

IDD INFORMATIONEN

Gemäß § 23 VAG sowie Artikel 25 der IDD-Richtlinie muss für jedes Versicherungsprodukt ein geeigneter Zielmarkt und eine Vertriebsstrategie festgelegt werden. Des Weiteren ist ein Produktgenehmigungsverfahren durchzuführen.

1 ZIELMARKT

1.1 RISIKOVERSICHERUNGEN

Das Produkt richtet sich an Privatkunden und Arbeitgeber im Rahmen der bAV¹, die das Ziel der finanziellen Absicherung des Todesfallrisikos haben. Im Versicherungsfall wird die vereinbarte Versicherungssumme gezahlt.

1.2 ZUSATZVERSICHERUNGEN

- Die Berufsunfähigkeits-Zusatzversicherung richtet sich an Privatkunden und Arbeitgeber im Rahmen der bAV, die das Ziel der finanziellen Arbeitskraftabsicherung haben. Im Versicherungsfall zahlt sie die Beiträge zur Hauptversicherung. Sie kann zusätzlich zu bestimmten Risikoversicherungen² abgeschlossen werden.
- Die Unfalltod-Zusatzversicherung richtet sich an Privatkunden, die das Ziel der Absicherung bei Unfalltod haben. Im Versicherungsfall der versicherten Person wird die vereinbarte Versicherungsleistung gezahlt. Sie kann zusätzlich zur Risikoversicherung abgeschlossen werden.

2 VERTRIEBSSTRATEGIE IM VERMITTLER- UND KOOPERATIONSVERTRIEB

Grundsätzlich dürfen alle Risiko- und Zusatzversicherungsprodukte vertrieben werden, sofern die Mindestanforderungen für eine Akkre-

ditierung (hinsichtlich IHK-Registrierung, Leumund, Haftpflicht/Garantie, Weiterbildung) des Vermittlers oder Kooperationspartners erfüllt sind. Sämtliche Risiko- und Zusatzversicherungsprodukte dürfen gemäß § 6 Abs. 3 VVG auch ohne Beratung vertrieben werden. Die (Vorsorge-) Ziele des Kunden sind allerdings insoweit zu erfragen, dass vom Berater sichergestellt werden kann, dass diese mit dem Zielmarkt des vermittelten Produktes übereinstimmen.

Ein Vertrieb außerhalb des Zielmarktes darf nur in begründeten Einzelfällen erfolgen und nur auf den ausdrücklichen Wunsch des Kunden. In diesem Fall ist in der Beratungsdokumentation zu dokumentieren, dass das vom Kunden gewünschte Produkt nicht zu den benannten (Vorsorge-) Zielen passt und damit außerhalb des Zielmarkts liegt. Ein Vertrieb „Execution only“ ist nicht vorgesehen.

3 INFORMATIONEN ZUM PRODUKTGENEHMIGUNGSVERFAHREN

Durch ein internes Produktfreigabeverfahren wird sichergestellt, dass vor der Vertriebsfreigabe eines Versicherungsproduktes oder einer wesentlichen Änderung zu einem bestehenden Versicherungsprodukt ein geeigneter Zielmarkt festgelegt wird. Dabei werden die einschlägigen Risiken für diesen Zielmarkt bewertet. Somit entspricht die beabsichtigte Vertriebsstrategie dem bestimmten Zielmarkt. Zusätzlich wird überwacht, inwieweit die Versicherungsprodukte an den bestimmten Zielmärkten vertrieben werden.

¹ bAV nur als Basistarif

² T1, T1-Plus, T1-E, KT1 und KT1-Plus