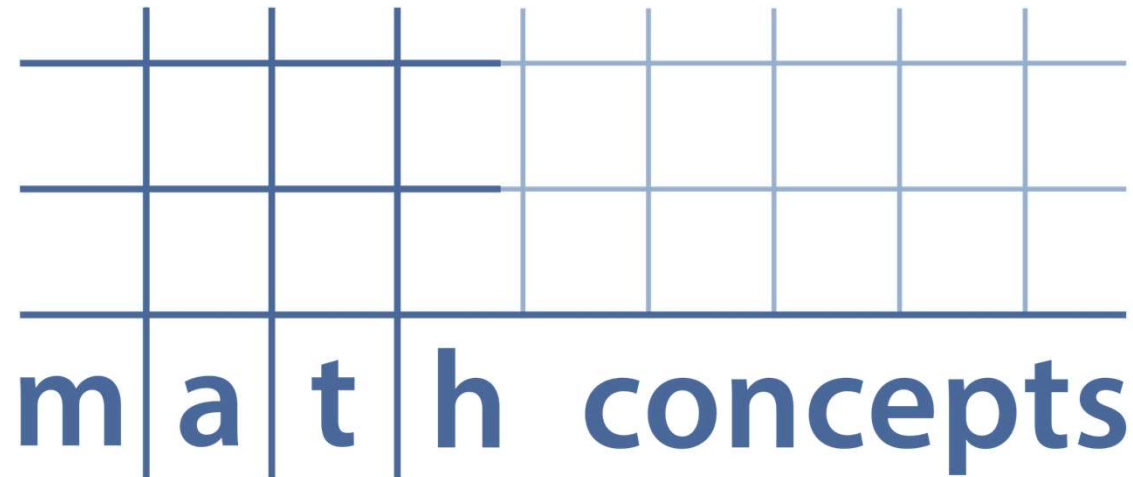




Value for Money – mehr als nur 2 Prozent Sparzins

Vortrag Dipl.-Math. Axel Kleinlein

20. FaRis & DAV-Symposium, 05.12.2025

EU-rechtliches - IDD

Artikel 25

Aufsichts- und Lenkungs-Anforderungen

(1) Versicherungsunternehmen und -vermittler, die Versicherungsprodukte zum Verkauf an Kunden konzipieren, haben ein Verfahren für die Genehmigung jedes einzelnen Versicherungsprodukts oder jeder wesentlichen Anpassung bestehender Versicherungsprodukte zu unterhalten, zu betreiben und zu überprüfen, bevor es an Kunden vermarktet oder vertrieben wird.

Das Produktgenehmigungsverfahren ist verhältnismäßig und entspricht der Art des Versicherungsprodukts.

Im Rahmen des Produktgenehmigungsverfahrens wird ein bestimmter Zielmarkt für jedes Produkt festgelegt, sichergestellt, dass alle einschlägigen Risiken für diesen bestimmten Zielmarkt bewertet werden und dass die beabsichtigte Vertriebsstrategie dem bestimmten Zielmarkt entspricht, und werden zumutbare Schritte unternommen, um zu gewährleisten, dass die Versicherungsprodukte an den bestimmten Zielmarkt vertrieben werden.

Das Versicherungsunternehmen versteht die von ihm angebotenen oder vertriebenen Versicherungsprodukte und überprüft die Produkte regelmäßig, wobei es alle Ereignisse berücksichtigt, die wesentlichen Einfluss auf das potenzielle Risiko für den bestimmten Zielmarkt haben könnten. Außerdem beurteilt es zumindest, ob das Produkt weiterhin den Bedürfnissen des bestimmten Zielmarkts entspricht und ob die beabsichtigte Vertriebsstrategie immer noch geeignet ist.

Versicherungsunternehmen und -vermittler, die Versicherungsprodukte konzipieren, stellen allen Vertreibern sämtliche sachgerechten Informationen zu dem Versicherungsprodukt und dem Produktgenehmigungsverfahren, einschließlich des bestimmten Zielmarkts des Versicherungsprodukts, zur Verfügung.

Wenn ein Versicherungsvertreiber Versicherungsprodukte, die er nicht selbst konzipiert, anbietet oder über sie berät, verfügt er über angemessene Vorkehrungen, um die in Unterabsatz 5 genannten Informationen zu erhalten und die Merkmale und den bestimmten Zielmarkt jedes Versicherungsprodukts zu verstehen.

(2) Der Kommission wird die Befugnis übertragen, delegierte Rechtsakte gemäß Artikel 38 zu erlassen, um die in diesem Artikel aufgestellten Grundsätze weiter zu bestimmen, wobei sie die ausgeübten Tätigkeiten, die Art des verkauften Versicherungsprodukts und die Kategorie des Vertreibers nach dem Grundsatz der Verhältnismäßigkeit berücksichtigt.

(3) Durch die in diesem Absatz genannten Maßnahmen, Verfahren und Vorkehrungen werden alle anderen Anforderungen nach dieser Richtlinie, einschließlich derjenigen, die sich auf Offenlegung, Eignung oder Angemessenheit, Ermittlung von Interessenkonflikten und den Umgang mit ihnen sowie Anreize beziehen, nicht berührt.

(4) Dieser Artikel gilt nicht für Versicherungsprodukte, die aus einer Versicherung für Großrisiken bestehen

EU-rechtliches - IDD

Artikel 25

Aufsichts- und Lenkungs-Anforderungen

(1) Versicherungsunternehmen und -vermittler, die Versicherungsprodukte zum Verkauf an Kunden konzipieren, haben ein Verfahren für die Genehmigung jedes einzelnen Versicherungsprodukts oder jeder wesentlichen Anpassung bestehender Versicherungsprodukte zu unterhalten, zu betreiben und zu überprüfen, bevor es an Kunden vermarktet oder vertrieben wird.

Das Produktgenehmigungsverfahren ist verhältnismäßig und entspricht der Art des Versicherungsprodukts.

Im Rahmen des Produktgenehmigungsverfahrens **wird ein bestimmter Zielmarkt für jedes Produkt festgelegt**, sichergestellt, dass alle einschlägigen Risiken für diesen bestimmten Zielmarkt bewertet werden und dass die beabsichtigte Vertriebsstrategie dem bestimmten Zielmarkt entspricht, und werden zumutbare Schritte unternommen, um zu gewährleisten, dass die Versicherungsprodukte an den bestimmten kt vertrieben werden.

Das Versicherungsunternehmen versteht die von ihm angebotenen oder vertriebenen Versicherungsprodukte und überprüft die Produkte regelmäßig, wobei es alle Ereignisse berücksichtigt, die wesentlichen Einfluss auf das potenzielle Risiko für den bestimmten Zielmarkt haben könnten. Außerdem **beurteilt** es zumindest, **ob das Produkt weiterhin den Bedürfnissen des bestimmten Zielmarkts entspricht** und ob die beabsichtigte Vertriebsstrategie immer noch geeignet ist.

Versicherungsunternehmen und -vermittler, die Versicherungsprodukte konzipieren, stellen allen Vertreibern sämtliche sachgerechten Informationen zu dem Versicherungsprodukt und dem Produktgenehmigungsverfahren, einschließlich des bestimmten Zielmarkts des Versicherungsprodukts, zur Verfügung.

Wenn ein Versicherungsvertreiber Versicherungsprodukte, die er nicht selbst konzipiert, anbietet oder über sie berät, verfügt er über angemessene Vorkehrungen, um die in Unterabsatz 5 genannten Informationen zu erhalten und die Merkmale und den bestimmten Zielmarkt jedes Versicherungsprodukts zu verstehen.

(2) Der Kommission wird die Befugnis übertragen, delegierte Rechtsakte gemäß Artikel 38 zu erlassen, um die in diesem Artikel aufgestellten Grundsätze weiter zu bestimmen, wobei sie die ausgeübten Tätigkeiten, die Art des verkauften Versicherungsprodukts und die Kategorie des Vertreibers nach dem Grundsatz der Verhältnismäßigkeit berücksichtigt.

(3) Durch die in diesem Absatz genannten Maßnahmen, Verfahren und Vorkehrungen werden alle anderen Anforderungen nach dieser Richtlinie, einschließlich derjenigen, die sich auf Offenlegung, Eignung oder Angemessenheit, Ermittlung von Interessenkonflikten und den Umgang mit ihnen sowie Anreize beziehen, nicht berührt.

(4) Dieser Artikel gilt nicht für Versicherungsprodukte, die aus einer Versicherung für Großrisiken bestehen

EU-rechtliches - IDD

Artikel 25

Aufsichts- und Lenkungs-Anforderungen

Es wird ein bestimmter Zielmarkt für jedes Produkt festgelegt.

Das VU prüft, ob das Produkt den Bedürfnissen des Zielmarkts entspricht.

EU-rechtliches - IDD

Erwägungsgründe:

...

(44) Um zu vermeiden, dass der Kunde ein für ihn nicht geeignetes Produkt erwirbt, sollte der Vertrieb von Versicherungsprodukten stets mit einem Wunsch- und Bedürfnistest anhand der vom Kunden stammenden Angaben einhergehen. Jedes dem Kunden angebotene Versicherungsprodukt sollte stets den Wünschen und Bedürfnissen des Kunden entsprechen und in einer verständlichen Form präsentiert werden, damit der Kunde eine Entscheidung in voller Kenntnis der Sachlage treffen kann.

EU-rechtliches - IDD

Erwägungsgründe:

...

(44) Um zu vermeiden, dass der Kunde ein für ihn nicht geeignetes Produkt erwirbt, sollte der Vertrieb von Versicherungsprodukten stets mit einem Wunsch- und Bedürfnistest anhand der vom Kunden stammenden Angaben einhergehen. Jedes dem Kunden angebotene Versicherungsprodukt sollte stets den Wünschen und Bedürfnissen des Kunden entsprechen und in einer verständlichen Form präsentiert werden, damit der Kunde eine Entscheidung in voller Kenntnis der Sachlage treffen kann.

EU-rechtliches - IDD

Erwägungsgrund 44

Versicherungsprodukte sollte stets den Wünschen und Bedürfnissen des Kunden entsprechen.

Versicherungsprodukte sollen in einer verständlichen Form präsentiert werden.

Der Kunde soll eine Entscheidung in voller Kenntnis der Sachlage treffen können.

EU-rechtliches - POG

Artikel 4

Produktgenehmigungsverfahren

...

(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.

...

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.

EU-rechtliches - POG

Artikel 4

Produktgenehmigungsverfahren

...

(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.

...

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.

EU-rechtliches - POG

POG Artikel 4

Versicherungsprodukte tragen den Zielen, Interessen und Merkmalen der Kunden Rechnung.

Benachteiligung der Kunden wird vermieden beziehungsweise gemindert.

POG Artikel 6

Das Unternehmen beurteilt, ob das Versicherungsprodukt über seine gesamte Lebensdauer den ermittelten Bedürfnissen, Zielen und Merkmalen des Zielmarkts entspricht.

Die Hersteller bringen Versicherungsprodukte nicht auf den Markt, wenn sie nicht den ermittelten Bedürfnissen, Zielen und Merkmalen des Zielmarkts entsprechen.

EU-rechtliches - Zusammenfassung

Es wird ein bestimmter Zielmarkt für jedes Produkt festgelegt.

Das VU prüft, ob das Produkt den Bedürfnissen des Zielmarkts entspricht.

IDD
Artikel 25

Versicherungsprodukte sollten stets den Wünschen und Bedürfnissen der Kunden entsprechen.

Versicherungsprodukte sollen in einer verständlichen Form präsentiert werden.

Der Kunde soll eine Entscheidung in voller Kenntnis der Sachlage treffen können.

IDD
Erwägung 44

Versicherungsprodukte tragen den Zielen, Interessen und Merkmalen der Kunden Rechnung.

Benachteiligung der Kunden wird vermieden beziehungsweise gemindert.

POG
Artikel 4

Das Unternehmen beurteilt, ob das Versicherungsprodukt über seine gesamte Lebensdauer den ermittelten Bedürfnissen, Zielen und Merkmalen des Zielmarkts entspricht.

Die Hersteller bringen Versicherungsprodukte nicht auf den Markt, wenn sie nicht den ermittelten Bedürfnissen, Zielen und Merkmalen des Zielmarkts entsprechen.

POG
Artikel 6

EU-Rechtliches - Zusammenfassung

:

Es wird ein bestimmter Zielmarkt für jedes Produkt festgelegt.

Das VU prüft, ob das Produkt den Bedürfnissen des Zielmarkts entspricht.

Versicherungsprodukte sollten stets den **Wünschen und Bedürfnissen der Kunden** entsprechen.

Versicherungsprodukte sollen in einer verständlichen Form präsentiert werden.

Der Kunde soll eine Entscheidung in voller Kenntnis der Sachlage treffen können.

Versicherungsprodukte tragen den **Zielen, Interessen und Merkmalen der Kunden** Rechnung.

Versicherungsprodukte sollen in einer verständlichen Form präsentiert werden.

Benachteiligung der Kunden wird vermieden beziehungsweise gemindert.

Das Unternehmen beurteilt, ob das Versicherungsprodukt entspricht über seine gesamte Lebensdauer den ermittelten Bedürfnissen, Zielen und Merkmalen des Zielmarkts entspricht.

Die Hersteller bringen Versicherungsprodukte nicht auf den Markt, wenn sie nicht den ermittelten Bedürfnissen, Zielen und Merkmalen des Zielmarkts entsprechen.

EU-Rechtliches - Zusammenfassung

Versicherungsprodukte sollten stets den Wünschen und Bedürfnissen der Kunden entsprechen und tragen den Zielen, Interessen und Merkmalen der Kunden Rechnung.

Der Kunde soll eine Entscheidung in voller Kenntnis der Sachlage treffen können.

Die Hersteller bringen Versicherungsprodukte nicht auf den Markt, wenn sie nicht den ermittelten Bedürfnissen, Zielen und Merkmalen des Zielmarkts entsprechen.

Versicherungsprodukte sollten stets den Wünschen und Bedürfnissen der Kunden entsprechen und tragen den Zielen, Interessen und Merkmalen der Kunden Rechnung.

Der Kunde soll eine Entscheidung in voller Kenntnis der Sachlage treffen können.

Die Hersteller bringen Versicherungsprodukte nicht auf den Markt, wenn sie nicht den ermittelten Bedürfnissen, Zielen und Merkmalen des Zielmarkts entsprechen.

Reaktionen der Versicherungsaufsicht:

EIOPA hat mit dem „Supervisory Statement On assessment of value for money of unit-linked insurance products under product oversight and governance“ (aus 2021) eine Handreichung erstellt, wie insbesondere Artikel 25 IDD und Artikel 4 – 8 POG zu verstehen sind.

In diesem Supervisory Statement ist der Begriff des „Value for Money“ (VfM) zentral. Dabei stehen quantitative Aspekte im Fokus.

Die BaFin hat dann mit dem „Merkblatt 01/23 (AV) zu wohlverhaltensaufsichtlichen Aspekten bei kapitalbildenden Lebensversicherungsprodukten“ eine eigene zusätzliche Handreichung erstellt - auch hier stehen quantitative Aspekte im Fokus.

Im Merkblatt übersetzt die BaFin nun (vielleicht etwas ungenau) den Begriff des „Value for Money“ mit „Kundennutzen“. Entscheiden ist hier Randziffer 15 in der u.a. gefordert wird, dass als Renditeziel das „mittelfristige Inflationsziel der Europäischen Zentralbank“, also 2 % herangezogen werden soll.

Zudem ist nach Randziffer 9 auch ein sich anschließender Rentenbezug einzubeziehen – also nicht nur die zu Rentenbeginn vorliegende Summe.

Schließlich wird in Randziffer 24 auch spezifiziert, dass bei bestimmten gekündigten Verträgen bereits die Leistung bei Kündigung einen hinreichenden Kundennutzen zur Folge haben sollte. Für den Zeitpunkt, ab dem mindestens die Hälfte aller Kunden den Vertrag bereits gekündigt haben, muss dementsprechend auch der Kundennutzen gelten.

Versicherungsprodukte sollten stets den Wünschen und Bedürfnissen der Kunden entsprechen und tragen den Zielen, Interessen und Merkmalen der Kunden Rechnung.

Der Kunde soll eine Entscheidung in voller Kenntnis der Sachlage treffen können.

Die Hersteller bringen Versicherungsprodukte nicht auf den Markt, wenn sie nicht den ermittelten Bedürfnissen, Zielen und Merkmalen des Zielmarkts entsprechen.

Das 2 % - Ziel:

Es lassen sich nun drei quantitative Dimensionen des Kundennutzens ableiten, die kumulativ aufzufassen sind.

Das heißt, ein Angebot erfüllt dann die quantitativen Kriterien des Kundennutzens, wenn :

- i. Es findet kein Realverlust bis zum Rentenbeginn statt.
- ii. Es findet auch dann kein Realverlust statt, wenn der Versicherte in den Rentenbezug geht.
- iii. Es findet auch dann kein Realverlust statt, wenn der VN zwar storniert aber zur „erfolgreichsten“ Hälfte aller Kunden zählt.

Versicherungsprodukte sollten stets den Wünschen und Bedürfnissen der Kunden entsprechen und tragen den Zielen, Interessen und Merkmalen der Kunden Rechnung.

Der Kunde soll eine Entscheidung in voller Kenntnis der Sachlage treffen können.

Die Hersteller bringen Versicherungsprodukte nicht auf den Markt, wenn sie nicht den ermittelten Bedürfnissen, Zielen und Merkmalen des Zielmarkts entsprechen.

Das 2 % - Ziel – (i) „kein Realverlust bis zum Rentenbeginn“ – Aktuarielle Prüfung:

Es sei P_j die im j -ten Vertragsjahr gezahlte Prämie (bei Riesterrenten ggf. um die Zulage erhöht) und VER das zu Rentenbeginn zur Verrentung zur Verfügung stehende Kapital. Zudem sei $Infl$ der angesetzte Inflationssatz. Der Vertrag sieht eine n -jährige Anspardauer vor

Nun sei $Rend^{ASF}$ der Zinssatz für den gilt, dass :

$$\sum_{i=0}^{n-1} P_i * (1 + Rend^{ASF})^n - VER = 0$$

Dann liegt genau dann kein Realverlust vor, wenn gilt:

$$Rend^{ASF} \geq Infl$$

Versicherungsprodukte sollten stets den Wünschen und Bedürfnissen der Kunden entsprechen und tragen den Zielen, Interessen und Merkmalen der Kunden Rechnung.

Der Kunde soll eine Entscheidung in voller Kenntnis der Sachlage treffen können.

Die Hersteller bringen Versicherungsprodukte nicht auf den Markt, wenn sie nicht den ermittelten Bedürfnissen, Zielen und Merkmalen des Zielmarkts entsprechen.

Das 2 % - Ziel – (ii) „kein Realverlust unter Einbezug der Verrentung“ – Aktuarielle Prüfung:

Es sei P_j die im j -ten Vertragsjahr gezahlte Prämie (bei Riesterrenten ggf. um die Zulage erhöht) und VER das zu Rentenbeginn zur Verrentung zur Verfügung stehende Kapital. Zudem sei $Infl$ der angesetzte Inflationssatz. Der Vertrag sieht eine n -jährige Anspardauer vor.

Es sei nun zusätzlich p_j die Wahrscheinlichkeit, dass der Kunde im Alter j noch Leben ist. Es sei unterstellt, dass im Alter 120 bereits alle Kunden verstorben sind. Zusätzlich sei R_j die im Alter j an den Kunden ausgezahlte Rente.

Nun sei $Rend^{Gesamt}$, die Rentenrendite, der Zinssatz für den gilt, dass :

$$\sum_{i=0}^{n-1} P_i * \left(\frac{1}{1 + Rend^{Gesamt}} \right)^i * p_j - \sum_{j=n}^{120} R_j * \left(\frac{1}{1 + Rend^{Gesamt}} \right)^j * p_j = 0$$

Dann liegt genau dann kein Realverlust vor, wenn gilt:

$$Rend^{Gesamt} \geq Infl$$

Versicherungsprodukte sollten stets den Wünschen und Bedürfnissen der Kunden entsprechen und tragen den Zielen, Interessen und Merkmalen der Kunden Rechnung.

Der Kunde soll eine Entscheidung in voller Kenntnis der Sachlage treffen können.

Die Hersteller bringen Versicherungsprodukte nicht auf den Markt, wenn sie nicht den ermittelten Bedürfnissen, Zielen und Merkmalen des Zielmarkts entsprechen.

Das 2 % - Ziel – (iii) „kein Realverlust unter Einbezug der Stornierung“ – Aktuarielle Prüfung bei Rückkaufswert:

Es sei P_j die im j -ten Vertragsjahr gezahlte Prämie (bei Riesterrenten ggf. um die Zulage erhöht) und VER das zu Rentenbeginn zur Verrentung zur Verfügung stehende Kapital. Zudem sei Inf der angesetzte Inflationssatz. Der Vertrag sieht eine n -jährige Anspardauer vor.

Es sei nun zusätzlich p_j die Wahrscheinlichkeit, dass der Kunde im Alter j noch Leben ist. Es sei unterstellt, dass im Alter 120 bereits alle Kunden verstorben sind. Zusätzlich sei R_j die im Alter j an den Kunden ausgezahlte Rente.

Es seien nun zusätzlich $storno$ die Wahrscheinlichkeit, dass der Kunde im Alter j den Vertrag storniert RKW_j der Rückkaufswert der bei Kündigung im j -ten Vertragsjahr zur Auszahlung kommt. Damit sei dann $akt^m = (1 - storno)^{m-1}$ die Wahrscheinlichkeit, dass ein Kunde nach m Jahren noch einen ungekündigten Vertrag hat.

Nun sei m^{Storno} genau die Verweildauer im Vertrag für die gilt, dass $akt^{m^{Storno}-1} < 0,5$ und $akt^{m^{Storno}} \geq 0,5$. Das heißt nach m^{Storno} -Jahren hat bereits die erste Hälfte der Kunden storniert.

Nun sei $Rend^{ASF-Storno}$ der Zinssatz für den gilt, dass :

$$\sum_{i=0}^{m^{Storno}} P_i * (1 + Rend^{ASF-Storno})^{m^{Storno}-i} - RKW_{m^{Storno}} = 0$$

Sieht der Vertrag nur eine beitragsfreie Leistung vor, so ist dann analog auf die beitragsfreie Rentenleistung abzustellen.

Versicherungsprodukte sollten stets den Wünschen und Bedürfnissen der Kunden entsprechen und tragen den Zielen, Interessen und Merkmalen der Kunden Rechnung.

Der Kunde soll eine Entscheidung in voller Kenntnis der Sachlage treffen können.

Die Hersteller bringen Versicherungsprodukte nicht auf den Markt, wenn sie nicht den ermittelten Bedürfnissen, Zielen und Merkmalen des Zielmarkts entsprechen.

Prüfung des Kundennutzens an einem konkreten Beispiel:

Mann, Alter 55, Anspardauer 12 Jahre

Monatsbeitrag 100 €, Basisrente

Werte aus dem Produktinformationsblatt (PIB)

	laut PIB
Garantierte Kapitalleistung	- €
Garantierte Rente	- €
Kapital zu Rentenbeginn	14.022,00 €
Rente zu Beginn nach Modellrechnung	46,00 €
garantierter Rentenfaktor	28,15 €
Angenommene Wertentwicklung	4,00%
Rentensteigerung/ Überschussb.	1,75%

Modellrechnung aus PIB

Wertentw.	Kapital	Rente p.m.
0%	11.075 €	36 €
2%	12.446 €	41 €
4%	14.022 €	46 €
5%	14.895 €	49 €

Versicherungsprodukte sollten stets den Wünschen und Bedürfnissen der Kunden entsprechen und tragen den Zielen, Interessen und Merkmalen der Kunden Rechnung.

Der Kunde soll eine Entscheidung in voller Kenntnis der Sachlage treffen können.

Die Hersteller bringen Versicherungsprodukte nicht auf den Markt, wenn sie nicht den ermittelten Bedürfnissen, Zielen und Merkmalen des Zielmarkts entsprechen.

Prüfung des Kundennutzens an einem konkreten Beispiel:

Zusammenfassend zeigt sich im Beispiel:

	Garantierte Renditen		Renditen nach Modellrechnung		
	Ansparfrist	Rentenbezug	Ansparfrist	mit Rente ohne Übet / RGZ	mit Rente mit Übet / RGZ
nach Destatis					
Rendite	k.A.	k.A.	-0,44%	-1,95%	-0,62%
Effektivkosten			4,44%	5,95%	4,62%
nach DAV 2. Ordnung					
Rendite	k.A.	k.A.	-0,44%	-0,94%	0,40%
Effektivkosten			4,44%	4,94%	3,60%

Das heißt:

Weder in der reinen Ansparfrist und auch nicht unter Einbezug der Rentenphase inklusive Überschussbeteiligung kann der Kunde eine Rendite von mindestens 2 % erwarten.

Conclusio: Es liegt kein Kundennutzen vor.

Versicherungsprodukte sollten stets den Wünschen und Bedürfnissen der Kunden entsprechen und tragen den Zielen, Interessen und Merkmalen der Kunden Rechnung.

Der Kunde soll eine Entscheidung in voller Kenntnis der Sachlage treffen können.

Die Hersteller bringen Versicherungsprodukte nicht auf den Markt, wenn sie nicht den ermittelten Bedürfnissen, Zielen und Merkmalen des Zielmarkts entsprechen.

Ausblick – Fragen eines Mathematikers an die Juristen:

Da kein Kundennutzen vorliegt, darf insbesondere das Produkt (laut POG) nicht auf den Markt gebracht werden. Es wird dennoch angeboten. Was tun, wenn der Versicherungsnehmer (VN) den Vertrag abgeschlossen hat und dann später unzufrieden ist?

Soll der VN gegen das VU klagen?

Kann der VN gegen das VU klagen?

Mit welcher Rechtsfolge?

Soll der VN gegen den Vermittler klagen?

Kann der VN gegen den Vermittler klagen?

Mit welcher Rechtsfolge?

Kann die BaFin eingreifen?

Muss die BaFin eingreifen?

Mit welcher Rechtsfolge?

Kann die BaFin bei Nichteingreifen haftbar gemacht werden?

Mit welcher Rechtsfolge?

Können qualifizierte Verbände nach UKlaG Verbandsklage erheben?

Wenn Ja, gegen welche Klausel?

Kann eine Musterfeststellungsklage angestrengt werden?

Wenn Ja, wie „ähnlich“ müssen die Fälle gelagert sein?