

Nordbayerischer Versicherungstag in Coburg Lebendige Diskussion über Branchenimage

„Versicherungen im Spannungsfeld zwischen Wahrnehmung und Wirklichkeit“, so lautete das Leitthema des diesjährigen Nordbayerischen Versicherungstages, der am 14. November an der Hochschule in Coburg stattfand. Experten aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft diskutierten über aktuelle Themen in der Lebens- und Krankenversicherung sowie im Vertrieb.

„Versicherungen im Spannungsfeld zwischen Wahrnehmung und Wirklichkeit“, so lautete das Leitthema des diesjährigen Nordbayerischen Versicherungstages, der am 14. November an der Hochschule in Coburg stattfand. Experten aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft diskutierten über aktuelle Themen in der Lebens- und Krankenversicherung sowie im Vertrieb. Aber auch das Image der Versicherungswirtschaft und die Rolle des Rechts im Spannungsverhältnis zwischen Wahrnehmung und Wirklichkeit standen im Mittelpunkt.

Versicherungswirtschaft besser als ihr Ruf

Die Versicherungsbranche steht seit geraumer Zeit im kritischen Fokus der Öffentlichkeit und muss immer wieder gegen eine negative Berichterstattung in den Medien ankämpfen. So wird über einzelne Fälle, bei denen Versicherer berechtigterweise keine Leistungen auszahlen, ausführlich berichtet. „Von den vielen reibungslosen Leistungen an Millionen zufriedener Kunden ist hingegen kaum die Rede“, erklärte der Vorstandsvorsitzende des PKV-Verbandes Uwe Laue. Über mehrere Gesetzes- und freiwillige Brancheninitiativen will man die Transparenz und das Verbraucherschutzniveau weiter erhöhen. Hier setzt auch der im Juli evaluierte Verhaltenskodex für den Vertrieb von Versicherungsprodukten an. Zudem soll das Berufsbild des Versicherungsvermittlers über die Initiative „gut beraten“ qualitativ aufgewertet werden. „Die Versicherungswirtschaft ist dabei ihre Hausaufgaben zu machen“, erklärte Laue und sieht sich auf die vielfältigen politischen und gesetzlichen Veränderungen gut vorbereitet. Aber auch jeder Mitarbeiter und Vermittler ist aufgefordert, das Image der Versicherungswirtschaft täglich nachhaltig positiv zu beeinflussen und zu zeigen, dass man weit besser ist als der Ruf.

Image-Falle: Alte Probleme, neue Chancen?

Dr. Marc Surminski, Chefredakteur der Zeitschrift für Versicherungswesen, sieht das Kernproblem der Versicherungswirtschaft darin, dass das Selbstbild der Branche nicht mit dem Bild bei den Menschen übereinstimmt. Zahlreiche Skandale haben das traditionell ohnehin weniger positive Image zuletzt weiter verschlechtert. Mittlerweile habe auch die Verbraucherschutzpolitik die Versicherer als Regulierungsobjekt entdeckt. „Zudem sehen immer mehr Politiker hier Profilierungschancen – und jede Skandalmeldung erhöhe die Eingriffsbereitschaft“, sagte Dr. Surminski. Wichtig sei, die Selbstreinigungskräfte zu aktivieren, etwa durch mehr freiwillige Transparenz und bessere Kommunikation. Im Vertrieb gebe es bereits vielversprechende Handlungsansätze der Branche, wie den Vertriebskodex oder die Initiative „Ehrbarer Kaufmann“. Aber auch über neue Ansätze bei der Vergütung müsse intensiv nachgedacht werden. „Mehr laufende Vergütungselemente statt der hohen Abschlussprovisionen in den Personenversicherungen könnten dabei helfen, die Probleme mit stark abschlussorientierten Vertriebsformen auszutrocknen und den Qualitätsvertrieb zu fördern“, so Dr. Surminski.

Die Rolle des Rechts im Spannungsverhältnis von Wahrnehmung und Wirklichkeit

„Den Versicherern haftet in der Öffentlichkeit vielfach das Etikett an, Nein-Sager zu sein, wenn sie in Anspruch genommen werden“, sagte Prof. Dr. Günter Hirsch, Versicherungsombudsmann und ehemaliger Präsident des Bundesgerichtshofs. Eine Erhebung des Bundesministeriums der Justiz bei den Gerichten hat den Vorwurf systematischer Verweigerung oder Verschleppung von

berechtigten Ansprüchen der Versicherungsnehmer nicht bestätigt. Auch vor Gericht trifft man immer wieder auf das Phänomen von Wahrnehmung und Wirklichkeit. So beurteilen Richter häufig nicht das wirkliche Geschehen, sondern dessen Wahrnehmung über beteiligte Parteien und Zeugen. „Aber auch die unterschiedlichen Wahrnehmungen, die jeder Richter täglich macht und die er als Vorverständnis in sich trägt, wirken sich auf die Rechtsprechung aus“, erklärte Prof. Dr. Hirsch. Die Schere zwischen Wahrnehmung und Wirklichkeit gewinnt eine neue Dimension, wenn es um die „Medien-Wahrheit“ als Massenphänomen geht. „Die Wahrnehmung der Versicherer als notorische Nein-Sager ist ein Beispiel dafür, wie Einzelfälle so präsentiert werden, dass sie nicht als Ausnahme, sondern als typisches Verhalten erscheinen“, sagte Prof. Dr. Hirsch. „Das Mädchen Justitia trägt eine Augenbinde, um ohne Ansehen der Person zu urteilen. Vielleicht aber auch, um zu signalisieren, dass es vor Gericht nicht auf die Wahrnehmung ankommt, sondern auf Wahrheit und Wirklichkeit“, so der ehemalige Präsident des Bundesgerichtshofs.

Durch Weiterbildung die Qualität der Kundenberatung steigern

Im Fokus der Kritik steht häufig auch die Qualität der Kundenberatung. „Mit dem Berufsverband BWV, den 34 regionalen Berufsbildungswerken und der Deutschen Versicherungsakademie (DVA) hat die Branche eine Bildungslandschaft geschaffen, die ihresgleichen sucht“, erklärte Wolfgang Flaßhoff, Vorstandsvorsitzender des BWV Nordbayern-Thüringen. Zahlreiche Bildungsgänge, Expertenstudiengänge und Vertiefungskurse sorgen für ein flächendeckendes Bildungsangebot, das vor allem an die Vermittlerschaft gerichtet ist, also an die Menschen, die sich der qualifizierten Beratung ihrer Kunden widmen. So haben allein in den letzten fünf Jahren rund 50.000 Teilnehmer den geprüften Lehrgang Versicherungsfachmann/-frau absolviert und an der IHK-Sachkundeprüfung für Vermittler teilgenommen. Zudem absolvierten etwa 5.400 Teilnehmer im gleichen Zeitraum die Prüfung als Versicherungsfachwirt/-in beziehungsweise Fachwirt/-in für Versicherungen und Finanzen, die sogenannte Meisterprüfung der Branche. „Mit der Anfang 2014 startenden Initiative „gut beraten“ geht die Versicherungswirtschaft nun einen Schritt weiter und möchte ihre Vermittler vor allem durch eine regelmäßige Weiterbildung in Bezug auf ihre Fach- und Beratungskompetenz noch mehr professionalisieren“, sagte Flaßhoff. Das Sammeln von „Weiterbildungspunkten“ nach vorgegebenen Regeln und deren zentrale Registrierung erlauben es den Vermittlern, ihren Kenntnisstand gegenüber den Kunden nachzuweisen und so eine noch höhere Akzeptanz zu erreichen.

Einzigartiges Netzwerk aus Lehre, Forschung und Weiterbildung

Der Nordbayerische Versicherungstag wurde vom Berufsbildungswerk der Versicherungswirtschaft Nordbayern-Thüringen in Kooperation mit Forum V ausgerichtet. Forum V, das nordbayerische Institut für Versicherungswissenschaft und -wirtschaft an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg, ist ein Zusammenschluss von nordbayerischen Hochschulen, Verbänden und den vier ansässigen Versicherungsunternehmen ERGO Direkt Versicherungen, HUK-COBURG Versicherungsgruppe, NÜRNBERGER Versicherungsgruppe und uniVersa Versicherungen. „Mit Forum V haben wir seit der Gründung im Jahr 2009 ein einzigartiges Netzwerk mit Fokus auf Lehre, Forschung und Weiterbildung geschaffen und uns als Leuchtturm für Versicherungen in Nordbayern etabliert“, erklärte Vorstandsvorsitzende Prof. Dr. Nadine Gatzert. Sie freute sich besonders, dass die Finanzierung von Forum V und der beteiligten Lehrstühle aufgrund der erfolgreichen Arbeit um weitere fünf Jahre verlängert und die von den Versicherungsunternehmen bereitgestellten Mitarbeiterkapazitäten für die Versicherungslehrstühle an der Universität Erlangen-Nürnberg sowie die Professur an der Hochschule Coburg von den beteiligten Hochschulen entsprechend einem wegweisenden „1+1-Modell“ sogar verdoppelt wurden. Dies trage zur weiteren substantiellen Stärkung der beteiligten Hochschulen als Forschungszentrum im Versicherungsbereich bei, ebenso wie zur Etablierung von Kooperationen mit nationalen und internationalen Universitäten und Unternehmen zur standortübergreifenden Zusammenarbeit in Forschung und Lehre, so Prof. Dr. Gatzert.

Grundlagen der Meinungsbildung und vertrauensbildende Maßnahmen

Prof. Dr. Petra Gruner, Leiterin der Bachelor- und Masterstudiengänge in Coburg, sieht die Aufgabe der Hochschule auch darin, Studierende für das Meinungsbild in der Öffentlichkeit zu sensibilisieren. Dazu werden Grundlagen der Wahrnehmung und Informationsverarbeitung unterrichtet. Ebenso die Entstehung und Bedeutung von Images. „Versicherungen sind ein immaterielles Gut und haben mit sensiblen Lebensbereichen, wie Geld, Gesundheit und Tod zu tun. Zudem sind sie mit Konsumverzicht verbunden“, erklärte Prof. Dr. Gruner. Deswegen sei es besonders wichtig, Vertrauen aufzubauen. Hierzu gab sie aus der Forschung einige Verhaltensregeln und Tipps: „Erwartungen erklären, Transparenz schaffen, Nutzen stiften, Versprechen halten, Respekt zeigen, ehrlich sein und gegebenenfalls Fehler wieder gut machen“, so Prof. Dr. Gruner.

Hintergrundinformation im Internet

Die beiden Veranstalter haben zum Nordbayerischen Versicherungstag im Internet unter www.versicherungstag.de eine spezielle Website geschaltet, über die Interessierte weitere Informationen zur Veranstaltung und zu den Vorträgen finden.

Pressekontakt:

Sabine Richter
BWV Nordbayern-Thüringen e.V.
Telefon: 0911 / 531 - 3836
E-Mail: sabine.richter@versicherungstag.de

Internet: www.versicherungstag.de

Stefan Taschner
Telefon: 0911 / 5307 - 1698
E-Mail: taschner@universa.de

