

Kopf, Zahl und Leitlinien - Versicherungsvertrieb und Vertriebsvergütung weiter unter Druck

Starke Kräfte üben seit einiger Zeit vermehrt Einfluss auf Themen des Versicherungsvertriebs und der Vergütung von Finanzdienstleistungsvermittlung aus: Verstärkte Regulierung und hohe Transparenzanforderungen erhöhen den Druck. Die EU arbeitet an einer Vorgabe für eine schriftlich fixierte Vergütungspolitik der Unternehmen (Level II-Verordnung). Durch verstärkte Regulierung der Anreizsysteme und eine Erhöhung der Transparenzanforderungen wird eine Verbesserung der Beratungsqualität angestrebt. Das geht einher mit strukturellen Veränderungen im Versicherungsvertrieb, die sich in den Ländern der EU unterschiedlich ausprägen. Die AMC-Tagung "Versicherungsvertrieb und Vertriebsvergütung 2015" am 18. und 19. Juni 2015 in Bonn widmet sich einer ganzen Reihe gewichtiger Fragen zur Thematik. Unter anderem: Was haben deutsche Versicherer zu erwarten? Wie zeigen sich solch strukturellen Veränderungen im Versicherungsvertrieb zum Beispiel in den Niederlanden, in Großbritannien und in Deutschland?

Starke Kräfte üben seit einiger Zeit vermehrt Einfluss auf Themen des Versicherungsvertriebs und der Vergütung von Finanzdienstleistungsvermittlung aus: Verstärkte Regulierung und hohe Transparenzanforderungen erhöhen den Druck.

Die EU arbeitet an einer Vorgabe für eine schriftlich fixierte Vergütungspolitik der Unternehmen (Level II-Verordnung). Durch verstärkte Regulierung der Anreizsysteme und eine Erhöhung der Transparenzanforderungen wird eine Verbesserung der Beratungsqualität angestrebt. Das geht einher mit strukturellen Veränderungen im Versicherungsvertrieb, die sich in den Ländern der EU unterschiedlich ausprägen.

Die AMC-Tagung "Versicherungsvertrieb und Vertriebsvergütung 2015" am 18. und 19. Juni 2015 in Bonn widmet sich einer ganzen Reihe gewichtiger Fragen zur Thematik. Unter anderem: Was haben deutsche Versicherer zu erwarten? Wie zeigen sich solch strukturellen Veränderungen im Versicherungsvertrieb zum Beispiel in den Niederlanden, in Großbritannien und in Deutschland?

Neben den allgegenwärtigen Herausforderungen der Digitalisierung, müssen Versicherer sich auf neue Vergütungsformen einstellen. Zudem werden die anstehenden EIOPA-Leitlinien für Produktentwicklung Einfluss nehmen. Die so genannten POG-Guidelines betreffen auch den Vertrieb. Die EIOPA-Leitlinien korrespondieren inhaltlich mit dem bestehenden deutschen GDV-Kodex für den Versicherungsvertrieb und werden möglicherweise sogar als Durchführungsrichtlinie verbindlich. Derartige Entwicklungen der Regulierung sollen den Konsumentenschutz „vorverlagern“ - und werfen eine Reihe gewichtiger Fragen auf.

In Summe führen die aktuellen regulatorischen und ökonomischen Herausforderungen auch zu neudefinierten Anforderungen an Vergütungssysteme. Im Rahmen der AMC-Tagung werden die Experten sich daher auch mit der Frage beschäftigen, wie eine zukunftsorientierte Vergütung für Vertriebe gestaltet werden kann und auf welche Herausforderungen Versicherer in der Umsetzung treffen.

Diese Entwicklungen und Zusammenhänge garantieren Informations- und Diskussionsbedarf. In der AMC-Tagung "Versicherungsvertrieb und Vertriebsvergütung 2015" werden Experten und Teilnehmer den Einfluss von Regulierung und Marktveränderung auf den Versicherungsvertrieb und die Vertriebsvergütung diskutieren. Denn zeitige Klärung ist wichtig zur vorausschauenden Ausrichtung eines Unternehmens.

Die AMC-Tagung für Vorstände und Entscheidungsträger der Assekuranz findet unter fachlicher Leitung und Moderation des AMC-Beiratsvorsitzenden Prof. Dr. Heinrich R. Schradin, Universität zu Köln, am 18. und 19. Juni 2015 im KAMEHA GRAND Bonn statt.

Pressekontakt:

Désirée Schubert

Telefon: 0221 / 39 85 973

E-Mail: schubert@amc-forum.de

Unternehmen:

AMC Finanzmarkt GmbH

Georgstraße 5a

50676 Köln

Internet: www.amc-forum.de

Über AMC Finanzmarkt GmbH

Seit 1994 trifft sich die Assekuranz im AMC-Netzwerk (www.amc-forum.de). Betreut von der AMC Finanzmarkt GmbH bietet es Netzwerken, Arbeitskreise, Workshops, Tagungen, Studien, Beratung und Seminare für Finanzdienstleister. Der offene Erfahrungsaustausch und die trendsetzenden Impulse stehen im Fokus der AMC-Begegnungen: Praxis-Beispiele, wissenschaftliche Erkenntnisse, fundierte Hintergrundinformationen und spannenden Diskussionen für Fachleute und Entscheidungsträger.

AMC ein starkes Netzwerk