

Bericht vom 35. Versicherungswissenschaftlichen Fachgespräch am 29. März 2017

Verbraucherentmündigung durch Verbraucherschutz?

Der Vorsitzende des Vorstands unseres Vereins, Olaf Dilge, begrüßte die rund 100 Gäste und die Referenten im Casino der ERGO. Er dankte der ERGO für die Gastfreundschaft und erklärte, aufgrund kurzfristiger Erfordernisse lasse sich Herr Staatssekretär Billen durch seinen Kollegen Dr. Erich Paetz vertreten.

Der Moderator, Prof. Dr. Hans-Peter Schwintowski von der Humboldt-Universität zu Berlin, führte ins Thema ein. Er übertrug die Aufklärungspflichten bei der Versicherungsvermittlung auf das Beispiel eines Arztbesuches. Das machte deutlich, dass der Umfang der zu leistenden Aufklärung und Dokumentation, die dem Patienten (Versicherungsnehmer) eine qualifizierte Entscheidung über die zu wählende Therapie (Vertragsgestaltung) ermöglichen soll, deutlich höher als in anderen Lebensbereichen ist. Viele Kunden würden sich eines Beraters bedienen, um sich gerade nicht mit den Geheimnissen des Versicherungswesens befassen zu müssen. Zusätzlich zu allen vertragsrelevanten Angaben müsse der Vermittler dann aber auch noch über seinen eigenen Status, seine Vergütung und die Eigentumsverhältnisse zwischen ihm und den in die Auswahl einbezogenen Versicherern informieren. Es stelle sich die Frage, ob das wirklich dem Verbraucherinteresse entspreche. Schwintowski stellte die Referenten vor, bevor er Karen Bartel, Leiterin Verbraucherpolitik / Datenschutz beim GDV Berlin, das Wort erteilte.

Bartel zeigte sich durch den Begriff „Verbraucherentmündigung“ irritiert. Sie erläuterte, der GDV wende ein durchaus differenziertes Verbraucherleitbild an, wie es auch der aktuelle Koalitionsvertrag vorsehe. Je komplexer und wirtschaftlich bedeutsamer ein Vertragsabschluss sei, desto höher wären auch die Anforderungen an die zu leistenden Informationen. Untersuchungen hätten gezeigt, dass der „Homo oeconomicus“ nicht repräsentativ sei und Verbraucher oft Entscheidungen trafen, die ihre Ziele nicht optimal berücksichtigen würden. Die Rahmenbedingungen sollten keine Bevormundung erreichen, sondern sachgemäße Entscheidungen ermöglichen. Dabei sei durchaus zu konstatieren, dass Individual- und Kollektivinteressen sich teilweise widersprechen können. Ein „Information Overkill“ sei nicht beabsichtigt, sei im Zweifel aber besser als zu wenig Information. Wenn Kunden jede Informationsmöglichkeit hätten, könnten Sie ja frei entscheiden, welche sie nutzen möchten. „Immer mehr Information“ sei aber eindeutig nicht das Ziel. Aus diesem Grund seien auch diverse Musterbedingungen überarbeitet worden, um sie kürzer und verständlicher auf das Wesentliche zu reduzieren. Zu beachten sei auch, dass eine Reihe europäischer Vorgaben dem Deutschen Gesetzgeber wenig Spielraum ließen. So mache z. B. das IPID sehr detaillierte Vorgaben, die bis zur Farbe einzelner Vertragsbestandteile reiche. Lediglich für den Online-Vertrieb gebe es da Erleichterungen.

Als zweiter Redner begann Prof. Dr. Christoph Brömmelmeyer von der Europa-Universität Viadrina Frankfurt/Oder seinen unterhaltsamen Beitrag mit einem Zitat des Gedichts „Die Heimkehr“ („Ich weiß nicht, was soll es bedeuten“) von Heinrich Heine. Er zitierte die These von O. Ben Shahr: „Mandated disclosure is a Lorelei, lurking the law-makers onto the rocks of regulatory failure.“ Die Informationspflichten würden also den Gesetzgeber auf den Loreley-Felsen falscher Regulierung locken.

Es sei eigentlich völlig egal, welche Informationen man dem Kunden gebe und wie sorgfältig diese gestaltet würden, „weil es sowieso niemand liest.“ Das werde sogar als vernünftig betrachtet, weil „...das Leben zu kurz ist um all diese Informationen zu lesen.“ (Wetherill). Maßstab für eine angemessene Information der Verbraucher müsse sein, was den Konsumenten in die Lage versetze, eine informierte Entscheidung zu treffen. Dazu sollte man erwägen, Produkte, die man nicht verständlich erklären kann, nicht für den Handel zuzulassen. Standardisierung und auf den Abschluss bezogene Informationen – wo es sinnvoll ist auch personalisiert – helfen mehr als „Information-Overload“.

Ministerialrat Dr. Erich Paetz, Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz, beschrieb die verbraucherpolitischen Ziele der Bundesregierung. Das Informations-Ungleichgewicht solle vermindert werden, um dem durchschnittlichen Kunden eine informierte Entscheidung zu ermöglichen. Dabei werde vielfach doch vom Bild des „mündigen Verbrauchers“ ausgegangen. Im Prinzip sei zusätzliche Information gut, auch wenn zu viel Schaden könne. Überflüssige Information sei nur lästig. Wenn wichtige Informationen nicht gegeben würden, könne aber Schaden entstehen. Aus dieser Erkenntnis sei das Produktinformationsblatt entstanden. Durch das erhalte der Verbraucher in kompakter Form die wichtigsten Informationen zum jeweiligen Versicherungsschutz.

Im Übrigen habe der deutsche Gesetzgeber oft eingeschränkte Gestaltungsmöglichkeiten, weil viele europäische Vorgaben zwingend seien. Beschlossene Regeln würden auch evaluiert. So sei z. B. das Informationsblatt zu Anlagen evaluiert und sprachlich verbessert worden. Für digitale Medien werde versucht, den Umfang und die Komplexität der Informationen radikal zu reduzieren.

Die anschließende lebhafte Diskussion mit dem Publikum drehte sich um die These Schwintowskis, der Verbraucher benötige weniger Information, wenn er sich eines sachkundigen Beraters bediene und die Frage, welcher Mehrwert dem erheblichen Aufwand auf Seiten der Versicherer gegenüber stehe. Paetz unterschied dabei zwischen Produktinformationen des „Herstellers“ und den individuellen Aspekten, die der Berater zu erklären habe. Ein Diskutant merkte kritisch an, dass detaillierte Vorgaben zu Aufbau, Inhalt und Gestaltung von Informationsblättern zu Missbrauch einladen würden. Es sei vorhersehbar, dass Kanzleien und Abmahnspezialisten ein Geschäftsmodell daraus entwickeln würden, kostenbewehrte Unterlassungserklärungen zu fordern, wenn auch nur die Farbe eines Unterpunktes nicht dem vorgeschriebenen Muster entspreche. Als Fazit war festzuhalten: Die Versicherungsvertriebsrichtlinie gilt auch für den Online-Vertrieb, Ratingagenturen und Verbraucherschützer bleiben wichtig und die BaFin ist die richtige Instanz, um Fehlentwicklungen zu korrigieren.

Prof. Schwintowski dankte den Referenten für die anregenden Vorträge und dem Publikum für die interessanten Fragen sowie das zahlreiche Erscheinen.

Vorstand Dilge kündigte das nächste Fachgespräch am 21. Juni 2017 im Haus der Funk Versicherungsmakler GmbH an, das die Umsetzung der IDD in deutsches Recht behandeln werde. Dann lud er die Gäste namens des Vereins zu einem Imbiss ein und schloss das Fachgespräch um 20:15 Uhr. In kleinen Runden diskutierten viele Gäste dann weitere interessante Gesichtspunkte des Themas.

Berlin, den 06.04.2017
Dietmar Neuleuf