

Maximaler ist nicht immer optimaler Kundenschutz

Die Privatassekuranz ist eine der am strengsten regulierten Branchen. Doch wie greifen Regulierung, Konsumentenschutz und Versicherungspraxis ineinander? Eine Standortbestimmung aus Sicht der Versicherer.

Von Michael Müller

Gleich zwei Versicherungsgesetze werden aktuell einer Revision unterzogen: das Versicherungsvertragsgesetz (VVG) und das Versicherungsaufsichtsgesetz (VAG). Ja, die Privatassekuranz hat zwei eigene Gesetze. Das macht aus ihr eine der Branchen, die am strengsten reguliert sind. Das Versicherungsvertragsgesetz regelt die Vertragsbeziehungen zwischen Versicherern und Kunden. Und zwar für alle Kunden – das heisst für Privat- sowie Unternehmenskunden. Das Versicherungsaufsichtsgesetz regelt dagegen die Aufsicht. Dies mit dem Ziel, die Kunden vor der Insolvenz eines Versicherers und vor Missbräuchen zu schützen. Diese zwei Gesetze werden durch weitere staatliche Schutznormen ergänzt: Die Aufsichtsverordnung regelt Detailfragen der Aufsicht, und die Finma beaufsichtigt die Versicherer und ist mit Verordnungen sowie Rundschreiben auch regulierend tätig.

Die Gesetze und Schutznormen bilden ein dichtes Regelwerk zum Schutz der Kunden. Diese sind speziell geschützt, weil Versicherungen Produkte von komplexer rechtlicher Natur sind. Für uns Versicherer hat die Vertrauensbeziehung zu unseren Kundinnen und Kunden höchste

Priorität. Darum haben wir auch selbst die Initiative ergriffen und die staatlichen Schutznormen mit freiwilligen Massnahmen ergänzt:

- Mit der Ombudsstelle der Privatversicherung und der Suva, welche unentgeltlich und neutral versicherungsrechtliche Fragen beantwortet und im Konfliktfall zwischen Kunde und Versicherer vermittelt, sowie
- mit dem Gütesiegel «Cicero», mit dem die Versicherungswirtschaft ein Label für hohe Beratungsqualität geschaffen hat. Versicherungsberaterinnen und -berater, die Cicero-zertifiziert sind, müssen sich laufend weiterbilden, damit sie Beratungen anbieten können, die den Bedürfnissen der Kunden entsprechen.

Wir nehmen die Bedürfnisse unserer Kundinnen und Kunden ernst, denn sie stehen im Zentrum unserer Tätigkeit. Bei allfälligen Gesetzeslücken bietet die Branche Hand. Sinnvolle Konsumenten Anliegen trägt sie mit. Last, but not least: Zufriedene Kunden sind auch ein gewichtiger Wettbewerbsvorteil. Wer im Markt Erfolg haben will, kann es sich nicht leisten, den Schutz der Konsumenten zu vernachlässigen. Wir wehren uns aber auch gegen Regulierung, die hohe Kosten nach sich zieht, ohne den Kunden einen Mehrwert zu bieten. Denn der beste Konsumentenschutz

Wer im Markt Erfolg haben will, kann es sich nicht leisten, den Schutz der Konsumenten zu vernachlässigen.

bringt nichts mehr, wenn er die Produkte unverhältnismässig verteuert. Folgend einige konkrete Beispiele, wie wir Konsumentenschutz Anliegen unterstützen – und wann nicht.

Stärkung der Konsumentenrechte

Ende Februar ist die Vernehmlassungsfrist für die Revision des Versicherungsaufsichtsgesetzes zu Ende gegangen. In der Stellungnahme des SVV unterstützen wir einige Konsumenten Anliegen. Zum Beispiel:

- Mit einem Basisinformationsblatt soll die Verständlichkeit von komplexen Lebensversicherungen verbessert werden.
- Mit der Angemessenheitsprüfung ist der Versicherungsberater verpflichtet zu prüfen, ob ein komplexes Lebensversicherungsprodukt für den Kunden angemessen ist und Sinn macht.
- Zudem werden die Informationspflichten der Versicherungsvermittler gegenüber den Kunden erweitert. So sollen sie angeben, ob sie gebunden sind, also für eine bestimmte Versicherung arbeiten, oder ungebunden, also unabhängig. Auch über ihre Fachkompetenz sollen sie Rechenschaft ablegen, indem sie Auskunft über ihren Aus- und Weiterbildungsstand geben müssen.

Das Versicherungsvertragsgesetz wird derzeit im Parlament behandelt.

Auch hier unterstützen die Versicherer einige Punkte, welche die Rechte der Konsumenten ausbauen. Hierzu drei Beispiele:

1. Mit dem Widerrufsrecht können unsere Kundinnen und Kunden innerhalb von 14 Tagen von jedem Versicherungsvertrag zurücktreten.
2. Dank der Verlängerung der Verjährungsfrist können die Versicherer neu bis zu fünf Jahre nach dem Schadenfall Leistungen geltend machen – statt wie bisher nur zwei Jahre.
3. Mit dem ordentlichen Kündigungsrecht können die Kunden auch Versicherungsverträge mit langer Laufzeit beenden.

Teure Regulierung

ohne Mehrwert für Kunden

Konsumentenschutzmassnahmen bleiben allerdings nicht ohne Konsequenz. Wir analysieren sie deshalb und wägen sie sorgfältig ab: Bringen sie den Kunden einen Mehrwert? Stehen die Kosten im Verhältnis zum Nutzen für die Kunden? Und sind sie im Einklang mit rechtlichen, ökonomischen und versicherungstechnischen Prinzipien? Kurz: Sind sie praxistauglich? Dazu Beispiele, die diese Kriterien aus unserer Sicht nicht genügend erfüllen:

So geht es zum Beispiel um die sogenannte Teilbarkeit der Prämie, die im VVG geregelt ist. Dabei handelt es

sich um die Rückerstattung von schon bezahlten Prämien, wenn der Versicherungsvertrag vorzeitig aufgelöst wird. Es gibt zwei Ausnahmefälle, bei denen der Versicherer die Restprämie einbehalten darf und die nun zur Diskussion stehen. Erste Ausnahme: Im Fall eines Totalschadens mit Vertragsauflösung erhält der Kunde den Gegenwert für seine Gesamtprämie. So erhält ein Versicherter zum Beispiel nach einem Autodiebstahl ein neues Fahrzeug. Müssen die Versicherer in diesem Fall zusätzlich die Prämie zurückerstatten, müssten sie dies in ihre Prämienkalkulation einberechnen. Zweite Ausnahme: Tritt ein Teilschaden im ersten Vertragsjahr ein und der Kunde löst den Vertrag auf, darf der Versicherer die Restprämie ebenfalls einbehalten. Damit deckt der Versicherer – zumindest teilweise – die Kosten, die für ihn mit dem Vertragsabschluss entstanden sind, etwa für die Risikoprüfung oder die Administrativkosten für die Erstellung der Police. Sollte dies nicht mehr möglich sein, müssten die Versicherer die Prämien erhöhen, um ihre Kosten in diesem Fall auch künftig amortisieren zu können.

Ein anderes Beispiel betrifft jene neue Bestimmung im VVG, die in den vergangenen Monaten hohe Wellen geworfen hat: die Bestimmung, die besagt, dass der Kunde das Recht hat, zu kündigen, wenn sein Versicherer die Versicherungsbedingungen an-

passt. Dazu halte ich als Erstes fest, dass Anpassungen der Vertragsbedingungen schon heute möglich und auch in anderen Branchen weit verbreitet sind. Eine Möglichkeit, Versicherungsbedingungen anzupassen, ist notwendig, weil gerade langfristige Verträge, wie sie in der Versicherungsbranche üblich sind, von rechtlichen oder anderen Entwicklungen überholt werden können – zum Beispiel von neuen Risiken wie selbstfahrenden Autos oder Cyberrisiken. Wird eine Anpassung der Vertragsbedingungen nötig und die Versicherer dürfen diese nicht mehr vornehmen, müssten sie sämtliche betroffenen Verträge kündigen und gleichzeitig neue anbieten. Oder aber die Versicherer müssten bei der Prämienkalkulation von vornherein höhere Risikozuschläge einberechnen. Beides würde die Prämien in die Höhe treiben.

Die Vernehmlassungsvorlage des VVG sah jedoch vor, Anpassungen der Vertragsbedingungen zu verbieten. Wir haben uns in unserer Stellungnahme gegen dieses Verbot ausgesprochen. Keine andere Branche kennt ein solches. In der Botschaft hat der Bundesrat das Verbot gestrichen, dafür aber das Kündigungsrecht für die Kunden festgehalten. Das Geschäft liegt nun in den Händen der Politik. Für uns ist entscheidend, dass ein Verbot der Anpassung nicht im Gesetz verankert wird. Dies würde die Versicherbarkeit von gewissen Risiken erschweren und die Preise für den Schutz verteuern.

Balance zwischen Kosten und Nutzen finden

Aus der Fülle von Konsumentenschutzmassnahmen, die zur Diskussion stehen, habe ich einige wenige Beispiele ausgewählt, um die Position des Versicherungsverbandes SVV und damit der Privatversicherer darzulegen: Weil Konsumentenschutzmassnahmen nicht gratis sind, müssen wir sie abwägen. Denn: Über-teuerte Produkte sind kaum im Interesse der Kunden. Die Bereitschaft, für noch mehr Konsumentenschutz auch noch mehr zu bezahlen, ist in der Bevölkerung oft gering. Das bestätigt auch eine Befragung des Instituts für Versicherungswirtschaft der Universität St. Gallen. •

Versicherungsverträge sind oft komplex. Viele Kunden wollen daher besser aufgeklärt werden.



BILD: ISTOCK

MICHAEL MÜLLER ist Vizepräsident des Versicherungsverbandes SVV sowie CEO Schweiz der Baloise Group.