, insbesondere in Bezug auf Versicherungsanlageprodukte, sollten die Hersteller nach Möglichkeit spezifische Kundengruppen ermitteln können, für die das Versicherungsprodukt in der Regel nicht angemessen ist.
- (8) Im Rahmen der Aufsichts- und Lenkungsvokehrungen sollten die Hersteller die Versicherungsprodukte zudem angemessenen Tests unterziehen, einschließlich, sofern relevant und insbesondere im Fall von Versicherungsanlageprodukten, Szenarioanalysen, um sicherzustellen, dass das Produkt über seine gesamte Lebensdauer den ermittelten Bedürfnissen, Zielen und Merkmalen des Zielmarkts entspricht. Dazu sollten insbesondere Bewertungen der Produktleistung und des Risiko-/Ertrags-Profiles gehören. Die vorgeschriebene Bewertung der Produktleistung sollte allerdings nicht als Eingriff in die Freiheit der Hersteller betreffend die Festsetzung von Prämien oder als Preiskontrolle jedweder Art verstanden werden.
- (9) Um die ordnungsgemäße Information und Beratung der Kunden zu gewährleisten, sollten die Hersteller Versicherungsvertreiber wählen, die über das Wissen, die Fachkenntnisse und die Kompetenzen verfügen, die zum Verständnis der Merkmale eines Versicherungsprodukts und des ermittelten Zielmarkts erforderlich sind. Aus demselben Grund sollten sie im Rahmen der anwendbaren nationalen Rechtsvorschriften, die ihre Beziehung zu den betreffenden Versicherungsvertreibern regeln, regelmäßig überwachen und überprüfen, ob das Versicherungsprodukt entsprechend den Zielen ihrer Aufsichts- und Lenkungsvokehrungen vertrieben wird, und, falls dies nicht der Fall ist, angemessene Abhilfemaßnahmen ergreifen. Dies sollte die Versicherungsvertreiber allerdings nicht daran hindern, Versicherungsprodukte an Kunden zu vertreiben, die nicht zum jeweiligen Zielmarkt gehören, vorausgesetzt, die Einzelbewertung zum Zeitpunkt des Verkaufs begründet die Schlussfolgerung, dass diese Produkte den Wünschen und Bedürfnissen dieser Kunden entsprechen und gegebenenfalls dass Versicherungsanlageprodukte für den Kunden geeignet bzw. angemessen sind.
- (10) Damit die Versicherungsvertreiber die Produkte, die sie zu vertreiben beabsichtigen, voll und ganz verstehen, sodass sie ihre Vertriebstätigkeiten im besten Interesse ihrer Kunden ausführen können, insbesondere durch die Erbringung professioneller Beratung, sollten die Hersteller ihnen sämtliche sachdienlichen Informationen zu den jeweiligen Versicherungsprodukten zur Verfügung stellen, darunter auch Informationen zum Produktgenehmigungsverfahren, zum ermittelten Zielmarkt und zur vorgeschlagenen Vertriebsstrategie. Im Gegenzug sollten die Versicherungsvertreiber Vorkkehrungen treffen, um auf effiziente Weise die erforderlichen Informationen von den Herstellern einzuholen.
- (11) Die effiziente Funktionsweise der Lenkungspflichten erfordert, dass die Versicherungsvertreiber die Hersteller regelmäßig über ihre Erfahrung mit den Versicherungsprodukten unterrichten. Die Versicherungsvertreiber sollten den Herstellern daher die Daten zur Verfügung stellen, die erforderlich sind, um das Versicherungsprodukt zu bewerten und zu prüfen, ob das jeweilige Produkt den Bedürfnissen, Merkmalen und Zielen des vom Hersteller ermittelten Zielmarkts weiterhin entspricht.
- (12) Um das Risiko der Benachteiligung des Kunden abzuwenden, sollten die Hersteller und Vertreter angemessene Maßnahmen ergreifen, wenn sie der Auffassung sind, dass das Produkt den Interessen, Zielen und Merkmalen des ermittelten Zielmarkts nicht oder nicht mehr entspricht.

- (13) Damit sich die zuständigen Behörden und Versicherungsfachleute auf die neuen Anforderungen der vorliegenden Verordnung einstellen können, sollte der Zeitpunkt des Inkrafttretens der Verordnung an den Geltungsbeginn der nationalen Maßnahmen zur Umsetzung der Richtlinie (EU) 2016/97 angeglichen werden.
- (14) Die mit Verordnung (EU) Nr. 1094/2010 des Europäischen Parlaments und des Rates ⁽¹⁾ eingerichtete Europäische Aufsichtsbehörde für das Versicherungswesen und die betriebliche Altersversorgung wurde zur technischen Beratung ⁽²⁾ hinzugezogen —

HAT FOLGENDE VERORDNUNG ERLASSEN:

KAPITEL I

ALLGEMEINE BESTIMMUNGEN

Artikel 1

Gegenstand

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

Artikel 2

Anwendungsbereich

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

Artikel 3

Herstellung von Versicherungsprodukten

- (1) Für die Zwecke des Artikels 25 Absatz 1 der Richtlinie (EU) 2016/97 gelten Versicherungsvermittler dann als Hersteller, wenn eine Gesamtanalyse ihrer Tätigkeiten zeigt, dass sie bei der Konzeption und Entwicklung eines Versicherungsprodukts für den Markt über Entscheidungsbefugnisse verfügen.
- (2) Es wird von einer Entscheidungsbefugnis ausgegangen, insbesondere, wenn die Versicherungsvermittler selbstständig die wesentlichen Merkmale und Hauptelemente eines Versicherungsprodukts festlegen, einschließlich Deckung, Preis, Kosten, Risiko, Zielmarkt, Entschädigung und Garantierechte, die von dem Versicherungsunternehmen nicht wesentlich geändert werden und Deckung für das Versicherungsprodukt bieten.
- (3) Die Personalisierung und Anpassung bestehender Versicherungsprodukte im Zusammenhang mit Versicherungsvertriebstätigkeiten für einzelne Kunden sowie die Konzeption individueller Verträge auf Anfrage eines einzigen Kunden gilt nicht als Herstellung.
- (4) Ein Versicherungsvermittler und Versicherungsunternehmen, der beziehungsweise das gemäß Artikel 2 der vorliegenden Delegierten Verordnung jeweils als Hersteller gilt, unterzeichnen eine schriftliche Vereinbarung, in der ihre Zusammenarbeit zur Erfüllung der Anforderungen für Hersteller, auf die in Artikel 25 Absatz 1 der Richtlinie (EU) 2016/97 Bezug genommen wird, die Verfahren, im Wege derer sie sich über die Ermittlung des Zielmarkts einig werden, sowie ihre jeweiligen Funktionen im Produktgenehmigungsverfahren festgelegt sind.

⁽¹⁾ Verordnung (EU) Nr. 1094/2010 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 24. November 2010 zur Errichtung einer Europäischen Aufsichtsbehörde (Europäische Aufsichtsbehörde für das Versicherungswesen und die betriebliche Altersversorgung), zur Änderung des Beschlusses Nr. 716/2009/EG und zur Aufhebung des Beschlusses 2009/79/EG der Kommission (ABL L 331 vom 15.12.2010, S. 48).

⁽²⁾ Technical Advice on possible delegated acts concerning the Insurance Distribution Directive, EIOPA-17/048, 1. Februar 2017 (auf Englisch), verfügbar unter: <https://eiopa.europa.eu/Publications/Consultations/EIOPA%20Technical%20Advice%20on%20the%20IDD.pdf#search=Technical%20Advice%2017%2F048>

KAPITEL II

LENKUNGSANFORDERUNGEN FÜR HERSTELLER

Artikel 4

Produktgenehmigungsverfahren

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

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

(3) Das Produktgenehmigungsverfahren hat Folgendes zum Ziel:

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

- i) sie tragen den Zielen, Interessen und Merkmalen der Kunden Rechnung;
- ii) es wird negativen Auswirkungen auf die Kunden vorgebeugt;
- iii) eine Benachteiligung der Kunden wird vermieden beziehungsweise gemindert;

b) Unterstützung eines ordnungsgemäßen Umgangs mit Interessenkonflikten.

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

- a) es beziehungsweise sie unterstützt und ist letztlich verantwortlich für die Einrichtung, Umsetzung und Überprüfung des Produktgenehmigungsverfahrens;
- b) es beziehungsweise sie überprüft kontinuierlich die interne Einhaltung dieses Verfahrens.

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

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

Artikel 5

Zielmarkt

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

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

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

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

*Artikel 6***Produktprüfung**

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

*Artikel 7***Produktüberwachung und Produktbewertung**

- (1) Die Hersteller überwachen kontinuierlich und überprüfen regelmäßig die von ihnen auf den Markt gebrachten Versicherungsprodukte, um Ereignisse zu ermitteln, die sich erheblich auf die wesentlichen Merkmale, den Risikoschutz oder die Garantien der Produkte auswirken können. Sie beurteilen die Versicherungsprodukte dahin gehend, ob sie weiterhin den Bedürfnissen, Merkmalen und Zielen des ermittelten Zielmarkts entsprechen und ob sie an den Zielmarkt oder an Kunden außerhalb des Zielmarkts vertrieben werden.
- (2) Die Hersteller bestimmen die geeigneten Abstände für die regelmäßige Überprüfung ihrer Versicherungsprodukte und berücksichtigen dabei die Größe, den Umfang, die Vertragslaufzeit und die Komplexität der Produkte, die jeweiligen Vertriebskanäle sowie relevante externe Faktoren wie etwa Änderungen der geltenden Rechtsvorschriften, technologische Entwicklungen oder Änderungen der Marktlage.
- (3) Stellen die Hersteller während der Lebensdauer eines Versicherungsprodukts mit dem Produkt verbundene Umstände fest, die nachteilige Auswirkungen auf den Kunden des betreffenden Produkts haben können, ergreifen sie angemessene Maßnahmen zur Begrenzung der Folgen und zur Verhinderung eines weiteren Auftretens des nachteiligen Ereignisses. Die Hersteller unterrichten die betreffenden Versicherungsvertreiber und Kunden unverzüglich über die ergriffenen Abhilfemaßnahmen.

*Artikel 8***Vertriebskanäle**

- (1) Die Hersteller wählen die für den Zielmarkt angemessenen Vertriebskanäle unter Berücksichtigung der besonderen Merkmale des betreffenden Versicherungsprodukts sorgfältig aus.
- (2) Die Hersteller stellen den Versicherungsvertreibern sämtliche sachgerechten Informationen zu den Versicherungsprodukten, zum ermittelten Zielmarkt und zur vorgeschlagenen Vertriebsstrategie, einschließlich Informationen zu den Hauptmerkmalen und Charakteristika der Versicherungsprodukte, den mit diesen Produkten verbundenen Risiken und Kosten, einschließlich der impliziten Kosten, sowie zu jedweden Umständen, die zu einem Interessenkonflikt zulasten des Kunden führen können, zur Verfügung. Diese Informationen müssen eindeutig, vollständig und aktuell sein.
- (3) Die Informationen, auf die in Absatz 2 Bezug genommen wird, ermöglichen es den Versicherungsvertreibern,
- a) das Versicherungsprodukt zu verstehen;
 - b) den ermittelten Zielmarkt für die Versicherungsprodukte zu verstehen;
 - c) die Kunden zu ermitteln, deren Bedürfnissen, Merkmalen und Zielen das Versicherungsprodukt nicht entspricht;
 - d) gemäß Artikel 17 Absatz 1 der Richtlinie (EU) 2016/97 Vertriebstätigkeiten im Zusammenhang mit dem betreffenden Versicherungsprodukt im bestmöglichen Interesse des Kunden auszuführen.
- (4) Die Hersteller ergreifen geeignete Maßnahmen, um zu überwachen, dass die Versicherungsvertreiber entsprechend den Zielen der von den Herstellern festgelegten Produktgenehmigungsverfahren handeln. Insbesondere überprüfen sie regelmäßig, ob die Versicherungsprodukte auf dem ermittelten Zielmarkt vertrieben werden. Diese Überwachungspflicht erstreckt sich nicht auf die allgemeinen regulatorischen Anforderungen, denen die Versicherungsvertreiber bei der Ausführung von Versicherungsvertriebstätigkeiten für einzelne Kunden genügen müssen. Die Überwachungstätigkeiten müssen angemessen sein und den Merkmalen und dem Rechtsrahmen der betreffenden Vertriebskanäle Rechnung tragen.

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

Artikel 9

Dokumentation

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

KAPITEL III

LENKUNGSANFORDERUNGEN FÜR VERSICHERUNGSVERTREIBER

Artikel 10

Vorkehrungen betreffend den Produktvertrieb

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

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

- (2) Diese Produktvertriebsvorkehrungen

- a) zielen darauf ab, eine Benachteiligung des Kunden zu verhindern beziehungsweise zu mindern;
- b) unterstützen einen ordnungsgemäßen Umgang mit Interessenkonflikten;
- c) stellen sicher, dass den Zielen, Interessen und Merkmalen der Kunden gebührend Rechnung getragen wird.

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

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

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

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

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

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

Artikel 11

Unterrichtung des Herstellers

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

*Artikel 12***Dokumentation**

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

KAPITEL IV

SCHLUSSBESTIMMUNGEN*Artikel 13***Inkrafttreten und Anwendung**

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

Sie gilt ab dem 23. Februar 2018.

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

Brüssel, den 21. September 2017

Für die Kommission

Der Präsident

Jean-Claude JUNCKER
