



Bonner Erklärung

„Die Ausschließlichkeit im Spannungsfeld von Regulierung und Digitalisierung“

Die Vorsitzenden der Vertretervereinigungen der deutschen Versicherungsunternehmen, das Präsidium des Bundesverbandes Deutscher Versicherungskaufleute e.V. (BVK) sowie die Vorstände des Arbeitskreises Vertretervereinigungen der Deutschen Assekuranz e.V. (AVV), die zusammen mehr als 40.000 Versicherungsvermittler in Deutschland repräsentieren und damit die weitaus größte Interessenvertretung der Versicherungs- und Bausparkkaufleute in Deutschland und Europa sind, verabschiedeten in Bonn die nachstehenden Positionen.

1. Regulierung

Die Anforderungen an Versicherungsvermittler sind in den vergangenen Jahren kontinuierlich erhöht worden. Die Regulierungswellen überrollen den Versicherungsvertrieb inzwischen in immer kürzeren Intervallen. In den letzten Jahren hat die Politik mit der Versicherungsvertriebsrichtlinie (IDD) und dem Lebensversicherungsreformgesetz (LVRG) ordnungspolitisch erheblich in den Markt eingegriffen. Nun erwägt der Gesetzgeber mit einer Deckelung von Abschlussprovisionen bei Lebensversicherungen einen weiteren gravierenden Eingriff, der weder geeignet, angemessen noch erforderlich ist. Die Grundlagen

für diese gravierenden ordnungspolitischen Eingriffe sind für Vermittler nicht mehr nachvollziehbar.

Die deutschen Vermittler erfüllen trotz deutlich rückläufiger Einnahmen nach wie vor ihren sozialpolitischen Auftrag. Die historisch niedrigen Beschwerdezahlen über Vermittler beim Versicherungsombudsmann belegen, dass es keine Interessenkonflikte zwischen qualifizierter Beratung und der Vergütung gibt, die von einigen politischen Entscheidungsträgern und Verbraucherschützern unterstellt werden.

Altersvorsorgeprodukte sind erklärungsbedürftig und werden nur dann auf Akzeptanz stoßen, wenn die Verbraucher die Funktion und den Nutzen erkennen. Die Vermittler leisten hier bei der Bedarfsermittlung der Verbraucher einen wichtigen Beitrag. Im Spannungsfeld zwischen Regulierung und Digitalisierung stoßen zum einen viele Vermittlerbetriebe an ihre Kapazitätsgrenzen. Zum anderen wird auch der Spagat zwischen Bedarfsermittlung bzw. qualifizierter Beratung sowie Kostendeckung für sie immer schwieriger.

Viele Vermittler stellen sich zunehmend die Frage, wie lange sie diese Leistungen noch betriebswirtschaftlich tragfähig erbringen können, wenn die Politik weiterhin ordnungspolitisch in den Markt eingreift. Bereits heute ist ein deutlicher Vermittlerschwund feststellbar, der sich durch weitere Maßnahmen weiter verschärfen wird.

Die deutschen Vermittler fordern angesichts der Flut der bereits erfolgten Regulierungsmaßnahmen, keine weiteren belastenden gesetzlichen Einschnitte zu ihren Ungunsten vorzunehmen.

2. Digitalisierung & Onlinevertrieb

Auch die Digitalisierung erzeugt zunehmend Druck bei den Vermittlern. Viele Versicherer setzen auf den Direktvertrieb und InsurTechs versuchen als neue Wettbewerber die Kundenschnittstelle zu besetzen.

Die Versicherer sollten fair mit den stationären Vermittlern umgehen und sich bewusst darüber sein, dass der stationäre Vertrieb nach wie vor der mit Abstand wichtigste Vertriebskanal ist. Dies liegt an der persönlichen Beratung und der engen Beziehung der Vermittler zu ihren Kunden. Der stationäre Vertrieb hat dabei gegenüber dem Onlinevertrieb einen entscheidenden Vorteil. Die Kunden können durch Vermittler auch hybrid online und offline beraten werden.

Zwar konnte die Gleichbehandlung zwischen stationärem Vertrieb und Onlinevertrieb erfolgreich im Verfahren des BVK gegen Check24 gegen große Widerstände gerichtlich durchgesetzt werden. Die deutschen Vermittler vertreten weiterhin die Position, dass auch Online-Vermittler die gleichen Rechte und Pflichten erfüllen müssen wie der stationäre Vertrieb. Unlauterer Wettbewerb wird entschieden abgelehnt. Insofern begrüßen die Vermittler die erneute Klage des BVK gegen Check24 wegen Umgehung des Provisionsabgabeverbots.

Gleichzeitig betonen die deutschen Vermittler, dass die Möglichkeiten der Digitalisierung und des Onlinevertriebs auch große Chancen beinhalten. Alle Marktteilnehmer müssen für einen fairen Wettbewerb jedoch gleiche Regeln einhalten.

Die deutschen Vermittler fordern von der Versicherungswirtschaft einen fairen Umgang und fairen Wettbewerb zwischen stationärem und Onlinevertrieb.

3. Vergütung

Der bürokratische Aufwand in den Betrieben ist durch die Regulierung von Jahr zu Jahr stetig gewachsen. Gleichzeitig wurden die Abschlussprovisionssätze für Vermittler bei Lebensversicherungen je nach Vertriebsweg signifikant gesenkt. Die durchschnittlichen Provisionen beim Neuvertrieb von Lebensversicherungen lagen zuletzt ziemlich nah an der Zielmarke von 2,5 Prozent, die im Rahmen des Provisionsdeckels im Raum stehen. Laut Referentenentwurf des BMF sollen Vermittler weitere 1,5 Prozent zusätzlich bei der Einhaltung mehrerer Qualitätskriterien bekommen können, beispielsweise bei einer niedrigen Stornoquote und zufriedenen Kunden.

Als Unternehmer müssen Vermittler stets auch die betriebswirtschaftliche Tragfähigkeit ihres Unternehmens im Blick behalten. Sofern eine kostendeckende Beratung von beratungsintensiven Lebensversicherungsprodukten nicht mehr möglich erscheint, werden viele Vermittler zunehmend auf andere Sparten und Bereiche ausweichen, was wiederum der privaten Altersvorsorge und dem Kampf gegen Altersarmut einen Bärendienst erweisen wird.

Wir begrüßen, dass die formulierten Bedenken der Vermittler inzwischen in immer größeren Teilen der Politik auf Verständnis stoßen.

Die Vermittler fordern den Gesetzgeber auf, die unausgereiften Pläne zur Deckelung von Abschlussprovisionen zu verwerfen, da kein Marktversagen vorliegt und die

Auswirkungen kontraproduktiv sind. Vermittler benötigen eine auskömmliche Vergütung, um ihre Kunden auch weiterhin qualitativ hochwertig beraten zu können.

4. Unternehmertum

Die Rahmenbedingungen für Versicherungsvermittler wandeln sich gravierend. Insofern ist das Thema Unternehmertum im Wettbewerb inzwischen von zentraler Bedeutung geworden. Es reicht nicht mehr aus, nur noch ein guter Kundenberater zu sein. Mit dem Selbstverständnis des selbständigen Unternehmers müssen Vermittler ihre Zahlen und ihre Betriebe stets hinterfragen und unter Umständen neu ausrichten und unternehmerische Chancen ergreifen. Zudem sollten Vermittler die Einbeziehung externer Dienstleister prüfen und gegenüber Angeboten der digitalen Vertriebsunterstützung aufgeschlossen sein. Auch sollten Vermittler ihr Handeln und ihre Denkweise stets hinterfragen. Die Erfolge der Vergangenheit garantieren unter den veränderten Rahmenbedingungen keine Erfolge in der Zukunft. Vermittler müssen mit dem Selbstverständnis als selbständige Unternehmer Veränderungsprozesse aktiv anstoßen.

Die Vermittler fordern von den Vertragspartnern, das freie Unternehmertum der Vermittler noch stärker zu respektieren und zu fördern.

5. Demographie

Die demographische Entwicklung bietet große Chancen und Herausforderungen. Immer mehr Vermittler scheiden in den nächsten Jahren altersbedingt aus. Es ist notwendig, gegen den zunehmenden Vermittlerschwund vorzugehen.

Die sich stark wandelnden Bedürfnisse und das Verhalten der Generationen Y und Z eröffnen gerade jungen Vermittlern hervorragende Berufsperspektiven. Denn das Potenzial neuer Absatzwege, zum Beispiel über soziale Netzwerke, wird noch unterdurchschnittlich ausgeschöpft. Dies muss noch stärker als bisher kommuniziert und beworben werden. Der BVK hat das Thema erkannt und wird sich umfassend in einer Kampagne dazu positionieren.

Die Vermittler appellieren an die Versicherungsunternehmen, gemeinsam mit dem BVK eine flächendeckende Nachwuchskampagne zu initiieren.

6. Forderungen

- I. Die deutschen Vermittler fordern angesichts der Flut der bereits erfolgten Regulierungsmaßnahmen, keine weiteren belastenden gesetzlichen Einschnitte zu ihren Ungunsten vorzunehmen.
- II. Die deutschen Vermittler fordern von der Versicherungswirtschaft einen fairen Umgang und fairen Wettbewerb zwischen stationärem und Onlinevertrieb.
- III. Die Vermittler fordern den Gesetzgeber auf, die unausgereiften Pläne zur Deckelung von Abschlussprovisionen zu verwerfen, da kein Marktversagen vorliegt und die Auswirkungen kontraproduktiv sind. Vermittler benötigen eine auskömmliche Vergütung, um ihre Kunden auch weiterhin qualitativ hochwertig beraten zu können.
- IV. Die Vermittler fordern von den Vertragspartnern, das freie Unternehmertum der Vermittler noch stärker zu respektieren und zu fördern.
- V. Die Vermittler appellieren an die Versicherungsunternehmen, gemeinsam mit dem BVK eine flächendeckende Nachwuchskampagne zu initiieren.

Bonn, 10.09.2019