Heinersreuth, 19.10.2016

Ideologie pur?

Der Kunde bzw. der Verbraucher steht – betrachtet man ihn quer durch alle Branchen – oft alleine auf verlorenem Posten, wie es scheint. Die Medien zeigen uns in allen (un)vorstellbaren Formaten, was „da draußen“ Tag für Tag passiert. Wer ein Haus baut, muss davon ausgehen, dass ab dem ersten Stein nur gepfuscht wird – und am Ende geht mindestens eine beteiligte Handwerksfirma pleite und die geleisteten Anzahlungen sind futsch. Wer online etwas bestellt, darf froh sein, wenn er wenigstens die leere Verpackung bekommt, und ohne Anwalt kommt er niemals zu seinem Recht. Und natürlich auch Versicherungen und speziell alle, die sie an den Mann (und die Frau) bringen, sind mit gehöriger Vorsicht zu betrachten. Die wollen – auch das ist landläufig bekannt – alle nur Geld verdienen: Die guten Provisionen! Die machen die Produkte ja erst teuer... Insgesamt wird der Kunde so medial seit vielen Jahren permanent damit berieselt, dass Geiz geil sei, man deshalb keinesfalls zu viel bezahlen dürfe und niemandem vertrauen könne. Mit diesem Hintergrund ist es gut nachvollziehbar, dass der einzelne Kunde nur zu gerne Rat und Empfehlungen bei Gruppen einholt, die sich dem Schutz des Verbrauchers in bestimmten Bereichen verpflichtet haben. Speziell in der Versicherungsbranche herrscht große Unsicherheit beim Kunden, da er die Bedingungen selten liest und noch seltener versteht, von Generation zu Generation viel Halbwissen weitergegeben wird und das Internet primär Werbung liefert, wenn man Versicherungswissen sucht. Auf einen Fachmann, wie etwa einen Versicherungsmakler, zugehen? Siehe oben: denen ist nicht zu vertrauen! An wen wendet man sich also? Wie wäre es denn z. B. mit dem Bund der Versicherten? Die treten laut ihrer Homepage bereits seit 1982 als einzige Organisation in Deutschland vollkommen unabhängig für die Rechte der Versicherten ein – und in der Zeitung sind sie auch oft. Dass einem Kunden bei Problemen geholfen oder auch eine grobe Orientierung geboten wird, ist für sich eine gute Sache. Allerdings empfiehlt man dort auch konkreten Versicherungsprodukte. Als Versicherungsmakler darf man da hellhörig werden, weiß man ja darum, wie schwer es sein kann, aus dem Meer an möglichen Tarifen den besten auszumachen – zumindest für die Anliegen eines konkreten Kunden. Dafür muss man sich mit den Bedingungen auseinandersetzen, vergleichen und überlegen, welche Schäden und Probleme in der Realität auf einen Kunden zukommen können. Erst dann kann man seine Entscheidung treffen – und diese wird sicher nicht bei jedem Kunden identisch ausfallen. Nehmen wir die Fotovoltaikversicherung als Beispiel. Wie werden innere Betriebsschäden an den Wechselrichtern berücksichtigt? Was wird erstattet, wenn ein Ersatzteil nicht mehr bezogen werden kann, weil z. B. – wie in dieser Branche so oft der Fall - die Herstellerfirma insolvent ging? Findet der Technologiefortschritt Berücksichtigung in den Bedingungen? Nur drei Fragen, die man sich stellen sollte, damit der Kunde langfristig gut versichert werden kann und keine bösen Überraschungen drohen. Der Bund der Versicherten stellt diese Frage nicht. Stattdessen werden einige Leistungspunkte aufgelistet, die im Bedingungswerk der Medien Versicherung (Träger des Gruppenrahmenvertrags) enthalten sind. Kein schlechter, aber auch kein Hochleistungstarif. Unsere genossenschaftlichen VEMA-Deckungskonzepte zur Fotovoltaikversicherung sind deutlich leistungsstärker – und kosten deutlich weniger: Fotovoltaikanlage mit 15 kWp, Baujahr 2010, Neupreis 25.000 Euro Rahmenvertrag BdV: 123,50 Euro; VEMA-Deckungskonzept Helvetia: 77,35 Euro. Da fragt man sich natürlich, weshalb der BdV seinen 50.000 Mitgliedern einen Tarif empfiehlt, der weder bei den Leistungen, noch beim Preis sonderlich aus der Masse heraussticht. Wäre es nicht sinnvoller, hier Maklerkonzepte zu empfehlen?

Genau das haben wir den BdV gefragt. Und ja, man hat uns geantwortet.

VEMA: Wie kommt es zur Produktauswahl?

„Der BdV weist in seinen Merkblättern zu den jeweiligen Versicherungsspartenauf seitens des BdV geprüfte Tarife hin, die aus unserer Sicht dieverbraucherfreundlichsten sind und die auch im Verhältnis zu dieser Leistung diepreisgünstigste Prämie aufweisen.Hierbei benennen wir verschiedenste Versicherungsgesellschaften undorientieren uns hier ausschließlich danach, ob der Tarif bestimmteVoraussetzungen erfüllt. Verträge unseres Gruppenvertragspartners, die Medien-Versicherung, empfehlen wir dabei nur,wenn die jeweiligen Tarife auch diese Voraussetzungen erfüllen."

VEMA: Weshalb werden keine Maklerkonzepte angeboten, die umfangreicheren Schutz für weniger Beitrag bieten?

„Ungeachtet dessen, dass Versicherungsmakler selbstverständlich auch gute Versicherungsprodukte verkaufen, empfehlen wir diese grundsätzlich nicht, da hier unsere Mitglieder im Zweifelsfall eine weitere Verpflichtung in Formeines Maklervertrags eingehen müssen, möglicherweise inklusive einer dazugehörigen Unterzeichnung einer Vollmacht. Auch sind hier seitens der Versicherungsnehmer Provisionen zu zahlen, so dass wir aus diesem Grundschon keine Empfehlung aussprechen."

Jeder Versicherte könnte also von „seinem" Bund, der Gruppe, die sich für seine Versicherungsbelange einsetzen sollte, spielend einfach mehr Schutz für weniger Geld erhalten. Der BdV verwehrt seinen Mitgliedern die Empfehlung allerdings, weil im geringeren Zahlbeitrag auch etwas Courtage enthalten ist, von der der beratende Makler für seine Arbeit bezahlt wird. Dass die Gesamtkosten für den Versicherungsnehmer niedriger sind, scheint dabei keine Rolle zu spielen – dann lieber schlechterer Versicherungsschutz. Dass der Maklervertrag primär die Zusammenarbeit zwischen Versicherungsmakler und Kunde prägt und praktisch keine Nachteile für den Kunden entstehen können, möchte man nicht hören. Auch nicht, dass es - ganz im Gegenteil – eher Vorteile für den Kunden bringt. Leistet sich der Makler einen Fehler, hat der Kunde mit dem Maklervertrag eine ganzklare Basis, um den Makler in Haftung zu nehmen. Der Kunde ist am Ende immer der Gewinner – außer natürlich, man brandmarkt einen Berufsstand grundlos als Teil der Apokalyptischen Reiter.

Wer so unüberhörbar in den Medien trommelt, sich für die Interessen der Versicherungsnehmer einzusetzen, sollte dies evtl. auch wirklich tun. Nur einer Ideologie zu folgen, von der man auch mit noch so vielen Fakten nicht abgebracht werden will, kann nicht der richtige Weg sein. Es ist schade für die Kunden, denn wenn sie die Leidtragenden im Schadensfall sein werden, wird ihnen Ideologie kaum helfen können.

Pressekontakt:
Eva Malcher
eva.malcher@vema-eg.de
Telefon: 0921/7869483-613