



© Wasan - stock.adobe.com

Verbraucherschutz ist erste Maklerpflicht

Als Sachwalter des Kunden fällt dem Makler beim Thema Verbraucherschutz hinsichtlich der Ermittlung des Versicherungsbedarfs und auch bei der Suche nach geeignetem Versicherungsschutz eine Schlüsselrolle zu. Wer seine Kunden ernst nimmt, ist also von Haus aus ein Verbraucherschützer.

Der Schutz der Verbraucher ist im Sommer 2022 ein heißes Thema, wie die aktuellen Berichte in der Wirtschaftspresse zeigen. Drei Meldungen aus den ersten Tagen im Juli 2022: „Mit Blick auf die Flugausfälle zieht das Verbraucherschutzministerium die Überprüfung der Vorkassepraxis bei Flügen in Betracht.“ „Das Brennholz wird knapp – wie die Besitzer von Holzöfen jetzt noch an Brennmaterial kommen“ und „Was bedeuten die neuen Energieeffizienzlabel auf Waschmaschinen und Backöfen?“

Das sind alles wichtige Themen, doch letztlich bleiben die Kosten überschaubar, wenn ein ausgefallener Flug nicht erstattet wird, das Brennholz teurer kommt als geplant oder ein elektrischer Wasserkocher mit dem falschen Label erstanden wurde. Richtig teuer jedoch kann es werden, wenn ein Mensch im Ernstfall – Invalidität, Unfalltod, schwere Erkrankung oder im Pflegefall – keine oder die falsche Versicherung hat.

Jubelarien ohne Hintergrund helfen nicht

Dem Gesetzgeber ist das bewusst, auch vor dem Hintergrund, dass der Onlinevertrieb von Finanzdienstleistungen und Versicherungen zugenommen hat. So hat der Direktvertrieb von Versicherungspolice je nach Sparte – laut Zahlen des Gesamtverbands der Deutschen Versicherungswirtschaft e. V. (GDV) – einen Anteil zwischen 2% und gut 15% am Neugeschäft.

Um einen passenden Anbieter zu finden, achten viele Onlinekunden auf die Meinung anderer Internetnutzer. Doch digitale Bewertungen lassen sich heute von Spezialanbietern im Paket kaufen. Mit Jubelarien ohne Hintergrund ist keinem geholfen und daher trat Ende Mai 2022 das „Gesetz zur Stärkung des Verbraucherschutzes im Wettbewerbs- und Gewerbe-recht“ in Kraft, das vor allem auch unlauterem Wettbewerb einen Riegel vorschieben soll.

Seriösen, gut informierten Finanz- und Versicherungsmaklern ist diese Initiative nur recht, genauso wie die Maklerschaft zuvor die neuen Regeln zum Datenschutz und zur Nachhaltigkeit (DSGVO und ESG) begrüßt hat. Sie werden im persönlichen Gespräch weiterempfohlen, gekaufte Lob aus dem Netz brauchen sie nicht. Sie kennen jeden Kunden aus dem persönlichen Gespräch, blicken durch im Dschungel der Versicherungspolice, analysieren das Kleingedruckte, schaffen für ihre Kunden Transparenz über die Angebote im Markt und haben für sie das beste Preis-Leistungs-Verhältnis im Sinn.

Und nicht nur für ihre Kunden. Die Verbraucherschutzorganisationen selbst nutzen inzwischen die Fachkenntnis von renommierten Versicherungsmaklern und stimmen ihre Fragekataloge bei der Bewertung der einzelnen Angebote heute zunehmend mit Experten aus der Branche ab.

Verbraucherschutz ist das A und O

Niemand trennt sich gerne von seinem hart Verdientem. Auch wenn viele Kunden Nachholbedarf beim Thema Finanzbildung haben, kommen doch etliche Menschen heute gut informiert zu einem Versicherungsmakler. Sie nutzen Onlineangebote, Vergleichsplattformen und Verbraucher-Communitys, um sich im Vorfeld schlau zu machen. Sitzt der Kunde dann vor dem Makler, will er genau wissen, wie sein Gegenüber zertifiziert ist, und erwartet ein entsprechendes Niveau für seine Beratung. Auch das ist im Sinne seriöser Makler, die hart daran arbeiten, auf dem neuesten Stand zu sein, um für ihre Kunden das Beste zu geben. Wenn professionelle Verbraucherschützer vielfach den sorgfältigen Vergleich der angebotenen Policen empfehlen, kann die Vermittlerschaft nur zustimmend nicken – denn letztlich stärkt dieser Rat auch die Rolle des Versicherungsmaklers.

Tatsächlich ist es so, dass sich viele renommierte Maklerbüros wünschen würden, dass sich alle Marktteilnehmer – also auch die Online-shops, Vergleichsplattformen und Ratingagenturen – an den Forderungen der Verbraucherschützer orientierten. Täten sie das, gäbe es nämlich nicht so viele verzweifelte Kundinnen und Kunden, die sich online nicht ausreichend versichert haben und im Schadenfall dann prompt das Nachsehen haben. Im Nachhinein kann auch der beste Makler kaum noch helfen, Fallstricke zu beseitigen. Und für den Einzelfall ungünstige Bedingungen lassen sich nur vor dem Abschluss einer Police identifizieren.

Online ist gut, persönlich ist besser

Der „World Insurance Report“ des Beratungsunternehmens Capgemini und der Non-Profit-Organisation European Financial Management Association (EFMA) kam zu dem Ergebnis, dass immer mehr Leute aus allen Altersgruppen selbst online auf Informationssuche gehen und ihre Versicherungen selbst abschließen. Daheim auf dem Sofa schnell neue Turnschuhe bestellen, nebenher beim

Thai um die Ecke das Abendessen ordern und mal eben eine Hausratsversicherung abschließen – das ist einfach, bequem und angenehm.

Geht es um Biometrie – also um Themen rund um Lebenserwartung und die Wahrscheinlichkeit des Eintritts einer Berufsunfähigkeit, von Unfällen oder Pflegebedürftigkeit –, ist der Trend, alles über das Smartphone zu erledigen, nicht ganz so hilfreich. Bei Policen, die biometrische Risiken absichern sollen, geht es schließlich nicht um ein geklautes Rad, sondern um das persönliche Risikomanagement und die individuelle Altersvorsorge. Solche Themen sind nicht nur hochkomplex, sondern oft auch entscheidend für das persönliche Wohl und Wehe in der Zukunft.

Ein Gespräch mit einem kompetenten Makler, dem sich aufgrund seiner Erfahrung und Zertifizierung vertrauen lässt, ist bei solchen Themen nicht zu ersetzen. Nicht zuletzt ist dieses Vertrauen eine – wenn nicht die einzige – Möglichkeit, die Komplexität in der Beratung zu verringern. Das gilt gerade auch für die gehobenen Zielgruppen mit veritablem Einkommen. Wer seinen Lebensstandard für sich und seine Familie sichern will, muss genau wissen, was er tut. Und was er besser nicht tut. Ein paar Klicks auf einem Vergleichsportal reichen für solche Entscheidungen meist nicht aus.

Austausch ist entscheidend

Im Idealfall tauscht sich ein gut geführter großer Versicherungsmakler nicht nur mit den Verbraucherschützern aus, sondern auch mit den Versicherern selbst. Auch, um immer neue Partner für Versicherungslösungen für spezielle Sparten und Berufsgruppen zu finden. Digitalisierung hin oder her: Makler von diesem Format sind so schnell nicht zu ersetzen. Wenn einem dann ein führender Verbraucherschützer verbal auf die Schulter klopft und das eigene Unternehmen als „... Leuchtturm der Branche, das seinen Kundinnen und Kunden auf Augenhöhe zu den Versicherern verhilft ...“ bezeichnet, darf man zu Recht behaupten, Verbraucherschutz ernst zu nehmen. •

Ein Gespräch mit einem kompetenten Makler, dem sich aufgrund seiner Erfahrung, Zertifizierung und Vorbildung vertrauen lässt, ist bei solchen Themen nicht zu ersetzen. Nicht zuletzt ist dieses Vertrauen eine – wenn nicht die einzige – Möglichkeit, die Komplexität in der Beratung zu verringern.

Michael Reeg

Vorsitzender des AssCompact-Maklerbeirates, Geschäftsführer des Versicherungsmaklers Hoesch & Partner und Dozent für Versicherungsbetriebslehre an der EBS Finanzakademie



© Paul Träger