

Verbraucher und Unternehmen zahlen mindestens 20 Milliarden Euro im Jahr zu viel für ihren Versicherungsschutz. Schuld ist nicht zuletzt die Beratung durch provisionsabhängige Vertreter und Makler.

Die neue Pflicht zur Offenlegung von Provisionen bleibt halbherzig: Unternehmen erhalten überhaupt kein Recht auf Kostentransparenz. Selbst für die Verbraucher bleibt vieles beim Alten.

Bonn, 19.2.2008 (BVVB)

Die Beratung durch provisionsabhängige Versicherungsvertreter oder Makler kommt die Kunden teuer zu stehen. Verbraucher und Unternehmen zahlen für ihren Versicherungsschutz - der in vielen Fällen nicht einmal bedarfsgerecht ist - jährlich mindestens 20 Milliarden Euro mehr als nötig. Das hat der Bundesverband der Versicherungsberater (BVVB) anlässlich einer Fachtagung zu den Folgen des neuen Versicherungsvertragsgesetzes (VVG) in Frankfurt am Main auf Basis der eigenen Fallpraxis hochgerechnet.

Allein die Verbraucher könnten beim Versicherungsschutz gut 20 - 30 Prozent einsparen. Bisher lassen sich die Bundesbürger ihre rund 422 Millionen Versicherungsverträge gut 183 Milliarden Euro im Jahr kosten. Pro Haushalt könnten die Bundesbürger jedes Jahr im Durchschnitt rund 400 Euro sparen, die sie für falschen, unsinnigen oder zu teuren Versicherungsschutz ausgeben.

Beeindruckend auch die Rationalisierungsreserven im Unternehmenssektor. Der BVVB schätzt, dass Unternehmen ihre Kosten für die Absicherung von Risiken branchenübergreifend um 30 Prozent reduzieren könnten, ohne nachher schlechter abgesichert dazustehen als heute. Oft sind noch höhere Einsparungen festzustellen, teilweise von mehr als 50 % bei gleichem Versicherungsschutz. Vor allem kleinere Unternehmen und der Mittelstand könnte durch ein optimiertes Risikomanagement profitieren. Denn hier ist der Einfluss von den Verkäufern der Versicherungswirtschaft besonders groß. In der Praxis summieren sich die Einsparungen im Einzelfall mitunter schnell auf mehr als 10.000 Euro und mehr im Jahr.

„Die Einsparpotentiale werden von den meisten Kunden jedoch nicht annähernd ausgeschöpft“, erklärt Dorothe Moraing, Geschäftsführerin des BVVB. Grund sei die Dominanz der provisionsgesteuerten Beratung in Versicherungsfragen. In diesem Zusammenhang kritisiert der BVVB die als Ergänzung zum neuen VVG beschlossenen Informationspflichten für Versicherer als „halbherzig und lückenhaft“.

Der BVVB wirft der Bundesregierung vor, bei den Informationspflichten in einem für den Wettbewerb zentralen Punkt vor der Versicherungswirtschaft eingeknickt zu sein. Anders sei nicht nachvollziehbar, warum Versicherungskunden die wichtigen Preisinformationen nicht in jedem Fall erhalten. Die Pflicht der Versicherer beschränkt sich auf vier Policenarten: auf die Kranken-, Lebens- und Berufsunfähigkeitsversicherung sowie auf die Unfallversicherungen mit Prämienrückgewähr. „Den Versicherungskunden wird also auch in Zukunft bei den meisten Vertragsabschlüssen die Information fehlen, was sie für die Beratung beim Vertreter oder Makler bezahlen müssen“, sagt Moraing.

Besonders bedenklich ist, dass im Bereich der betrieblichen Altersversorgung nach den ersten vorliegenden Informationen die Versicherer die Auffassung vertreten, dass nur der Versicherungsnehmer, d.h. der Arbeitgeber, informiert werden muss. Die Arbeitnehmer, die im Rahmen von Entgeltumwandlungen die Versicherungen finanzieren, werden somit auch künftig nicht informiert! Dies kann so nicht gewollt sein und führt für den Arbeitgeber zu einem erheblichen Haftungsrisiko, da er diese Informationspflicht möglicherweise im Rahmen von arbeitgeberrechtlichen Fürsorgepflichten zu erfüllen hat.

Die Lücken in der Informationspflichtenverordnung sind um so erstaunlicher, als dass die EU-Kommission die Geheimniskrämerei bei den Provisionen erst im vergangenen Herbst in einer Studie als Wettbewerbshemmnis gebrandmarkt hat. So betont die EU-Kommission in ihrem Abschlussbericht: „Das scheinbar niedrige Interesse von Kunden am Preis von Versicherungsvermittlungsdienstleistungen ist vielleicht auf eine verbreitete Fehleinschätzung hinsichtlich des Provisionsbetrags (und möglicherweise anderer Vergütungsformen) zurück zu führen, der dem Vermittler als Bestandteil der Versicherungsprämie gezahlt wird und in der Regel höher als gedacht liegt.“

Pressemitteilung Kanzlei Jani in Verbindung mit dem

Der BVVB fordert die Bundesregierung auf, die Informationspflichten der Versicherer so zu erweitern, dass sie die Provisionen in jedem Fall und gegenüber allen Kunden offen legen müssen. „Ohne diese Transparenz wird es im Versicherungsmarkt keinen fairen Wettbewerb geben“, sagt Moraing.

Das Provisionssystem dominiert nach wie vor die Beratungskultur in Versicherungsfragen. Im Dienst der Versicherungswirtschaft stehen rund 400.000 Vertreter, Agenten und Makler. Etwa 320.000 von ihnen sind nur nebenberuflich tätig. Allen gemein ist, dass sie ihr Geld nicht primär mit der bedarfsgerechten Beratung von Kunden verdienen, sondern mit dem Verkauf der Verträge. „Die negativen Auswirkungen dieses Provisionssystems auf die Qualität der Beratung und des Versicherungsschutzes ist den meisten Kunden bei Vertragsabschluss nicht bewusst“, sagt Oskar Durstin, Versicherungsberater in Mering bei Augsburg.

Wer nur am Policenverkauf verdient, hat naturgemäß ein starkes Eigeninteresse am schnellen Vertragsabschluss. Dazu im Widerspruch steht das Interesse der Kunden an einer sorgfältigen Risikoanalyse und am Aufbau eines bedarfsgerechten und produktoptimierten Versicherungskonzeptes. Verschärfend kommt hinzu, dass gerade Versicherer mit schlechten Produkten oft die höchsten Provisionen bezahlen, weil sie ihre Produkte sonst nicht vermarkten könnten!

„Dieses System funktioniert nur, weil die Kunden nicht wissen, wie viel die Vertragsvermittlung sie in Wahrheit kostet“, sagt Durstin. Wüssten sie das in jedem Fall, könnten die Kunden auch besser abschätzen, wie groß das Eigeninteresse des Verkäufers am Vertragsabschluss ist. Außerdem würde ihnen klar, dass es die kostenlose Beratung in Versicherungsfragen nicht gibt. Von dieser Erkenntnis ist es nur noch ein kleiner Schritt, bis die Kunden bereit wären, das Beratungsprodukt vom Kauf des Versicherungsprodukts systematisch zu trennen.

„Genau diese Folge dürfte die Versicherungsbranche befürchtet haben, als sie sich hinter den Kulissen gegen eine umfassendere Offenlegungspflicht gewehrt hat“, vermutet BVVB-Geschäftsführerin Moraing.
