

Entlohnung und Regulierung unabhängiger Versicherungsvermittler

Andreas Richter und Jörg Schiller

Discussion Paper 2008-13

November 2008



Munich School of Management

University of Munich

Fakultät für Betriebswirtschaft

Ludwig-Maximilians-Universität München

Online at <http://epub.ub.uni-muenchen.de/>

Entlohnung und Regulierung unabhängiger Versicherungsvermittler*

Andreas Richter und Jörg Schiller
Ludwig-Maximilians-Universität München

November 2008

Zusammenfassung

Unabhängige Vermittler erbringen im Rahmen Ihrer Tätigkeiten wichtige Dienstleistungen für Versicherungsunternehmen und Versicherungsnehmer. Zum einen soll für Versicherungsnehmer in vielen Bereichen passender Versicherungsschutz besorgt werden (Produktauswahl). Darüber hinaus können Vermittler im Rahmen ihrer Beratung zum Teil wichtige risikorelevante Umstände von Versicherungsnehmern beobachten, die Versicherungsunternehmen zu Berechnung adäquater Prämien benötigen (Risikoklassifikation). Ziel des Beitrages ist es, die Auswirkungen unterschiedlicher Entlohnungssysteme für unabhängige Versicherungsvermittler auf zentrale Marktfunktionen zu untersuchen. Darüber hinaus soll eingehender analysiert werden, inwieweit die Neuregelungen zum Vermittlerrecht in Deutschland dazu geeignet sind, die Beratungsqualität bzw. Effizienz der Intermediation durch unabhängige Vermittler im Bereich komplexer Risiken zu erhöhen.

JEL: D28, G22, G24

Keywords: Insurance intermediation, compensation, regulation

1 Einleitung

Versicherungsverträge werden über eine Vielzahl unterschiedlicher Absatzkanäle vertrieben, wobei der Vertrieb durch Vermittler in fast allen Versicherungssparten immer noch die größte Bedeutung hat. Vor dem Hintergrund weitreichender Regulierungsmaßnahmen innerhalb der Europäischen Union war und ist die Vermittlung von Versicherungsverträgen Gegenstand von Diskussionen in Theorie und Praxis.

In Deutschland wurde im Jahr 2007 eine Reihe unterschiedlicher Regulierungsmaßnahmen umgesetzt, die auch den Bereich der Versicherungsvermittlung nachhaltig verändert haben. Zunächst wurde mit dem Gesetz zur Neuregelung des Versicherungsvermittlerrechts, das im Mai 2007 in Kraft trat, der grundsätzliche Rechtsrahmen für die Versicherungsvermittlung in Deutschland an Europäisches Recht angeglichen. Im Rahmen der Reform wurde die EU-Vermittlerrichtlinie (2002/92/EG) aus dem Jahr 2002 mit fast zweieinhalb-jähriger Ver-

* Jörg Schiller dankt der DFG für die Förderung des Forschungsprojektes „Funktion und Vergütung von Maklern in der Industrieversicherung“ (SCHI 1004/3-1) und dem Insurance and Risk Management Department der Wharton School (University of Pennsylvania, Philadelphia) für die Gastfreundschaft während seines Forschungsaufenthaltes.

spätung in deutsches Recht umgesetzt.¹ Mit der Neuregelung des Versicherungsvermittlerrechts wurde in Deutschland erstmalig die Vermittlung von Versicherungsverträgen erlaubnispflichtig. Notwendige Voraussetzungen für die Erlaubniserteilung der gewerbsmäßigen Versicherungsvermittlung sind nun nach neuem Recht gemäß § 34d Abs. 1 und 2 Gewerbeordnung (GewO) insbesondere eine angemessene Qualifikation bzw. Sachkunde des Vermittlers, eine Berufshaftpflichtversicherung, geordnete Vermögensverhältnisse sowie ein guter Leumund des Vermittlers. Neben der Erlaubnispflicht wurden im Rahmen der Neuregelung des Vermittlerrechts in den §§ 42 b-d Versicherungsvertragsgesetz (VVG) ebenfalls umfangreiche Mitteilungs-, Beratungs- und Dokumentationspflichten für Versicherungsvermittler eingeführt.

Parallel zu den skizzierten Regulierungsmaßnahmen in der Europäischen Union wird seit einigen Jahren weltweit vor allem im Bereich der gewerblichen und industriellen Versicherung intensiv über die Entlohnung und Regulierung von unabhängigen Vermittlern diskutiert.² Ausgelöst wurde die Debatte insbesondere durch Ermittlungen des damaligen New Yorker Generalstaatsanwaltes Eliot Spitzer im Jahre 2004. Dieser warf führenden US-amerikanischen Maklerfirmen und einigen Versicherungsunternehmen vor, die Preisbildung im Bereich der Gewerbe- und Industrieversicherungen durch kartellmäßige bzw. betrügerische Prämienabsprachen behindert zu haben. Als entscheidender Ausgangspunkt für das wettbewerbsfeindliche Verhalten der Maklerfirmen wurden vorrangig so genannte „Placement Service Agreements“ bzw. „Market Placement Agreements“ identifiziert, die Maklerfirmen zusätzlich zu „normalen“ prämienabhängigen Provisionen beim Vertragsabschluss jährliche und umsatzbezogene bedingte Provisionen („Contingent Commissions“) zusicherten. Die Zahlung von erfolgsabhängigen bedingten Provisionen ist vor allem aus zwei Gründen in die Kritik geraten. Erstens waren diese Provisionszahlungen als Kompensation für transaktionsbezogene Dienstleistungen für Versicherungsunternehmen vorgesehen, wobei jedoch nicht näher spezifiziert wurde, welche Dienstleistungen tatsächlich abgegolten wurden. Die bedingten Provisionen orientierten sich unter anderem an der Erneuerungsquote auslaufender Ver-

¹ Gemäß Artikel 16 Abs. 1 der EU-Vermittlerrichtlinie 2002/92/EG vom 9. Dezember 2002 hätte die Umsetzung in nationales Recht eigentlich bis zum 15.1.2005 erfolgen sollen.

² In Deutschland wurde zum Beispiel wiederholt über das so genannte „Provisionsabgabeverbot“ diskutiert. Auf Grundlage des § 81 Abs. 2 Satz 3 Versicherungsaufsichtsgesetz (VAG) in Verbindung mit einer Anordnung des Reichtsaufsichtsamtes für Privatversicherung aus dem Jahr 1934 für die Lebensversicherung bzw. der Verordnung über das Verbot von Sondervergütungen und Begünstigungsverträgen in der Schadenversicherung ist es Vermittlern verboten, die vom Versicherungsunternehmen erhaltene Provision ganz oder teilweise an den Versicherungsnehmer weiterzugeben (vgl. beispielsweise Nell und Karten, 1994). Mittlerweile wird das nur in Deutschland geltende Provisionsabgabeverbot durch die Vereinbarung von provisionsfreien Nettotarifen zum Teil umgangen, bei der der Versicherungsnehmer direkt mit dem Vermittler die Entlohnung vereinbart (vgl. beispielsweise Umhau, 2003, S. 74, und Schwintowski 2007, S. 4).

träge des betreffenden Versicherungsunternehmens.³ Im Falle von Marsh & McLennan wurde Neu- und Erneuerungsgeschäft gezielt mit Versicherungsunternehmen geschlossen, mit denen man Placement Services Agreements vereinbart hatte. Um das jeweilige Geschäft auch tatsächlich zum gewünschten Anbieter zu steuern, wurden potentiellen Konkurrenzunternehmen von Seiten des Maklers überhöhte Preisvorgaben gemacht, so dass es keinen Wettbewerb um bestimmte Risiken gab. Zweitens waren die bedingten Provisionsvereinbarungen den jeweiligen Versicherungsnehmern in der Regel nicht bekannt.⁴

Die Verfahren gegen Versicherer und Makler wurden im Laufe des Jahres 2005 nach außergerichtlichen Vergleichen eingestellt. Im Zuge der Vergleichsvereinbarungen mussten sich die beteiligten Makler unter anderem dazu verpflichten, umfangreiche Entschädigungsfonds für ihre Kunden einzurichten, vollständig auf die Annahme bedingter Provisionen zu verzichten und die Entlohnung durch Versicherungsunternehmen gegenüber ihren Kunden offenzulegen.⁵

Neben den sehr öffentlichkeitswirksamen Ermittlungen in den Vereinigten Staaten von Amerika wurde im Jahr 2005 eine so genannte Sektorenuntersuchung von der EU-Kommission im Bereich der Unternehmensversicherung initiiert, in deren Rahmen eine Reihe unterschiedlicher Wettbewerbsprobleme untersucht werden sollte. Neben Problemen im Bereich der Mitversicherung von Großrisiken wurde im Verlauf der Sektorenuntersuchung unter anderem die Entlohnung von unabhängigen Versicherungsvermittlern, wie Maklern oder Mehrfachagenten, sehr intensiv diskutiert. Parallel zur Sektorenuntersuchung sind einige skandinavische Länder, z.B. Dänemark und Finnland, dazu übergegangen, jegliche Provisionszahlungen von Versicherungsunternehmen an Makler gesetzlich zu verbieten.⁶

Im Rahmen des vorliegenden Beitrags soll der Einfluss der Entlohnung und Regulierung auf zentrale Marktfunktionen von unabhängigen Versicherungsvermittlern aus ökonomischer Sicht untersucht werden. Dazu werden einleitend in Abschnitt 2 zunächst wichtige

³ Beispielsweise sah ein Placement Service Agreement zwischen Marsh & McLennan und AIG aus dem Jahr 2003 vor, dass Marsh eine zusätzliche Erfolgsprämie von bis zu 3% des vermittelten Prämienumsatzes erhält, wenn die jährliche Erneuerungsquote auslaufender Versicherungsverträge mit AIG oberhalb von 95% lag (vgl. People of the State of New York against Marsh & McLennan Companies, Exhibits to Complaint vom 14.10.2004, S. 3-4, http://www.oag.state.ny.us/media_center/2004/oct/oct14a_04_attach2.pdf)

⁴ Für detaillierte Darstellungen der Ermittlungen und Erkenntnisse siehe beispielsweise Cooper (2007) sowie Schwarcz (2007).

⁵ Vgl. beispielsweise "Agreement between the Attorney General of the State of New York and the Superintendent of Insurance of the State of New York, and Marsh & McLennan Companies, Inc.", vom 30. Januar 2005, <http://www.ins.state.ny.us/press/2005/p0501311.htm>.

⁶ In Finnland ist ein Verbot von Provisionszahlungen bereits im Jahr 2005 in Kraft getreten, wobei eine dreijährige Übergangsfrist gilt. Ein analoges Verbot in Dänemark mit fünfjähriger Übergangsfrist wurde im Verlauf des Jahres 2006 eingeführt (vgl. beispielsweise Kommission der Europäischen Gemeinschaft, 2007, sowie Ladbury, 2007).

Marktfunktionen von Versicherungsvermittlern identifiziert, nämlich die effiziente Auswahl passender Versicherungsprodukte für Versicherungsnehmer und die Risikoklassifikation von Versicherungsnehmern für Versicherungsunternehmen. Nachfolgend werden in Abschnitt 3 zwei grundlegende Entlohnungssysteme sowie wichtige Regulierungsmaßnahmen auf ihre Anreizwirkung in Bezug auf die beiden genannten Funktionen hin untersucht. Abschließend werden die wichtigsten Erkenntnisse der Untersuchung kurz zusammengefasst und ein kurzer Ausblick auf zukünftigen Handlungsbedarf gegeben.

2 Grundlegende Marktfunktionen unabhängiger Versicherungsvermittler

Sowohl Banken als auch Versicherer stellen in ihrer Funktion als Finanzintermediäre Konsumenten eine breite Palette unterschiedlicher Finanz- bzw. Kapitalmarktprodukte bereit. Neben der zeitlichen Gestaltung von Zahlungsreihen beinhalten Bank- und Versicherungstransaktionen vielfach einen nachhaltigen Risikotransfer. Letzterer kann dabei sehr unterschiedliche Risikoarten betreffen. Im Gegensatz zu klassischen Bankprodukten, wie Darlehen oder Sparplänen, bei denen Marktrisiken zum Beispiel durch die Vereinbarung von festen Zinssätzen zum Teil von Banken getragen werden, steht bei Versicherungsprodukten in der Regel der Transfer sehr operationeller Risiken, wie beispielsweise Haftpflicht-, Sach- oder Betriebsunterbrechungsrisiken, im Vordergrund. Gerade im Hinblick auf die transferierten Risiken kann ein erheblicher Unterschied zwischen Bank- und Versicherungsprodukten festgestellt werden, der sich unter anderem beim Produktvertrieb nachhaltig niederschlägt.

Versicherungsrisiken zeichnen sich vielfach durch eine erhebliche Komplexität aus, die sich dann natürlich auch bei den Eigenschaften entsprechender Versicherungsprodukte widerspiegelt. Gerade in Sparten mit eher komplexen Produkten, in denen sehr unterschiedliche Deckungskonzepte existieren, wie beispielsweise die gewerbliche Haftpflicht- oder Industrieversicherung, sind unabhängige Vermittler, wie Versicherungsmakler und Mehrfachagenten, weltweit einer der wichtigsten Vertriebswege für Versicherungsprodukte.

Unabhängige Vermittler bieten eine Vielzahl unterschiedlicher Dienstleistungen sowohl für Versicherungsnehmer als auch für Versicherungsunternehmen an, die weit über den reinen Verkauf von Versicherungsprodukten hinausgehen.⁷ Bei komplexen Risiken und breitem Produktangebot sind vor allem zwei zentrale Vermittlerdienstleistungen von entscheidender Bedeutung. Wenn Kunden nur unzureichend über ihre Bedürfnisse informiert sind und sich angebotene Versicherungsprodukte in ihren Eigenschaften, z.B. den versicherten Gefah-

⁷ Ein umfassender Überblick über wichtige Dienstleistung des bzw. die Wertschöpfung durch Versicherungsmakler in der Gewerbe- und Industrieversicherung gibt Swiss Re (2004).

ren oder den Risikoausschlüssen, erheblich unterscheiden, bestimmt die Qualität der Risikoanalyse und Produktauswahl durch den Vermittler entscheidend den Kundennutzen.⁸

Zum einen müssen unabhängige Versicherungsvermittler im Rahmen ihrer Vermittlungstätigkeit die Bedürfnisse und Zwänge von Versicherungsunternehmen und Versicherungsnehmern berücksichtigen. Zukünftige Schadenzahlungen und somit die Produktionskosten von Versicherungsprodukten hängen zum Teil erheblich von den Eigenschaften des Versicherungskunden ab. Um der Gefahr der negativen Risikoanalyse zu begegnen, müssen Versicherungsunternehmen in wettbewerblichen Versicherungsmärkten grundsätzlich risikogerechte Prämien erheben. Dies bedeutet, dass Versicherungsunternehmen Prämien anhand beobachtbarer und statistisch signifikanter Größen differenzieren müssen, um im Wettbewerb bestehen zu können.⁹ Versicherungsvermittler können dazu beitragen, die für die Prämien differenzierung erforderlichen Informationen bereitzustellen.

Zum anderen sind Versicherungsnehmer nicht immer vollständig darüber informiert, welches Produkt für sie am besten geeignet ist. In dieser Situation orientiert sich ihre ex ante Zahlungsbereitschaft ohne Beratung durch den Makler am erwarteten Nutzen bei zufälliger Produktwahl. Sind Nutzenunterschiede der angebotenen Produkte gravierend, besteht die Gefahr, dass der ex ante Nutzen der Versicherungsnachfrage geringer ist als die am Markt erhobenen und anhand beobachtbarer Größen differenzierten Versicherungsprämien. In diesem Fall werden potentielle Versicherungsnehmer keinen Versicherungsschutz nachfragen.¹⁰

Durch seine Vermittlungstätigkeit kann ein unabhängiger Versicherungsvermittler die Marktergebnisse in mehrfacher Hinsicht beeinflussen. Zunächst kann er im Rahmen einer Risikoanalyse für Versicherungsnehmer das jeweils passende Produkt ermitteln und somit die Zahlungsbereitschaft von Kunden für Versicherungsschutz erhöhen, so dass die Versicherungsnachfrage insgesamt positiv beeinflusst wird. Allerdings können durch die Tätigkeit des Vermittlers zusätzliche Probleme adverser Selektion entstehen, sofern dieser im Zuge seiner Risikoanalyse nicht-verifizierbare risiko- bzw. kostenrelevante Eigenschaften des Konsumenten beobachten kann. In diesem Fall werden Versicherungsunternehmen daran interessiert sein, die Informationen über die Kundeneigenschaften vom Vermittler zu erhalten, weil der Informationsvorsprung des Vermittlers und somit auch der Versicherungsnehmer dazu führen kann, dass einzelne Risikotypen aufgrund der asymmetrischen Informationsverteilung keinen Versicherungsschutz mehr nachfragen.

⁸ Vgl. hierzu beispielsweise Focht et al. (2008).

⁹ Vgl. beispielsweise Karten (1993), S. 60-64.

¹⁰ Vgl. Schiller (2008).

Vereinfachend können somit im Bereich komplexer Versicherungsprodukte, wie sie beispielsweise häufig im Bereich der gewerblichen oder industriellen Schaden- und Unfallversicherung beobachtet werden können, zwei zentrale Marktfunktionen von Versicherungsvermittlern identifiziert werden. Zum einen muss der Vermittler dem Kunden geeignete Produkte anbieten (Produktauswahl), und zum anderen sollen Versicherungsunternehmen risikorelevante Informationen bereitgestellt werden (Risikoklassifikation).

3 Entlohnung und Regulierung unabhängiger Versicherungsmakler

3.1 Einleitung

Wie schon in der Einleitung kurz skizziert wurde, findet seit einigen Jahren eine sehr lebhaft diskutierte Diskussion über eine effiziente bzw. anreizkompatible Entlohnung sowie geeignete Regulierungsmaßnahmen im Vermittlerbereich statt. Hierbei stehen vor allem zwei Themenbereiche im Fokus. Zum einen werden, wie bereits angesprochen, vor allem erfolgsabhängige bedingte Provisionszahlungen (Contingent Commissions) von Versicherungsunternehmen an Vermittler kritisiert. Zum anderen ist besonders im Bereich der Maklerentlohnung eine Tendenz hin zur Honorarberatung zu konstatieren, die primär durch entsprechende regulierende Eingriffe ausgelöst wurde. So wurde beispielsweise in Schweden eine gesetzliche Vorgabe zur Erhebung von Nettoprämien eingeführt, die indirekt eine Honorarentlohnung durch Versicherungsnehmer impliziert. Dagegen wurde in Finnland und Dänemark durch ein explizites Verbot jeglicher Provisionszahlungen direkt die Honorarberatung als einzige Möglichkeit der Vermittlerentlohnung vorgegeben.

Im Folgenden soll nun vor dem Hintergrund der oben identifizierten Marktfunktionen der Produktauswahl und Risikoklassifikation zunächst erläutert werden, warum unabhängige Versicherungsvermittler in Märkten, in denen die Art der Vermittlerentlohnung nicht gesetzlich reglementiert wird, vorrangig durch prämiensbasierte Provisionen entlohnt werden. Darüber hinaus wird die Zielsetzung einzelner Regulierungsmaßnahmen für unabhängige Vermittler dargestellt.

3.2 Optimale Produktauswahl

3.2.1 Vorbemerkungen

Betrachtet man zuerst isoliert die Produktauswahl durch Vermittler, so ist unmittelbar einleuchtend, dass Produkte für komplexe Risiken, wie beispielsweise gewerbliche Haftpflicht- oder Industrieversicherungen, tendenziell durch unabhängige Vermittler vertrieben werden. Wenn für komplexe Risiken sehr unterschiedliche Deckungsmöglichkeiten bestehen und nicht

jedes Versicherungsunternehmen alle möglichen Deckungskombinationen anbietet, haben unabhängige Vermittler durch eine größere Produktauswahl einen komparativen Vorteil gegenüber Einfirmen- bzw. Einkonzernvertretern. Im Weiteren werden unabhängige Vermittler im Gegensatz zu Einfirmen- bzw. -konzernvermittlern, die als angestellte Vertreter weisungsgebunden und als Ausschließlichkeitsvertreter vertraglich gebunden sind, bei ihrer Produktauswahl zunächst nicht von Versicherungsunternehmen beeinflusst. Diese Aussage gilt jedoch strenggenommen nur dann, wenn die Produktauswahl der unabhängigen Vermittler *im Endeffekt* nicht durch irgendwelche monetären Anreize verzerrt wird.

3.2.2 Beratungsgebühr (Honorarberatung)

Gerade vor dem Hintergrund der letztgenannten Aussage erscheint die Honorarberatung, bei der unabhängige Vermittler ausschließlich durch den Versicherungsnehmer entlohnt werden, einem Provisionssystem eindeutig überlegen. Im Falle einer (fixen) Beratungsgebühr im Rahmen der Honorarberatung, die der Versicherungsnehmer direkt an den Vermittler entrichtet, hat Letzterer keine positiven Anreize, absichtlich eine suboptimale Produktauswahl zu treffen, da er sich durch die Vermittlung eines suboptimalen Produktes keinen finanziellen Vorteil verschaffen kann.¹¹

Die Honorarberatung ist die typische Entlohnung für Versicherungsberater. Gemäß § 42a Absatz 4 VVG ist Versicherungsberater, wer gewerbsmäßig Dritte bei der Vereinbarung, Änderung oder Prüfung von Versicherungsverträgen oder bei der Wahrung von Ansprüchen aus Versicherungsverträgen im Versicherungsfall berät, ohne von einem Versicherungsunternehmen einen wirtschaftlichen Vorteil zu erhalten. Durch das Verbot der Provisionsannahme wird dabei die Unabhängigkeit des Beraters gestärkt und dieser eindeutig dem „Lager“ des Versicherungsnehmers zugeordnet.

Für Versicherungsmakler ist die Honorarberatung nur dann zulässig, wenn Versicherungsunternehmen abschlusskostenfreie Tarife (so genannte Nettotarife) anbieten. In diesem Fall besteht kein Courtageanspruch des Maklers gegen das Versicherungsunternehmen. Der Makler muss jedoch mit dem Versicherungsnehmer eine ausdrückliche Vereinbarung über seine Vergütung treffen.

Bis zur Umsetzung der Neuregelung des Versicherungsvermittlerrechtes konnte die vereinbarte Entlohnung jedoch nur erfolgsabhängig sein, d.h. der Makler wurde nur dann entlohnt, wenn tatsächlich ein Versicherungsvertrag zustande kam. Eine erfolgsunabhängige Entlohnung war insbesondere nach Meinung des ehemaligen Bundesaufsichtsamts für das Versi-

¹¹ Siehe hierzu insbesondere Focht et al. (2008).

cherungswesen (BAV) unzulässig, da mit der Entlohnung, die der Makler vom Versicherungsunternehmen erhält, seine gesamte Tätigkeit abgegolten sei. Begründet wurde die Unzulässigkeit weiter damit, dass die eigenständige Beratung in versicherungsrechtlichen Fragen nur mit einer Erlaubnis nach dem Rechtsberatungsgesetz möglich sei, diese jedoch Versicherungsmaklern grundsätzlich nicht erteilt werden könne, da eine generelle Interessenkollision bestehe. Nach Meinung des BAV sei eine unabhängige und objektive Beratung in Versicherungsangelegenheiten nicht gewährleistet, wenn der Berater zugleich Versicherungsverträge vermittelte und für die Vermittlung vom Versicherer eine erfolgsabhängige Vergütung erhalte.¹² Durch das Gesetz zur Neuregelung des Versicherungsvermittlerrechts ist es einem Versicherungsmakler nunmehr gemäß § 34d Abs. 1 GewO erlaubt, im Unternehmensbereich gegen ein gesondertes Honorar allgemeine Beratungen über Versicherungsverträge durchzuführen, auch wenn diese rechtlich geprägt sind und mit der konkreten Vermittlungstätigkeit nicht in Zusammenhang stehen.¹³

3.2.3 Provisionssystem

In einem Provisionssystem, in dem der Vermittler direkt vom Versicherungsunternehmen durch eine (Abschluss-)Provision¹⁴ entlohnt wird, kann es für den Vermittler insbesondere dann Anreize zu suboptimaler Produktauswahl geben, wenn die Provision des optimal passenden Produktes geringer als die eines suboptimalen Produktes ist. Zentrale Frage ist jedoch, ob es tatsächlich zu einer Situation kommen kann, in der ein suboptimales Produkt mit einer höheren Provision verbunden ist als das optimal passende Produkt. Nur in diesem Fall würde ein Provisionssystem im Gleichgewicht zu ineffizienter Produktauswahl durch den Vermittler führen.

Die optimale Produktauswahl des Vermittlers sollte im Idealfall durch einen funktionierenden Provisionswettbewerb zwischen Versicherungsunternehmen erreicht werden. Wenn die Produktauswahl von Bedeutung ist und die Zahlungsbereitschaft der Kunden für ein optimal passendes Produkt höher als für andere suboptimale Produkte ist, würde der Vermittler

¹² Vgl. Veröffentlichungen des Bundesamtes für das Versicherungswesen VerBAV 9/96, S. 222 sowie Umhau (2003), S. 73-74.

¹³ Vgl. Deutscher Bundestag, Drucksache 16/1935 vom 23.6.2006.

¹⁴ Im Weiteren wird der einheitliche Begriff der Provision verwendet. Einige Autoren, wie beispielsweise Umhau (2003), grenzen die Provision von der (Makler-)Courtage ab. Auf die Courtage hat der Makler aufgrund §§ 93ff. Handelsgesetzbuch (HGB) in Verbindung mit § 354 HGB und § 652 Abs. 1 BGB gegenüber dem Versicherungsunternehmen einen gesetzlichen Anspruch. Ergänzt wird dieser Anspruch jedoch in der Regel durch eine Courtagezusage, die die tatsächliche Höhe der Entlohnung des Maklers regelt. Grundsätzlich ist sowohl die Courtage als auch die Vermittlungsprovision des Mehrfach- oder Einfirmen- bzw. Einkonzernvertreters prämien- und damit erfolgsabhängig. Während für die Courtage in der Regel ein einheitlicher Satz erhoben wird, wird bei der Provision üblicherweise zwischen einer erhöhten Abschlussprovision und einer niedrigeren Folgeprovision unterschieden (vgl. Umhau, 2003, S. 8-17).

durch seine suboptimale Produktauswahl die Zahlungsbereitschaft des Kunden reduzieren. Folglich würde dadurch die maximal extrahierbare Versicherungsprämie sinken, die zur Finanzierung der Provision herangezogen wird. Somit ist es nicht sehr plausibel anzunehmen, dass es im Gleichgewicht tatsächlich zu einer ineffizienten Produktauswahl durch den Vermittler kommt. Wenn Versicherungsunternehmen einen gewissen Preissetzungsspielraum haben, sollte ein Unternehmen, das ein optimal passendes Produkt anbietet, eine höhere Versicherungsprämie verlangen können, da die Zahlungsbereitschaft für dieses Produkt höher ist. Somit kann ein Unternehmen, das das optimal passende Produkt anbietet, auch eine höhere Provision an den Vermittler zahlen als Unternehmen mit suboptimalen Produkten.¹⁵

Zentrale Frage ist jedoch, wie die Provision für den Makler zustande kommt. In dieser Hinsicht ist zunächst der Produktwettbewerb zwischen Versicherungsunternehmen entscheidend. Im Extremfall, in dem nur ein Produkt am Markt existiert, für das die Zahlungsbereitschaft des Versicherungsnehmers die Nettorisikoprämie (also den Erwartungswert der Versicherungsleistungen) übersteigt, wird es zu keinem effektiven Provisionswettbewerb kommen. Aufgrund fehlender Alternativen haben sowohl der Vermittler als auch der Versicherungsnehmer eine relativ schwache Verhandlungsposition. Somit kann in diesem Fall das Versicherungsunternehmen eine relativ hohe Versicherungsprämie erheben und gleichzeitig eine eher niedrige Provision an den Vermittler zahlen, die jedoch zumindest seine Einzelkosten deckt. Wenn jedoch suboptimale Versicherungsprodukte existieren, die sehr enge Substitute zum optimal passenden Produkt sind, steigt die relative Verhandlungsmacht des Vermittlers und folglich seine Provision.¹⁶

Aufgrund der vorangegangenen Argumentation ist davon auszugehen, dass ein Vermittler im Marktgleichgewicht das perfekt passende Produkt wählt. Als weiteres Ergebnis kann festgehalten werden, dass sich die absolute Provisionshöhe primär durch die Konkurrenzsituation im Versicherungsmarkt bzw. die relative Verhandlungsmacht des Vermittlers bestimmt. Die tatsächlichen Kosten des Vermittlers spielen nur dann eine vorrangige Rolle in Hinblick auf die Provisionshöhe, wenn die angebotenen Produkte keine engen Substitute sind, der Preiswettbewerb im Versicherungsmarkt nicht intensiv und der Wettbewerb im Vermittlerbereich intensiv ist. In diesem Fall hat der Vermittler eine geringe Verhandlungsmacht, so dass sich die Provisionshöhe vorrangig an seinen Kosten orientiert. Insgesamt ist jedoch nicht zu erwarten, dass ein systematischer Zusammenhang zwischen der (absoluten) Provisionshöhe und der Beratungsqualität zu beobachten ist.

¹⁵ Siehe hierzu insbesondere Schiller (2008).

¹⁶ Vgl. Schiller (2008).

Im Weiteren kann ebenso konstatiert werden, dass die Transparenz der Vermittlerentlohnung für den Versicherungsnehmer keine notwendige Voraussetzung für einen funktionierenden Wettbewerb im Vermittlermarkt ist. Vielmehr muss nur sichergestellt sein, dass Versicherungsunternehmen Provisionen frei mit dem Vermittler verhandeln können, was außerhalb des Massengeschäftes der Fall sein sollte. Im Weiteren sollte bei funktionsfähigem Provisionswettbewerb ein optimales Produkt immer eine (schwach) höhere Provision als ein suboptimales Produkt aufweisen. Somit kann der Ausweis der Abschlusskosten, wie sie gemäß VVG-Informationspflichtenverordnung für Lebensversicherungsprodukte vorgeschrieben ist, grundsätzlich nur dann einen positiven Einfluss auf die Produktauswahl haben, wenn es nachhaltige Friktionen im Provisionswettbewerb gibt.

Doch selbst wenn der Provisionswettbewerb nur eingeschränkt funktionieren sollte, ist zweifelhaft, ob die Transparenz der Vermittlerentlohnung die Effizienz der Produktauswahl erhöht. Solange der Vermittler gegenüber dem Versicherungsnehmer einen Informationsvorsprung in Hinblick auf die optimale Produktauswahl hat, besteht beim Versicherungsnehmer Qualitätsunsicherheit bezüglich der Beratungsqualität. Informationen über die jeweiligen Provisionen der zur Auswahl stehenden Produkte führen beim Versicherungsnehmer jedoch im Normalfall zu keinem Erkenntnisgewinn, weil der Vermittler – unabhängig davon, ob der Provisionswettbewerb eingeschränkt ist oder nicht – stets das Produkt mit der höchsten Provision wählen wird. Ein Vermittler, der seinem Kunden das Produkt mit der höchsten Provision empfiehlt, kann sich immer auf das Argument zurückziehen, dass im Marktgleichgewicht optimal passende Produkte immer die höchste Provision aufweisen.

3.2.4 Regulatorische Maßnahmen

Die gerade angesprochenen Argumente zeigen, dass Vermittler sowohl bei einer Beratungsgebühr als auch in einem reinen Provisionssystem keine positiven Anreize für eine suboptimale Produktauswahl haben sollten. Um jedoch gewerblich tätigen Vermittlern zusätzliche Anreize für eine sorgfältige Beratung der Versicherungsnehmer zu geben und somit vor allem eine fahrlässige bzw. vorsätzliche Falschberatung zu verhindern, wurden im Rahmen der Neuregelungen des Versicherungsvermittlerrechtes umfangreiche Beratungs- und Dokumentationspflichten eingeführt. Diese zielen vor allem darauf ab, dass gemäß § 42c Abs. 1 VVG alle Vermittler Versicherungsnehmer grundsätzlich nach ihren Wünschen und Bedürfnissen befragen, diese angemessen beraten und ihre Beratung dokumentieren. Des Weiteren ist nach § 42e Satz 1 VVG eine Schadenersatzpflicht für die Verletzung einer vertrags- oder beratungsbezogenen Pflicht vorgesehen, die mit einer Pflicht zum Abschluss einer Berufshaftpflichtver-

sicherung (§ 34d Absatz 2 Nr. 3 GewO) verbunden wurde.¹⁷ Darüber hinaus müssen sich Versicherungsmakler wie schon vor der Reform des Versicherungsvermittlerrechts einen umfassenden Überblick über das bestehende Produktangebot verschaffen.¹⁸ Diese Pflicht ist nun im Zuge der Reform explizit in § 42b Abs. 1 Satz 1 VVG geregelt.¹⁹

3.2.5 Zwischenfazit

Vor dem Hintergrund der Neuregelung des Versicherungsvermittlerrechtes ist davon auszugehen, dass die Produktauswahl unabhängiger Versicherungsvermittler sowohl bei einer Beratungsgebühr als auch in einem Provisionssystem effizient ist. Da der Vermittler im Rahmen der Honorarberatung ausschließlich vom Versicherungsnehmer entlohnt wird, sollte dieser grundsätzlich keinen monetären Anreiz haben, ein suboptimales Produkt zu empfehlen, solange er keine zusätzliche Entlohnung vom Versicherungsunternehmen erhält. Das gleiche gilt grundsätzlich auch im Provisionssystem. Solange der Provisionswettbewerb funktioniert und keine nachhaltigen Friktionen bei der Provisionsvereinbarung existieren, wird es auch dann, wenn der Versicherungsnehmer nicht über die Provisionen der zur Auswahl stehenden Produkte informiert ist, keine Anreize zur suboptimalen Produktauswahl geben. Durch die Einführung umfangreicher Beratungs- und Dokumentationspflichten in Verbindung mit der Pflicht zum Abschluss einer Berufshaftpflichtversicherung werden bei beiden Entlohnungssystemen zusätzliche Anreize für eine sorgfältige und effiziente Produktauswahl gesetzt.

3.3 Optimale Risikoklassifikation

3.3.1 Vorbemerkung

Die Auswahl optimal passender Produkte setzt eine hinreichende Bedarfs- und Risikoanalyse des Vermittlers voraus. In der Regel können Versicherungsunternehmen eine Reihe verifizierbarer Informationen, zum Beispiel die Schadenhistorie oder andere risikorelevante Informationen, bei der Antragstellung erfassen. Wenn jedoch der Vermittler im Rahmen seiner Risikoanalyse zusätzliche nicht-verifizierbare risikorelevante Informationen beobachten kann, wird das Versicherungsunternehmen daran interessiert sein, diese Informationen vom Vermittler zu erhalten, um eine zusätzliche Prämien differenzierung vornehmen zu können. Um jedoch diese Informationen vom Versicherungsvermittler zu erhalten, muss das Versiche-

¹⁷ Die Mindestversicherungssumme der Berufshaftpflichtversicherung beträgt gemäß § 9 Absatz 2 der Verordnung über die Versicherungsvermittlung und -beratung (Versicherungsvermittlungsverordnung – VersVermV) 1 Million Euro für jeden Versicherungsfall und 1,5 Millionen Euro für alle Versicherungsfälle eines Jahres.

¹⁸ Für Versicherungsmakler bestanden schon vor Inkrafttreten der Neuregelung des Vermittlerrechts insbesondere aufgrund der so genannten „Sachwalterentscheidung“ des Bundesgerichtshofes (BGH) umfangreiche vertragliche Verpflichtungen zu einer umfassenden Beratung des Kunden (vgl. beispielsweise Reiff, 2007, S. 3).

¹⁹ Gemäß § 42b Abs. 1 Satz 2 VVG kann der Makler nach neuem Recht seine Beratungsgrundlage einschränken, wenn er seinen Kunden auf die Einschränkung der Versicherer- oder Vertragsauswahl eindeutig hinweist.

rungsunternehmen dem Vermittler entsprechende Anreize setzen, seine nicht-verifizierbaren risikorelevanten Informationen wahrheitsgemäß zu offenbaren. Bei nicht-verifizierbaren Informationen scheiden vertragliche Anreize unmittelbar aus, da nicht-verifizierbare Größen von externen Dritten, wie Gerichten, nicht beobachtet werden können. Deshalb können vertragliche Regelungen, die sich auf diese Größen beziehen, von Gerichten nicht durchgesetzt werden. Somit können dem Vermittler nur monetäre Anreize gesetzt werden.

3.3.2 Beratungsgebühr (Honorarberatung)

Im Hinblick auf die Risikoklassifikation ist unmittelbar einsichtig, dass im Falle der Honorarberatung vom Versicherungsunternehmen keinerlei monetäre Anreize für Vermittler hinsichtlich der wahrheitsgemäßen Risikoklassifikation gesetzt werden können, da der Vermittler ausschließlich vom Versicherungsnehmer entlohnt wird. Wenn also die Risikoklassifikation anhand nicht-verifizierbarer Information von Bedeutung ist, hat die Honorarberatung den zentralen Nachteil, dass Versicherungsunternehmen diese risikorelevanten Informationen nicht direkt über den Vermittler extrahieren können.

Darüber hinaus kann die Honorarberatung zu erheblichen Informationsproblemen führen. Sofern ein Vermittler den tatsächlichen Risikotyp des Versicherungsnehmers kennt und diesen über die konkrete Ausprägung der nicht-verifizierbaren Eigenschaften informieren kann, besitzen Versicherungsnehmer in diesem Fall einen Informationsvorsprung gegenüber Versicherungsunternehmen. Folglich kann die Honorarberatung zu asymmetrischer Informationsverteilung und somit zum bekannten Problem der adversen Selektion führen. Für ein Versicherungsunternehmen gibt es in diesem Fall grundsätzlich zwei Möglichkeiten.

Zum einen kann es Verträge mit einer einheitlichen Versicherungsprämie anbieten. Solche Pooling-Verträge werden jedoch nur dann von beiden Risikotypen nachgefragt, wenn der jeweilige Anbieter dieses Versicherungsproduktes keine Konkurrenten fürchten muss, die das gleiche Produkt zu differenzierten Prämien anbieten. Doch selbst dann wenn ein Versicherungsunternehmen Monopolist für ein bestimmtes Produkt ist, wird ein Poolingvertrag zum Beispiel dann nicht existieren, wenn Risikogruppen mit niedrigen Schadenkosten und niedriger Zahlungsbereitschaft nur einen geringen Teil der Gesamtnachfrage ausmachen. In dieser Situation kann die Versicherungsprämie des Pooling-Vertrages ggf. die Zahlungsbereitschaft von Risikogruppen mit niedrigen Schadenkosten übersteigen.

Zum anderen können Versicherungsunternehmen unter bestimmten Voraussetzungen versuchen, unterschiedliche Kundengruppen durch ein geeignetes Selbstwahlschema zu unterscheiden. In diesem Fall werden die Verträge so ausgestaltet, dass die jeweiligen Risikotypen

unterschiedliche Verträge wählen und somit dem Versicherungsunternehmen indirekt ihren Risikotyp offenbaren. Solche Selbstwahlschemata können sowohl im Monopol als auch im Konkurrenzfall angeboten werden.²⁰ Problematisch ist jedoch, dass in entsprechenden Gleichgewichten einige Risikotypen keinen Versicherungsvertrag oder nur Teilversicherung erhalten. Wenn zum Beispiel der Anteil von Versicherungsnehmern mit hohen Schadenkosten sehr hoch ist, kann es für Versicherungsunternehmen optimal sein, Verträge mit hoher Versicherungsprämie anzubieten, die von Typen mit niedrigen Schadenkosten aufgrund des zu hohen Preises nicht nachgefragt werden. In einer solchen Situation werden dann einzelne Risikotypen vollständig rationiert, so dass sich ein ineffizientes Gleichgewicht einstellt.²¹

3.3.3 Provisionssystem

In einem Provisionssystem wird der Vermittler allein vom Versicherungsunternehmen für seine Dienstleistung entlohnt. Hier haben Versicherungsunternehmen somit grundsätzlich die Möglichkeit, monetäre Anreize für eine wahrheitsgemäße Risikoklassifikation des Maklers zu setzen. Zur Anreizsetzung stehen zwei Provisionsarten zur Verfügung. Einerseits kann das Versicherungsunternehmen prämiensbasierte Provisionen zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses zahlen. Andererseits können (zusätzlich) erfolgsabhängige bedingte Provisionen gezahlt werden, die sich am Umfang oder der Profitabilität des vermittelten Geschäftes orientieren.

Cummins und Doherty (2006) argumentieren, dass nur mit Hilfe bedingter Provisionen adäquate Anreize für eine wahrheitsgemäße Risikoklassifikation von Kunden gesetzt werden können. Sie betrachten eine Situation, in der zwar zwei unterschiedliche Risikotypen existieren, alle Versicherungsnehmer jedoch das gleiche Versicherungsprodukt präferieren. Da die angebotenen Verträge der Versicherungsunternehmen perfekte Substitute sind, haben die Anbieter keinen Preissetzungsspielraum, so dass Verträge nur einen erwarteten Gewinn von null erzielen können. Wenn Versicherungsunternehmen Vermittler allein durch prämiensbasierte Provisionen bei Vertragsabschluss entlohnen, sind Möglichkeiten zur Anreizsetzung im Hinblick auf die Risikoklassifikation zwar begrenzt, aber im Gegensatz zur Ansicht von Cummins und Doherty (2006) durchaus gegeben, wie die nachfolgende Argumentation zeigt. Adäquate Anreize zur Risikoklassifikation ergeben sich vor allem durch die Konkurrenzsituation im Versicherungsmarkt. Im Gleichgewicht mit Vermittlung müssen sich nämlich sowohl Versicherungsnehmer als auch Versicherungsunternehmen (schwach) besser stellen als ohne

²⁰ Vgl. die klassischen Ergebnisse von Rothschild und Stiglitz (1976) sowie Stiglitz (1977).

²¹ Vgl. Schiller (2008) für eine Situation mit vollständiger Rationierung guter Risiken. Der Standardfall der Teilversicherung wird beispielsweise von Rothschild und Stiglitz (1976) dargestellt.

Vermittlung. Gerade dieser Punkt wird von Cummins und Doherty (2006) nicht berücksichtigt.

Sobald sich die Abschlussprovisionen für die Produkte mit hoher und niedriger Versicherungsprämie unterscheiden, hat der Vermittler zunächst einen Anreiz, jeweils nur das Produkt mit der höheren Provision zu vermitteln. Damit jedoch sowohl Versicherungsnehmer als auch Versicherungsunternehmen überhaupt einen Anreiz haben, den Vermittler einzuschalten, muss dieser für beide Marktseiten eine hinreichende Beratungsqualität anbieten. Die grundsätzliche Problematik wird im Folgenden kurz skizziert.

In einem Markt mit einheitlichen bzw. undifferenzierten Produkten und vollständiger Konkurrenz werden Versicherungsunternehmen nur dann den Vermittler einschalten, wenn erstere im Gleichgewicht mit Vermittlung keine Verluste erleiden. Somit muss der Vermittler entweder Kunden mit hohen Schadenkosten ausschließlich Verträge mit hoher Prämie anbieten, oder die Kunden müssen im Durchschnitt richtig klassifiziert werden. Für Kunden mit niedrigen Schadenkosten muss die Risikoklassifikation aus Versicherersicht nicht unbedingt perfekt sein. Jedoch werden uninformierte Versicherungskunden die Dienstleistung des Vermittlers nur dann in Anspruch nehmen, wenn dieses für sie aus Ex-ante-Sicht vorteilhaft ist. Aus diesem Grund muss der Vermittler auch für Kunden mit niedrigen Schadenkosten eine hinreichende Beratungsqualität bieten, d.h. Produkte mit niedriger Prämie anbieten, damit diese Versicherungsdeckung vom Vermittler kaufen.

Wie Schiller (2008) zeigt, gelten die hier skizzierten grundsätzlichen Zusammenhänge auch in einer Situation, in der unterschiedliche Versicherungsprodukte angeboten werden und in der Versicherungsunternehmen gewisse Preissetzungsspielräume haben. Zusammenfassend kann somit festgehalten werden, dass von prämiensbasierten Provisionen direkt zwar keine positiven Anreize in Bezug auf die Risikoklassifikation ausgehen. Von entscheidender Bedeutung ist jedoch, dass rationale Versicherungsnehmer und Versicherungsunternehmen, die die Beratungsqualität des Maklers korrekt antizipieren, nur dann die Dienstleistung des Vermittlers in Anspruch nehmen, wenn dieser eine hinreichende Beratungsqualität bietet. Somit ergeben sich in einem rein prämiensbasierten Provisionssystem hinreichende Anreize zur Risikoklassifikation für den Vermittler unmittelbar aus der Interaktion von Vermittler, Versicherungsnehmer und Versicherungsunternehmen. Der Vermittler ist durch seine zusätzlichen Informationen grundsätzlich in der Lage, die Markteffizienz zu erhöhen. Dabei kann er aufgrund seines Informationsvorsprungs gegenüber Kunden und Versicherungsunternehmen sein Wissen strategisch zu seinem Vorteil einsetzen. Die strategischen Möglichkeiten sind jedoch

sehr eingeschränkt, da er durch seine Dienstleistungen für Versicherungsnehmer und Versicherungsunternehmen einen Mehrwert schaffen muss.

Gerade dann, wenn prämiensbasierte Provisionen nicht zu einer perfekten Risikoklassifikation aller Kundengruppen führen, kann der Einsatz erfolgbasierter bedingter Provisionen die Beratungsqualität erhöhen, wie Cummins und Doherty (2006) zeigen. Dazu können Versicherungsunternehmen in Abhängigkeit von der Profitabilität des vermittelten Geschäftes zusätzliche Ex-post-Zahlungen an den Makler leisten. Jedoch wird die Anreizwirkung erfolgsabhängiger bedingter Provisionen erheblich durch das Transaktionsumfeld beeinflusst. Da Schadenzahlungen Zufallsgrößen sind, hängt ihr Informationsgehalt entscheidend von der Schadenverteilung ab. Je geringer die Schadenhäufigkeit und je höher die Varianz der Schadenhöhen, umso geringer ist der Informationsgehalt und somit unmittelbar die Anreizwirkung solcher bedingter Provisionen. Da Ex-post-Größen, wie Umsatz oder Gewinn, einem gewissen Risiko unterliegen, beinhalten bedingte Provisionsvereinbarungen für Vermittler ein zusätzliches Einkommensrisiko, für das diese in der Regel zusätzlich kompensiert werden müssen. Somit ist insbesondere für Sparten wie die Gewerbe- oder Industrieversicherung, in denen die Risikoklassifikation durch Vermittler von Bedeutung ist, zweifelhaft, ob profitabilitätsbasierte bedingte Provisionen eine hinreichende Anreizwirkung entfalten können.

4 Zusammenfassung und Ausblick

Unabhängige Vermittler erbringen eine Vielzahl unterschiedlicher Dienstleistungen für Versicherungsnehmer und Versicherungsunternehmen. Vereinfachend können im Bereich komplexer Versicherungsprodukte, wie sie beispielsweise häufig im Bereich der gewerblichen oder industriellen Schaden- und Unfallversicherung beobachtet werden können, zwei zentrale Marktfunktionen von Versicherungsvermittlern identifiziert werden. Zum einen kann der Vermittler nur dann am Markt bestehen, wenn er dem Kunden geeignete Produkte für seine individuelle Risikosituation anbietet (Produktauswahl). Zum anderen sollte der Vermittler sicherstellen, dass Versicherungsunternehmen alle risikorelevanten Informationen des Versicherungsnehmers vor Vertragsabschluss erhalten (Risikoklassifikation). Auch wenn unabhängige Versicherungsvermittler weiterhin vorwiegend durch prämiensbasierte Provisionen zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses von Versicherungsunternehmen entlohnt werden, werden Vor- und Nachteile ergänzender erfolgsabhängiger bedingter Provisionen oder alternativer Entlohnungsarten, wie die Entlohnung durch Kunden im Rahmen einer Beratungsgebühr, sehr intensiv diskutiert. Ziel des vorliegenden Beitrags war es, vor dem Hintergrund der geänderten Regulierung den Einfluss der Entlohnung auf die Produktauswahl und Risikoklassifikation von unabhängigen Versicherungsvermittlern aus ökonomischer Sicht zu untersuchen.

Wie die Analyse zeigt, ist im Prinzip davon auszugehen, dass die Produktauswahl unabhängiger Versicherungsvermittler sowohl bei einer Beratungsgebühr als auch in einem Provisionssystem effizient ist. Während der Vermittler im Falle der Honorarberatung keine monetären Anreize hat, ein suboptimales Produkt zu empfehlen, muss in einem Provisionssystem der funktionierende Wettbewerb zwischen Versicherungsunternehmen die effiziente Produktauswahl sicherstellen. Auch wenn nicht davon auszugehen ist, dass Vermittler vorsätzlich ineffiziente Produkte empfehlen, hat der deutsche Gesetzgeber im Rahmen der Neuregelung des Versicherungsvermittlerrechts durch die Einführung umfangreicher Beratungs- und Dokumentationspflichten zusätzliche Anreize für eine sorgfältige und effiziente Produktauswahl gesetzt.

Im Bereich der Risikoklassifikation verdeutlicht die Analyse, dass im Falle der Honorarberatung gravierende Informationsprobleme auftreten können, sofern der Vermittler im Zuge seiner Risikoanalyse nicht-verifizierbare risiko- bzw. kostenrelevante Eigenschaften des Konsumenten beobachten kann. In diesem Fall kann der Informationsvorsprung des Vermittlers und somit auch der Versicherungsnehmer dazu führen, dass einzelne (Risiko)Typen von Versicherungsnehmern aufgrund der asymmetrischen Informationsverteilung keinen Versicherungsschutz mehr nachfragen oder nur Teilversicherung erhalten. Auch wenn von prämierten Provisionen direkt zwar keine positiven Anreize in Bezug auf die Risikoklassifikation ausgehen, werden Versicherungsunternehmen die Dienstleistung des Vermittlers in Anspruch nehmen, wenn dieser eine hinreichende Beratungsqualität bietet. Somit ergeben sich in einem rein prämierten Provisionssystem für den Vermittler hinreichende Anreize zur wahrheitsgemäßen Risikoklassifikation. Nur dann, wenn prämierte Provisionen nicht zu einer perfekten Risikoklassifikation aller Kundengruppen führen, kann der Einsatz erfolgbasierter bedingter Provisionen die Beratungsqualität unter bestimmten Umständen erhöhen.

Literaturverzeichnis

- Cooper, Robert W. (2007), Spitzer's Allegations of the Anticompetitive Effects of Contingent Commissions: A Shot Truly Heard around the World, *Journal of Insurance Regulation*, Jg. 26, S. 83-113.
- Cummins, J. David und Neil A. Doherty (2006), The Economics of Insurance Intermediaries, *Journal of Risk and Insurance*, Jg. 73, S. 359-396.
- Focht, Uwe, Andreas Richter und Jörg Schiller (2008), Matching and Risk Classification in Insurance Markets with Intermediation, Working Paper Ludwig-Maximilians-Universität München.
- Karten, Walter (1993), *Das Einzelrisiko und seine Kalkulation*, Wiesbaden.
- Kommission der Europäischen Gemeinschaft (2007), Business insurance sector inquiry – Interim Report, http://ec.europa.eu/comm/competition/sectors/financial_services/-inquiries/business.html.
- Ladbury, Adrian (2007), Norway eyes insurer commission ban, *Business Insurance*, Jg. 41, S. 29.
- Nell, Martin und Walter Karten (1994), Das Provisionsabgabeverbot für Versicherungsvermittler, in: Hübner, Ulrich et al. (Hrsg.): *Recht und Ökonomie der Versicherung*, Festschrift für Egon Lorenz zum 60. Geburtstag, S. 393-405.
- Reiff, Peter (2007), *Gesetz zur Neuregelung des Versicherungsvermittlerrechts*, Karlsruhe.
- Rothschild, Michael und Joseph Stiglitz (1976), Equilibrium in Competitive Insurance Markets: An Essay on the Economics of Imperfect Information, *Quarterly Journal of Economics*, Jg. 90, S. 629-649.
- Schwarcz, Daniel B. (2007), Beyond Disclosure: The Case for Banning Contingent Commissions, *Yale Law & Policy Review*, Jg. 25, S. 289-336.
- Schiller, Jörg (2008), Matching and Risk Classification in Insurance Markets with Intermediation, Working Paper Ludwig-Maximilians-Universität München.
- Schwintowski, Hans-Peter (2007), *Stellungnahme zum Entwurf eines Gesetzes zur Reform des Versicherungsvertragsrechts*, Humboldt-Universität zu Berlin, vom. 27.3.2007.
- Stiglitz, Joseph (1977), Monopoly Pricing, and Imperfect Information: The Insurance Market, *Review of Economic Studies*, Jg. 44, S. 407-430.

Swiss Re (2004), Broker für Gewerbe- und Rückversicherungen – eine Branche im Umbruch,
Sigma Nr. 2/2004.

Umhau, Gerd (2003), Vergütungssysteme für die Versicherungsvermittlung im Wandel, Karlsruhe.