



Bundesverband Deutscher Versicherungskaufleute e.V.

„Leipziger Erklärung“

verabschiedet bei der BVK-Hauptversammlung am 29.05.2008 in Leipzig

**„Versicherungsvermittlung:
Zwischen gesetzlichem Qualifikationsanspruch und
Verramschen beim Discounter“.**

1. Versicherungsvermittler – ein qualifizierter Beruf

Der Versicherungsvermittler hat sich über Jahrhunderte zu einem vom Kunden angesehenen Beruf entwickelt, der ihm sein Vertrauen in allen Vermögensanlagen und Risikoabsicherungen entgegenbrachte.

Die aggressive Geschäftspolitik der Versicherungsunternehmen, die die Kundeninteressen durch eine einseitige Aktionärspolitik aus den Augen verloren hat, die Etablierung und Förderung von Strukturvertrieben mit ihren kaum qualifizierten nebenberuflichen Vermittlern sowie die unreflektierte Verfechtung der Gewerbefreiheit haben dem Image der Versicherungsvermittler und der gesamten Versicherungswirtschaft erheblichen Schaden zugefügt.

Der BVK hat sich sowohl durch Initiativen innerhalb der Europäischen Union als auch durch jahrzehntelange Anstrengungen gegenüber dem Gesetzgeber erfolgreich für eine qualifikationsgebundene Erlaubnispflicht der Versicherungsvermittlung eingesetzt und ein für Kunden einsehbares Register erreichen können.

2. Versicherungen müssen dem Versicherten Nutzen bringen

Das Wesen einer Versicherung liegt im Nutzen für den Versicherten, dessen Versicherungsbedarf von seinen individuellen Verhältnissen geprägt ist. Der BVK und seine Mitglieder verurteilen die Geschäftspolitik der Versicherungsunternehmen, die ihre Produkte immer häufiger ausschließlich nach Ertragsgesichtspunkten und nicht nach Nachfrage- und Bedarfsanalysen, also nach den Kundenbedürfnissen schreiben.

3. Bedarfsgerechter Versicherungsschutz und Vermögensanlagen erfordern eine qualifizierte Kundenberatung

Nur durch eine kompetente und persönliche Kundenberatung, die auch den gesetzlichen Anforderungen des Versicherungsvertragsgesetzes entspricht, kann der Versicherungsbedarf des Kunden erfragt und festgestellt werden. Erst auf dieser Grundlage kann dem Kunden ein ausgewogener Rat zur Absicherung oder zur Anlage gegeben werden, wobei die berechtigten Provisionsinteressen des Vermittlers nach seinem berufsethischen Verständnis nicht entscheidend für seinen Rat sind.

4. Standardprodukte der Versicherungsunternehmen missachten die Kundeninteressen

Immer häufiger bieten Versicherungsunternehmen dem Kunden standardisierte Versicherungen an, die dem persönlichen Anspruch des Kunden nicht gerecht werden können. Standardisierte Produkte missachten die Kundeninteressen.

5. Der Vertrieb über Handelsketten unterhöhlt das Gesetz, schadet dem Kunden und dem eigenen Vertrieb

Die in den letzten Jahren festzustellenden „Verkaufsaktionen“ von Versicherungsprodukten über Kaufhausketten und Discounter verletzen das gerade erst in Kraft getretene Versicherungsvermittlerrecht, das beim Vertrieb von Versicherungsprodukten zwingend eine Kundenberatung vorsieht und für die Vermittlung nicht nur eine Erlaubnis des Vermittlers vorschreibt, sondern auch eine zentrale Registrierung. Der standardisierte Versicherungsvertrieb stellt eine Aushöhlung des Rechts dar, gegen die die zuständigen Behörden vorzugehen aufgerufen werden.

Das „Verramschen“ von Versicherungsprodukten schadet dem Kunden, der in keiner Weise feststellen kann, ob das Produkt seinem Bedarf entspricht und wo es im Wettbewerb unter vergleichbaren Produkten steht.

Fast alle Versicherungsunternehmen sind abhängig vom Erfolg der selbständigen Versicherungsvermittler. Ohne sie würden die deutschen Versicherungsunternehmen ihre Bedeutung in Deutschland und im europäischen Binnenmarkt nicht erreicht haben. Der Vertriebsweg „Versicherungsvertreter“ generiert den ganz überwiegenden Teil der Prämieinnahmen der Versicherungsgesellschaften und stellt damit die bedeutendste wirtschaftliche Grundlage der Unternehmen dar.

Mit dem Vertrieb von Versicherungsprodukten über Kaufhausketten und Discounter schaden die Versicherungsunternehmen daher gerade denen, die zur Bedeutung und Stärke der Versicherungswirtschaft beigetragen haben.

6. Solidarität der Versicherungsvermittler im Kunden- und Eigeninteresse

Die Versicherungsvermittler und all diejenigen, die wie der BVK und die Vertretervereinigungen für die Interessen der Vermittler eintreten, werden es nicht hinnehmen, dass ein konkurrierender Vertrieb durch die vertraglich verbundenen Versicherungsunternehmen über Kaufhausketten und Discounter entsteht, der nicht nur die weitere Kundenakquisition erschwert, sondern auch in die Vertrauensbeziehung zwischen Versicherungsvermittler und Kunden eingreift und die Glaubwürdigkeit des Vermittlers beschädigt.

**Der Beruf des Versicherungsvermittlers hat Zukunft,
wenn der Vermittler die Herausforderungen annimmt.**