



BaFin

Bundesanstalt für
Finanzdienstleistungsaufsicht

Restschuldversicherung

Marktuntersuchung und Mystery Shopping

bei Kreditinstituten

29. Dezember 2023

Inhaltsverzeichnis

I. Executive Summary	3
II. Anlass und Gegenstand	4
III. Einzelne Untersuchungsergebnisse	6
1. Feststellungen zum Vertrieb	6
1.1 Häufigkeit des Abschlusses einer Restschuldversicherung	6
1.2 Versicherungsfälle	7
1.3 Änderungen im Leistungsangebot der Versicherungsunternehmen	7
1.4 Zusammenarbeit mit Vertriebspartnern	8
1.5 Vertrieb von Verbraucherdarlehensvertrag und Restschuldversicherung	8
1.6 Zielwerte/-vorgaben für den Abschluss von Restschuldversicherungen	9
2. Beratung und Information	9
2.1 Erkenntnisse aus der Marktuntersuchung	9
2.1.1 Zuständigkeit für Beratung	9
2.1.2 Beratungsverzicht	9
2.1.3 Qualität der Beratung	10
2.2 Erkenntnisse aus der Mystery Shopping-Aktion	11
2.2.1 Beratungsqualität am Point of Sale	11
2.2.2 Freiwilligkeit des Abschlusses einer Restschuldversicherung	12
2.2.3 Kostentransparenz	13
2.2.4 Doppelte Widerrufsbelehrung	15
3. Provision und Prämien für Restschuldversicherungen	15
3.1 Ausgestaltung der Vertriebsvergütungsvereinbarungen	15
3.2 Entwicklung von Provisions- und Prämienhöhe	16

I. Executive Summary

Die BaFin hat das Produkt der Restschuldversicherung nach zwei Marktuntersuchungen im Jahr 2017 und im Jahr 2019 sowie einer Verbrauchererhebung im Jahr 2019 erneut untersucht. Durchgeführt wurden eine Marktuntersuchung bei Kreditinstituten sowie eine Mystery Shopping-Aktion bei Kreditinstituten und im Einzelhandel, die zu folgenden Ergebnissen führten:

- Der Abschluss von Restschuldversicherungen ist bei den befragten 32 Kreditinstituten nach wie vor sehr verbreitet. Bei neun Kreditinstituten wurden im Jahr 2022 über die Hälfte der Verbraucherdarlehensverträge in Verbindung mit einer Restschuldversicherung, bei weiteren 17 Kreditinstituten ein beträchtlicher Teil der Verbraucherdarlehensverträge in Verbindung mit einer Restschuldversicherung abgeschlossen.
- In Bezug auf den Gesamtbestand der Verbraucherdarlehensverträge mit Restschuldversicherung lag der Anteil an Versicherungsfällen bei den meisten Kreditinstituten unter 3 Prozent.
- Die Höhe der von Verbraucherinnen und Verbrauchern für eine Restschuldversicherung gezahlte Prämie ist bei fast allen Kreditinstituten gesunken. Das weist darauf hin, dass der zum 1. Juli 2022 eingeführte gesetzliche Provisionsdeckel die intendierte Wirkung erzielt haben könnte.
- Nach Angabe der befragten Kreditinstitute findet weitgehend kein Verzicht auf eine Beratung statt.
- In der Praxis zeigen sich bezüglich der Beratungsqualität Unterschiede. Sowohl beim Vertrieb durch Kreditinstitute, als auch beim Vertrieb im Einzelhandel verlief die Beratung nicht immer zufriedenstellend, da relevante Punkte nicht angesprochen wurden.
- 6 Prozent der Testkäuferinnen und Testkäufer fühlten sich zum Abschluss einer Restschuldversicherung gedrängt. Die Freiwilligkeit des Abschlusses einer Restschuldversicherung ergab sich jedoch stets aus den Vertragsunterlagen. Eine mündliche Information über die Freiwilligkeit des Abschlusses bei der Beratung ist jedoch – primär bei den Kreditinstituten – nicht in jedem Fall erfolgt.
- Die Mystery Shopping-Aktion hat Schwächen bei der gesetzlich nicht normierten Kostentransparenz offengelegt, sowohl bei Kreditinstituten als auch im Einzelhandel.

II. Anlass und Gegenstand

Die BaFin hat neben einem Mystery Shopping bei Kreditinstituten und im Einzelhandel eine Marktuntersuchung bei ausgewählten Kreditinstituten zur Restschuldversicherung durchgeführt. Die Mystery Shopping-Aktion verfolgte das Ziel, Ablauf und Inhalte der Verkaufsgespräche im Segment Restschuldversicherung zu erfassen und zu analysieren. Im Fokus der Marktuntersuchung standen die Themen „Beratung und Information“ sowie „Provision und Prämien“. Durch diesen kombinierten Untersuchungsansatz sollte ein umfassendes Bild über den Vertrieb und die Ausgestaltung von Restschuldversicherungen in der Praxis gewonnen werden.

Im Rahmen der Auswertung der Marktuntersuchung im Jahr 2019 ist offengeblieben, inwieweit die Vorgaben der gesetzlichen Beratungspflicht nach § 7d Versicherungsvertragsgesetz (VVG) beim Gruppenversicherungsvertrag in der Beratungspraxis vollumfänglich Berücksichtigung finden. Gegenstand der Untersuchungen war daher die den Kreditinstituten nach § 7d VVG obliegende Beratungspflicht, auch unter dem Aspekt des Verkaufs von Restschuldversicherungen über Vertriebspartner im Einzelhandel.

Die Marktuntersuchung 2019 hat zudem wie bereits die Marktuntersuchung 2017 gezeigt, dass die von Versicherungsunternehmen an die Kreditinstitute geleisteten Provisionen teilweise außerordentlich hoch waren. Der Gesetzgeber ist diesem Vorgehen durch die Einführung eines Provisionsdeckels zum 1. Juli 2022 in § 50a Versicherungsaufsichtsgesetz (VAG) entgegengetreten.

§ 50a Absatz 1 Satz 1 VAG enthält folgende Regelung: „Gewährt ein Versicherungsunternehmen einem Versicherungsvermittler eine Abschlussprovision für den Abschluss einer Restschuldversicherung, darf die gewährte Vergütung 2,5 Prozent des durch die Restschuldversicherung abgesicherten Darlehensbetrages oder sonstigen Geldbetrages nicht übersteigen.“

Die Auswirkungen des Provisionsdeckels in der Praxis, insbesondere auf die von Verbraucherinnen und Verbrauchern zu entrichtende Prämie, waren daher Gegenstand der durchgeführten Abfrage.

Die Marktuntersuchung umfasste 32 Kreditinstitute; dabei handelte es sich um 12 Privatbanken, neun Kreditinstitute aus dem Genossenschaftssektor sowie elf Kreditinstitute aus dem Sparkassensektor. Als Stichtag für die Beantwortung der Fragen war der 31. Dezember 2022 zugrunde zu legen. Soweit Ergebnisse und Grafiken nicht die Gesamtzahl der befragten Kreditinstitute widerspiegeln, ist dies im Einzelfall auf eine fehlende Antwort eines oder mehrerer Kreditinstitute zurückzuführen.

Der Fokus der Mystery Shopping-Aktion lag auf der Untersuchung der Kostentransparenz im Beratungsgespräch bzw. den ausgehändigten Unterlagen, der Umsetzung der doppelten Widerrufsbelehrung, des Hinweises auf die Freiwilligkeit des Abschlusses sowie insgesamt der Qualität der Beratung am Point of Sale.

Um einen breiten Marktüberblick zu erlangen, umfasste die Aktion 160 Vor-Ort-Testkäufe, dabei wurden sechs Kreditinstitute und acht Versicherungsunternehmen einbezogen. Die Testkäufe verteilten sich mit 50 Prozent auf Kreditinstitute und mit 50 Prozent auf den Einzelhandel.

Von den 160 Testkäufen wurden 18 mit Kaufabschlüssen getätigt, um weitergehende Informationen wie beispielsweise den erneuten Hinweis auf die Widerrufsbelehrung testen zu können. Bei 15 dieser 18 Testkäufe wurde eine Restschuldversicherung angeboten.

Die Durchführung der 160 Testkäufe erfolgte im Zeitraum des vierten Quartals des Jahres 2022 bis zum Ende des ersten Quartals des Jahres 2023. Die gewählten Testkundenprofile unterteilten sich in folgende fünf Kundenszenarien: Junge Erwachsene (18-25 Jahre), Erwachsene (28-58 Jahre) mit unbefristeter bzw. befristeter Beschäftigung, Beamte (28-58 Jahre) sowie Senioren (60+).

In 100 von 160 Testkäufen wurde in mündlicher oder schriftlicher Form eine Restschuldversicherung angeboten. In den übrigen Fällen kam es entweder zu keinem Angebot eines Verbraucherdarlehensvertrages bzw. keinem Angebot einer Restschuldversicherung.

III. Einzelne Untersuchungsergebnisse

1. Feststellungen zum Vertrieb

1.1 Häufigkeit des Abschlusses einer Restschuldversicherung

Alle befragten Kreditinstitute geben an, beim Abschluss von Verbraucherdarlehensverträgen Restschuldversicherungen zu vertreiben. Bei neun Kreditinstituten wurden im Jahr 2022 über 50 Prozent der Verbraucherdarlehensverträge in Verbindung mit einer Restschuldversicherung abgeschlossen (vgl. Abbildung 1). Bei diesen neun Kreditinstituten liegt der Anteil der Verbraucherdarlehensabschlüsse mit Restschuldversicherung nicht nur im Jahr 2022, sondern im gesamten Betrachtungszeitraum (Jahre 2019-2022) bei über 50 Prozent. Es handelt sich dabei neben Privatbanken und Sparkassen vor allem um Genossenschaftsbanken.

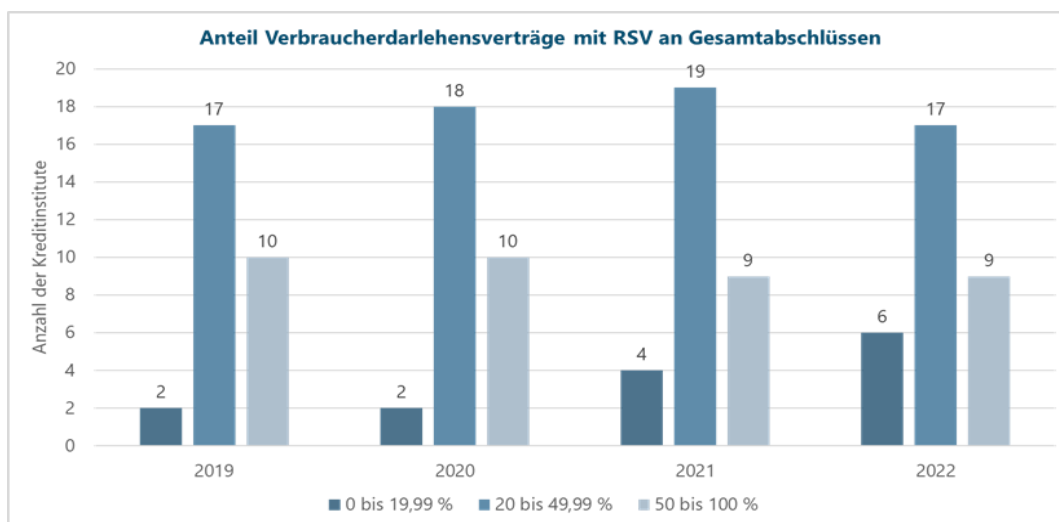


Abbildung 1

Besonders auffällig sind im Jahr 2022 zwei Genossenschaftsbanken, bei denen 72,45 Prozent bzw. 71,86 Prozent aller Verbraucherdarlehensverträge mit einer Restschuldversicherung abgeschlossen worden sind.

Bei den meisten Kreditinstituten werden zwischen 20-49,99 Prozent der Verbraucherdarlehensabschlüsse mit einer Restschuldversicherung kombiniert. Dies gilt für den gesamten Betrachtungszeitraum. Lediglich bei elf Kreditinstituten ist ein kontinuierlicher Rückgang der Neuabschlüsse von Verbraucherdarlehensverträgen mit Restschuldversicherung (von 2019 bis 2022) zu beobachten. Insgesamt zeigt sich, dass der Abschluss von Restschuldversicherungen nach wie vor sehr verbreitet ist.

1.2 Versicherungsfälle

Über den gesamten Betrachtungszeitraum (2019-2022) gab es wenige Versicherungsfälle. In Bezug auf den Gesamtbestand der Verbraucherdarlehensverträge mit Restschuldversicherung lag der Anteil an Versicherungsfällen bei den meisten Kreditinstituten unter 3 Prozent (vgl. Abbildung 2).

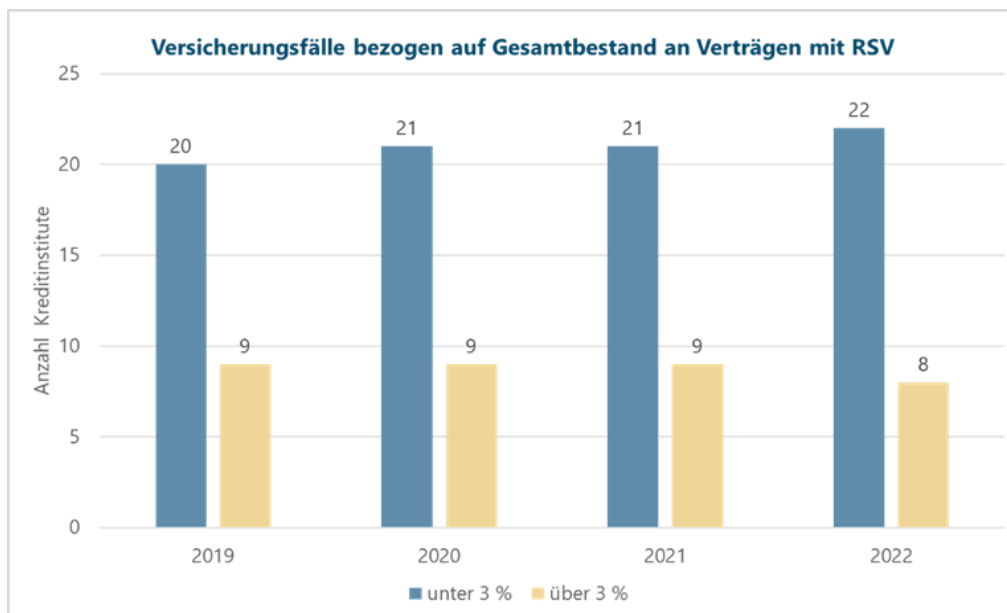


Abbildung 2

Nur bei einem kleinen Teil der Kreditinstitute (neun bzw. acht) lag der Anteil an Versicherungsfällen in Bezug auf den Gesamtbestand an Verbraucherdarlehensverträgen mit Restschuldversicherung über 3 Prozent. Ein Kreditinstitut gibt einen Spitzenwert von 31,66 Prozent für das Jahr 2021 an.

1.3 Änderungen im Leistungsangebot der Versicherungsunternehmen

Insgesamt 29 Kreditinstitute geben an, dass im Betrachtungszeitraum 2019-2022 Änderungen im Leistungsumfang der angebotenen Restschuldversicherungen vorgenommen worden sind.

Die befragten Genossenschaftsbanken arbeiten fast durchweg mit denselben Versicherungsunternehmen zusammen. Dies gilt auch für die befragten Sparkassen. Die Genossenschaftsbanken weisen auf eine Reduzierung der Karenzzeit der Arbeitslosigkeitszusatzversicherung zum 1. Dezember 2022 von drei auf einen Monat hin. Die Sparkassen nennen umfangreiche Änderungen im Leistungsangebot. So wurde zum Beispiel die Leistungsdauer im Fall der Arbeitsunfähigkeit von 12 auf 24 Monate erhöht, die Wartezeit im Fall der Arbeitslosigkeit auf drei Monate halbiert und Karenzzeiten bei der Arbeitsunfähigkeit auf 42 Tage und der Arbeitslosigkeit auf zwei Monate verkürzt.

Die befragten Privatbanken arbeiten alle mit unterschiedlichen, zum Teil eigenen Versicherungsunternehmen zusammen. Bei drei Privatbanken fallen für Verbraucherinnen und Verbraucher negative Änderungen auf. Dazu gehört zum Beispiel die Senkung des

Höchstalters auf maximal 67 Jahre oder das Entfernen der Verdopplung der Leistung bei Unfalltod aus dem Leistungsspektrum. Daneben gab es bei diesen Instituten aber auch positive vertragliche Änderungen zum Beispiel eine Ergänzung der Absicherung um eine prämieneutrale Mitversicherung des zweiten Darlehensnehmers oder die Aufnahme psychischer Erkrankungen.

1.4 Zusammenarbeit mit Vertriebspartnern

Ein großer Teil der befragten Kreditinstitute (18) arbeitet bei dem Vertrieb von Verbraucherdarlehensvertrag und Restschuldversicherung mit Partnern zusammen. Vor allem bei den Privatbanken ist dieser Vertriebsweg verbreitet. Diese weisen teilweise darauf hin, dass die Anzahl der Vertriebspartner im fünfstelligen Bereich liege. Neben der Nennung von bankeigenen Unternehmen werden vielfach Vergleichsportale und Internetplattformen genannt. Zudem zeigt die Untersuchung, dass der Vertrieb bei Partnern im Einzelhandel üblich ist, primär bei Autofinanzierungen, in Möbelhäusern, Baumärkten und Elektronikfachmärkten.

1.5 Vertrieb von Verbraucherdarlehensvertrag und Restschuldversicherung

Der Vertrieb von Verbraucherdarlehensvertrag und Restschuldversicherung erfolgt überwiegend durch Mitarbeitende des Kreditinstituts. Vielfach wird auch der Online-Vertriebsweg genutzt (vgl. Abbildung 3). Lediglich zwei Kreditinstitute erklären, Verbraucherdarlehensverträge und Restschuldversicherungen ausschließlich online oder über Vertriebspartner zu vertreiben.

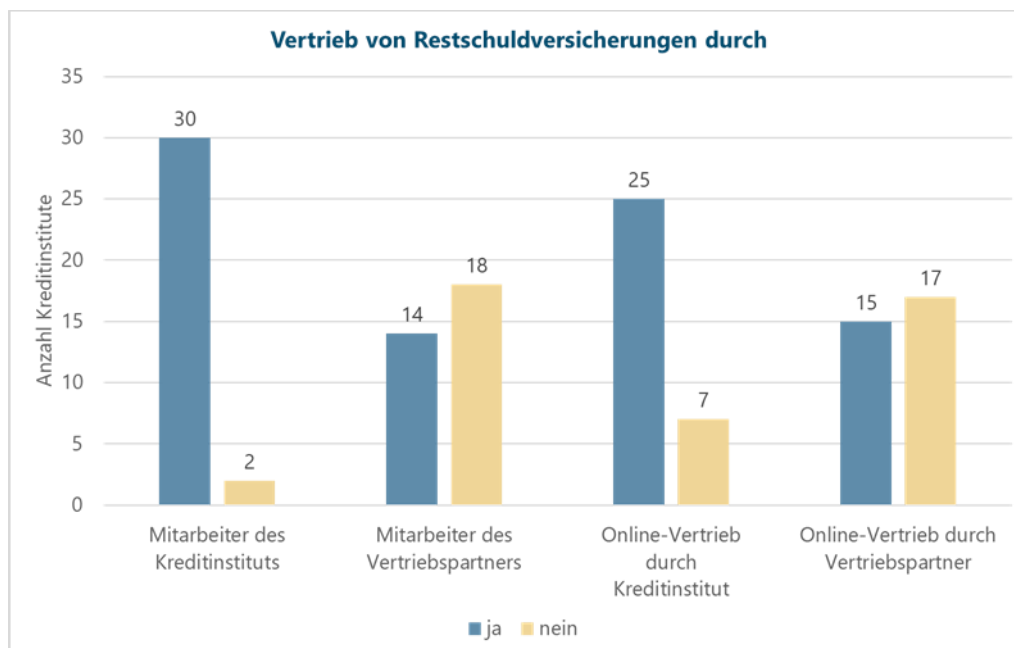


Abbildung 3

1.6 Zielwerte/-vorgaben für den Abschluss von Restschuldversicherungen

Die Frage, ob Zielvorgaben für den Abschluss von Restschuldversicherungen bestehen, wurde größtenteils verneint: dies gilt sowohl für das Kreditinstitut selbst (bei 24 Kreditinstituten keine Zielvorgaben), als auch für Vertriebspartner (alle 32 Kreditinstitute geben an, dass keine Zielvorgaben für Vertriebspartner bestehen). Acht Kreditinstitute erklären, dass isolierte Zielvorgaben bezüglich Restschuldverschuldversicherungen für ihr Kreditinstitut bestehen.

2. Beratung und Information

2.1 Erkenntnisse aus der Marktuntersuchung

Die Auswertung zum Fragenkomplex „Beratung und Information“ lässt im Wesentlichen keine Rückschlüsse auf eine generell unvollständige oder falsche Beratung durch die Kreditinstitute zu.

2.1.1 Zuständigkeit für Beratung

Die Beratung der Verbraucherinnen und Verbraucher erfolgt in der Regel (bei 30 Kreditinstituten) durch die Mitarbeitenden des Kreditinstituts. Zwei der befragten Kreditinstitute vertreiben Restschuldversicherungen ausschließlich online oder über Vertriebspartner. Angabe gemäß erfolgt daher keine Beratung durch Mitarbeitende des Kreditinstituts. Sofern eine Zusammenarbeit mit Vertriebspartnern erfolgt, nehmen diese die Beratung der Verbraucherinnen und Verbraucher vor.

2.1.2 Beratungsverzicht

Ein Verzicht auf eine Beratung findet in der Praxis weitgehend nicht statt. Vielfach weisen die Kreditinstitute auf die feste Integration der Beratung in die Antragsstrecke hin, wodurch kein Verzicht erfolgen könne.

Lediglich bei zwei Kreditinstituten haben Verbraucherinnen und Verbraucher auf eine Beratung verzichtet. Bei einem Kreditinstitut betrifft dies ausschließlich online getätigte Abschlüsse. Jedoch ist der Anteil der erfolgten Beratungsverzichtserklärungen bei Neuabschlüssen sehr gering und liegt über den gesamten Betrachtungszeitraum (2019-2022) zwischen 0,13-1,33 Prozent.

Bei einem weiteren Kreditinstitut lag im Jahr 2022 der Anteil an erklärten Verzichten auf eine Beratung in Bezug auf Neuabschlüsse bei 11 Prozent. Dies betraf eine spezifische Vertriebsinitiative, bei welcher Kundinnen und Kunden per Post kontaktiert worden sind. Der Hinweis auf den Beratungsverzicht (inkl. Auswirkungen und unter Angabe eines Vertriebskanals bei dem eine Beratung erfolgt, falls Kundinnen und Kunden auf die Beratung nicht verzichten möchten) und die Erklärung des Beratungsverzichts waren Teil des Antrags,

welchen Kundinnen und Kunden unterschreiben und zurückschicken konnten. Die Verzichtquote ist zwar auffällig hoch, aber nicht zu beanstanden. Die Kundinnen und Kunden hatten die Möglichkeit, eine Beratung in Anspruch zu nehmen und waren keinem Vertriebsdruck ausgesetzt.

2.1.3 Qualität der Beratung

Die befragten Kreditinstitute nennen verschiedene Maßnahmen, die sie, um eine sachgerechte Beratung der Verbraucherinnen und Verbraucher durch ihre Mitarbeitenden sicherzustellen, vornehmen bzw. verlangen: Mitarbeitende müssen einen Sachkundenachweis erbringen, es werden Schulungen durchgeführt und Arbeitsanweisungen gegeben. Zudem wird darauf verwiesen, dass die Beratung und Information fest in die systemseitig vorgegebene Antragsstrecke integriert sei.

Im Rahmen der Beratung gehen sämtliche Kreditinstitute auf alle wesentlichen Aspekte ein, unter anderem die Klärung des Absicherungsbedarfs, berufliche Situation, Einkommenssituation und Erläuterung der wesentlichen Produktmerkmale. Abweichend hiervon antwortet ein Kreditinstitut lediglich pauschal mit dem Hinweis auf die grundsätzlich online erfolgende Beratung.

Von den meisten Kreditinstituten (28) wird im Rahmen der Beratung auch das Vorhandensein von vergleichbaren Versicherungen bzw. Versicherungen, welche zumindest teilweise vergleichbare Risiken wie Todesfall, Arbeitsunfähigkeit oder Arbeitslosigkeit abdecken, erfragt. Vier Privatbanken nehmen diese Abfrage nicht vor. Sie verweisen auf den durch den Neuabschluss eines Darlehens bestehenden, neuen bzw. zusätzlichen Absicherungsbedarf. Unklar ist die Antwort eines Kreditinstituts, das sich nicht konkret äußert, sondern nur darauf verweist, dass die Beratung grundsätzlich online erfolge. Der Kunde bzw. die Kundin müsse bestätigen, dass er bzw. sie seinen bzw. ihren Versicherungsschutz kenne und sich für das Darlehen zusätzlich absichern möchte.

Schulungen stellen einen wichtigen Aspekt zur Qualifizierung der Mitarbeitenden dar. Fast alle Kreditinstitute (29) führen Schulungen durch. Sofern ein Vertrieb von Restschuldversicherungen über Vertriebspartner erfolgt, sind für diese ebenfalls Schulungen vorgesehen (Angabe bei elf Kreditinstituten). Keine Schulungen für Vertriebspartner bieten die Kreditinstitute an, die nur mit Vergleichs-/Internetplattformen zusammenarbeiten, so dass kein Grund für eine Beanstandung ersichtlich ist.

Die Schulungen werden dabei sowohl als Präsenzs Schulungen, als auch als Online-Schulungen durchgeführt. Daneben werden von einigen Kreditinstituten auch weitere Maßnahmen zur Qualifizierung bereitgestellt, wie E-Learning-Angebote oder virtuelle Trainings/Coachings. Überwiegend werden den Vertriebspartnern zudem Handreichungen/Checklisten oder sonstige Infopakete zur Verfügung gestellt.

Sofern eine Zusammenarbeit mit Vertriebspartnern erfolgt, nehmen einige Kreditinstitute zur Sicherstellung einer sachgerechten Beratung auch Kontrollen vor. Die Antragsstrecke wird stichprobenmäßig kontrolliert oder Mystery Shopping-Aktionen durchgeführt.

In Bezug auf die Beratungsqualität ist ein Kreditinstitut auffällig, das bei den meisten Fragen pauschal darauf verweist, dass die Beratung grundsätzlich online erfolge. Wie genau eine sachgerechte Beratung der Verbraucherinnen und Verbraucher sichergestellt wird, bleibt unklar.

2.2 Erkenntnisse aus der Mystery Shopping-Aktion

Aus den 100 Testkäufen mit einem Restschuldversicherungsangebot konnten folgende Erkenntnisse gewonnen werden:

Die Testkundenprofile hatten mehrheitlich keinen nennenswerten Einfluss auf die Unterbreitung eines mündlichen oder schriftlichen Angebotes einer Restschuldversicherung. Nur beim Testkundenprofil „Erwachsene befristete Beschäftigung“ erfolgte – erwartungsgemäß – eine starke Zurückhaltung bei den Angeboten einer Restschuldversicherung.

Eine Ungleichbehandlung von Kundengruppen (zum Beispiel Junge Erwachsene oder Senioren 60+) lässt sich anhand der durchgeführten Testkäufe nicht erkennen.

2.2.1 Beratungsqualität am Point of Sale

In 56 Prozent der Testkäufe sprachen die Beraterin bzw. der Berater das Thema Restschuldversicherung von sich aus aktiv an. In 44 Prozent der Gespräche erfolgte erst ein Angebot, nachdem die Testkäuferinnen und Testkäufer auf ihr familiäres Umfeld hingewiesen haben. Ansonsten wäre ihnen im Beratungsgespräch wahrscheinlich keine Restschuldversicherung angeboten worden.

Bei der Beurteilung der Beratungsqualität erfolgte eine Berücksichtigung der beiden Aspekte:

- Fragen zum bestehenden Versicherungsschutz sowie
- Aufklärung über den Versicherungsschutz, der durch eine Restschuldversicherung abgedeckt ist.

Die Einschätzung der Beratungsqualität seitens der Testkäuferinnen und Testkäufer ist mit 86 % im Einzelhandel deutlich schlechter als bei den Kreditinstituten. Aber auch bei den Kreditinstituten wurde die Beratungsqualität überwiegend (61 Prozent) als eher gering bewertet (vgl. Abbildung 4). Bei beiden Point of Sales wurden Testkäuferinnen und Testkäufer in einigen Fällen keine Fragen zum bestehenden Versicherungsschutz gestellt und es erfolgte keine Aufklärung zum Leistungsumfang, den Leistungsvoraussetzungen bzw. den Leistungsbeschränkungen.

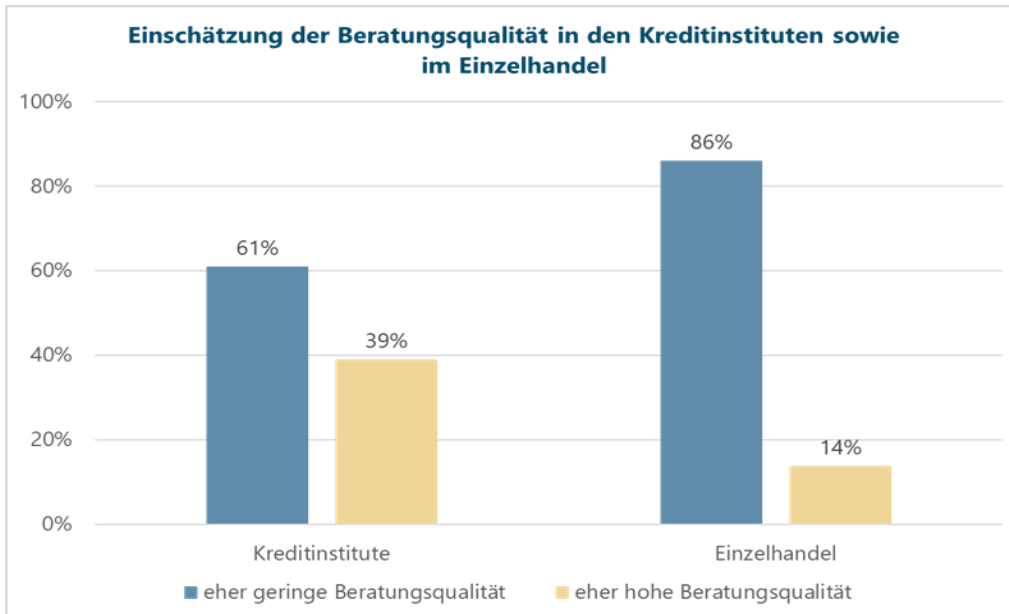


Abbildung 4

Der gewünschte Versicherungsschutz zum Beispiel Arbeitsunfähigkeit, Arbeitslosigkeit oder Absicherung im Todesfall wurde in der Beratung bei den Kreditinstituten nur bei 45 Prozent und im Einzelhandel lediglich bei 36 Prozent der Testkäufe erfragt (vgl. Abbildung 5).

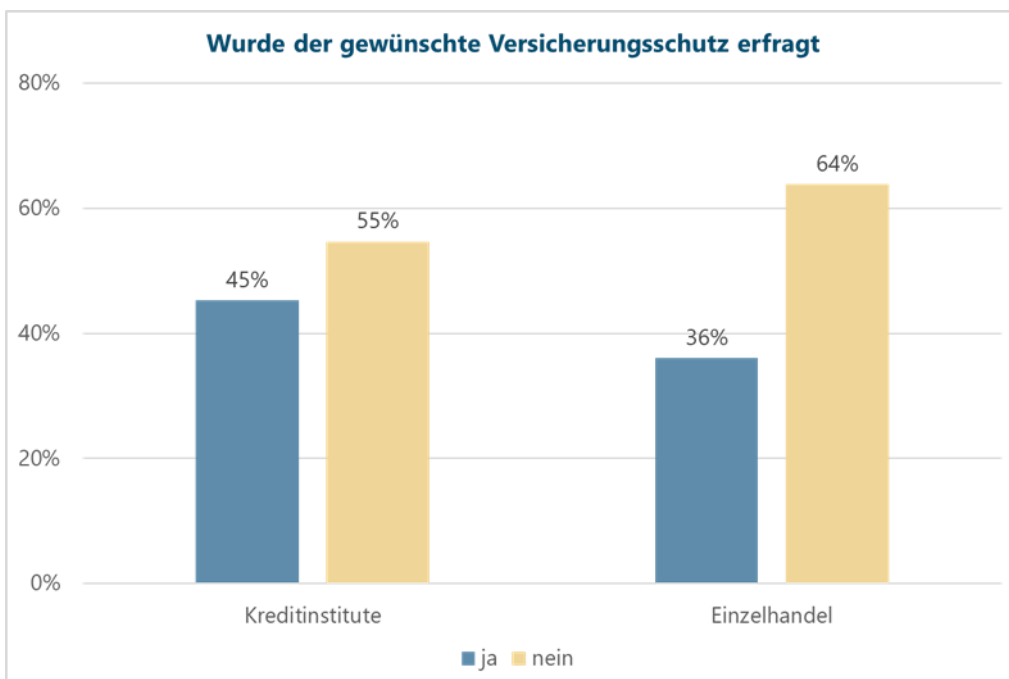


Abbildung 5

2.2.2 Freiwilligkeit des Abschlusses einer Restschuldversicherung

In insgesamt 74 Prozent der Testkäufe erfolgte ein mündlicher Hinweis auf die Freiwilligkeit des Abschlusses einer Restschuldversicherung. Die Testkäuferinnen und Testkäufer haben wie

folgt die Freiwilligkeit in den Beratungsgesprächen wahrgenommen (Aufschlüsselung nach Point of Sale):

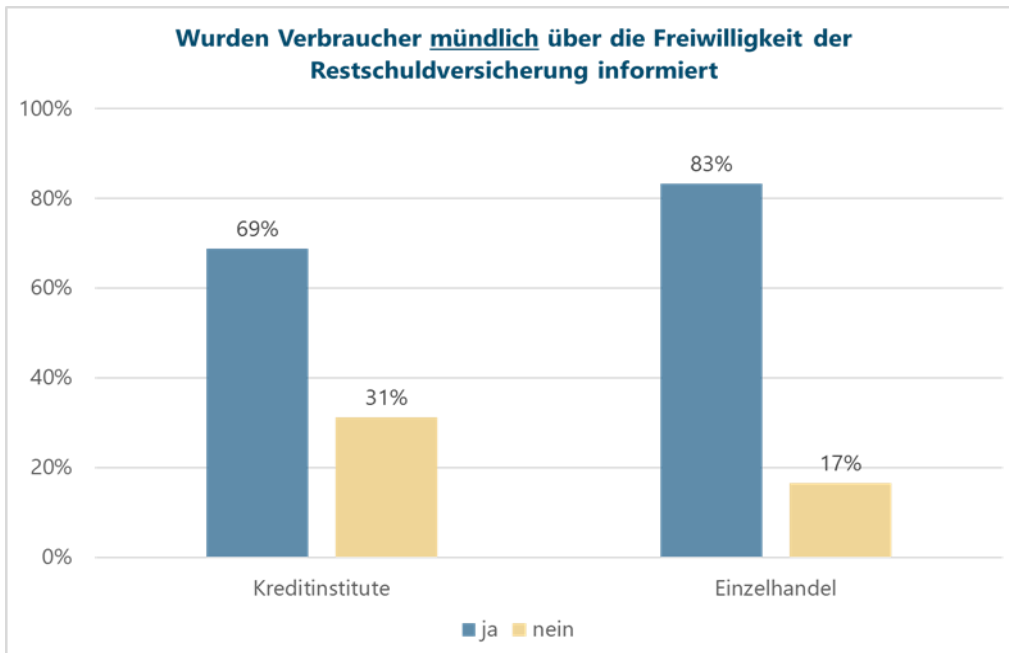


Abbildung 6

Bei den Kreditinstituten und dem Einzelhandel zeigten sich Schwächen in der Beratung bezüglich des mündlichen Hinweises.

Die Überprüfung der Vertragsunterlagen und vorvertraglichen Unterlagen ergab dagegen, dass in allen Fällen ein schriftlicher Hinweis auf die Freiwilligkeit der Restschuldversicherung vorhanden war.

6 Prozent der Testkäuferinnen und Testkäufer fühlten sich zum Abschluss einer Restschuldversicherung gedrängt. Die Beraterinnen und Berater führten in diesen Fällen überwiegend aus, dass der Verbraucherdarlehensvertrag nur mit Abschluss einer Restschuldversicherung möglich ist.

2.2.3 Kostentransparenz

Die Mystery Shopping-Aktion hat sowohl bei Kreditinstituten als auch im Einzelhandel Schwächen bei der Kostentransparenz offengelegt.

Aus Sicht der BaFin ist es unter Verbraucherschutzgesichtspunkten wünschenswert, wenn Verbraucherinnen und Verbrauchern in den Unterlagen des Verbraucherdarlehensvertrags die Kosten mit und ohne Restschuldversicherung transparent gegenübergestellt werden. Eine gesetzliche Verpflichtung dazu besteht jedoch nicht.

Die Mystery Shopping-Aktion hat ergeben, dass insgesamt 40 Prozent der Testkäuferinnen und Testkäufer keine mündliche und 59 Prozent keine schriftliche Gegenüberstellung der Kosten mit und ohne Restschuldversicherung wahrgenommen haben.

Bei der mündlichen Erläuterung der Kosten des Verbraucherdarlehensvertrags mit und ohne Restschuldversicherung schnitten die Kreditinstitute und der Einzelhandel ähnlich ab:

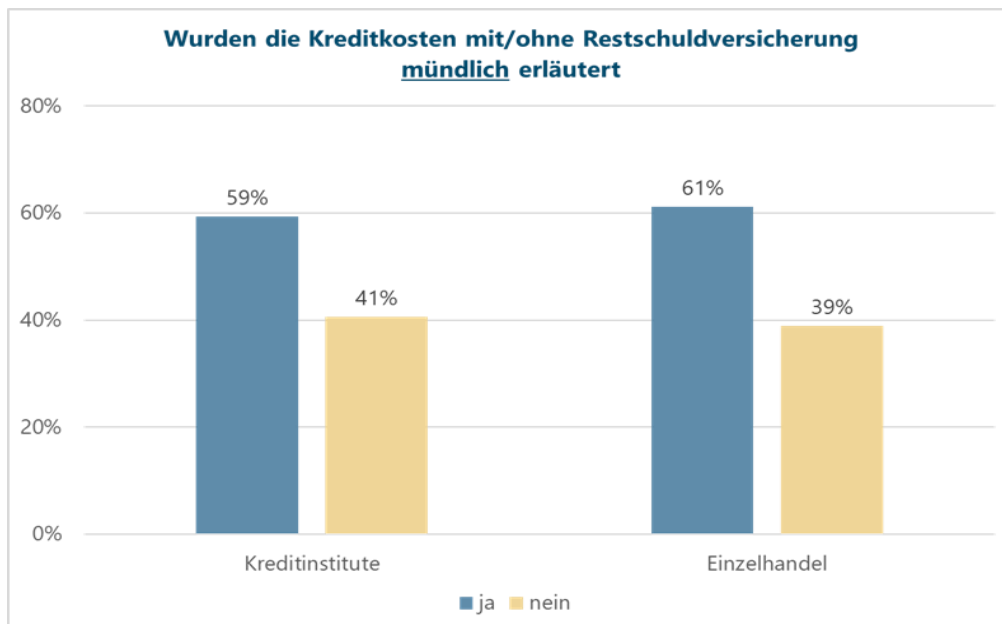


Abbildung 7

Die Herstellung der Kostentransparenz durch eine schriftliche Information wurde von den Testkäuferinnen und Testkäufern wie folgt wahrgenommen (Aufschlüsselung nach Point of Sale):

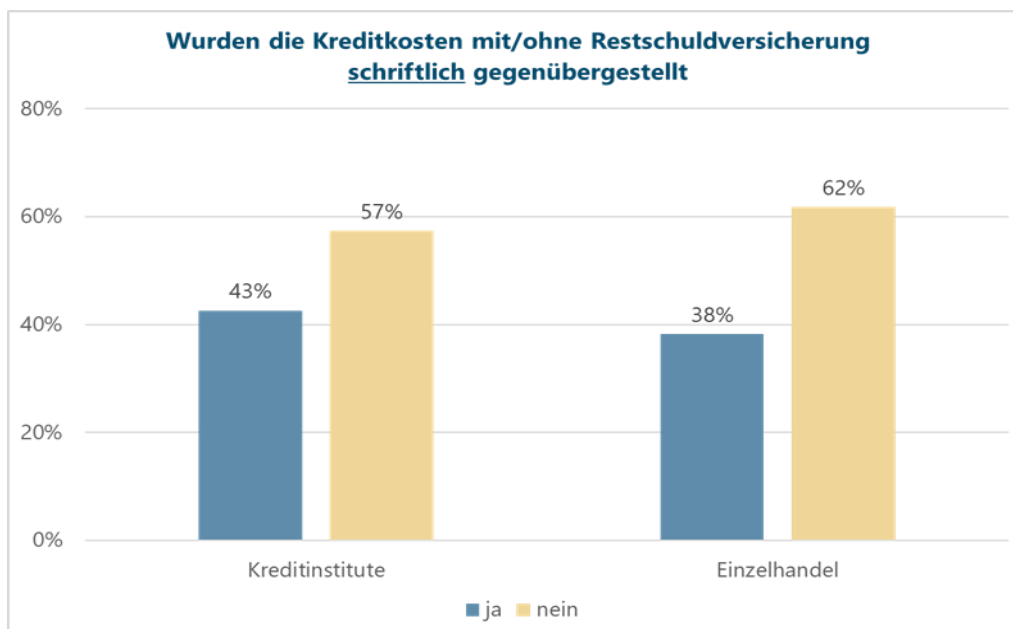


Abbildung 8

Bei 26 Prozent der Testkäufe wurden weder mündliche, noch schriftliche Gegenüberstellungen der Kosten des Verbraucherdarlehensvertrags mit und ohne Restschuldversicherung festgestellt.

2.2.4 Doppelte Widerrufsbelehrung

Vielfach sind Restschuldversicherungen als echte Gruppenversicherung ausgestaltet, bei der der Vertrag zwischen dem Versicherungsunternehmen und dem Kreditinstitut als Versicherungsnehmer geschlossen wird¹. Die Darlehensnehmerin bzw. der Darlehensnehmer tritt dem echten Gruppenversicherungsvertrag als versicherte Person bei, wird also nicht Vertragspartnerin bzw. Vertragspartner des Versicherungsunternehmens. Nach § 7d Satz 2 VVG hat bei einem Gruppenversicherungsvertrag die versicherte Person die Rechte eines Versicherungsnehmers, insbesondere das Widerrufsrecht. Verbraucherinnen und Verbraucher, die eine Restschuldversicherung abschließen, müssen nach § 7d Satz 3 VVG bei einem Gruppenversicherungsvertrag eine Woche nach Abgabe der Vertragserklärung erneut über das Widerrufsrecht belehrt werden.

Diese „doppelte Widerrufsbelehrung“ konnte nur getestet werden, wenn ein Verbraucherdarlehensvertrag unterzeichnet und eine Restschuldversicherung angeboten wurde. Zudem mussten die Testkäuferin bzw. der Testkäufer mit dem Widerruf ausreichend lange bis zum erneuten Eingang der Widerrufsbelehrung warten.

In der Mystery Shopping-Aktion erfolgte der Abschluss von insgesamt 15 Testkäufen mit dem Angebot einer Restschuldversicherung. Dabei ging in 60 Prozent der Testkäufe eine erneute Widerrufsbelehrung ein. Ausgeschlossen werden kann jedoch nicht, dass die erneute Widerrufsbelehrung (aufgrund ggf. zu früher Widerrufserklärung der Testkäuferinnen und Testkäufer) für weitere Testkäufe ebenfalls noch eingegangen wäre. Ein systematischer Mangel kann daher abschließend nicht festgestellt werden.

3. Provision und Prämien für Restschuldversicherungen

3.1 Ausgestaltung der Vertriebsvergütungsvereinbarungen

Alle Kreditinstitute erklären, im Jahr 2022 Änderungen bei der ihnen von Versicherungsunternehmen gewährten Abschlussprovision vereinbart zu haben. Diese Anpassungen seien aufgrund des gesetzlich eingeführten Provisionsdeckels zum 1. Juli 2022 erfolgt. Ein Teil der Sparkassen und Genossenschaftsbanken weisen ergänzend darauf hin, an früheren Vergütungsmodellen nicht mehr festzuhalten.

Die aktuellen Vertriebsvergütungsvereinbarungen sind derart ausgestaltet, dass das Kreditinstitut von dem Versicherungsunternehmen für den Vertrieb einer Restschuldversicherung eine Provision in Höhe von maximal 2,5 Prozent des abgesicherten Darlehensbetrages erhält. Die Regelung des § 50a VAG (Provisionsdeckel) findet demnach in den Vergütungsvereinbarungen aller befragten Kreditinstitute Berücksichtigung.

Die Frage, ob es neben oder anstelle einer Provision für abgeschlossene Verträge andere Vergütungsmodalitäten (Gewinnpools, Beteiligung am versicherungstechnischen Ergebnis etc.) gebe, wird von allen befragten Kreditinstituten verneint. Nur ein Kreditinstitut beteiligt

¹ HK-VVG/Manuel Baroch Castellvi VVG § 7d Rn. 1.

sich durch eine Rückversicherungsgesellschaft an den Chancen und Risiken des Versicherungsgeschäfts.

3.2 Entwicklung von Provisions- und Prämienhöhe

Überwiegend geben die befragten Kreditinstitute (30) an, dass infolge des zum 1. Juli 2022 eingeführten gesetzlichen Provisionsdeckels die von Verbraucherinnen und Verbrauchern zu entrichtende Prämie für die Restschuldversicherung (bei gleich gebliebenem Versicherungs- und Leistungsumfang) gesunken sei. Bei zwei Kreditinstituten ist keine Veränderung erfolgt.

Die Institute sollten zudem die Prämienhöhe und die Provisionshöhe zum 1. Dezember 2021 und zum 1. Dezember 2022 bei gleich gebliebenem Versicherungs- und Leistungsumfang für zwei Musterkunden (Musterkunde 1: 35 Jahre und Musterkunde 2: 50 Jahre) bei einer Kreditsumme von 10.000 Euro und einer Versicherungsdauer von 60 Monaten angeben. Als versicherte Risiken sollten Todesfall, Arbeitsunfähigkeit und Arbeitslosigkeit zu berücksichtigen sein.

Diese Angaben ermöglichen einen Überblick über die Entwicklung der durchschnittlichen Prämienhöhe. Für Musterkunde 1 (35 Jahre) ist die Prämie im Jahr 2022 durchschnittlich um 16 Prozent niedriger als im Jahr 2021. Für Musterkunde 2 (50 Jahre) beträgt der Unterschied 21 Prozent (vgl. Abbildung 9).

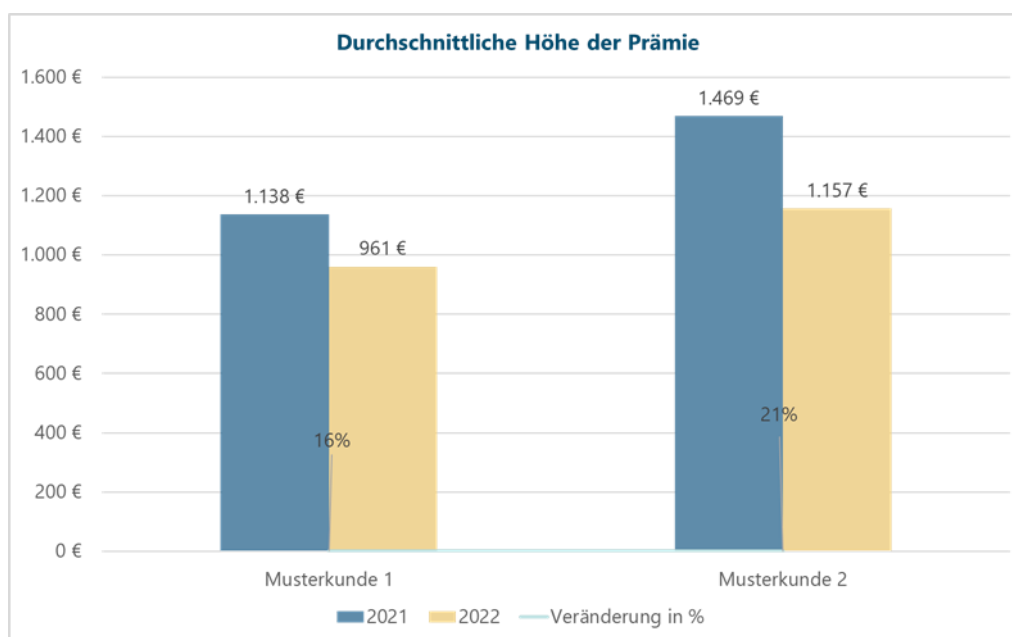


Abbildung 9

Ebenfalls untersuchen lässt sich, wie viel von der von Verbraucherinnen und Verbrauchern gezahlten Prämie als Provision an die Kreditinstitute fließen. Im Referentenentwurf „Entwurf eines Gesetzes zur Deckelung der Abschlussprovision von Lebensversicherungen und von Restschuldversicherungen“ des Bundesministeriums der Finanzen vom 18. April 2019 wird angeführt, dass Kreditinstitute häufig mehr als 50 Prozent, in der Spitze sogar bis zu 80 Prozent der vom Darlehensnehmer bzw. der Darlehensnehmerin gezahlten

Versicherungsprämie als Provision beziehungsweise Vergütung erhalten.² Diese erheblichen Kosten müssen Darlehensnehmer und Darlehensnehmerinnen bezahlen, zumeist, indem das Darlehen um die Versicherungsprämie erhöht wird und sich die Tilgung und Zinszahlungen nochmals erhöhen.³

Die Abfrage hat für Musterkunde 1 im Jahr 2021 folgendes Bild ergeben:

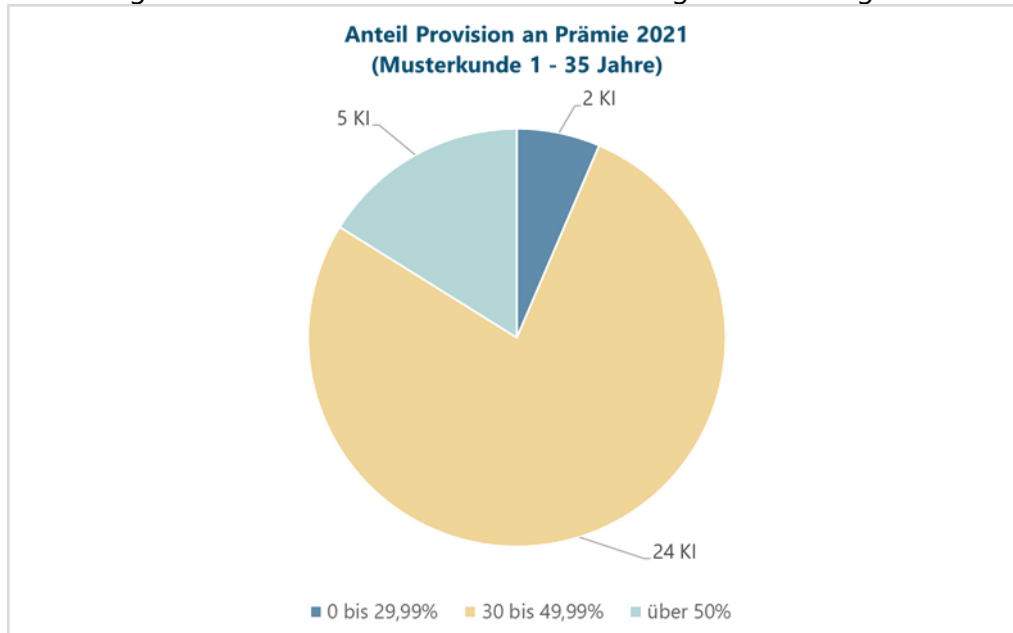


Abbildung 10

Fünf Kreditinstitute haben über 50 Prozent der von Verbraucherinnen und Verbrauchern zu zahlenden Prämie als Provision erhalten. Der Spitzenwert liegt bei 57 Prozent. Nur bei zwei Kreditinstituten lag der Anteil der Provision an der Prämie bei unter 30 Prozent. Durchschnittlich lag der Anteil bei 42 Prozent.

² Referentenentwurf, S. 2, abrufbar unter:

https://www.bundesfinanzministerium.de/Content/DE/Gesetzestexte/Gesetze_Gesetzesvorhaben/Abteilungen/Abteilung_VII/19_Legislaturperiode/2019-04-18-Provisionsdeckelung/1-Referentenentwurf.pdf?__blob=publicationFile&v=3.

³ aaO (Fußnote 2).

Im Jahr 2022 zeigt sich ein verändertes Bild:

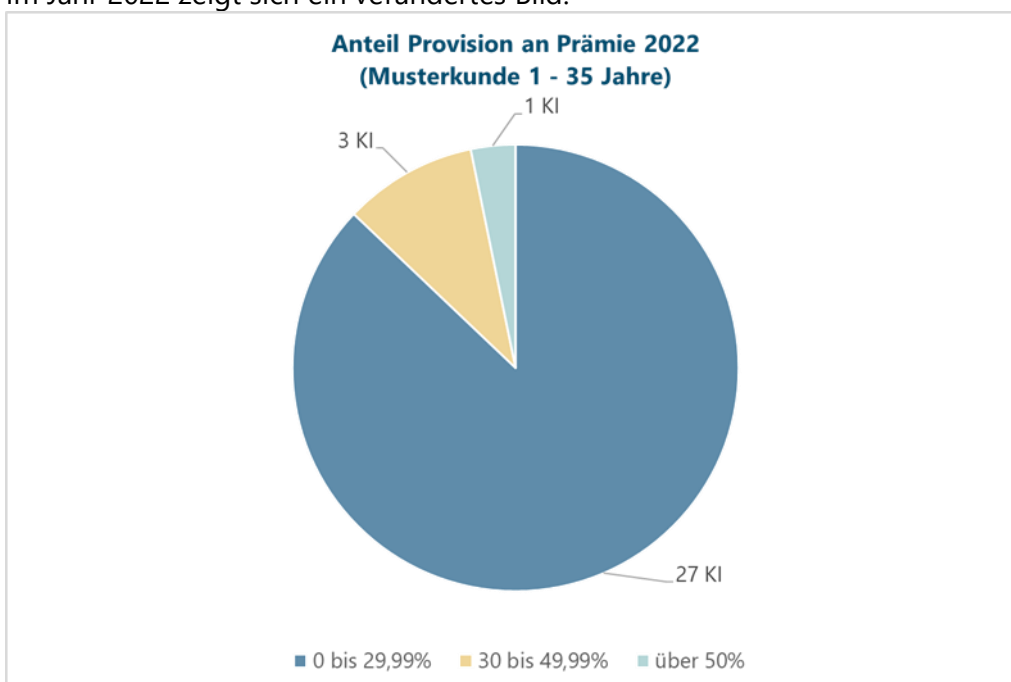


Abbildung 11

Der Anteil der Provision an der Prämie ist im Jahr 2022 deutlich gesunken und beträgt durchschnittlich 26 Prozent. 27 Kreditinstitute erhalten unter 30 Prozent der Prämie als Provision. Lediglich bei einem Kreditinstitut ist der Anteil gleichgeblieben und liegt weiter bei 57 Prozent.

Für Musterkunde 2 (50 Jahre) zeigt sich für das Jahr 2021 folgendes Bild:

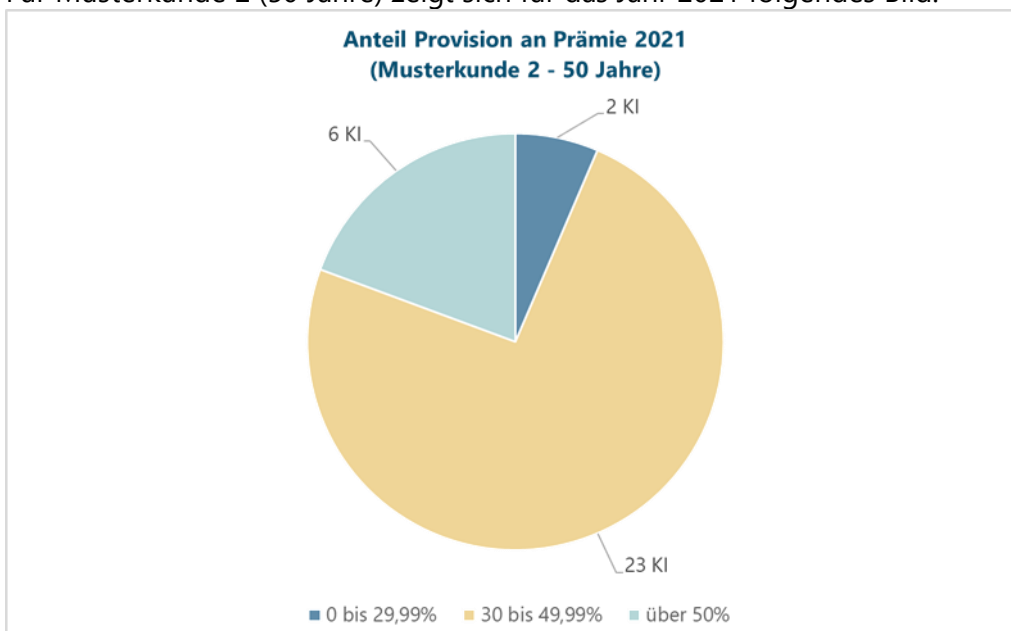


Abbildung 12

Sechs Kreditinstitute haben über 50 Prozent der Prämie als Provision erhalten. Der Spitzenwert liegt bei 57 Prozent. Nur bei zwei Kreditinstituten lag der Anteil der Provision an der Prämie bei unter 30 Prozent. Durchschnittlich lag der Anteil bei 42 Prozent.

Im Jahr 2022 zeigt sich ein verändertes Bild:

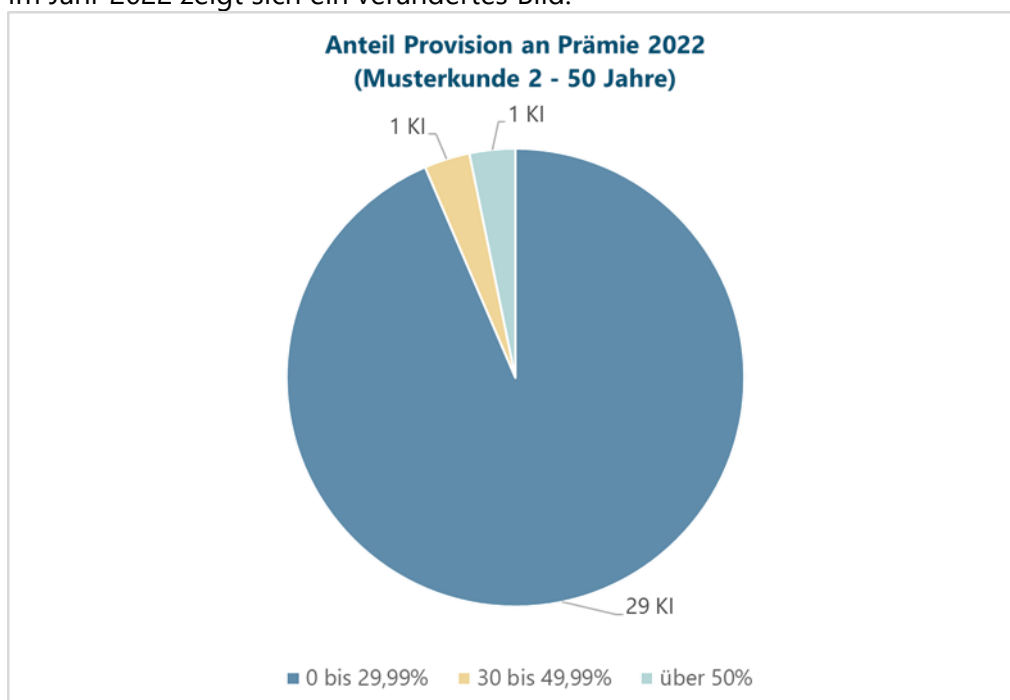


Abbildung 13

Der Anteil der Provision an der Prämie ist auch für Musterkunde 2 im Jahr 2022 deutlich gesunken und beträgt durchschnittlich 23 Prozent. 29 Kreditinstitute erhalten unter 30 Prozent der Prämie als Provision. Lediglich bei einem Kreditinstitut ist der Anteil gleichgeblieben und liegt weiter bei 57 Prozent.

Der zum 1. Juli 2022 eingeführte gesetzliche Provisionsdeckel dürfte daher die intendierte Wirkung erzielt haben. Dies zeigen die oben dargestellten Ergebnisse: Die Höhe der von Verbraucherinnen und Verbrauchern für eine Restschuldversicherung gezahlte Prämie ist mehrheitlich gesunken. Zudem ist der prozentuale Anteil der Provision an der Prämie bei den Kreditinstituten stark zurückgegangen, mit Ausnahme eines Kreditinstituts, bei dem der Anteil unverändert geblieben ist. Auffallend ist die stärkere Auswirkung der Einführung des Provisionsdeckels auf den Abschluss einer Restschuldversicherung durch ältere Verbraucherinnen und Verbraucher (hier: Musterkunde 2: 50 Jahre), die sich in der größeren Veränderung bei der Prämienhöhe zeigt. Die Prämie ist durchschnittlich um 21 Prozent gesunken.