



Von Provisionen und Honoraren

Ein Pressespiegel zum Fall Marsh & McLennan

Die Höhe der Provision ist für den unehrlichen Makler wichtiger als das beste Angebot für den Kunden

«Mitte Oktober [2004] verklagte [Eliot] Spitzer [der Generalstaatsanwalt von New York] den weltgrößten Versicherungsvermittler Marsh & McLennan wegen Provisions-schneiderei. Sein Vorwurf: Statt das beste Angebot für den Kunden herauszusuchen, habe sich der unehrliche Makler nach der Höhe der Provision gerichtet, die er von dem jeweiligen Versicherer erhielt.»

(Die Zeit, 04.11.2004: Wo Milch und Honig flossen.)

«Spitzer hat nach eigenen Angaben Beweise, dass sich grosse Broker und Versicherer in den vergangenen Jahren abgesprochen haben, um die Kunden zu täuschen.»

(Basler Zeitung, 19.10.2004: US-Klage liegt Versicherungen auf dem Magen)

«Die Versicherungsbranche muss sich selber einen Spiegel vorhalten», erklärte Spitzer. «Wenn die Praktiken, die wir identifiziert haben, so weit verbreitet sind, wie sie erscheinen, dann hat das zu Grunde liegende Geschäftsmodell der Branche bedeutende Korrekturen und Reformen nötig.»

(Tagesanzeiger Seite 28, 16.10.2004, Lug und Trug in der Versicherungsbranche)

«Spitzers Vorwurf: Marsh habe nach eigenen finanziellen Interessen entschieden, welcher Versicherer ein Geschäft bekommt. Kunden habe Marsh mehrfach einen offenen Wettbewerb zwischen Versicherern vorgetäuscht, obwohl der Gewinner schon vorab feststand.»

(Handelsblatt, 18.10.2004, US-Skandal um Makler Marsh trifft Versicherer)

«Spitzers Vorwürfe richten sich gegen drei Praktiken: Extraprovisionen, Angebotsbetrug und Verknüpfung von Erst- und Rückversicherungsvermittlung.»

(FINANCIAL TIMES Deutschland, 26.10.2004, Maklerskandal überschattet Branchentreffen)

Undurchsichtiges Geschäftsgebaren

«Das Grundproblem der Maklerschaft ist ihr undurchsichtiges Geschäftsmodell. Sie arbeiten für den Kunden, werden aber vom Versicherer bezahlt. Die in den USA angeprangerten Zusatzprovisionen sind nicht grundsätzlich illegal oder strafbar, wie Rechtsexperten sagen. Die Krux aber ist die Geheimniskrämerei.»

(Handelsblatt, 29.10.2004, Kunden verlangen Klarheit von Maklern)

«Spielt ein Broker einem Konzern ein bestimmtes Volumen zu, wird er mit einer Sonderprämie belohnt. An diesen so genannten Placement service agreements ist grundsätzlich nichts auszusetzen, sofern der Broker in der Suche nach der besten Versicherungsgesellschaft korrekt vorgeht und den Kunden transparent informiert.»

(Finanz und Wirtschaft, 16.10.2004, Eliot Spitzer macht US-Versicherern zu schaffen)

«... die Branche vermittelt traditionell weitgehend gegen Provision. Dabei gibt es schon lange den Reformansatz, diese Art der Versicherungsvermittlung durch eine Vermittlung auf Honorarbasis zu ersetzen.»

(Welt am Sonntag, 14.11.2004, Warum die Justiz Makler ins Visier nimmt)

Provisionen stehen vielfach in keinem Verhältnis zur tatsächlich erbrachten Bearbeitungs- und Vermittlungsdienstleistung

«Das gegenwärtig praktizierte provisionierte Vermittlungssystem führt jedoch sowohl in der Privatkunden-Versicherung als auch in der gewerblichen Versicherung zu einem Provisionsaufkommen bei den Maklern, das vielfach in keinem Verhältnis zu der tatsächlich für den Kunden erbrachten Bearbeitungs- und Vermittlungsdienstleistung steht. Daher ist es kaum verwunderlich, daß weder in der Maklerschaft noch auf deren Verbandsebene Bestrebungen zu erkennen sind, das gegenwärtig vorherrschende System der Vermittlungsprovisionierung im Kern zu reformieren.»

(Welt am Sonntag, 14.11.2004, Warum die Justiz Makler ins Visier nimmt)

Impressum:

VVST-Info, Nr. 1/2005, April 2005
 Newsletter für Partnerinnen und Partner des Versicherers des öffentlichen Verkehrs – Erscheint 2x jährlich.
VVST, der Versicherer des öffentlichen Verkehrs,
 Elisabethenanlage 25, 4051 Basel,
 Postfach, 4002 Basel, www.vvst.ch,
 Tel: 061 270 91 70, Fax: 061 270 91 71, info@vvst.ch
Redaktion: Peter Vetter (peter.vetter@vvst.ch), Valérie Cuevas (valerie.cuevas@vvst.ch), Marlène Grélat (marlene.grelat@vvst.ch), Jürg Seiberth (juerg@seiberth.ch)
Gestaltung und Realisation: www.seiberth.ch
Druck: Gissler Druck AG, Allschwil

«Die meisten Broker besitzen Rahmenverträge mit einigen wenigen Firmen. Zwischen «Makler und Gesellschaft fließen Provisionen für Abschlüsse, jährliche Courtagen für die Kundenbetreuung, Extra-Kommissionen für hohe Volumina. Die finanziellen Anreize sind gross, den Kunden jene Offerten zu vermitteln, an denen man selbst am meisten verdient - und nicht jene, die den Kunden am meisten dienen.»

(Neue Zürcher Zeitung (am Sonntag), 31.10.2004, Was Brot ich ess, des Lied ich sing)

Überflüssige Risikoleistungen und möglichst viel Prämienvolumen bei der gleichen Gesellschaft

«In der Kritik stehen vor allem zwei Dinge: Zum einen sind die Gebühren für die Kundenbetreuung (Courtage) meist vom Prämienvolumen abhängig. Das führt dazu, dass den Kunden überflüssige Risikoleistungen aufgeschwatzt werden, um zu mehr Volumen zu kommen. Zum anderen werden die Makler mit «Superprovisionen» («over-

riding commissions») dazu verleitet, möglichst viel Prämienvolumen bei der gleichen Gesellschaft zu placieren.»

«Das «Net-Quoting» ist für viele Broker ein Schreckgespenst, bedeutete es doch, dass sie den Kunden nur noch ihre effektive Arbeit in Rechnung stellen könnten.»

(Neue Zürcher Zeitung (am Sonntag), 31.10.2004, Was Brot ich ess, des Lied ich sing)

«Versicherungsbroker sind nützlich: Sie helfen Kunden, den gewünschten Versicherungsschutz zu finden, zum bestmöglichen Preis. Bezahlen lassen sie sich für diese Dienste meist nicht vom Kunden selbst, sondern von der Versicherungsgesellschaft, bei welcher sie die Kunden placieren. Damit ist die Versuchung gross, die Kunden nicht dort unterzubringen, wo es für diese am besten ist, sondern dort, wo die Broker selbst am meisten verdienen.»

««Schuld» daran sind nicht die Broker, sondern die Versicherungsunternehmen, die sich meist weigern, «Nettoprämien» zu

berechnen. Letztlich sind hohe Provisionen aber vor allem kostentreibend.»

(Neue Zürcher Zeitung (am Sonntag), 14.11.2004, Schweizer Versicherungs-Broker sollen nur sanft überwacht werden)

Neues Geschäftsmodell für Marsh & McLennan: Allein die Kunden sollen künftig für die Vermittlung von Policen zahlen

«Der durch skandalöse Geschäftspraktiken unter Druck geratene US-Makler Marsh & McLennan wird sein Verhältnis zu den Versicherungskonzernen neu definieren. Das Unternehmen versprach einen harten Schnitt: Ein neues Geschäftsmodell soll sicherstellen, dass für Abschlüsse künftig keinerlei Geld mehr von den Versicherern an den Makler fließt. Allein die Kunden, überwiegend Unternehmen, sollen künftig für die Vermittlung von Policen zahlen, kündigte der erst am Montag ernannte neue Vorstandschef Michael Cherkasky an.»

(Handelsblatt, 28.10.2004, Marsh kündigt neues Geschäftsmodell an)