

„Wollen wir das machen oder ‚schämen‘ wir uns lieber?“

23.9.2013 – Die Versicherungsaufsicht Eiopa hat für Versicherungsvermittler Leitlinien zum Beschwerdemanagement vorgeschlagen. Die Makler sollen aber deshalb nicht unter steigendem Verwaltungsaufwand leiden, sagte Eiopa-Vertreterin Katja Würtz beim „1. Afpa-Europadialog“. Die Behörde sei sich auch der unterschiedlichen Situation kleiner und großer Unternehmen bewusst.

Vor rund einem Dreivierteljahr hat die FMA „Leitlinien zur Beschwerdebearbeitung“ – herausgegeben von der EU-Versicherungsaufsichts-Behörde [Eiopa](#) – veröffentlicht (VersicherungsJournal [14.1.2013](#)). Im April legte die Eiopa dann einen [Entwurf](#) (PDF, 861 KB, Link zu Eiopa) vor, der auch das Beschwerde-Management von Versicherungsvermittlern erfasst (VersicherungsJournal [19.4.2013](#)).

Grundsätzlich richten sich die „Guidelines“ der Eiopa an die nationalen Aufsichtsbehörden. Diese müssen dann entscheiden, ob sie die Leitlinien anwenden.

Falls sie das nicht tun wollen, müssen sie dies gegenüber der Eiopa begründen. Die Eiopa macht dann öffentlich, wer sich an das von ihr vorgeschlagene Reglement hält und wer nicht. Das Prinzip lautet gewissermaßen „name or shame“.

Der Eiopa-Entwurf in Bezug auf Versicherungsvermittler war am vergangenen Donnerstag eines der bestimmenden Themen beim „1. Afpa-Europadialog“. Die [Austrian Financial & Insurance Professionals Association](#) (Afpa) hatte im Rahmen des „AssCompact Trendtags“ zur Podiumsdiskussion geladen.

„Wichtig und richtig“

Gabriele Zgubic-Engleder, Abteilungsleiterin Konsumentenpolitik in der [Arbeiterkammer Wien](#), bezeichnete den Ansatz, den die Eiopa mit ihren Leitlinien verfolgt, als „wichtig und richtig“ für den Anlegerschutz durch die Aufsicht. Der Markt müsse darauf analysiert werden, wo es Probleme gibt und ein Tätigwerden nötig ist.

Zgubic-Engleder merkte dabei an, dass es „aus unserer Erfahrung bei einigen Banken ein gutes internes Beschwerdemanagement gibt“. Im Versicherungsbereich sehe die AK dies hingegen nicht in derselben Weise gegeben.

„Wollen wir das machen oder ‚schämen‘ wir uns lieber?“

Stefan Trojer von der Sektion Unternehmen – Abteilung Gewerberecht/Gewerbliches Umweltrecht [Wirtschaftsministerium](#), stellte, an die Makler gerichtet, mit einem leichten Augenzwinkern die Frage, wie Österreich den Eiopa-Leitlinien-Entwurf behandeln solle: „Wollen wir das machen oder ‚schämen‘ wir uns lieber?“

Eiopa-Vertreterin Katja Würtz betonte, das „Naming or shaming“ betreffe in keinem Fall die Vermittler selbst, da die Eiopa-Leitlinien an die nationalen Aufsichtsbehörden adressiert sind. In Österreich sind das für die Versicherer die FMA, für die Makler die Gewerbebehörden. Letztlich sei entscheidend, wie die Leitlinien auf nationaler Ebene umgesetzt werden.

Trojers Frage, ob es der Eiopa auch genügen würde, wenn die österreichische Aufsicht den Vermittlern bloß „empfiehlt“, sich an die Eiopa-Leitlinien zu halten, stieß bei Würtz allerdings auf wenig Gegenliebe.

Ein-Personen-Makler: Mehr als die halbe Arbeitszeit für Administratives

Versicherungsmakler Johannes Muchitsch meinte, ein „Einzelkämpfer“ müsse manchmal mehr als die Hälfte seiner Arbeitszeit allein für die Erfüllung von Rechtsvorschriften aufwenden. Die Teilnahme an einer Maklervereinigung könne eine „deutliche Reduktion des Verwaltungsaufwandes“ bewirken.

Ziel müsse bestmögliche Beratung durch den bestmöglich ausgebildeten Fachmann sein. Dies dürfe man nicht aus den Augen verlieren.

Eiopa: Geht nicht um mehr Bürokratie

Würtz betonte, der Leitlinien-Katalog beinhalte nur Maßnahmen, die „common sense“ seien. Bürokratie könne sie darin nicht erkennen: Zum einen sei es Sache der nationalen Behörden, die Leitlinien für die Praxis zu konkretisieren.

Zum anderen bezeichnete sie das Prinzip der „Proportionalität“ als Basis der Leitlinien: Die Eiopa sei sich des unterschiedlichen Situation großer und kleiner Makler-Unternehmen bewusst. Intention der Eiopa sei lediglich, das Bewusstsein für den Schutz der Konsumenten zu stärken.

Es gehe der Behörde aber nicht darum, dass Ein-Personen-Makler gezwungen wären, zusätzliches Personal zu beschäftigen. Es gehe auch nicht darum, dass Makler regelmäßig an die Aufsicht berichten sollen. Sie sollten aber entsprechende Aufzeichnungen vorweisen können, wenn die Aufsicht danach fragt.

„Empfehlungen sind immer schwierig“

Zur Variante, die Eiopa-Leitlinien in Österreich nur als unverbindliche Empfehlung umzusetzen, zeigte sich auch Zgubic-Engleder skeptisch: „Empfehlungen sind immer schwierig.“ Sie würde Verbindlichkeit vorziehen, dies schaffe Klarheit: „Der Adressat weiß, womit er zu rechnen hat.“

Wenn Beschwerden dokumentiert werden und dies für die Aufsicht bereitgehalten wird, würde dies Versicherungsmakler „nicht ruinieren“, so Zgubic-Engleder. Sie appellierte, eine solche Regelung nicht einfach nur als „Kostenfaktor“ zu betrachten, sondern als Kundenbindungsprogramm. Schließlich seien die Zufriedenheit des Kunden und dessen draus folgende Weiterempfehlung wichtig.

Der Markt in fünf Jahren

Ein zweiter Schwerpunkt der Diskussion betraf den Blick in die nahe Zukunft: Wie wird der Markt in fünf Jahren aussehen? Werner Panhauser, Vertriebsvorstand der [Helvetia Versicherungen AG](#), geht davon aus, dass es nach wie vor einen Exklusiv- und einen ungebundenen Vertrieb geben wird.

Gleichzeitig werde es zum einen in der „Fast-flow-Schiene“ – als Beispiel nannte er unter anderem E-Bike-Versicherungen – beratungsfreie Produkte geben, wenngleich dieser Bereich „nicht explodieren“ werde. Zum anderen rechnet er damit, dass sich zunehmend Handelsketten für den Versicherungsvertrieb interessieren werden.

Katja Würtz hielt fest, Internet und Vergleichswebsites seien beliebt. Von einem starken Wachstum könne man allerdings nicht sprechen. Änderungen in der Produktlandschaft könnten sich ihrer Einschätzung nach durch die Zinsentwicklung und Solvency II ergeben.

Lebensversicherung: „AK kritisiert nicht das Produkt“

In Sachen Lebensversicherung sagte Zgubic-Engleder, die AK kritisiere nicht das Produkt selbst, sondern das „Drumherum“, sprich: die Art und Weise, wie es – speziell mit Fokus auf die Rendite – beworben worden sei. Sie wies deshalb auch zurück, dass es der Konsumentenschutz gewesen sei, der das Rendite-Argument in die Diskussion um die Lebensversicherung eingebracht habe.

Zudem mangle es Gewinnbenachrichtigungen an Verständlichkeit. Sie sprach sich für „Klipp- und-klar-Informationen“ zur Lebensversicherung aus. Und: Die Lebensversicherung solle der Risikoabsicherung dienen, nicht als Tilgungsträger.

„Der Kuchen ist kleiner geworden“

Panhauser stellte fest, die Lebensversicherung laufe im österreichischen Markt zäh. „Der Kuchen ist kleiner geworden.“ In Summe werde weniger Geschäft gemacht, gleichzeitig sei aber der Aufwand gestiegen.

Ein Lebensversicherungs-Antrag, so Panhauser, habe 1989 noch zwei A4-Seiten umfasst. Heute könne man auch auf solche mit 39 Seiten stoßen – ein Umstand, den auch Würtz als „schrecklich“ bezeichnete. Sie wies darauf hin, dass mit dem „Kundeninformations-Dokument“ (KID) beabsichtigt sei, Information „auf drei Seiten mit klarer Sprache“ zur Verfügung zu stellen.

Zgubic-Engleder wiederum unterstrich: Wichtig sei, die Gesamtkosten auszuweisen. Provisionen seien eben nur ein Teil der Kosten, dazu kämen beispielsweise Fondsgebühren. „Das ist neben dem KID ein wichtiger Aspekt.“ Panhausers Credo: „Die Lebensversicherung

ist immer noch ein gutes Vorsorgeprodukt. Man muss es nur richtig einsetzen.“ [Emanuel Lampert](#)