VOLKSWOHL BUND
VERSICHERUNGEN

FÜR DAS, WAS KOMMT.

22.09.2023

Agenda

Transparenzverordnung, Offenlegungsverordnung und Beratungspflichten – Umsetzung, Auswirkungen und erste Erfahrungen eines führenden Maklerversicherers*

*Formulierung des Themas durch BINL!

- Wie denken die Kunden?
- Was bisher geschah
- Was machte die Branche?
- Warum kam es zum Gap zwischen SOLL und IST?
- Die Sorge vor Greenwashing
- Trotzdem: weitermachen!

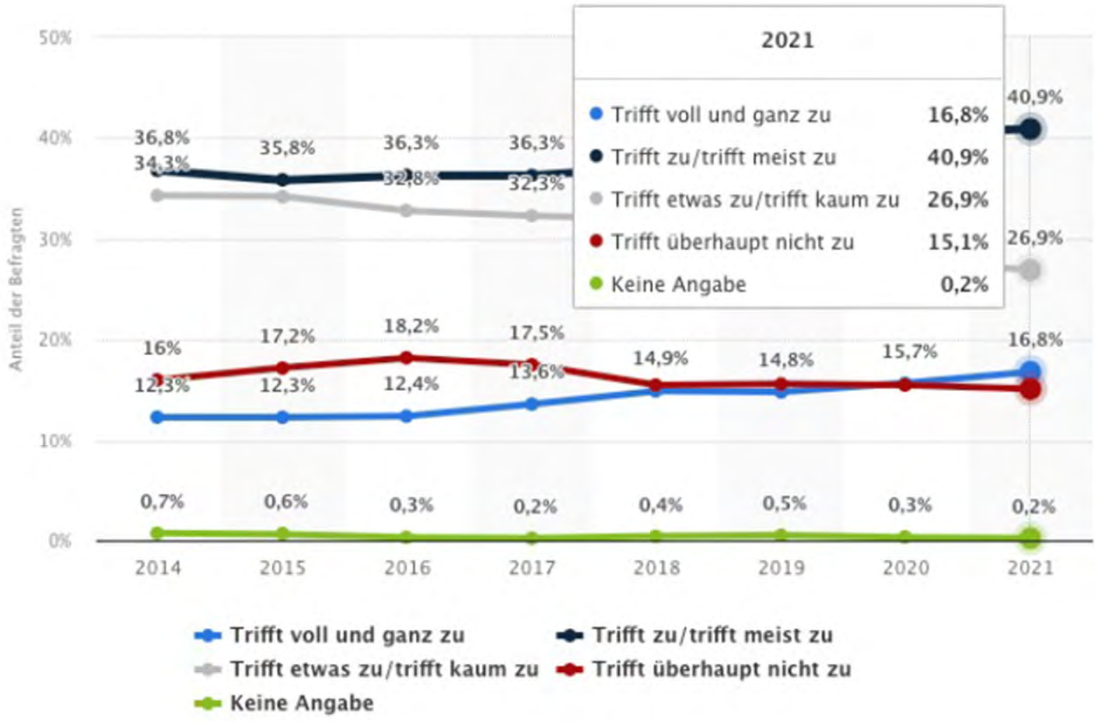
Zielgruppe Allgemein

VOLKSWOHL BUND VERSICHERUNGEN

» Bevölkerung in Deutschland nach Einstellung zur Aussage

„Beim Kauf von Produkten ist es mir wichtig, dass das Unternehmen sozial und ökologisch verantwortlich handelt.“

von 2014 bis 2021



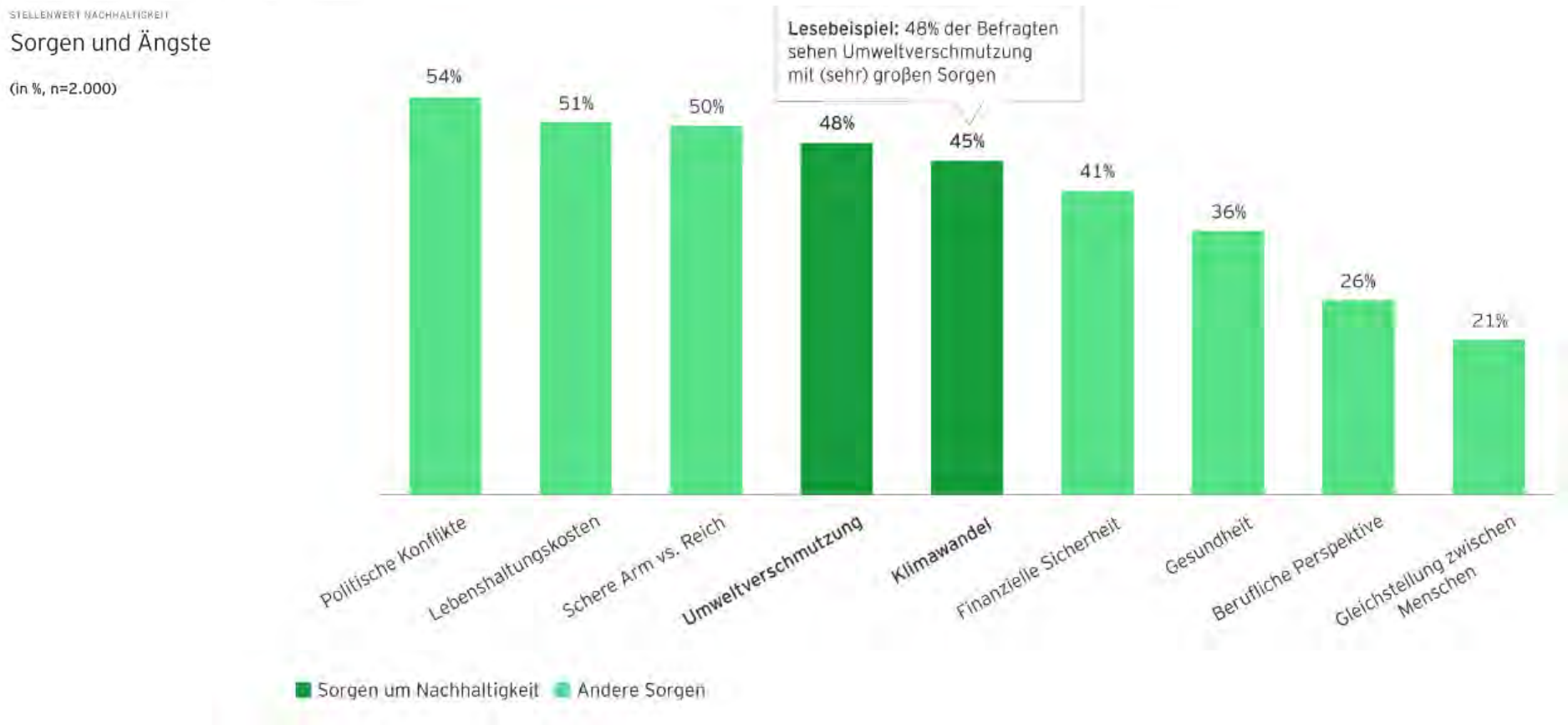
Details: Deutschland; IFAK; Ipsos; GfK Media and Communication Research; 2014 bis 2021; ab 14 Jahre; deutschsprachige Bevölkerung; Computergestützte persönliche Interviews (CAPI)

© Statista

„Nun sag‘, wie hast du‘s mit der Nachhaltigkeit“

Ein Blick auf das Kundenverhalten

Studie der EY-Parthenon GmbH (April 2022)



„Nun sag‘, wie hast du‘s mit der Nachhaltigkeit“

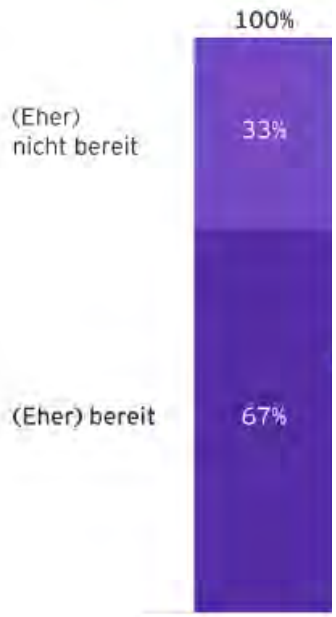
Ein Blick auf das Kundenverhalten

Studie der EY-Parthenon GmbH (April 2022)

UMSETZUNG NACHHALTIGKEIT

Bereitschaft, das eigene Verhalten anzupassen

(in %, n=2.000)



Wo kommen wir her, wo geht es hin?

VOLKSWOHL BUND VERSICHERUNGEN

Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz, Europäisches Lieferkettengesetz, Green Claims Directive, ...

Was haben wir gemacht?

VOLKSWOHL BUND
VERSICHERUNGEN

Im Sommer 2021

VOLKSWOHL BUND Versicherungen

NEXT

Nachhaltig Engagiert + Transparent

Beispielfolie aus Sommer 2021: Unsere „grünen Leuchttürme“

VOLKSWOHL BUND VERSICHERUNGEN

Windkraft, Photovoltaik, GeoThermie und

Sonnenwärmekraftwerke

Green-, Social- und Sustainability Bonds

(Staats- und Unternehmensanleihen)

Themeninvestments

Kriterien zur Bewertung von Nachhaltigkeit
nach IDD

VOLKSWOHL BUND
VERSICHERUNGEN

Nachhaltigkeitspräferenzen

PAI-Berücksichtigung

Ja

- [ ] Treibhausgas-Emissionen
- [ ] Wasser
- [ ] Abfälle
- [ ] Biologische Diversität
- [ ] Soziale und Arbeitnehmerbelange

Minimum % nachhaltiger Anlagen nach SFDR

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100

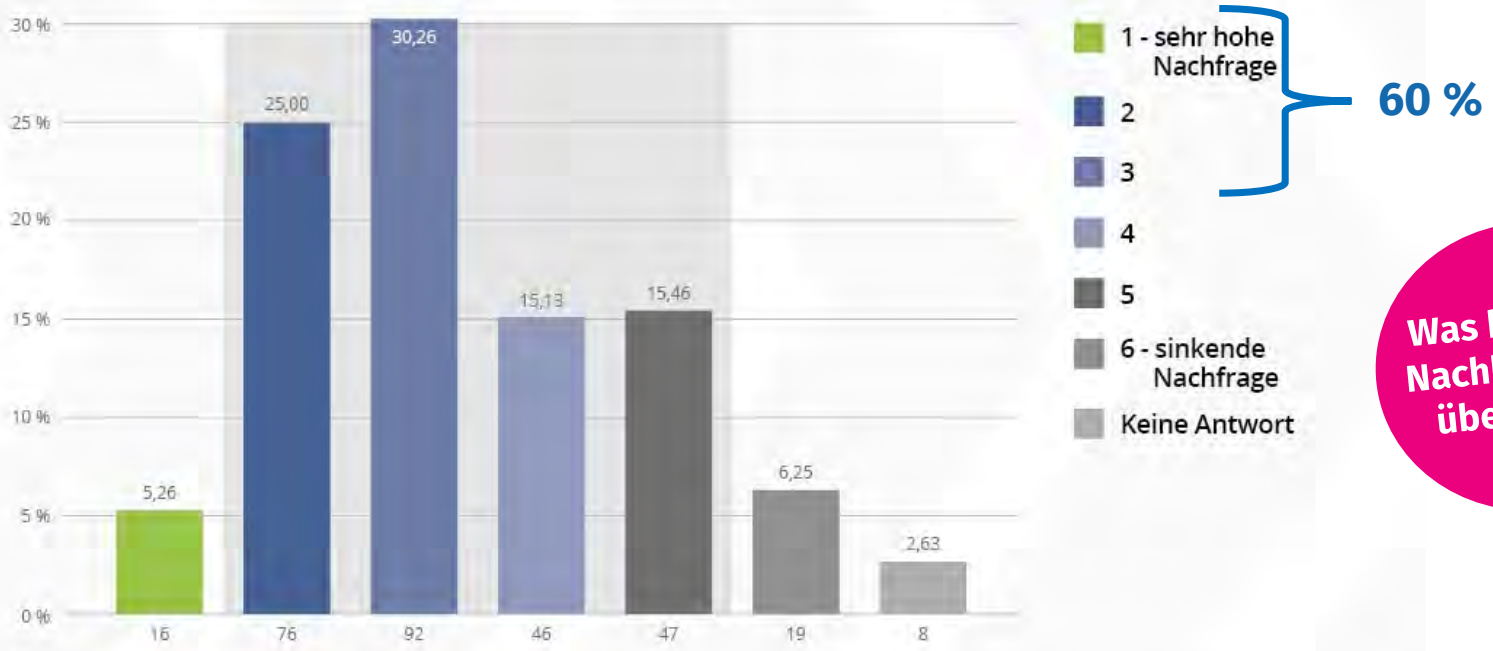
Minimum % nachhaltiger Anlagen nach Taxonomie

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100

Zielgruppe Versicherungen

VOLKSWOHL BUND VERSICHERUNGEN

Erhöhte Nachhaltigkeitsanfragen der Kund:innen?



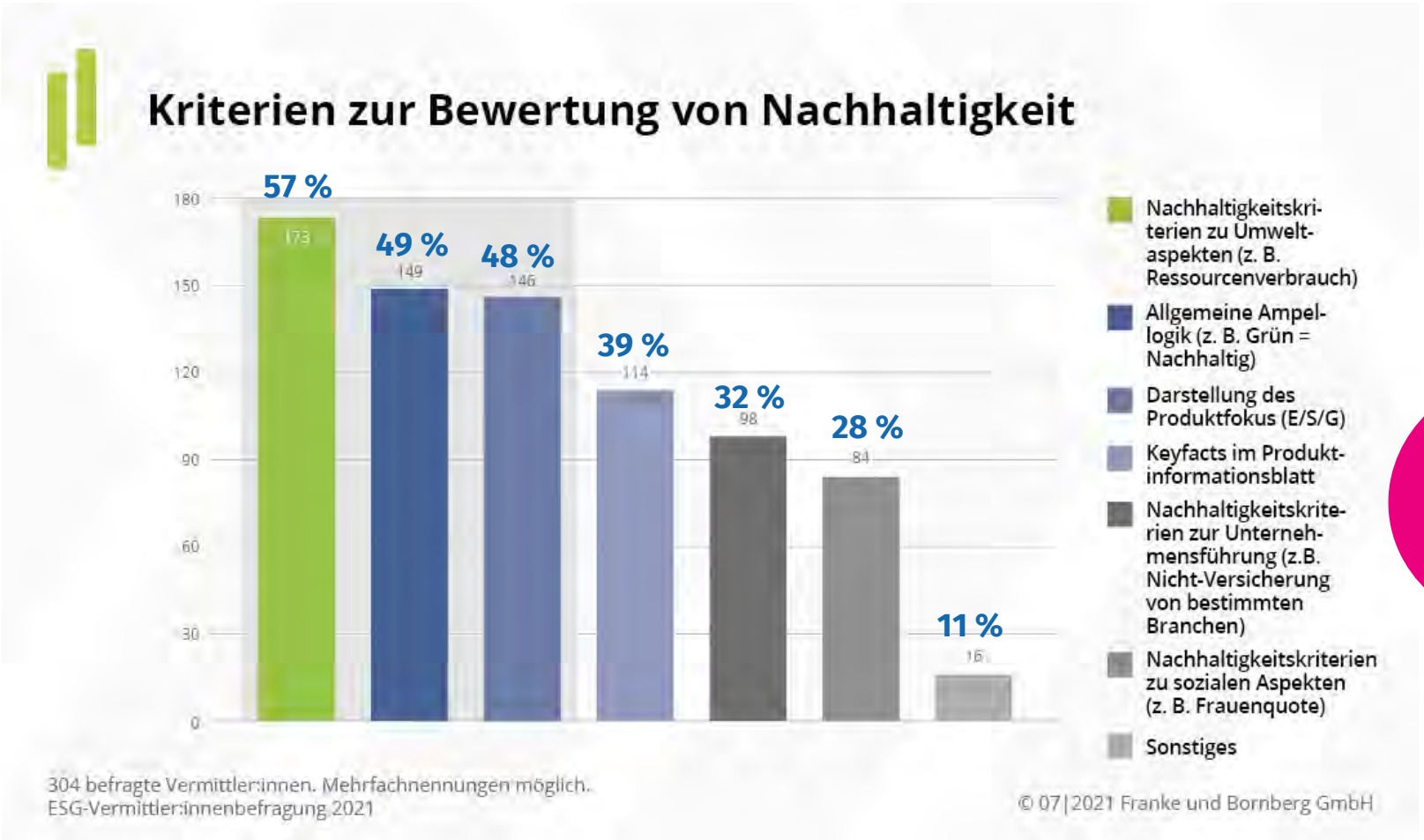
Was bedeutet Nachhaltigkeit überhaupt?

304 befragte Vermittler:innen im Schulnoten-System.
ESG-Vermittler:innenbefragung 2021

© 07|2021 Franke und Bornberg GmbH

Kriterien zur Bewertung von Nachhaltigkeit
Allgemein

VOLKSWOHL BUND VERSICHERUNGEN



Keine einheitliche Definition!

EY-Studie

VOLKSWOHL BUND VERSICHERUNGEN

„78 Prozent der Vermittler führen demnach bei ihren Kundinnen und Kunden noch keine Präferenzabfrage zu Nachhaltigkeit durch.“

?

22.09.2023 https://www.versicherungsbote.de/id/4908237/IDD-In-vier-von-fuenf-Fallen-fragen-Vermittler-keine-Nachhaltigkeits-Praeferenzen-ab/

Der „Gap“

zwischen dem 02.08.2022
und 01.01.2023

„So nachhaltig sind Versicherungsvermittler“

VOLKSWOHL BUND VERSICHERUNGEN

Prof. Dr. Matthias Beenken / Prof. Dr. Lukas Linnenbrink

So nachhaltig sind die Versicherungsvermittler

Das Hauptproblem liegt darin, dass die Europäische Union gewissermaßen das Pferd von hinten aufgezäumt hat: Erst wurde eine Offenlegung der Nachhaltigkeitsstrategien und der Nachhaltigkeit von (Versicherungs-) Anlageprodukten verlangt[3] und danach die Beratung dazu vorgeschrieben[4], bevor vollständig definiert wurde, was überhaupt „nachhaltig“ ist.[5] Bisher ist die Definitionsarbeit erst in

vorgeschrieben[4], bevor vollständig definiert wurde, was überhaupt „nachhaltig“ ist.[5] Bisher ist die Definitionsarbeit erst in kleineren Teilen erledigt und lässt sehr viel Spielraum für eigene Interpretationen, die je nach Grundhaltung unterschiedlicher Marktbegleiter mal als progressiv und mal als „Greenwashing“ eingestuft werden.

telte Rentenver- ment der Nach- en als ohne.[6] Die ıen bieten im- bens- und Sach- ınd unterstützen ngsmaßnahmen sarbeit rund um

Deutscher Versi- (BVK) wollte in -Strukturanalyse Versicherungs- en Pflichten um- cen darin erken- nalyse wird alle rage unter Versi- ırchgeführt. An der zwischen Dezember 2022 und April 2023 durchgeführten Befragung haben 1.842 Versicherungsvertreter und -makler teilgenommen, wobei die Ausschließlichkeit mit knapp 90% vermutlich überrepräsentiert ist, gemessen an den allerdings nur bedingt aussagekräftigen Zahlen des Versicherungsvermittlerregisters.[8] Gut sechs Prozent der Teilnehmer sind Makler und knapp vier Prozent

Strategien zur Einbeziehung von Nachhaltigkeitsrisiken bei ihrer Versicherungsberatungstätigkeit zu machen.[11] Eine Untersuchung im Ausschließlichkeitsvertrieb aus dem vergangenen Jahr zeigte, dass Ausschließlichkeitsvertreter in aller Regel Webseiten von ihrem Vertragspartner eingerichtet und mit Content befüllt bekommen. Zum Untersuchungszeitpunkt gab es einzelne Gesellschaften, bei denen die Offenlegung der Nachhaltigkeitsstrategie fehlte, und einige, bei denen sie Fragen aufwarf.[12]

Eine Veröffentlichung ist allerdings denklogisch nicht erforderlich, wenn der Vermittler keine Webseite besitzt. Das kommt gar nicht so selten vor. In der BVK-Umfrage gaben knapp zwei Prozent der Ausschließlichkeitsvertreter, 13% der Mehrfachvertreter und 27% der Makler an, sie hätten keine Webseite.

Meist Strategieformulierung vom Versicherer

Die weitestgehende Form der Offenlegung ist eine selbstentwickelte Nachhaltigkeitsstrategie. Diese ist bisher selten.

aus: ZfV 16/2023

Wo kommen wir her, wo geht es hin?

Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz, Europäisches Lieferkettengesetz, Green Claims Directive, ...

„So nachhaltig sind Versicherungsvermittler“

VOLKSWOHL BUND VERSICHERUNGEN

Prof. Dr. Matthias Beenken / Prof. Dr. Lukas Linnenbrink

So nachhaltig sind die Versicherungsvermittler

Der „Regulierungs-Tsunami“[1] geht weiter und hat den Versicherungsvertrieb nach der Vertriebsregulierung nun auch in Sachen Nachhaltigkeit erfasst. Dabei stellen Wandt/Lüders fest, „dass die

ist.[5] Bisher ist die Definitionsarbeit erst in kleineren Teilen erledigt und lässt sehr viel Spielraum für eigene Interpretationen, die je nach Grundhaltung unterschiedlicher Marktbegleiter mal als progressiv und mal als „Greenwashing“ eingestuft werden.

niert wurde, was überhaupt „nachhaltig“ ist.[5] Bisher ist die Definitionsarbeit erst in kleineren Teilen erledigt und lässt sehr viel Spielraum für eigene Interpretationen, die je nach Grundhaltung unterschiedlicher Marktbegleiter mal als progressiv und mal als „Greenwashing“ eingestuft werden.

der Bundespolitik gebeutelte Rentenversicherung mit dem Argument der Nachhaltigkeit leichter verkaufen als ohne.[6] Die Versicherungsunternehmen bieten immer mehr nachhaltige Lebens- und Sach-

e und unterstützen
ldungsmaßnahmen
keitsarbeit rund um

d Deutscher Versi-
V. (BVK) wollte in
VK-Strukturanalyse
wie Versicherungs-
neuen Pflichten um-
ancen darin erken-
uranalyse wird alle
umfrage unter Versi-
durchgeführt. An
ber 2022 und April

2023 durchgeführten Befragung haben 1.842 Versicherungsvertreter und -makler teilgenommen, wobei die Ausschließlichkeit mit knapp 90% vermutlich überrepräsentiert ist, gemessen an den allerdings nur bedingt aussagekräftigen Zahlen des Versicherungsvermittlerregisters.[8] Gut sechs Prozent der Teilnehmer sind Makler und knapp vier Prozent

Strategien zur Einbeziehung von Nachhaltigkeitsrisiken bei ihrer Versicherungsberatungstätigkeit zu machen.[11] Eine Untersuchung im Ausschließlichkeitsvertrieb aus dem vergangenen Jahr zeigte, dass Ausschließlichkeitsvertreter in aller Regel Webseiten von ihrem Vertragspartner eingerichtet und mit Content befüllt bekommen. Zum Untersuchungszeitpunkt gab es einzelne Gesellschaften, bei denen die Offenlegung der Nachhaltigkeitsstrategie fehlte, und einige, bei denen sie Fragen aufwarf.[12]

Eine Veröffentlichung ist allerdings denklogisch nicht erforderlich, wenn der Vermittler keine Webseite besitzt. Das kommt gar nicht so selten vor. In der BVK-Umfrage gaben knapp zwei Prozent der Ausschließlichkeitsvertreter, 13% der Mehrfachvertreter und 27% der Makler an, sie hätten keine Webseite.

Meist Strategieformulierung vom Versicherer

Die weitestgehende Form der Offenlegung ist eine selbstentwickelte Nachhaltigkeitsstrategie. Diese ist bisher selten.

aus: ZfV 16/2023

Verhinderung von Greenwashing

Greenwashing

FONDS professionell

Bafin-Direktor Grund: "Greenwashing ist Verbraucherirreführung" | Recht | 02.06.2023

Frank Grund, Chef der Versicherungsaufsicht bei der Bafin, im Interview mit FONDS professionell.

02.06.2023

Handelsblatt

Finanzaufsicht: BaFin-Chef will verstärkt gegen Greenwashing vorgehen

Frankfurt Der Chef der Finanzaufsicht BaFin, Mark Branson, macht im Kampf gegen Etikettenschwindel bei „grünen"

05.07.2023

cash-online.de

ESG-Aufsicht: Bafin-Exekutivdirektor Schaefer warnt vor Greenwashing

Die Finanzaufsicht BaFin hat ihre Sustainable-Finance-Strategie veröffentlicht. Rupert Schaefer, BaFin-Exekutivdirektor erläutert die...

05.07.2023

Greenwashing

VOLKSWOHL BUND VERSICHERUNGEN

VersicherungsJournal.de

Kurzmeldung aus Markt & Politik vom 18.8.2023

Greenwashing-Verdacht bremst Versicherungsvertrieb aus

Was hält Kunden davon ab, nachhaltig zu investieren? Denn aktuell ist Nachhaltigkeit (und ESG) beim Kunden noch kein prägnantes Thema (VersicherungsJournal 29.9.2022 (/vertrieb-und-marketing/warum-nachhaltigkeit-derzeit-beim-kunden-nicht-der-renner-ist-145913.php)). Das wollte die Pangaea Life GmbH (https://www.pangaea-life.de/) wissen und

Dabei kam heraus, dass die Debatte über Greenwashing (Medienspiegel 3.7.2023 (/medienspiegel-artikel.php?id=14775), 25.7.2023 (/medienspiegel-artikel.php?id=14899)) ihre Spuren hinterlassen hat. 21 Prozent der Befragten gaben an, aus Bedenken wegen Greenwashings nicht nachhaltig zu investieren. Ebenfalls 21 Prozent gaben an, zu geringes Wissen zu besitzen. 16 Prozent scheuten das Risiko und ebenfalls 16 Prozent haben schlichtweg kein Interesse am Thema.

74 %

Was die Kunden jedoch zum Investieren locken könnte, wären laut Umfrage bessere Erklärungen der Produkte. 21 Prozent erklärten dies. 18 Prozent wollen mindestens dieselbe Rendite wie bei herkömmlichen Investments erzielen und 17 Prozent fordern mehr Transparenz der nachhaltigen Wirkung.

„Nachhaltigkeit" bedeutet für 54 Prozent in erster Linie „Veränderung und Wandel", wie die Umfrage zeigt. Aber auch „Hoffnung" (29 Prozent) und „Verzicht" (28 Prozent) werden genannt. Im neuen VersicherungsJournal Extrablatt zum Thema ESG wird aufgezeigt, wie solche und ähnliche Faktoren Einzug in die Assekuranz halten. Hier (/na/30710/f9838f61a2c644e490de9fac1fcaaa90) ist es herunterladbar.

Was haben wir gemacht?

VOLKSWOHL BUND
VERSICHERUNGEN

Im Sommer 2021

VOLKSWOHL BUND Versicherungen
NEXT
~~Nachhaltig Engagiert + Transparent~~

Seit Oktober 2022

NEXT

Trend bei Fondsgesellschaften zur Deklassierung von Fonds

„Das bieten die größten Lebensversicherer als Artikel 8 oder 9 Produkt an“

VOLKSWOHL BUND VERSICHERUNGEN

	Gesellschaft	Renten- u. Pensionsversicherungen			Kapitalversicherungen		Invalidi-tätsvers.	Pflegerente	Risikovers.
		klassisch	fondsge-bunden	Mischform m. Garantie	klassisch	fonds-gebunden			
1	Allianz Lebensversicherungs-AG	Art.8	Art.8	Art.8	Art.8	Art.8			
2	R+V Lebensversicherung AG	Art.8	Art.8 +9		Art.8	Art.8 +9			
3	Generali Deutschland Lebensversicherung AG		Art.8	Art.8		Art.8			
4	Debeka Lebensversicherungs-Verein a.G.	Art.8	Art.8	Art.8	Art.8				
5	Bayern-Versicherung Lebensversicherung AG	Art.8	Art.8	Art.8	k.NG	Art.8	Art.8	Art.8	
6	Zurich Deutscher Herold Lebensversicherung AG	Art.8	Art.8	Art.8					
7	Alte Leipziger Lebensversicherung a.G.	Art.8	Art.8	Art.8	Art.8				
8	Axa Lebensversicherung AG	k.NG	Art.8 + 9	Art.8 + 9	k.NG	Art.8 + 9			
9	Nürnberger Lebensversicherung AG	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.			
10	Württembergische Lebensversicherung AG	Art.8	Art.8	Art.8					
11	Cosmos Lebensversicherungs-AG		Art.8			Art.8			
12	SV Sparkassenversicherung Lebensversicherung AG	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.			
13	HDI Lebensversicherung AG		Art.8	Art.8			Art.8		Art.8 +9
14	Volkswohl Bund Lebensversicherung a.G.	Art.8	Art.8	Art.8	Art.8	Art.8			
15	Provinzial Nordwest Lebensversicherung AG	k.NG	Art.8	Art.8	k.NG	Art.8			
16	Gothaer Lebensversicherung AG		Art.8						
17	Swiss Life AG, Niederlassung für Deutschland		Art.8 +9	Art.8 +9					
18	Provinzial Rheinland Lebensversicherung AG	Art.8	Art.8	Art.8	k.NG	Art.8			
19	Hansemerkur Lebensversicherung AG	Art.8	Art.8	Art.8	Art.8	Art.8			
20	WWK Lebensversicherung a.G.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.			
21	Signal Iduna Lebensversicherung AG *	Art.8	Art.8	Art.8					
22	Targo Lebensversicherung AG		Art.8						
23	Hannoversche Lebensversicherung AG	zzt. k. Angebot							
24	Ergo Vorsorge Lebensversicherung AG	Art.8	Art.8	Art.8					
25	Continentale Lebensversicherung AG	Art.8	Art.8 +9	Art.8 +9	k.NG	k.NG	Art.8	k.NG	Art.8

Versicherungsjournal Extrablatt 3/2023

Anforderungen an Zuordnungsansatz aus: BaFin-Merkblatt 02/2023

VOLKSWOHL BUND VERSICHERUNGEN

6. Zuordnungsansatz

Der Zuordnungsansatz stellt ein Verfahren dar, mit dem Vermögenswerte allein für Zwecke der Offenlegung nach den Art. 8 bis 11 SFDR bestimmten Produkten oder Produktgruppen zugeordnet werden. Das Volumen der mindestens zuzuordnenden Vermögenswerte bestimmt sich dabei nach der Höhe des Kapitals, welches aus den Sparbeiträgen der Versicherungsnehmer des jeweiligen Produktes oder der jeweiligen Produktgruppe angesammelt worden ist. Ermittelt wird dieses Volumen mithilfe geeigneter Passivpositionen der relevanten Produkte. Die nach der SFDR offenzulegenden Angaben beziehen sich auf die zugeordneten Vermögenswerte. Für Produkte, für die der Zuordnungsansatz nicht angewendet wird, sind für SFDR-Offenlegungszwecke nur die Vermögenswerte bzw. Anteile von Vermögenswerten zu berücksichtigen, die nicht bereits in der Offenlegung von Produkten bzw. Produktgruppen mit Zuordnungsansatz berücksichtigt worden sind.

Der Zuordnungsansatz stellt ein optionales Verfahren dar und kann daher freiwillig angewendet werden.

Anforderungen an Zuordnungsansatz aus: BaFin-Merkblatt 02/2023

VOLKSWOHL BUND VERSICHERUNGEN

d) Anforderungen an die Transparenz

Erklärtes Ziel der SFDR ist es, privates Kapital für die Transformation der Wirtschaft zu mobilisieren. Dies betrifft auch die vom Merkblatt betroffenen Finanzprodukte. Der Zuordnungsansatz führt dazu, dass das tatsächliche Ambitionsniveau dieser Finanzprodukte für den Anleger transparent wird. Durch den Zuordnungsansatz erkennt der Anleger seinen Beitrag zur Transformationsfinanzierung. Gleichzeitig kann sich durch den vermehrten Erwerb von Vermögenswerten mit ESG-Bezug das Risikoprofil des Sicherungsvermögens ändern. Das gilt a

Zudem sind bei den Unternehmen, die für einen Teil ihrer Produkte den Zuordnungsansatz anwenden, diejenigen Anleger, die nicht in Finanzprodukte unter Anwendung des Zuordnungsansatzes investieren, deren Rendite aber von denselben Vermögenswerten abhängt, verständlich darüber aufzuklären, dass ein vermehrter Erwerb von Vermögenswerten mit ESG-Bezug aus Produkten unter Anwendung des Zuordnungsansatzes das Risikoprofil ändern kann. Dieser Hinweis ist in den Hauptteil der Informationen nach Art. 6 Abs. 3 SFDR aufzunehmen.

Über die
Der Zuor
beim Anl
gesamte
aus den I
erfolgt. D

Vermögenswerten partizipiert, welche gegebenenfalls nicht vollumfänglich seinem gewünschten Nachhaltigkeitsniveau entsprechen.

Entscheidung (zunächst) für Gesamtansatz

VOLKSWOHL BUND VERSICHERUNGEN

Wurden mit diesem Finanzprodukt nachhaltige Investitionen angestrebt?

☐ Ja	☒ Nein
☐ Es wurden damit damit **nachhaltige Investitionen mit einem Umweltziel** getätigt: ___%	☐ Es wurden damit **ökologische/soziale Merkmale beworben** und obwohl keine nachhatige Investitionen angestrebt wurden, enthielt es ___% an nachhaltigen Investitionen
☐ in Wirtschaftstätigkeiten, die nach der EU-Taxonomie als ökologisch nachhaltig einzustufen sind	☐ mit einem Umweltziel in Wirtschaftstätigkeiten, die nach der EU-Taxonomie als ökologisch nachhaltig einzustufen sind
☐ in Wirtschaftstätigkeiten, die nach der EU-Taxonomie nicht als ökologisch nachhaltig einzustufen sind	☐ mit einem Umweltziel in Wirtschaftstätigkeiten, die nach der EU-Taxonomie nicht als ökologisch nachhaltig einzustufen sind
	☐ mit einem sozialen Ziel
☐ Es wurden damit **nachhaltige Investitionen mit einem sozialen Ziel** getätigt: ___%	☒ Es wurden damit ökologische/soziale Merkmale beworben, aber **keine nachhaltigen Investitionen getätigt**.

1-2 %

Wie hat der Vertrieb auf all das reagiert?

VOLKSWOHL BUND VERSICHERUNGEN

» wir haben keine Daten über die Nutzung von ESG-Beratungsstrecken

» Indiz: „FondsFittery“ Beratungsstrecke 50 Klicks in einem Jahr

» lt. Analyse eines großen VP nutzen ca. 7 % den ESG Vergleichsrechner

» davon führen 50 % den Vergleich nicht zu Ende

» **Somit vergleichen nur rund 3,5 % der Mitarbeiter dieses VP ESG-Kriterien!**

FONDS FITTERY Beratungsstrecke abgeschaltet (50 Klicks)

Wie hat der Vertrieb auf all das reagiert?

VOLKSWOHL BUND VERSICHERUNGEN

» Erst werden das Produkt und der Versicherer gewählt

» Dann wird entschieden: Nachhaltig ja/nein

» Nicht umgekehrt!

» NEXT hat einen Anteil von 6,6 % unserer Gesamtproduktion (nach Stücken)

» d.h., jeder 15. Antrag ist NEXT Antrag

Und wie geht es weiter?

VOLKSWOHL BUND
VERSICHERUNGEN

- CSRD
- EU-Lieferkettengesetz
- Green Claims Directive
- Soziale Taxonomie
- ...und vieles mehr!

Gemeinsam schaffen wir das!

Unser Geschäftsmodell ist per se nachhaltig...

VOLKSWOHL BUND VERSICHERUNGEN

...und deshalb handeln auch alle nachhaltig, die Versicherungen

» nachfragen,

» beraten und vermitteln

» oder produzieren!

Kunden ↔ **Vermittler** ↔ **Mitarbeiter**

...und hat hohen Impact!

„So nachhaltig sind Versicherungsvermittler“

VOLKSWOHL BUND VERSICHERUNGEN

Chancen im Wettbewerb

Andererseits bietet das Thema Nachhaltigkeit Chancen. Bei geschickter Vorgehensweise lässt sich beispielsweise die nach zwei Jahrzehnten Niedrigzinsen und ausstehender Reformbereitschaft der Bundespolitik gebeutelte Rentenversicherung mit dem Argument der Nachhaltigkeit leichter verkaufen als ohne.[6] Die Versicherungsunternehmen bieten immer mehr nachhaltige Lebens- und Sachversicherungsprodukte und unterstützen den Vertrieb mit Bildungsmaßnahmen und durch Öffentlichkeitsarbeit rund um Nachhaltigkeit.

Prof. Dr. Matthias Beenken / Prof. Dr. Lukas Linnenbrink

So nachhaltig sind die Versicherungsvermittler

aus: ZfV 16/2023

Fazit

Nachhaltigkeit im Vertrieb

» **Mut** haben, anzufangen!

» **Motivation** haben, weiterzumachen!

» Es gibt nicht DAS nachhaltige Handeln, der **Anspruch** sollte sein, immer **nachhaltiger zu werden**!

» das **S** und das **G** bei **ESG** nicht vergessen

VOLKSWOHL BUND
VERSICHERUNGEN

FÜR DAS, WAS KOMMT.