

07.09.2023 – 00:30 Uhr

Medienmitteilung: 16 Krankenkassen ohne Telefonterror und ohne dubiose Makler

Medienmitteilung

Comparis-Label «Saubere Kundenwerbung»

16 Krankenkassen ohne Telefonterror und ohne dubiose Makler

16 der 43 Krankenkassen garantieren auch im kommenden Prämienherbst mit dem Comparis-Label «Saubere Kundenwerbung» dafür, dass sie weder mit Telefonterror noch dubiosen Vermittlern etwas zu tun haben. 15 Kassen verzichten ganz auf Telefonwerbung und tragen das Label «Keine Telefonwerbung». «Die Comparis-Labels schaffen Transparenz und nützen den Konsumentinnen und Konsumenten mehr als die Branchenvereinbarung, die zwei Jahre nach ihrer Inkraftsetzung überarbeitet wird», so Comparis-Krankenkassenexperte Felix Schneuwly.

Zürich, 7. September 2023 – Seit Jahren versuchen die Verbände der Krankenversicherer, den Telefonterror zu beenden und dubiosen Vermittlern das Handwerk zu legen. Das eidgenössische Parlament hat die rechtliche Grundlage geschaffen, damit der Bundesrat die seit Januar 2021 in Kraft gesetzte und derzeit revidierte Branchenvereinbarung der Krankenkassen als rechtsverbindlich erklären kann.

Comparis-Krankenkassenexperte Felix Schneuwly bezweifelt, dass es die Krankenkassen schaffen, ihre Branchenvereinbarung so anzupassen, dass sie den gesetzlichen Anforderungen entspricht und vom Bundesrat als rechtsverbindlich erklärt werden kann. Das sei deshalb erstaunlich, weil sie lediglich das regle, was das geltende Recht mit dem Fernmeldegesetz und dem Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb bereits verlange. Zudem habe die eidgenössische Finanzmarktaufsicht Finma bereits den Auftrag, dubiosen Versicherungsvermittlern die Akkreditierung zu entziehen, hat das aber noch nie gemacht.

«Die Versuchung, mit dubiosen Callcentern und Vermittlern auf Kundenfang zu gehen, scheint für einige Kassen allerdings so verlockend zu sein, dass sie die Schlupflöcher der Branchenvereinbarung immer wieder ausnutzen. Das ruft erstens die mit Prämiegeldern finanzierte Aufsichtscommission auf den Plan und führt zweitens dazu, dass die Kassen mehr Geld für Kundenwerbung auf jenen Kanälen (z. B. Google) ausgeben, die nicht von den Provisionsdeckeln betroffen sind», so Schneuwly.

Die Comparis-Labels schaffen Transparenz

Angesichts dieser unklaren Situation schaffen die Comparis-Labels «Saubere Kundenwerbung» beziehungsweise «Keine Telefonwerbung» für die Versicherten ohne Mehrkosten schon jetzt Transparenz sowie Klarheit und nützen den Konsumentinnen und Konsumenten mehr als kartellistische Branchenvereinbarungen mit Schlupflöchern.

Bereits zum achten Mal vergibt der Online-Vergleichsdienst Comparis darum das Label «Saubere Kundenwerbung». Nur Krankenkassen, die sich bei der Kundenwerbung vorbildlich verhalten, dürfen das Label nutzen.

Der Vertrag von Comparis verlangt explizit, dass die Regeln des Gesetzes gegen unlauteren Wettbewerb (UWG) bei der Telefon- und E-Mail-Werbung einzuhalten sind. Angerufene erhalten damit das Recht, transparent darüber informiert zu werden, woher der Anrufer ihre Adresse hat.

Darüber hinaus müssen die Krankenkassen Lösch- und Sperrwünsche kontaktierter Personen befolgen. Das Label «Saubere Kundenwerbung» erhalten 16 Krankenkassen. 15 von ihnen – mit * markiert – verzichten ganz auf Telefonwerbung und bekommen deshalb zusätzlich das Label «Keine Telefonwerbung».

- Agrisano*
- Krankenkasse Steffisburg*
- Aquilana*
- SLKK*
- EGK*
- Sodalys*
- Einsiedler Krankenkasse*
- Sumiswalder*
- Glarner Krankenversicherung*
- Rhenusana*
- KPT
- Krankenkasse Vallée d'Entremont*
- Krankenkasse Birchmeier*
- Krankenkasse Visperterminen*
- Krankenkasse Luzerner Hinterland*
- Krankenkasse Wädenswil*

Callcenter tarnen ihre Anrufe als Umfragen

Callcenter kontaktieren Versicherte in der Schweiz oft unter dem Vorwand, eine Umfrage durchzuführen. Wer sich darauf einlässt, soll im selben Telefongespräch oder bei einem späteren Anruf einen Termin mit einem Versicherungsvermittler vereinbaren. Diese Termine verkaufen die Callcenter an die Vermittler. Schneuwly empfiehlt für solche Situationen: «Wer als Umfragen getarnte, unerwünschte Werbeanrufe erhält, sollte immer nachhaken, woher der Anrufer die Telefonnummer hat und für welchen Auftraggeber er anruft. Kann der Anrufer nicht sofort antworten, sollte das Gespräch rasch und bestimmt beendet werden.» Meistens telefonieren die Computer der Callcenter alle möglichen Zahlenkombinationen durch, bis jemand das Telefon abnimmt und staunt, weil er oder sie in keinem Telefonverzeichnis eingetragen ist.

Label «Saubere Kundenwerbung» und Label «Keine Telefonwerbung»

Die genannten Krankenkassen verpflichten sich, ihre Mitarbeitenden und die der beauftragten Makler und Dienstleister entsprechend zu schulen und dafür zu garantieren, dass niemand unrechtmässig kontaktiert wird.

Weitere Informationen:

Felix Schneuwly
Krankenkassen-Experte
Telefon: 079 600 19 12
E-Mail: media@comparis.ch
comparis.ch

Über comparis.ch

Mit über 80 Millionen Besuchen im Jahr zählt comparis.ch zu den meistgenutzten Schweizer Websites. Das Unternehmen vergleicht Tarife und Leistungen von Krankenkassen, Versicherungen, Banken sowie Telecom-Anbietern und bietet das grösste Schweizer Online-Angebot für Autos und Immobilien. Dank umfassender Vergleiche und Bewertungen bringt das Unternehmen Transparenz in den Markt. Dadurch stärkt comparis.ch die Entscheidungskompetenz von Konsumentinnen und Konsumenten. Das Unternehmen wurde 1996 vom Ökonomen Richard Eisler gegründet.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100003671/100910920> abgerufen werden.