

Versicherungen

„Über den Direktkanal wird vor allem das schnelle Privatkundengeschäft vertrieben“

Welche Bedeutung haben Vergleichsportale als Vertriebsweg für Versicherungen? Welcher Anteil des Neugeschäfts kommt heute über Portale, wie könnte das in Zukunft aussehen?

Neben dem klassischen Weg über einen Vertreter oder Makler schließen Kunden auch online Versicherungsgeschäft ab – und dann entweder über der Homepage eines Direktversicherers oder auch eines Vergleichsportales. Diese „Online-Bereitschaft“ der Kunden nimmt insbesondere in der Schaden/Unfall-Versicherung und dort deutlich in der Kraftfahrzeugversicherung stetig zu, sicherlich auch in der Zukunft.

Seit 2011 ist der Anteil der Direktvertriebe (inklusive Vergleichsportale) um vier Prozentpunkte auf 17,7 Prozent gestiegen. Gut ein Viertel davon ist reines Vergleichsportalgeschäft. Über die Branche betrachtet wählen die meisten Kunden jedoch weiterhin den persönlichen Kontakt zu einem Vertreter oder Makler.

Welche Produkte eignen sich überhaupt für den Vergleich auf Portalen?

Unsere Statistik zeigt, dass über den Direktkanal (inklusive Vergleichsportale) insbesondere das schnelle, unkomplizierte Privatkundengeschäft vertrieben wird, wie Kfz (Anteil 17,7 Prozent), Privatrechtsschutz (9,5 Prozent) oder private Sach-/Unfall-/Haftpflichtversicherung (9,7 Prozent).

Was bedeutet die Versicherungsvertriebsrichtlinie IDD für den Versicherungsvertrieb über Portale?

Vergleichsportale sind schon seit der Neuregulierung der Versicherungsvermittlung 2007 als Versicherungsvermittler (in der Regel als Versicherungsmakler) registriert und müssen hierzu bereits heute alle Voraussetzungen erfüllen. Sie haben die gleichen Beratungs-, Dokumentations- und Informationspflichten wie andere Vermittler auch. Der Prozess zwischen dem BVK und Check 24 vor dem OLG München hat dies belegt.

Soweit neue Pflichten für Versicherungsvermittler aus der IDD erwachsen, gelten diese damit auch für als Vermittler agierende Vergleichsportale.

Wie steht es um die Transparenz bei Portalen? Welchen Nachbesserungsbedarf gibt es aus Sicht der Assekuranz und welche Konsequenzen sind aus den jüngsten Gerichtsurteilen zum Thema zu ziehen?

Der genannte Prozess hat gezeigt, dass der Internetauftritt von Check 24 für den Verbraucher nicht hinreichend klar gemacht hat, dass Check 24 ein Versicherungsmakler ist. Vergleichsportale haben ihren Status beim ersten Kundekontakt dem Kunden klar und verständlich mitzuteilen. Die Pflicht besteht für alle Versicherungsvermittler bereits seit 2007. Versicherungsvermittler erfüllen diese Pflicht gegenüber dem Kunden in der Regel mit Übergabe einer Visitenkarte, auf der alle notwendigen Informationen nachzulesen sind.

Fragen an Elisabeth Stiller, Leiterin Vertrieb, Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) e.V., Berlin