

Kurztitel

Versicherungsaufsichtsgesetz 2016

Kundmachungsorgan

BGBI. I Nr. 34/2015 zuletzt geändert durch BGBI. I Nr. 16/2021

Typ

BG

§/Artikel/Anlage

§ 129

Inkrafttretensdatum

08.01.2021

Abkürzung

VAG 2016

Index

57/01 Versicherungsaufsicht

Text**Product Governance**

§ 129. (1) Versicherungsunternehmen haben nach Maßgabe der Abs. 2 bis 7 und der delegierten Verordnung (EU) 2017/2358 interne Verfahren

1. für die Konzeption und Freigabe jedes einzelnen neuen Versicherungsprodukts sowie jeder wesentlichen Änderung bestehender Versicherungsprodukte und
2. für den ordnungsgemäßen Vertrieb und die regelmäßige Überprüfung der von ihnen konzipierten Versicherungsprodukte

zu unterhalten, zu betreiben sowie regelmäßig zu überprüfen und erforderlichenfalls anzupassen. Diese Verfahren müssen verhältnismäßig sein und insbesondere der Art des betreffenden Versicherungsprodukts entsprechen.

(2) Bevor Versicherungsunternehmen neu konzipierte Versicherungsprodukte oder Versicherungsprodukte mit wesentlichen Änderungen in einem Mitgliedstaat vermarkten oder vertreiben dürfen, haben sie diese einem internen Produktfreigabeverfahren zu unterziehen, in dessen Rahmen ein bestimmter Zielmarkt für das jeweilige Versicherungsprodukt festzulegen ist. Dabei haben Versicherungsunternehmen alle für diesen Zielmarkt einschlägigen Risiken zu bewerten und sicherzustellen, dass das Versicherungsprodukt und die beabsichtigte Vertriebsstrategie dem Zielmarkt entsprechen.

(3) Versicherungsunternehmen müssen die von ihnen konzipierten und vermarkteten oder vertriebenen Versicherungsprodukte verstehen und die im Rahmen einer ordnungsgemäßen Geschäftsorganisation zumutbaren Schritte unternehmen, um zu gewährleisten, dass die Versicherungsprodukte an den festgelegten Zielmarkt vermarktet oder vertrieben werden.

(4) Versicherungsunternehmen, die Versicherungsprodukte konzipieren, haben auf Verlangen allen Versicherungsvertreibern sämtliche sachgerechten Informationen über ihre Versicherungsprodukte und

deren Produktfreigabeverfahren, einschließlich des jeweils festgelegten Zielmarkts, zur Verfügung zu stellen.

(5) Versicherungsunternehmen haben von ihnen konzipierte und vermarktete oder vertriebene Versicherungsprodukte regelmäßig zu überprüfen. Dabei haben sie insbesondere all jene Ereignisse zu berücksichtigen, die wesentlichen Einfluss auf das potentielle Risiko für den festgelegten Zielmarkt haben könnten, und zumindest zu beurteilen, ob das Versicherungsprodukt und die beabsichtigte Vertriebsstrategie weiterhin den Bedürfnissen des festgelegten Zielmarkts entsprechen.

(6) Versicherungsunternehmen, die nicht von ihnen selbst konzipierte Versicherungsprodukte in einem Mitgliedstaat anbieten oder über sie beraten, müssen über angemessene Vorkehrungen verfügen, um die in Abs. 4 genannten Informationen zu erhalten und die Merkmale jeder dieser Versicherungsprodukte sowie den jeweils festgelegten Zielmarkt zu verstehen.

(7) Die Pflichten gemäß Abs. 1 bis 6 bestehen nicht beim Vertrieb von Versicherungen für Großrisiken und Rückversicherungsprodukten.

(8) Sonstige Informationspflichten und Wohlverhaltensregeln beim Versicherungsvertrieb bleiben unberührt.

Zuletzt aktualisiert am

08.01.2021

Gesetzesnummer

20009095

Dokumentnummer

NOR40228349