

Insurance Insights

Transparenz im Fokus:
Mehrwert oder blosser Mehraufwand?



Universität St. Gallen
Institut für Versicherungswirtschaft

- 01 **Editorial**
- 02 **Executive Summary**
- 04 **Interview mit dem Projektteam der Baloise Versicherungen**
«Die Umsetzung des revidierten Versicherungsaufsichtsgesetzes ist ein Marathon»
- 10 **Studie HSG**
«Neue Transparenz bei Vermittlerentschädigungen»
- 21 **Interview mit Franc Büsser, Leiter Broker von AXA Schweiz**
- 24 **Interview mit Felix Jenny, CEO von Howden Schweiz**
«Die neue Regulierung und ihre Auswirkungen auf den Vermittlermarkt»
- 29 Kontakte und Impressum



Liebe Leserin, lieber Leser

Wir freuen uns, mit der vorliegenden Publikation den Grundstein für unsere neue Reihe «KPMG Insurance Insights» zu legen. Wir werden uns darin immer wieder kurz und konkret zu aktuellen Themen der Versicherungsbranche äussern und praktische und provokative Denkanstösse vermitteln.

Unsere erste Studie widmet sich der neuen Schweizer Vermittleraufsicht, genauer gesagt der Offenlegung der Entschädigungen für beziehungsweise durch ungebundene Versicherungsvermittler gemäss Art. 45b des Versicherungsaufsichtsgesetzes (VAG), das am 1. Januar 2024 in seiner revidierten Form in Kraft getreten ist.

Die Umsetzung der neuen Regelung gestaltet sich für die Versicherer und ungebundenen Vermittler aufwändig und komplex. Unter hohem Zeitdruck müssen sie Belegschaften schulen und Verträge, Dokumente, Prozesse sowie IT- und interne Kontrollsysteme anpassen. Schliesslich werden die

Kontrollfunktionen und die FINMA die Einhaltung der neuen Vorgaben kontrollieren müssen.

Angesichts dieses hohen Umsetzungsaufwands für die Assekuranz untersuchen wir mit dem Institut für Versicherungswirtschaft der Universität St.Gallen (Prof. Hato Schmeiser), ob die Vergütungstransparenz das Versichertenverhalten am «Point of Sale» beeinflusst. Und wenn ja: Erreicht die neue Transparenzregelung damit die Ziele des Gesetzgebers? Expertengespräche mit Felix Jenny (CEO von Howden Schweiz), Franc Büsser (Leiter Broker von AXA Schweiz) und dem Projektteam VAG-Teilrevision der Baloise runden unsere Untersuchung ab.

Insgesamt ermutigen wir die Vermittler und Versicherer, nicht «nur» ihre aufsichtsrechtlichen Pflichten systematisch zu evaluieren, sondern die Produktkommunikation für die Versicherten generell zu vereinfachen.

Thomas Schneider
Head of Insurance, KPMG Schweiz

Dr. Alexander Lacher
Head Insurance Advisory, KPMG Schweiz

Executive Summary



Neue Transparenz bei Vermittler- entschädigungen

Das Schweizer Versicherungsaufsichtsrecht wurde zum 1. Januar (VAG und AVO) beziehungsweise zum 1. September 2024 (FINMA-Folgeregulierung) teilrevidiert. Dabei ist eine wesentliche Neuerung die Offenlegung der Entschädigungen für beziehungsweise durch ungebundene Versicherungsvermittler gemäss Art. 45b VAG. Diese Transparenz soll potenzielle Interessenkonflikte verringern und somit letztlich das Vertrauen der Versicherten in die Beratung durch ungebundene Versicherungsvermittler erhöhen.

Die Umsetzung dieser neuen Transparenzmassnahmen löste bei den Versicherern und den ungebundenen Vermittlern erheblichen und kostspieligen Anpassungsbedarf aus. Sie mussten in kurzer Zeit zahlreiche Zusammenarbeits- und Brokervereinbarungen sowie teilweise IT-Systeme anpassen. Weiter mussten ganze Belegschaften geschult und die Umsetzung der neuen Vorgaben kontrolliert werden. Schliesslich löst die Kontrolle der neuen Transparenzanforderungen auch bei der FINMA praktische Aufsichtsbedürfnisse aus.



Konsequenzen der Neuerung

Angesichts dieses Umsetzungsaufwands wollen wir untersuchen, wie sich die neue Transparenz auf das Versichertenverhalten am «Point of Sale» auswirkt. Beeinflusst sie Kaufentscheidungen? Erreicht die neue Transparenzregelung die Ziele des Gesetzgebers? Dabei wollen wir auch kritische Denkanstösse zur Würdigung und Weiterentwicklung der Vermittleraufsicht vermitteln.



Fragestellung

Diese Aufwand- und Ertragsanalyse erscheint uns umso wichtiger, weil die Forschung zu vergleichbaren ausländischen Transparenzregelungen zeigt, dass diese keinen nennenswerten Einfluss auf das Versichertenverhalten haben. Die Versicherten berücksichtigen die zusätzlichen Informationen nicht in ihrer Entscheidungsfindung, insbesondere, weil sie diese nicht wahrnehmen oder deren Inhalt nicht verstehen können. Dennoch kann die Vergütungstransparenz das Vertrauen in die Versicherungsvermittlung steigern, vorausgesetzt, die Informationen werden klar, verständlich und zugänglich präsentiert.



Bisherige Forschungsergebnisse



Studienarchitektur und -ergebnisse

KPMG beauftragte das Institut für Versicherungswirtschaft der Universität St.Gallen mit der vorliegenden Studie, um die Auswirkungen der Offenlegungspflicht nach Art. 45b VAG auf das Versichertenverhalten und das Vertrauen in die ungebundenen Versicherungsvermittler zu untersuchen. Die Studie zeigt, dass die Offenlegung von Courtagen weder einen signifikanten Einfluss auf das Verhalten der Versicherten noch auf deren Vertrauen hatte. Grund dafür ist – im Einklang mit vergleichbaren ausländischen Studien – die Nichtberücksichtigung der Informationen wegen mangelnder Wahrnehmung oder Verständnisschwierigkeiten der Versicherten.

Basierend auf diesen Studienerkenntnissen hegen wir Zweifel, dass Aufwand und Ertrag bei den Transparenzregeln verhältnismässig sind. Darum empfehlen wir, solche Regulierungen grundsätzlich vorab wissenschaftlich-kritisch testen zu lassen, um deren Wirksamkeit zu evaluieren. Den Versicherern und Vermittlern raten wir angesichts des mangelhaften Versicherungswissens der Versicherten, die Produktkommunikation zu verbessern und letztlich bessere Entscheidungsgrundlagen anzubieten. Schliesslich sollte unseres Erachtens die Finanzbildung (die sogenannte «financial literacy») auf breiter Front gefördert werden.



Implikationen



Die Umsetzung des revidierten VAG ist ein Marathon

Wie die neuen Transparenzregelungen in der Praxis umgesetzt werden, und was das für ein Versicherungsunternehmen und ungebundene wie auch gebundene Vermittler bedeutet, wollten wir im Gespräch mit Vertretern aus der Branche erläutern. Die Baloise Versicherung setzt die VAG-Teilrevision im Rahmen eines unternehmensweiten Programms um. Dieses wurde 2022 mit einer Vorstudie initiiert und 2023 unter der Leitung von Matthias Biri, Projektleiter bei der Baloise, lanciert. Der Umsetzungsbedarf wurde mit einer internen Gap-Analyse ganzheitlich evaluiert. Wir haben beim Programm-Kernteam nachgefragt, wie die Baloise dieses herausfordernde Thema meistert. Das Gespräch führte Alexander Lacher, Partner und Head Insurance Advisory bei KPMG.



[VON LINKS NACHT RECHTS]

Fabrizio Brönnimann

Senior Legal Counsel, Baloise Group

Selma Gürler

Leiterin Risiko & Compliance, Baloise Schweiz

Matthias Biri

Senior Projektleiter, Baloise Schweiz

Alexander Lacher Herr Biri, welches waren für Sie als Programmleiter die grössten Herausforderungen?

Matthias Biri Die grösste Herausforderung war für uns die thematische Vielschichtigkeit der VAG-Teilrevision. Wir mussten dieses komplexe Werk zunächst inhaltlich zerlegen. Gleichzeitig lassen die neuen Regeln teils erheblichen Interpretationsspielraum offen und traten bzw. treten zeitlich etappiert in Kraft. Deshalb mussten wir von Anfang an in Szenarien denken und das Programm flexibel strukturieren. Zudem war es nötig, dass wir quer durch unsere Organisation viele Kolleginnen und Kollegen ins Boot holen und langfristig motivieren. Denn dieses Programm ist kein einfacher Sprint, sondern ein Marathon mit unterschiedlichen Belastungsphasen.

Wie viele Leute waren im VAG-Umsetzungsprogramm involviert?

Matthias Biri Wir haben den Personenkreis bewusst grösser gezogen, um das Thema breit zu verankern. Wir involvierten Expertinnen und Experten aus den lokalen Funktionen in der Schweiz sowie aus den zuständigen Gruppenfunktionen. Permanent im Projekt involviert sind rund 30-40 Personen, in Spitzenzeiten wirkten jedoch bis zu 80 Personen mit. Die VAG-/AVO-Umsetzung ist somit klar ein «XL-Programm», bei dem alle Fachexperten und die Programmleitung mehrere hundert Personentage investierten.

Welche Fachbereiche waren dabei besonders gefordert?

Matthias Biri Das ging über fast alle Bereiche wie Vertrieb, Legal, Compliance, Pricing, Aktuariat Produktmanagement (insbesondere Einzelleben), Asset Management, IT und HR. Die Personalabteilung musste beispielsweise in kurzer Zeit Schulungen organisieren, Ausbildungsprofile schaffen und Onboarding-Prozesse anpassen, insbesondere für rund 400 Innendienstmitarbeitende, die neu unter den Vermittlerbegriff fallen.

Frau Gürler, sind Sie als Compliance-Verantwortliche zufrieden mit dem Engagement des Projektteams?

Selma Gürler Ja, sehr. Unsere Leute haben sehr gut mitgemacht. Erfolgsfaktoren hierfür waren unsere solide und gleichzeitig flexible Programmplanung sowie die Unterstützung unserer Geschäftsleitung. Diese ist im Lenkungsausschuss vertreten, was für kurze Entscheidungswege sorgt.

Herr Brönnimann, worin sehen Sie den Vorteil dieses regulatorischen Projekts?

Fabrizio Brönnimann Ich sehe klar eine Win-win-Situation: Die breite Involvierung vieler Mitarbeitenden war zwar anspruchsvoll, aber lehrreich. Wir sehen insbesondere die strengeren Ausbildungsvorgaben für unsere Vertriebsmitarbeitenden als langfristige Investition in unser Know-how. Davon werden unsere Versicherten direkt profitieren.



**«Einfachheit liegt in
der DNA von Baloise.»**

Matthias Biri



«Ich hätte mir eine frühzeitigere Digitalisierung der Vermittleraufsicht gewünscht.»

Selma Gürler

Das klingt ja alles wunderbar. Hat die neue Vermittleraufsicht denn keine Nachteile?

Selma Gürler Wir begrüßen die Qualitätsverbesserung im Interesse unserer Versicherten klar. Allerdings gibt es aktuell wie gesagt noch recht viele offene Auslegungsfragen, zum Beispiel bei der Annexvermittlung, das heisst bei Versicherungsvermittlern in Nebentätigkeit.

Matthias Biri Es werden Änderungen auf uns zukommen, die gewohnte und zum Teil auch bewährte Prozesse ablösen werden. So befürchte ich konkret, dass die neue Aufsicht zum Beispiel die Vermittlung von Fahrzeugversicherungen durch das Garagengewerbe erschweren und sich unsere bewährten und effizienten Offertprozesse verkomplizieren könnten.

Ist Baloise in der Zusammenarbeit mit ungebundenen Vermittlern selektiver geworden?

Fabrizio Brönnimann Baloise arbeitet seit jeher selektiv mit Vermittlern zusammen. Diese Tendenz akzentuiert sich durch das neue FINMA-Register. Aufgrund der höheren Anforderungen sind viele ungebundene Vermittler nicht mehr registriert. Konkret beobachten wir einen entsprechenden Rückgang unserer Zusammenarbeitsverträge mit ungebundenen Vermittlern.

Wie wirkt sich die neue Aufsicht langfristig auf den Vermittlermarkt aus?

Selma Gürler Ich gehe von einer Konsolidierung bei den ungebundenen Vermittlern, beziehungsweise einer Verlagerung zur gebundenen Vermittlung aus.

Wie erleben Sie die FINMA im Bereich der Vermittleraufsicht?

Fabrizio Brönnimann Die FINMA wird sich voraussichtlich intensiv und mit hohen Ansprüchen der Vermittleraufsicht widmen. Darauf deuten die jüngsten Mitteilungen der Aufsichtsbehörde hin. Unser Eindruck ist, dass die FINMA die neuen Gesetzesbestimmungen schärfer auslegt und dabei teils auch über den Gesetzeswortlaut hinausgeht.



Können Sie hierfür ein Beispiel nennen?

Fabrizio Brönnimann Wir sehen dies etwa im Zusammenhang mit der Abklärungspflicht der Registrierung von ungebundenen Vermittlern im FINMA-Register. Diese soll nicht nur für die ungebundenen Vermittler, mit welchen ein Versicherungsunternehmen in einem direkten Vertragsverhältnis steht, sondern gemäss FINMA-Aufsichtsmitteilung 05/2024 darüber hinaus auch für deren Mitarbeitende und Subvermittler wahrgenommen werden. Dies führt zu zusätzlichen Herausforderungen bei der Umsetzung.

Können Sie solche Themen mit der FINMA ansprechen?

Fabrizio Brönnimann Wir erleben die FINMA als offene und konstruktive Ansprechpartnerin. Der direkte Austausch half namentlich während der Nachdokumentations-Phase sehr.

Selma Gürler Wir pflegen einen offenen Austausch mit der FINMA. Ich hätte mir eine frühzeitigere Digitalisierung der Prozesse innerhalb der Vermittleraufsicht gewünscht. So hätten elektronische Schnittstellen zum FINMA-Register die Erfüllung der neuen Anforderungen wesentlich vereinfacht.

Unsere Studie zeigt nach wie vor Verständnisschwierigkeiten von Retail-Kunden bezüglich Versicherungen. Was tun Sie, um das Verständnis der Versicherten zu verbessern?

Matthias Biri Das Versicherungsgeschäft ist sicher nicht immer einfach zu verstehen. Wir versuchen jedoch, unsere Produkte so übersichtlich und intuitiv wie möglich zu gestalten. Einfachheit liegt in der DNA von Baloise. Wir wollen einfach sein für unsere Kunden. Darauf arbeiten wir in zahlreichen Projekten hin.

Selma Gürler Wir sind immer bestrebt, unsere Versicherungsverträge noch verständlicher zu gestalten. Der Kunde soll verstehen, was er bei uns erhält. Darum setzen wir auf die persönliche Beratung durch unsere Aussendienstmitarbeitenden, die bei uns Finanzpartner heissen. Sie sind unser wichtigster Vertriebskanal und sollen alle Branchen, inklusive unserer Bankprodukte, vermitteln können. Darum ist ihre Ausbildung so entscheidend.

A portrait of a man with short brown hair, a beard, and glasses, smiling warmly. He is wearing a dark blue blazer over a white shirt and a dark blue sweater. He is sitting at a table with a laptop in front of him, holding a pen in his right hand. The background is a blurred indoor setting with warm, circular bokeh lights.

**«Die FINMA wird sich voraussichtlich
extensiv und mit hohen Ansprüchen
der Vermittleraufsicht widmen.»**

Fabrizio Brönnimann



Prof. Dr. Hato Schmeiser
Ordentlicher Professor
für Risikomanagement und
Versicherungswirtschaft



Laurenz Hommel
Projektleiter und
wissenschaftlicher
Mitarbeiter

Neue Transparenz bei Vermittler- entschädigungen

Die jüngste Teilrevision des Versicherungsaufsichtsrechts, welche seit dem 1. Januar 2024 (VAG und AVO) beziehungsweise seit dem 1. September 2024 (sog. FINMA-Folgeregulierung) in Kraft stehen, setzt die parlamentarischen Vorgaben aus der Beratung des Finanzdienstleistungsgesetzes (FIDLEG) um. Die Teilrevision soll gemäss der Botschaft des Bundesrats^[1] einen Regulierungsrahmen schaffen, der die Wettbewerbsfähigkeit der Schweizer Assekuranz fördert und den Versichertenschutz erhöht. Ein zentraler Bestandteil der Teilrevision ist die Einführung der Vermittleraufsicht mit diversen Verhaltenspflichten für ungebundene und gebundene Versicherungsvermittler.^[2] Dazu gehört die Offenlegungspflicht der Entschädigungen für ungebundene Versicherungsvermittler gemäss Art. 45b VAG. Diese Vorschrift ist darauf ausgerichtet, Transparenz zu fördern und inhärente Interessenkonflikte der ungebundenen Versicherungsvermittler zu verringern: «Diese sind wegen des Auftragsverhältnisses verpflichtet, die Interessen ihrer Versicherten gegenüber dem Versicherungsunternehmen wahrzunehmen. Gleichzeitig werden sie aber von diesem für ihre Vermittlungstätigkeit bezahlt. Diese Konstellation führt zu einem Konflikt zwischen dem Interesse der Versicherten an einem optimalen Vertrag und dem Interesse der ungebundenen Versicherungsvermittlerin oder des ungebundenen Versicherungsvermittlers an einer möglichst hohen Entschädigung».^[3]



^[1] Botschaft zur Änderung des Versicherungsaufsichtsgesetzes (VAG) vom 21. Oktober 2020, BBl 8967–9060, 8970.

^[2] Botschaft zur Änderung des Versicherungsaufsichtsgesetzes (VAG) vom 21. Oktober 2020, BBl 8967–9060, 8976, 8992 f. und insbesondere 9012 f.

^[3] Botschaft zur Änderung des Versicherungsaufsichtsgesetzes (VAG) vom 21. Oktober 2020, BBl 8967–9060, 9012.

Konsequenzen der Neuerung

Die Einführung dieser Transparenzregelung verlangte sowohl von den Versicherern als auch den unabhängigen Vermittlern umfassende und kostspielige Praxisanpassungen. Innerhalb kurzer Zeit mussten zahlreiche Kooperations- und Maklervereinbarungen überarbeitet und mitunter IT-Systeme angepasst werden, um den neuen regulatorischen Anforderungen zu entsprechen. Darüber hinaus wurden ganze Belegschaften in einem kurzen Zeithorizont geschult und die ordnungsgemässe Implementierung der neuen Vorgaben kontrolliert. Auch für die Eidgenössische Finanzmarktaufsicht (FINMA) stellen die neuen Vorgaben eine praktische Herausforderung dar (Stichwort Vermittlerregister) und löste deshalb einen Ressourcenbedarf aus.

Fragestellung

In Anbetracht dieses beträchtlichen Umsetzungsaufwands untersucht die vorliegende Studie, ob die neue Regulierung ihre Ziele erreicht. Konkret klären wir, ob beziehungsweise inwieweit die Vergütungstransparenz nach Art. 45b VAG das Verhalten der Versicherten am sogenannten «Point of Sale» sowie deren Vertrauen in die Vermittlung beeinflusst. Ein weiteres Anliegen dieser Untersuchung ist die Vermittlung kritischer Impulse zur Bewertung und Weiterentwicklung der Transparenzregelungen. Damit soll eine erste Basis für diesbezügliche Optimierungen gelegt werden, um letztlich die Effektivität der Massnahmen zu erhöhen.

Bisherige Forschungsergebnisse

Die bisherige Forschung in den USA^[4] und der EU^[5] zeigt, dass Transparenzmassnahmen bei Finanz- beziehungsweise Versicherungsprodukten oft keinen signifikanten Einfluss auf die Kaufentscheidungen der Versicherten haben. Gründe dafür sind mangelnde Produktkenntnisse und kognitive Überforderung der Versicherten.^[4]

Wenn allerdings die Darlegung der Courtagen nachvollziehbar und leicht sichtbar erfolgt, kann dies die Zufriedenheit und das Vertrauen der Versicherten in den Vermittler erheblich erhöhen.^[6]

Studienarchitektur und -ergebnisse

In der Praxis erfolgt die Courtageoffenlegung gemäss Art. 45b VAG meist in Form von Bandbreiten auf Spartenebene, nicht aber produktspezifisch. Um die Effekte der Courtage-transparenz auf das Verhalten der Versicherten sowie deren Vertrauen in die ungebundenen Vermittler zu testen, führen wir im Zuge der Studie zwei Online-Befragungen beziehungsweise Teilstudien durch. Für beide Teilstudien wurden die Teilnehmenden vornehmlich aus Österreich und Deutschland sowie zu einem kleineren Teil aus der Schweiz rekrutiert. Die Teilnehmenden waren im Durchschnitt jünger und weniger vermögend als der Schweizer Bevölkerungsdurchschnitt. Wir haben den DACH-Raum als Datenbasis gewählt, weil die Gewinnung von Teilnehmenden über wissenschaftliche Experimentportale einfacher ist. Der Teilnehmerkreis hat unseres Erachtens keinen zentralen Einfluss auf die Ergebnisse, zumal Deutschland und Österreich über die europäische Versicherungsvertriebsrichtlinie (IDD) bereits seit Jahren transparente Vermittlerentschädigungen kennen. In beiden Teilstudien wurden die Teilnehmenden zufällig in jeweils zwei Gruppen aufgeteilt. Die Teilstudien unterscheiden sich jedoch in der Abstufung der Transparenz. In Teilstudie 1 wurde eine der beiden Gruppen die Courtage im Zuge der allgemeinen Informationen gemäss Art. 45 VAG transparent gemacht. In Teilstudie 2 wurde für eine der beiden Gruppen zusätzlich die Courtageinformationen auf Produktebene kommuniziert. Die jeweils andere Gruppe hat in den Teilstudien die zusätzliche Transparenz nicht erhalten und dient dadurch als Kontrollgruppe.

^[4] Brutyan, A., Hildebrand, C., Schmeiser, H., Zehnle, M. (2023). Fund Transparency and Market Participation: Will Cost Disclosures Help or Hinder Private Investors?, *Working Paper*.

^[5] Schwarzbach, C., Weston, H. (2016), Limitations of German Insurance Disclosures to Improve Consumer Understanding, With Lessons for U.S. Insurance Practices, *Journal of Insurance Regulation*. De Meza, D., Irlenbusch, B., Reyniers, D., "Disclosure, Trust and Persuasion in Insurance Markets," *IZA Working Paper Series*, 2010.

^[6] Poufinas, T., Zygiotis, D. (2017). How transparency affects investment-linked insurance products. *Int Adv Econ Res* 23, 405–418. Loewenstein, G., et al. (2013). Consumers' misunderstanding of health insurance. *J Health Econ* 32(5):850-62. Bhargava, S., Loewenstein, G (2015). Choosing a Health Insurance Plan: Complexity and Consequences. *JAMA* 314(23):2505–2506. Driver, T. et al. (2018). Insurance Literacy in Australia: Not Knowing the Value of Personal Insurance *Financial Planning Research Journal*, Vol. 4, No. 1, pp. 53-75. Cude, B. J. (2005). Insurance Disclosures: An Effective Mechanism to Increase Consumers' Insurance Market Power?, *Journal of Insurance Regulation*, 24(2).

Teilstudie 1

Architektur

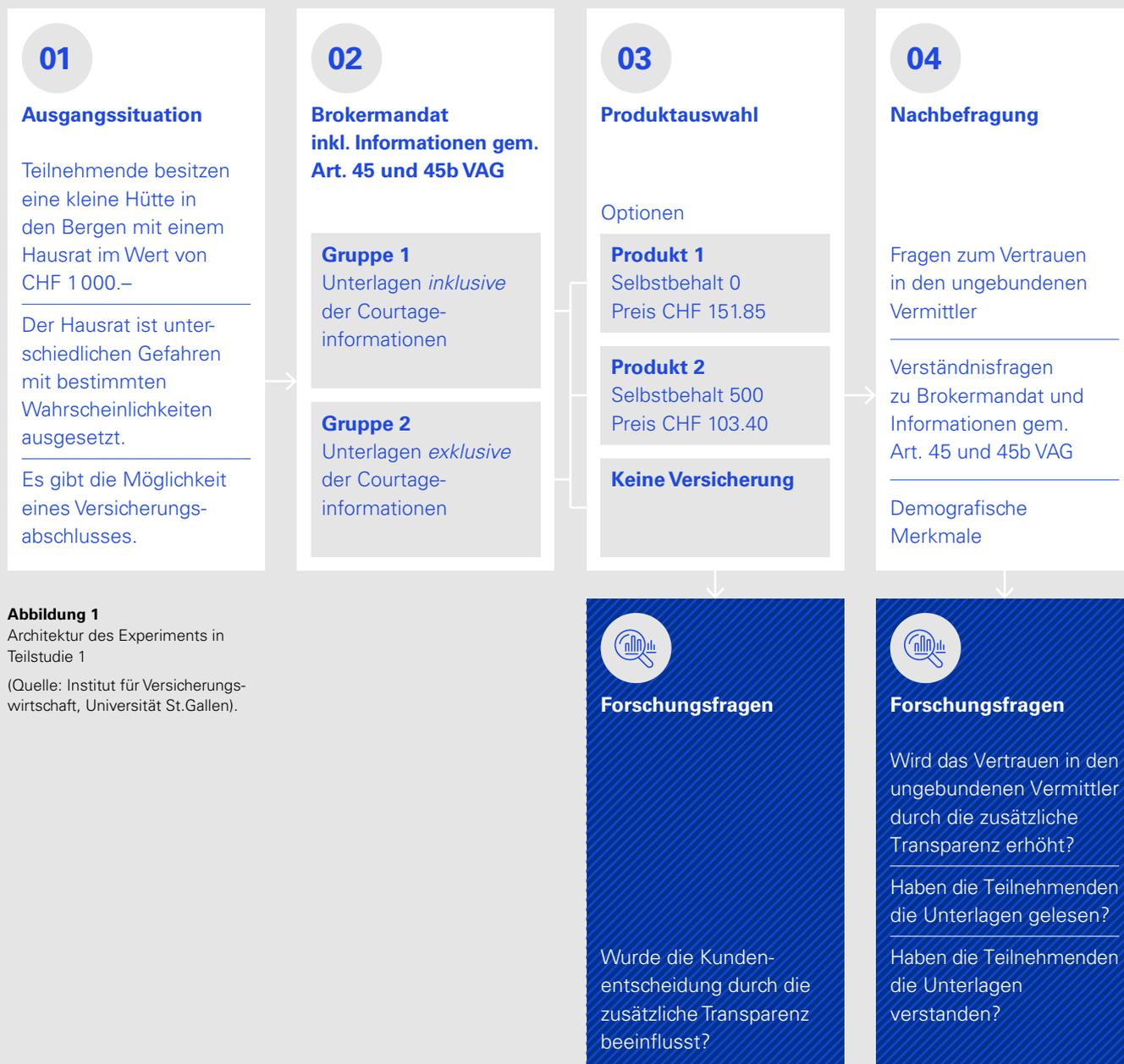


Abbildung 1
Architektur des Experiments in Teilstudie 1
(Quelle: Institut für Versicherungswirtschaft, Universität St.Gallen).

In Teilstudie 1 wird die Offenlegung der Courtage gemäss Art. 45b VAG, wie im Markt üblich, im Zuge der allgemeinen Informationen gemäss Art. 45 VAG untersucht. In einem Online-Experiment mussten die 202 Teilnehmenden eine Hausratversicherung für eine Ferienwohnung in der Schweiz abschliessen. Der Hausrat hatte dabei einen bestimmten Wert und war verschiedenen Gefahren ausgesetzt (vgl. Abbildung 1, Schritt 1). Wir teilten den Teilnehmenden mit, dass drei zufällig ausgewählte Teilnehmer max. 10 Prozent des verbliebenen Hausratwertes (also bis zu CHF 100) ausgezahlt bekommen. Die Teilnehmenden sind zwar keiner tatsächlichen Kaufsituation ausgesetzt, durch die Teilauszahlung des Hausratwertes jedoch

motiviert, sich möglichst realitätsnah zu verhalten. Die Teilnehmenden mussten dem Brokermandat zustimmen, respektive die Informationen gemäss Art. 45 und Art. 45b VAG zur Kenntnis nehmen. Die erste Gruppe erhielt das Brokermandat und die Informationen gemäss Art. 45 VAG ohne und die zweite Gruppe mit den Courtageinformationen gemäss Art. 45b VAG (vgl. Abbildung 1, Schritt 2). Auf die beiden Gruppen wurden die Teilnehmenden zufällig aufgeteilt. Danach mussten sie zwischen zwei Versicherungsprodukten mit unterschiedlichen Preisen und Selbsthalten sowie der Option, keine Versicherung abzuschliessen, auswählen (vgl. Abbildung 1, Schritt 3).

Ergebnis

Teilstudie 1 ergibt, dass die Versicherten trotz der zusätzlichen Transparenz ihr Verhalten im Vergleich zur Gruppe ohne Courtageinformationen nicht signifikant änderten (vgl. Abbildung 2) und sich auch das Vertrauen nicht statistisch signifikant erhöhte (vgl. Abbildung 3). Zum Abfragen des Vertrauens wurde ein etabliertes Messinstrument verwendet, bei dem die Teilnehmenden sechs Aussagen zum Vertrauen in die ungebundenen Versicherungsvermittler auf einer Skala von eins bis sieben bewerten mussten.^[7]

Welche Option haben die Teilnehmenden gewählt?

Verteilung in %

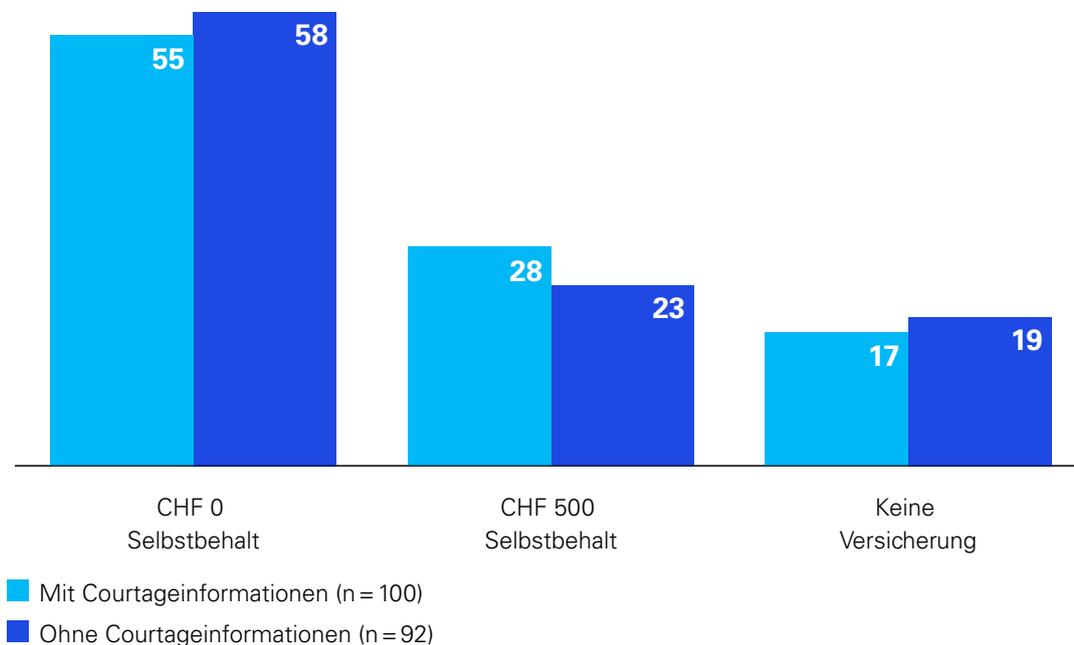


Abbildung 2

Ergebnis der Teilstudie 1 – Produktauswahl
(Quelle: Institut für Versicherungswirtschaft, Universität St.Gallen).



Besteht ein statistisch signifikanter Unterschied zwischen den Optionen?

Nein, es gibt kein Unterschied zwischen den Optionen:

$$p > 0.05$$

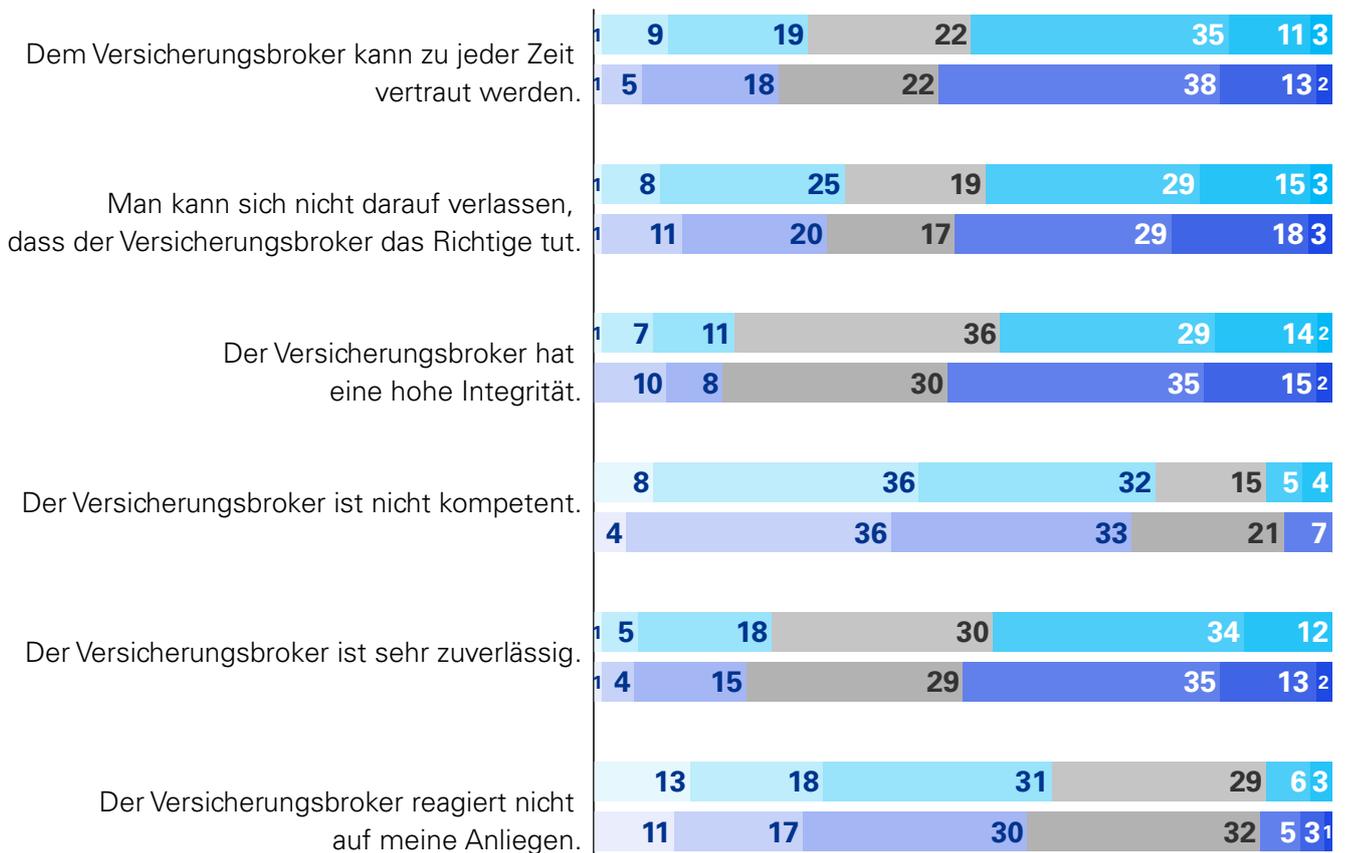
Ergebnis des Chi-squared Tests:

$$\chi^2(df=2)=0.73, p=0.693$$

^[7] Morgan, R. M., Hunt, S. D. (1994). The Commitment-Trust Theory of Relationship, *Journal of Marketing*, 58 (July), 20-38. Sirdeshmukh, D., Singh, J., Sabol, B., (2002). Consumer Trust, Value, and Loyalty in Relational Exchanges, *Journal of Marketing*, 66 (January), 15-37. Zboja, J. J., Clark, R. A., Haytko, D. L. (2016), An Offer You Can't Refuse: Consumer Perceptions of Sales Pressure, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 44 (6), 806-821.

Wie ist das Vertrauen in den ungebundenen Vermittler?

Verteilung in %



- Mit Courtageinformationen (n = 100)
- Ohne Courtageinformationen (n = 92)

Likert-Skala von 1 bis 7

1	Stimme überhaupt nicht zu
2	Stimme sehr wenig zu
3	Stimme wenig zu
4	Neutral / Weder noch
5	Stimme etwas zu
6	Stimme stark zu
7	Stimme voll und ganz zu

Abbildung 3
Ergebnis der Teilstudie 1 – Vertrauensmessung
(Quelle: Institut für Versicherungswirtschaft,
Universität St.Gallen).

Teilstudie 2

Architektur



Abbildung 4
Architektur des Experiments in Teilstudie 2
(Quelle: Institut für Versicherungswirtschaft, Universität St.Gallen).

In der zweiten Teilstudie wurde ebenfalls ein Online-Experiment mit 186 Teilnehmenden durchgeführt. Die Teilnehmenden wurden in dieselbe Ausgangssituation versetzt wie in der ersten Teilstudie und zufällig in zwei Gruppen aufgeteilt. Diesmal erhielten beide Gruppen die Informationen gemäss Art. 45 und Art. 45b VAG, wobei eine Gruppe zusätzlich Courtageinformationen auf Produktebene erhielt (vgl. Abbildung 4).


Forschungsfragen

Wurde die Kundenentscheidung durch die zusätzliche Transparenz beeinflusst?


Forschungsfragen

Wird das Vertrauen in den ungebundenen Vermittler durch die zusätzliche Transparenz erhöht?

Haben die Teilnehmenden die Unterlagen gelesen?

Haben die Teilnehmenden die Unterlagen verstanden?

Ergebnis

Wiederum zeigte sich kein statistisch signifikanter Unterschied im Versicherungsverhalten (vgl. Abbildung 5). Die transparente Provision auf Produktebene beeinflusste weder die Kaufentscheidung noch das Vertrauen (vgl. Abbildung 6) in die ungebundenen Vermittler.

Welche Option haben die Teilnehmenden gewählt?

Verteilung in %

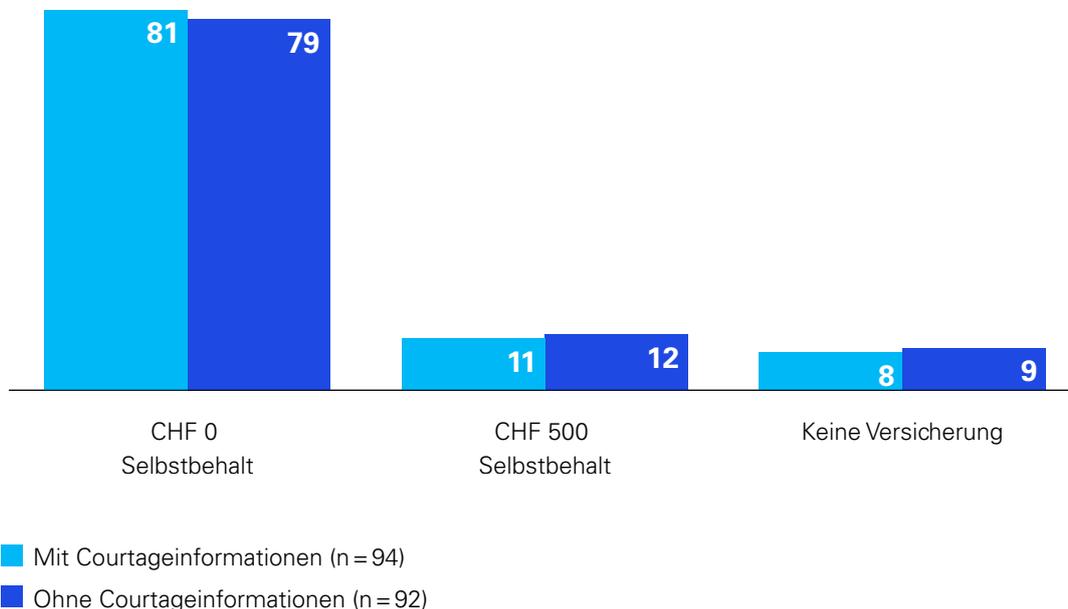


Abbildung 5

Ergebnis der Teilstudie 2 – Produktauswahl

(Quelle: Institut für Versicherungswirtschaft, Universität St.Gallen).



Besteht ein statistisch signifikanter Unterschied zwischen den Optionen?

Nein, es gibt kein Unterschied zwischen den Optionen:

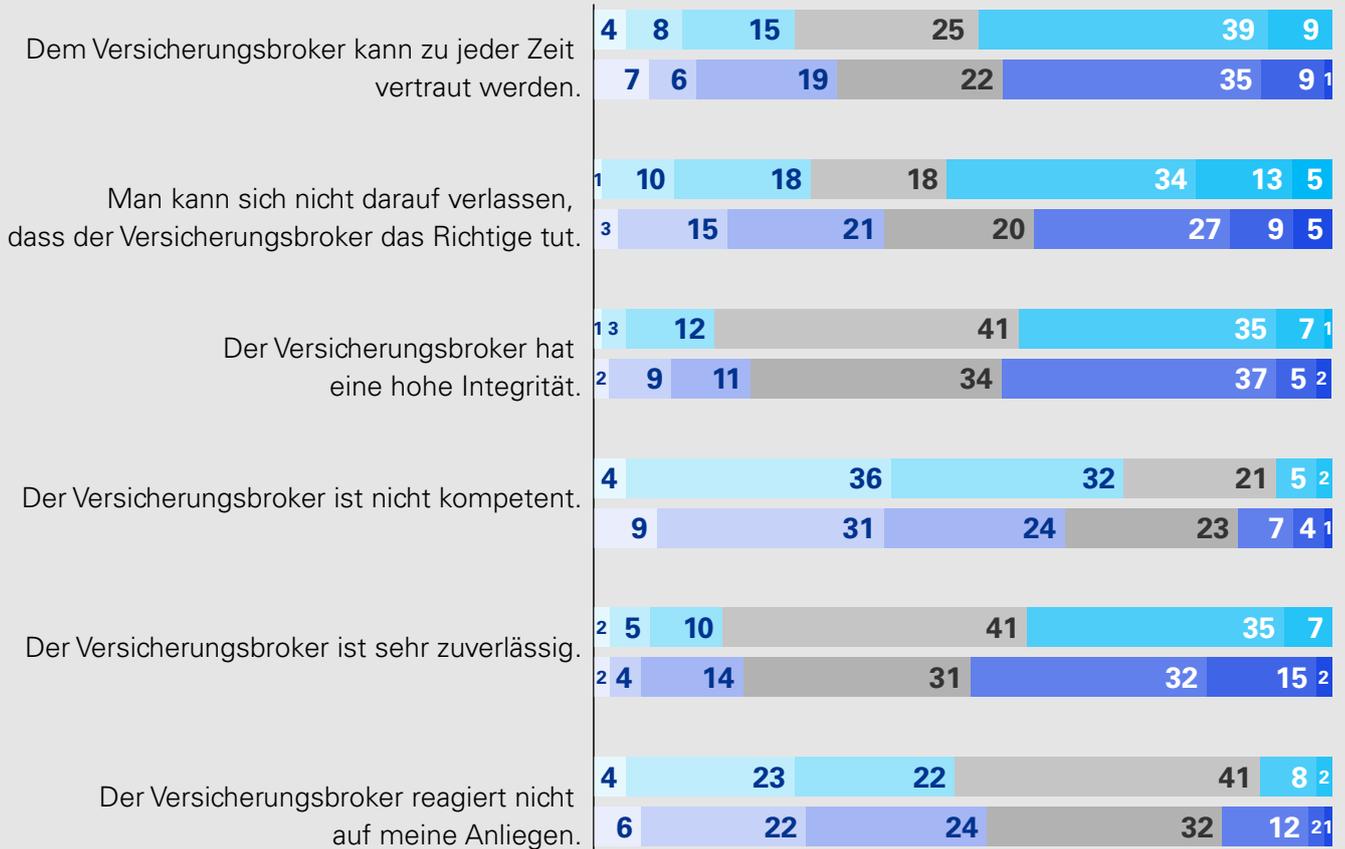
$$p > 0.05$$

Ergebnis des Chi-squared Tests:

$$\chi^2(df=2)=0.09, p=0.9577$$

Wie ist das Vertrauen in den ungebundenen Vermittler?

Verteilung in %



- Mit Courtageinformationen (n=92)
- Ohne Courtageinformationen (n=94)

Likert-Skala von 1 bis 7

1	Stimme überhaupt nicht zu
2	Stimme sehr wenig zu
3	Stimme wenig zu
4	Neutral /Weder noch
5	Stimme etwas zu
6	Stimme stark zu
7	Stimme voll und ganz zu

Abbildung 3
Ergebnis der Teilstudie 1 – Vertrauensmessung
(Quelle: Institut für Versicherungswirtschaft, Universität St.Gallen).

Zusammenführung der Ergebnisse

Dass die Provisionstransparenz in beiden Studien weder die Kaufentscheidung noch das Vertrauen der Versicherten beeinflusste, könnte folgende Ursachen haben:

- 1 **Die Versicherten haben die zusätzliche Transparenz nicht wahrgenommen.**
- 2 **Die Versicherten haben die zusätzlichen Informationen wahrgenommen, aber diese:**
 - A **entweder nicht verstanden; oder**
 - B **nicht in den Entscheidungsprozess einbezogen.**

Für die fehlende Wahrnehmung spricht, dass in Studie 1 ca. 55 Prozent der Befragten im Durchschnitt weniger als 54 Sekunden zum Durchlesen der 5–6 PDF-Seiten verwendet haben. War die Courtageinformation nicht in den Unterlagen enthalten, wussten 64 Prozent der Befragten nicht, ob im Brokermandat und in den allgemeinen Informationen (gemäss Art. 45 VAG) Aussagen zu den Courtagen (gemäss Art. 45b) getroffen wurden. Wenn die Information vorhanden war,

sagten 43 Prozent der Teilnehmenden, dass sie nicht wussten, ob Informationen zu den Courtagen angegeben waren. 9 Prozent der Befragten gaben (fälschlicherweise) an, dass die Informationen nicht enthalten waren.

Für ein fehlendes Verständnis spricht, dass knapp 60 Prozent der Personen, die Courtageinformationen im Sinne von Art. 45b VAG erhalten und diese wahrgenommen hatten, nicht wussten, ob die Prämie die Courtage enthielt oder sie diese zusätzlich bezahlen müssen (vgl. Abbildung 7).

Dazu kommt, dass Versicherte, welche die Courtageinformationen wahrgenommen haben, diese nicht im Entscheidungsprozess berücksichtigten. In Teilstudie 2 (transparente Courtage auf Produktebene) haben nur 2 Prozent der Studienteilnehmer als Antwort auf eine offene Frage die Courtage als Einflussfaktor für ihre Entscheidung genannt. In 53 Prozent der Fälle war der Selbstbehalt der Versicherungsdeckung ausschlaggebend. Dieser scheint für die Studienteilnehmer mithin verständlich und (deshalb?) relevant zu sein.

Kundenverständnis zu Courtagezahlungen

Wurden im Brokermandat Aussagen über die Courtage des Versicherungsmaklers getroffen?

n = 100

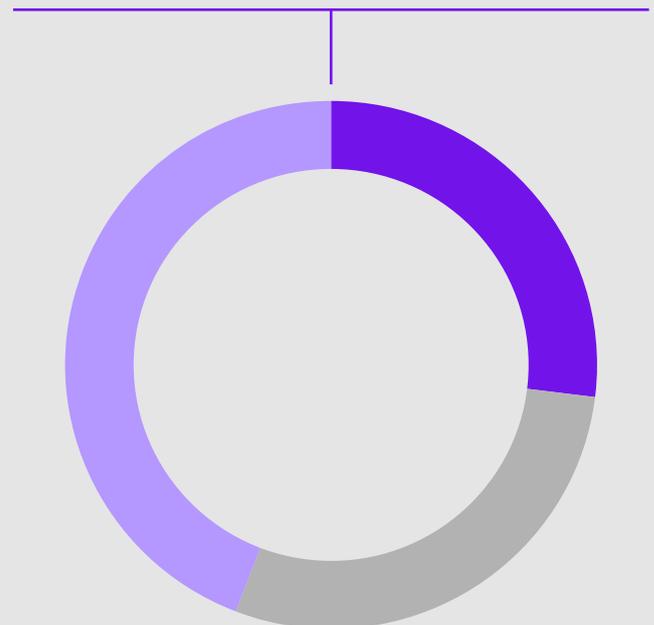


Likert-Skala von 1 bis 7

1	Nein, es wurden keine Aussagen zur Courtage getroffen.
2	
3	
4	Ich weiss es nicht.
5	
6	
7	Ja, es wurden Aussagen zur Courtage getroffen.

Abbildung 7

Ergebnisse der Experiment-Nachbefragung für Teilnehmende, die das Brokermandat sowie Informationen gem. Art. 45 VAG inklusive der Courtageinformationen erhalten haben (Quelle: Institut für Versicherungswirtschaft, Universität St.Gallen).



- Kunde **27%**
- Ich weiss es nicht **29%**
- Versicherer **44%**

Implikationen

Zusammenfassend weisen unsere Teilstudien darauf hin, dass eine abgestufte Courtagetransparenz gemäss Art. 45b in der Versicherungsvermittlung weder signifikante Auswirkungen auf das Versichertenverhalten noch auf das Vertrauen in die Vermittler hat.

Diese Feststellung wirft die Frage auf, ob beziehungsweise inwieweit die bestehende Regelung die angestrebten Ziele erreicht. Das sollte unseres Erachtens insbesondere Konsequenzen für die folgenden Gruppen haben:

- Gesetzgeber und Politik;
- Versicherer und ihre Branchenverbände;
- ungebundene Vermittler; sowie
- Versicherte sowie ihre Konsumentenschutzorganisationen.

Für den Gesetzgeber ergeben sich aus unserer Studie zwei zentrale Fragen. Erstens ist zu prüfen, ob Art. 45b VAG das Ziel, den postulierten Interessenkonflikt zwischen ungebundenen Versicherungsvermittler und Versicherungsnehmer zu reduzieren, tatsächlich erreicht. Die diesbezügliche praktische Wirksamkeit der Courtagetransparenz könnte auf der Basis dieser Studie weiter untersucht werden, um daraus Anpassungen abzuleiten. Zweitens stellt sich die grundsätzliche Frage, ob eine wissenschaftliche (in casu verhaltensökonomische) Begleitung neuer Gesetzesvorhaben sinnvoll ist. Durch eine kontinuierliche Antizipation der tatsächlichen Auswirkungen von Gesetzesänderungen könnte die Regulierungseffizienz besser auf die angestrebten Ziele abgestimmt und unbeabsichtigte Folgen minimiert werden.

Für die Versicherer bedeuten die Ergebnisse u.E., dass sie ihre Produktkommunikation verbessern müssen. Versicherten fehlt zum Teil grundsätzlich das Interesse, sich mit Versicherungsprodukten auseinanderzusetzen. Teilweise scheinen sie mit der Fülle und Komplexität der Produktinformationen überfordert zu sein. Um diese strukturelle Informationsasymmetrie zu überwinden, schlagen wir intuitive Darstellungsformate wie Erklärvideos vor. Darüber hinaus könnte die Versicherungswirtschaft zentrale Produktparameter standardisiert und damit leicht vergleichbar darstellen, analog etwa zu Energieeffizienzlabeln. So könnten Versicherte beispielsweise auf einen Blick erkennen, ob die Vermittlervergütung «noch im grünen Bereich» ist. Ein in dieser Hinsicht «teures» Produkt hat möglicherweise andere Vorteile oder Differenzierungsmerkmale (z. B. einen grösseren Deckungsumfang), die ebenfalls leicht erkennbar sein sollten. Diese Kosten- und Produkttransparenz würde den Wettbewerb zwischen den Versicherern im Interesse der Allgemeinheit intensivieren.

Für die Vermittler ist die vorgenannte Informationsasymmetrie zwischen Versicherern und Versicherten sowie die heutige Heterogenität nachgerade ihre «raison d'être». Schaffen sie es, die Interessen der Versicherungs-Suchenden mit einfachen und nachvollziehbaren Produktvergleichen bestmöglich zu wahren, dürften diese selbst vergleichsweise hohe Vermittlerentschädigungen akzeptieren.

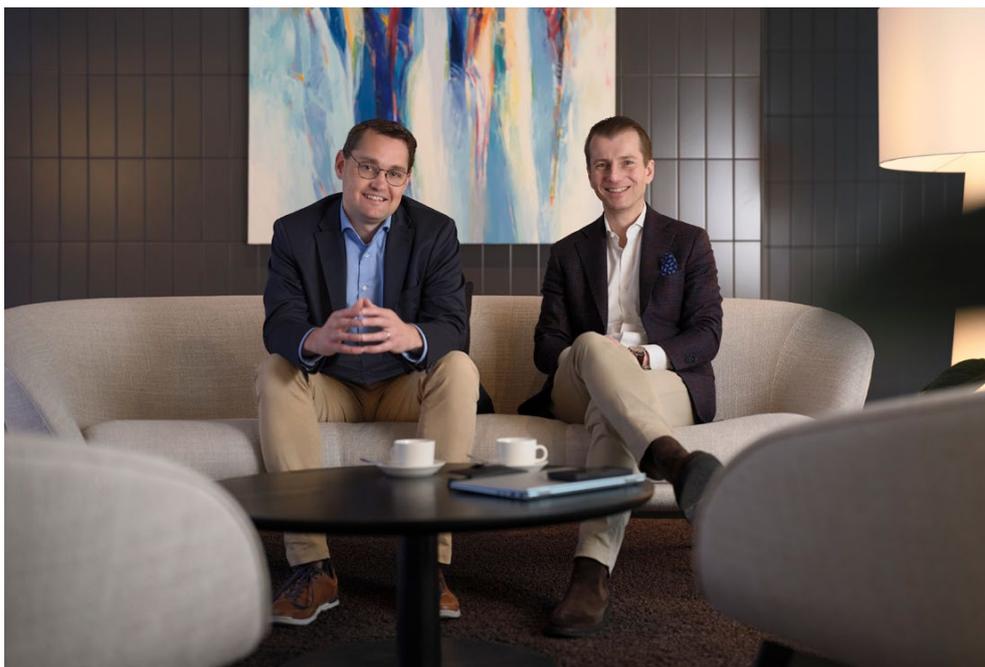
Die Versicherten zeigen in der Studie eine gering ausgeprägte Finanzkompetenz («financial literacy»). Darunter versteht man die Fähigkeit, grundlegende Finanzkonzepte zu verstehen und anzuwenden, um fundierte finanzielle Entscheidungen treffen zu können.^[8] Auch wenn die Verantwortung für diese Grundkompetenz in erster Linie bei den Konsumentinnen und Konsumenten selbst liegt, sehen wir Handlungsbedarf bei öffentlichen Schulen – und damit bei der Politik. Sie sollte darüber nachdenken, Finanzbildung als festen und frühzeitigen Bestandteil in den Lehrplänen zu verankern. Konsumentenschutzverbände sowie Versicherer und ihre Branchenverbände sollten diese Bildungsoffensive schliesslich aktiv und medienwirksam begleiten und eine zentrale Rolle bei der Entwicklung entsprechender Lehrpläne übernehmen. Diese individuelle Befähigung dürfte weitaus effizienter als der vorliegend untersuchte Regulierungsansatz sein.

^[8] Lusardi, A., and Mitchell, O. S. (2014). "The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence." *Journal of Economic Literature*, 52 (1): 5–44.

Die neue Regulierung und ihre Auswirkungen auf den Vermittlermarkt

Das neue Versicherungsaufsichtsgesetz (VAG) bringt auch Änderungen für Vermittler und Makler mit sich. Die Anforderungen unterscheiden sich jedoch insbesondere in den Bereichen Unabhängigkeit, Registrierung und Informationspflichten für ungebundene und gebundene Vermittler. Für ungebundene Makler fallen diese Regeln deutlich strenger aus, während gebundene Makler meist einer weniger aufwendigen Aufsicht unterliegen.

Wir wollten die Meinungen und Ansichten von beiden Seiten abholen und sprachen einerseits mit Felix Jenny, CEO von Howden Schweiz und mit Franc Büsser, Leiter Broker von AXA Schweiz. Die beiden Interviews wurden unabhängig voneinander aber mit einer ähnlichen Fragenstellung geführt.



Alexander Lacher im Gespräch mit **Franc Büsser**, Head Broker bei AXA [LINKS IN BILD]

Alexander Lacher Die neue Vermittleraufsicht ist nun fast ein Jahr alt. Können Sie eine erste Bilanz ziehen?

Franc Büsser Für eine abschliessende Bilanz ist es sicherlich noch zu früh. Es zeigt sich aber, dass die neue Vermittleraufsicht erheblichen Aufwand bei den Versicherern auslöst. Im ursprünglichen Verständnis der Vermittleraufsicht war vorgesehen, dass die Versicherer für die Kontrolle der gebundenen Vermittler zuständig sind und die FINMA entsprechend für die ungebundenen Vermittler (Broker). Mit der Umsetzung der Aufsicht hat sich dann die Position der FINMA herauskristallisiert, dass die Versicherer auch verstärkt für die Kontrolle der Broker und deren Mitarbeitenden verantwortlich sein sollen. Dies ist insofern fraglich, da nun die ungebundenen Vermittler bzw. deren Mitarbeitende mehrfach von allen Gesellschaften kontrolliert werden.

Hat die neue Vermittleraufsicht Anpassungsbedarf in Ihrem Unternehmen ausgelöst, und inwieweit hat sie Ihre tägliche Arbeit verändert?

Ja, die neue Aufsicht löst tatsächlich grossen Anpassungsbedarf aus. Bereits in Vergangenheit haben wir bei den ungebundenen Vermittlern regelmässige und strikte Kontrollen durchgeführt. Mit der neuen Aufsicht werden die Kontrollen nun auch auf die Mitarbeitenden der Broker ausgeweitet, womit die Kontrollaufgaben als Erwartungshaltung seitens

FINMA markant ansteigen. Betroffen davon sind neben den internen Dokumenten, Weisungen, Kontrollprozessen auch die Systeme, welche angepasst werden müssen.

Können Sie Ihre diesbezüglichen Umsetzungskosten abschätzen? Gibt es auch Mehrkosten in der täglichen Arbeit?

Da die Umsetzung noch nicht abgeschlossen ist, können die Kosten nicht definitiv beziffert werden. Da aber die Kontrollen ausgeweitet wurden und Systemanpassungen notwendig sind, dürften die Kosten bei AXA markant sein. Die AXA hat zudem im Bereich der gebundenen Vermittler konkret die Herausforderung, mehrere hundert Personen zwecks Erfüllung der Mindestanforderungen bis Ende 2025 auszubilden, was Zusatzkosten im sechsstelligen Bereich bewirkt.

Sind Sie als Versicherer in der Zusammenarbeit mit ungebundenen Vermittlern selektiver geworden?

Als AXA waren wir bereits in Vergangenheit sehr selektiv, was neue Akkreditierungen von Brokern angeht. Demzufolge pflegen wir nur mit einer Minderheit der ungebundenen Vermittler eine aktive Zusammenarbeit. Wir haben ein grosses Eigeninteresse, dass wir nur mit Brokern zusammenarbeiten, welche unsere hohen Qualitätsstandards erfüllen. Von daher wird sich für uns diesbezüglich wenig ändern.



**«Den Kunden ist
vor allem Transparenz wichtig.»**

Franc Büsser



«Gute Beratungsqualität wird immer gefragt sein.»

Franc Büsser

Wie erleben Sie die FINMA im Bereich der Vermittleraufsicht?

Als Aufsichtsorgan stellt die FINMA die Umsetzung des vom Bundesrat erlassenen Versicherungsaufsichtsgesetz sicher. Wir nehmen hier die FINMA in der Umsetzung sehr konsequent und beharrlich wahr. Wir hätten uns gewünscht, dass im zentralen Anliegen der Vermittleraufsicht, nämlich eines verbesserten Kundenschutzes, den unterschiedlichen Schutzbedürfnissen der Kunden besser Rechnung getragen worden wäre, wie dies das VAG im Zweckartikel (Art. 1 Abs. 2 VAG: «Es bezweckt insbesondere den Schutz der Versicherten nach Massgabe ihrer Schutzbedürftigkeit. . .») vorsieht. Im Brokerbereich wird schwerem Gewicht im Unternehmensgeschäft gearbeitet, wo wir der Meinung sind, dass sich eine andere Schutzbedürftigkeit als im Retail-Geschäft ergibt. Leider fehlt diese Differenzierung.

Haben sich die Ansprüche oder das Verhalten der Versicherten wegen der neuen Vermittleraufsicht verändert? Wenn ja: wie?

Ich glaube den Kunden ist vor allem die Transparenz wichtig. Dies war aber bereits bisher gerade im Unternehmensgeschäft der Fall und von daher gehe ich nicht davon aus, dass sich die Ansprüche oder das Verhalten der Kunden durch die neue Vermittleraufsicht gross ändern werden.

Wie könnte in Zukunft sichergestellt werden, dass bei Regulierungen Aufwand und Ertrag im Verhältnis steht bzw. die gesteckten Ziele erreicht werden?

Wichtig erscheint mir, dass zuerst einmal ein gemeinsames Ziel erarbeitet wird, was eine neue Regulierung bringen soll. Dies unter Einbezug aller involvierten Parteien. Nur so kann sichergestellt werden, dass die Kontrollen am richtigen Ort erfolgen. Bei der aktuellen Regulierung fehlt die Differenzierung nach Schutzbedürftigkeit, was einen grossen Aufwand an mehreren Stellen auslöst. Im Endeffekt werden die Kunden diesen Aufwand mit ihren Versicherungsprämien bezahlen müssen.

Führt die zunehmende Regulierung zu einer Marktkonsolidierung?

Die Regulierung ist sicher einer der Treiber für die Marktkonsolidierung. Weitere Gründe sind die Digitalisierung aber auch das Kundenverhalten, welches anspruchsvoller geworden ist. Es werden sich sicher einige Broker überlegen, ob sie infolge dieser zunehmenden Aufwände noch selbständig bleiben wollen oder ob man sich nicht mit anderen Brokern zusammenschliesst.

Ein Blick in die Zukunft: Wie sieht der Schweizer Brokermarkt in fünf bis zehn Jahren aus? Werden nur noch grosse Anbieter bestehen können?

Die Marktkonsolidierung wird weiter voranschreiten und der Trend zu grossen Brokern, welche immer mehr Marktanteile abdecken, bleibt bestehen. Ich bin aber überzeugt, dass man auch als kleinerer Broker in der Zukunft eine Chance hat. Gute Beratungsqualität wird immer gefragt sein. Wichtig erscheint mir, dass man sich spezialisiert und auf gewisse Kundensegmente fokussiert.

**«Die FINMA sollte sich auf
Versicherungsvermittler konzentrieren,
die primär Privatkunden betreuen.
Das würde dem
gesetzlichen Auftrag entsprechen.»**

Felix Jenny





Alexander Lacher im Gespräch mit Herrn Felix Jenny, CEO von Howden Schweiz AG [LINKS IN BILD]

Alexander Lacher Die neue Vermittleraufsicht ist nun fast ein Jahr alt. Wie fällt Ihre erste Bilanz aus?

Felix Jenny Die Einführung der neuen Vermittleraufsicht hat den administrativen Aufwand und die damit verbundenen Kosten erheblich und exponentiell gesteigert. Der Anstieg ist deutlich spürbar und stellt für viele Vermittler eine erhebliche Herausforderung dar. Eine stärkere Regulierung wurde jedoch schon lange erwartet, da die Branche der Versicherungsbroker in der Schweiz – im Vergleich zu anderen Ländern – bisher eher unterreguliert war.

Hat die neue Vermittleraufsicht Anpassungsbedarf in Ihrem Unternehmen ausgelöst, und inwieweit hat sie Ihre tägliche Arbeit verändert?

Ja, absolut. Der administrative Aufwand hat sich spürbar und dauerhaft erhöht, und die täglichen Tätigkeiten sind nun von einer erheblich höheren Komplexität geprägt. Bestehende Prozesse, Kontrollen und Dokumente mussten umfangreich überprüft und angepasst werden. Darüber hinaus war es erforderlich, völlig neue Prozesse, Kontrollmechanismen und Dokumentationen zu entwickeln und umzusetzen, um den neuen regulatorischen Anforderungen gerecht zu werden.

Können Sie die Kosten für die Umsetzung der neuen Auflagen abschätzen? Sind auch im laufenden Betrieb zusätzliche Kosten entstanden?

Die anfänglichen Kosten für die Umsetzung der neuen Vorschriften liegen im mittleren sechsstelligen Bereich. Die laufenden zusätzlichen Kosten können noch nicht endgültig beziffert werden, aber es ist sehr wahrscheinlich, dass auch sie sich in einem ähnlichen Bereich bewegen werden.

Haben Sie festgestellt, dass Versicherer in der Zusammenarbeit mit ungebundenen Vermittlern selektiver geworden sind?

Bislang haben wir dies nicht in nennenswerter Weise beobachtet, doch es ist anzunehmen, dass sich dies in Zukunft ändern könnte. Die Branche ist in einem Wandel begriffen, und die Auswirkungen der neuen Regulierungen könnten erst später sichtbar werden.

Wie erleben Sie die FINMA im Bereich der Vermittleraufsicht?

Bisher haben wir noch nicht viel direkte Erfahrung gemacht, doch es ist zu erwarten, dass die Interaktionen mit der FINMA zunehmen werden, da die Aufsicht weiter voranschreitet.

«Die zunehmende Regulierung beschleunigt die Marktkonsolidierung»

Felix Jenny

Unsere Studie zeigt, dass die Vergütungstransparenz den Kaufentscheid der Versicherten nicht beeinflusst. Was könnte Ihrer Meinung nach der Grund dafür sein?

Vergütungstransparenz ist keine neue Thematik. Schon in der Vergangenheit haben wir unsere Courtagen offengelegt und transparent gemacht, sodass die Versicherten sich bereits an diese Transparenz gewöhnt haben.

Die Studie legt auch nahe, dass die Vergütungstransparenz das Vertrauen der Versicherten in die Vermittler nicht gesteigert hat. Woran könnte das liegen?

Das könnte daran liegen, dass unabhängige Versicherungsbroker schon seit Langem transparent über ihre Entschädigungsmodelle informieren. Dies unterscheidet sie von gebundenen Versicherungsvermittlern, deren Vergütungsmodelle möglicherweise weniger bekannt sind.

Viele Retail-Kunden haben offenbar weiterhin Schwierigkeiten, Versicherungsprodukte zu verstehen. Was tun Sie, um das Verständnis Ihrer Kunden zu verbessern?

Wir legen grossen Wert auf eine umfassende Beratung, die die Bedürfnisse unserer Kunden klar adressiert. Zudem stellen wir detaillierte und aussagekräftige Vergleiche zur Verfügung und klären unsere Kunden bei Bedarf über alle relevanten Aspekte auf, um das Verständnis zu fördern.

Haben sich die Ansprüche oder das Verhalten der Versicherten aufgrund der neuen Vermittleraufsicht verändert? Falls ja, in welcher Hinsicht?

Bei der grossen Mehrheit unserer Kunden, etwa 99 Prozent, hat sich weder der Anspruch noch das Verhalten wesentlich verändert. Es gibt jedoch einige wenige Einzelfälle, in denen die neuen Regulierungen als Argument für Preisverhandlungen genutzt werden.

Wie könnte in Zukunft sichergestellt werden, dass der Aufwand und der Nutzen von Regulierungen in einem angemessenen Verhältnis stehen?

Es wäre entscheidend, dass der Gegenstand und Zweck der Aufsicht gemäss Artikel 1 Absatz 2 VAG im Sinne des Gesetzgebers konsequent umgesetzt wird, nämlich der Schutz der Versicherten in Abhängigkeit von ihrem Schutzbedürfnis. Der Gesetzestext macht klar, dass Privatkunden einen höheren Schutz benötigen als gewerbliche Kunden, und professionelle Versicherungsnehmer sind in der Regel gar nicht schutzbedürftig. Die FINMA sollte sich daher auf Versicherungsvermittler konzentrieren, die primär Privatkunden betreuen. Das würde dem gesetzlichen Auftrag entsprechen.

Führt die zunehmende Regulierung zu einer Marktkonsolidierung?

Ja, die zunehmende Regulierung ist sicherlich ein Faktor, der die Marktkonsolidierung beschleunigt. Hinzu kommen weitere Einflussfaktoren wie die demografische Entwicklung, die fortschreitende Digitalisierung und die steigenden Erwartungen der Kunden.

Ein Blick in die Zukunft: Wie sieht der Schweizer Brokermarkt in fünf bis zehn Jahren aus? Werden nur noch grosse Anbieter bestehen können?

In Beratungsberufen zählen vor allem die Beratungsqualität und der Nutzen für den Kunden. Diese Aspekte hängen nicht von der Grösse eines Maklers ab. Kleinere Makler sollten sich jedoch auf ihre Stärken konzentrieren und sich gegebenenfalls fehlendes Know-how oder technologische Lösungen durch Partnerschaften sichern. Die Ansprüche der Kunden an die Qualität der Beratung werden weiter steigen, unabhängig von regulatorischen Anforderungen.



**«Die Schweiz war
bei Versicherungsbroker
bisher unterreguliert.»**

Felix Jenny

«Unsere Studie zeigt, dass die Offenlegung der Entschädigungen keinen signifikanten Einfluss auf das Kundenverhalten oder das Vertrauen in die Vermittler hat.

Dies ist in erster Linie darauf zurückzuführen, dass viele Kunden eine eher gering ausgeprägte Finanzkompetenz haben».

Thomas Schneider
Head of Insurance, KPMG Schweiz

«Die neue Vermittleraufsicht fordert die Assekuranz enorm.

Aufwand und Ertrag dieser neuen Regulierung stehen in gewissen Aspekten in einem Missverhältnis. So fehlt beim Broking mit risikogewandten Unternehmenskunden oder in der Rückversicherung die Schutzbedürftigkeit der Versicherten.

In diesen Bereichen wären darum stufengerechte Deregulierungen angezeigt.»

Dr. Alexander Lacher
Head Insurance Advisory, KPMG Schweiz

Wenden Sie sich gerne an:

Alexander Lacher

Partner, Financial Services
Head Insurance Advisory
+41 79 671 65 12
alacher@kpmg.com

Weitere Kontakte:

Thomas Schneider

Partner, Financial Services
Head Insurance
+41 79 785 31 57
thomasschneider@kpmg.com

Laurent De Carlo

Director, Financial Services
+41 79 303 57 60
laurentdecarlo@kpmg.com

Herausgeber

KPMG AG
Badenerstrasse 172
Postfach
8036 Zurich
+41 58 249 31 31

Autoren Studie Universität St.Gallen

Prof. Dr. Hato Schmeiser
Laurenz Hommel

Text und Editing

Stefan Mathys, IRF

Projektmanagement

Andrea Tam, KPMG AG

Layout

van Beusekom Gestaltung + Fotografie

**Fotos Editorial, Interviews und
Midjourney-Bildwelt**

van Beusekom Gestaltung + Fotografie

Artikel dürfen nur mit schriftlicher Genehmigung des Herausgebers und mit Angabe der Quelle „KPMG's Insurance Insights“ erneut veröffentlicht werden.

Die hierin enthaltenen Informationen sind allgemeiner Natur und beziehen sich daher nicht auf die Umstände einzelner Personen oder Rechtsträger. Obwohl wir uns bemühen, genaue und aktuelle Informationen zu liefern, besteht keine Gewähr dafür, dass diese die Situation zum Zeitpunkt der Herausgabe oder eine künftige Situation akkurat widerspiegeln. Die genannten Informationen sollten nicht ohne eingehende Abklärungen und professionelle Beratung als Entscheidungs- oder Handlungsgrundlage dienen. Bei Prüfkunden bestimmen regulatorische Vorgaben zur Unabhängigkeit des Prüfers den Umfang einer Zusammenarbeit. Sollten Sie mehr darüber erfahren wollen, wie KPMG AG personenbezogene Daten bearbeitet, lesen Sie bitte unsere **Datenschutzerklärung**, welche Sie auf unserer Homepage www.kpmg.ch finden.

Die von befragten Personen, Umfrageteilnehmern oder Autoren zum Ausdruck gebrachten Ansichten und Meinungen stellen nicht unbedingt die Ansichten und Meinungen von KPMG AG dar.

©2024 KPMG AG, eine Schweizer Aktiengesellschaft, ist eine Gruppengesellschaft der KPMG Holding LLP, die Mitglied der globalen KPMG-Organisation unabhängiger Firmen ist, die mit KPMG International Limited, einer Gesellschaft mit beschränkter Haftung englischen Rechts, verbunden sind. Alle Rechte vorbehalten.



➔ **Insurance Insights**
kpmg.ch/insurance