

Eigentor:

Provisionsabgabeverbot

Für Versicherungsvermittler aller Couleur wird mit der hochwahrscheinlich anstehenden Aufhebung des Provisionsabgabeverbots eine neue Runde im Überlebenskampf eingeläutet. Der Preiswettbewerb auf diesem Feld wird sich im Geschäft mit kleinen wie großen Kunden verheerend auswirken.

Das Margen-Niveau wird zwangsläufig stetig sinken. Für den Vermittler bedeutet das: Mehr Abschlüsse im Eiltempo, sofern möglich. Der Gesetzgeber respektive die BAFin forcieren somit einen Wettbewerb zugunsten des Akkord-Verkaufs. Makler, die bisher ein ausbalanciertes Geschäftsmodell verfolgten und sich damit auch wirtschaftlich vernünftig einrichten konnten, bekommen Stress von einer ganz neuen Seite. Zudem wird seitens der Produktgeber die Motivation zur Schaffung von Netto-Tarifen sowie echten Honorartarifen abnehmen.

Die Mehrheit der in Versicherungsdingen ungeübten Verbraucher wird dem Turbo-Verkäufer mit den günstigsten Konditionen vertrauen. Dem Stolz auf einen „Schnäppchenkauf“ werden noch mehr „Aha“-Erlebnisse im Leistungsfall folgen.

Der klaren Position des GDV in dieser Sache kann nur uneingeschränkt zugestimmt werden. Mit der einhundertprozentigen Aufhebung des Provisionsabgabeverbots wird das Image der Versicherungsvermittlung seinen finalen K.O. erhalten.

Und: Die Polarisierung des Marktes in garnicht bis schlecht beratene Verbraucher und bestens beratene Verbraucher wird durch die Aufhebung des Provisionsabgabeverbotes rasant zunehmen.



Herzlichst
Ihr

Klaus Barde
Herausgeber

Mit über 100 Jahren
Schweizer Erfahrung
und gesundem Weitblick:
Der Tarifbaustein
Gesundheit plus.

- mit Schadenfreiheitsrabatt
- ohne Altersrückstellung



Zahlen Ihre Kunden gerne die Praxisgebühr und andere Eigenbeteiligungen? Wahrscheinlich nicht. Deshalb übernehmen wir das. Genauso wie die Kosten für Sehhilfen, umfangreiche Vorsorgeuntersuchungen, freie Krankenhauswahl und die Auslandsreisekrankenversicherung. Und das alles für ein Beiträgli, das fair kalkuliert ist und noch kleiner wird, wenn man uns mal nicht braucht. Sind das nicht beste Argumente, um Ihre Kunden zu überzeugen? Noch mehr finden Sie unter www.cssvertriebspartner.com

Ein Unternehmen
der Schweizer
CSS Versicherungsgruppe

