

# Verbraucherentmündigung durch Verbraucherschutz?

Karen Bartel, Leiterin Verbraucherpolitik / Datenschutz und Recht / Compliance,  
Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft e. V. (GDV)



# Ausgangspunkt Verbraucherleitbild

Vom mündigen Verbraucher zum differenzierten Verbraucherleitbild



- Zumindest teilweise Abkehr in der Wissenschaft vom Homo oeconomicus, der stets rationale Entscheidungen für sich trifft.
- Feststellung der Verhaltensökonomie: **Viele Menschen treffen ihre Versicherungsentscheidungen gemessen an den eigenen Zielen und Bedürfnissen nicht optimal.**
- Paradigmenwechsel hat auch Wiederhall in der Politik gefunden.

# Verbraucherleitbild des GDV:

Der Homo oeconomicus allein taugt nicht zur Orientierung



Längst nicht jeder Verbraucher handelt aus seiner Werte optimal und mit vollem Marktüberblick.

# Verbraucherleitbild des GDV

- Versicherungswirtschaft sieht ihre Kunde als mündige Bürger, die ihre Entscheidungen **selbstbestimmt** und **eigenverantwortlich** treffen.
- Gleichzeitig aber auch Anerkennung: Den einen „idealen Verbraucher“ gibt es nicht. Daher Orientierung an einem **differenzierten Verbraucherbild**.
- Aber keine Bevormundung: **Verbraucherschutz muss auf eine selbstbestimmten Teilnahme der Verbraucher ausgerichtet sein!**
- Besonderheit Versicherungswirtschaft: Austariertes Verhältnis individueller Verbraucherinteressen zu kollektiven Verbraucherinteressen erforderlich.
- **Verbraucherleitbild abrufbar auf der Homepage des GDV unter: <http://www.gdv.de/2017/01/verbraucherleitbild-des-gdv/>**

# Was folgt aus dem differenzierten Verbraucherleitbild für den Verbraucherschutz?

- 8 Grundsätze des GDV zur Positionierung für die Diskussion über modernen Verbraucherschutz:
  - Angebot bedarfsgerechter Produkte
  - **Verlässliche und transparente Information**
  - Rechtfertigung des Verbrauchervertrauens (in die Leistung)
  - Wahlfreiheit beim Zugang zu Versicherungsschutz
  - Stärkung des finanziellen Verbraucherwissens
  - Wirksamer Datenschutz
  - Erhalt der Entscheidungssouveränität
  - Klare institutionelle / behördliche Zuständigkeiten



# Verlässliche und transparente Informationen

# Verlässliche und transparente Informationen

## Verbraucherleitbild GDV:

Verbraucher sollen qualitativ hochwertige Informationen erhalten, die verständlich und nachvollziehbar über den Versicherungsvertrag informieren.

Die **Informationen** sollen Verbraucher befähigen, Produkte zu vergleichen und gut informierte Entscheidungen zu treffen. Ein „immer Mehr“ an Informationen ist dabei nicht hilfreich.

# Aktuelle Situation: Flut von neuen Informations- und Offenlegungspflichten in den letzten Jahren





EU legislation applicable to the sale of insurance-based investment products (IBIPs)

**Disclosure requirements**  
including duplications (on-line sale by a broker)

Sales disclosures	IMD (9)
Product disclosures	Life directive (20)
	Data protection directive (4)
	Distance marketing directive (29)
	E-commerce directive (17)

**Yesterday: 79**

**x3,3**

IDD (36)
PRIIPs regulation (27)
Solvency II directive (39)
General data protection regulation (13)
Distance marketing directive (29)
E-commerce directive (17)

**Tomorrow: 161**

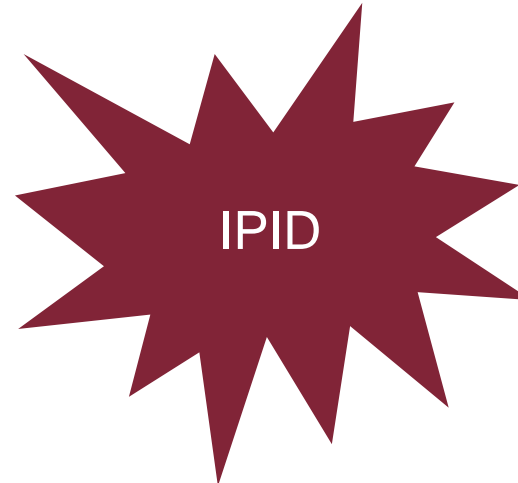
Sales disclosures  
**↗400%**

Product disclosures  
**↗330%**

**x4**



# Beispiel Produktinformationsblätter



# Beispiel IPID

## Hohes Maß an Standardisierung

- **Inhalt**
  - Überschriften
- **Umfang**
  - Begrenzung auf 2 Seiten (ausnahmsweise 3 Seiten)
- **Gestaltung**
  - Anordnung der Informationen
  - farbliche Gestaltung
  - Symbole
  - Mindestschrifthöhe
  - Abweichungen im digitalen Geschäft möglich

**Xxxxx Insurance**  
Insurance Product Information Document  
Company: <Name> Insurance Company    Product: <Name> Policy

(Statement that complete pre-contractual and contractual information on the product is provided in other documents)

**What is this type of insurance?**  
(Description of insurance)

 **What is insured?**

- ✓ Xxxxx
- ✓ Xxxxx
- ✓ Xxxxx
- ✓ Xxxxx
- ✓ Xxxxx
- ✓ Xxxxx
- ✓ Xxxxx
- ✓ Xxxxx
- ✓ Xxxxx
- ✓ Xxxxx
- ✓ Xxxxx

 **What is not insured?**

- ✗ Xxxxx
- ✗ Xxxxx
- ✗ Xxxxx
- ✗ Xxxxx
- ✗ Xxxxx

 **Are there any restrictions on cover?**

- ! Xxxxx
- ! Xxxxx
- ! Xxxxx
- ! Xxxxx
- ! Xxxxx

 **Where am I covered?**

- ✓ Xxxxx

 **What are my obligations?**

- + Xxxxx
- + Xxxxx
- + Xxxxx
- + Xxxxx

 **When and how do I pay?**

Xxxxx

 **When does the cover start and end?**

Xxxxx

 **How do I cancel the contract?**

Xxxxx

Verpflichtendes Muster

# Fazit / Schlussfolgerungen

- Verbraucher müssen befähigt werden, eigenverantwortliche Entscheidungen zu treffen.
- Hierfür benötigen Verbraucher „gut gemachte“ Informationen. **Dies ist nicht mit Verbraucherentmündigung gleichzusetzen.**
- Aber: **Ein „immer Mehr“ an Informationen ist nicht hilfreich.**
- Debatte „was gut gemachte Informationen sind“ ist längst noch nicht beendet.
- Zentral: Vor der Einführung immer neuer Informationspflichten und -formate Prüfung und Bewertung der bisher erfolgten Maßnahmen.
- Auswirkungen der Digitalisierung auf Verbrauchererwartungen und -wünsche?

Wilhelmstraße 43 / 43 G, D-10117 Berlin  
Postfach 08 02 64, D-10002 Berlin  
Tel.: +49 30 2020-5000  
Fax: +49 30 2020-6000

51, rue Montoyer  
B-1000 Brüssel  
Tel.: +32 2 28247-30  
Fax: +32 2 28247-39

[www.gdv.de](http://www.gdv.de)  [@gdv\\_de](https://twitter.com/gdv_de)

