

Versicherungsbedingungen: So geht's verständlich(er)

Die aktuelle Auflage der Verständlichkeitsstudie von AMC und Communication Lab stellt erneut Allgemeine Versicherungsbedingungen (AVB) auf den Prüfstand.

Ausgewählte Beispiele zeigen: Es geht auch verständlich in den AVB.

In der aktuellen 4. Auflage der gemeinsamen Verständlichkeitsstudie von AMC und Communication Lab wurden die Bedingungen der Versicherer erneut überprüft. 2012 und 2013 haben AMC und Communication Lab, das Institut für Verständlichkeit, diese Dokumentengruppe erstmalig analysiert. Neben den ernüchternden Ergebnissen (die meisten AVB sind nach wie vor nur schwer verständlich) gibt es auch einige Beispiele, die zeigen wie es geht.

Ausgewählte Lichtblicke & Beispiele

Besonders hervor stechen zum Beispiel die AVB der Allianz, Basler, DKV, ERGO und HUK 24. Sie zeigen deutlich, dass auch in Versicherungsbedingungen eine verständliche Sprache möglich ist.

Damit verbunden ist zunächst das Umschiffen von gängigen Verständlichkeitsbarrieren. Das können Versicherer tun:

- + Lange Sätze kürzen!
- + Informationsdichte reduzieren (ein Gedanke pro Satz).
- + Aktive Sprache verwenden und Handelnde nennen.
- + Verben statt Substantive benutzen.
- + Lange zusammengesetzte Wörter auflösen.
- + Auf unnötige Fachbegriffe und Fremdwörter verzichten.
- + Für eine klare Gliederung und geeignete Lesbarkeit sorgen.

An zwei Beispielen wollen wir aufzeigen, wo die Unterschiede zwischen den gut und weniger gut bewerteten AVB liegen.

Beispiel: Tarifwechsel

- So besser nicht: „Die Umwandlung des Versicherungsschutzes aus einem Tarif, bei dem die Beiträge geschlechtsunabhängig kalkuliert werden, in einen Tarif, bei dem dies nicht der Fall ist, ist ausgeschlossen.“

+ Besser so: „Der Wechsel in einen Tarif, bei dem die Beiträge geschlechtsabhängig kalkuliert werden, ist ausgeschlossen.“

Beispiel: Renten-/ Kapitalleistung

- So besser nicht: „Bei Erleben des Rentenbeginns steht zu diesem Zeitpunkt eine garantierte Kapitalleistung zur Verfügung, im Folgenden garantierte Erlebensfallleistung genannt.“

+ Besser so: „Ihr Vertrag erbringt die folgenden Leistungen: a. Eine lebenslange Altersrente, wenn die versicherte Person zum Rentenbeginn lebt. Anstelle der Altersrente erhalten Sie optional eine Kapitalabfindung“

Oliver Haug, Geschäftsführer von Communication Lab, betont, dass bislang noch zu wenige Versicherer auf verständliche AVB achten. „Wer seine AVB verständlich gestaltet, unterstützt Transparenz und handelt im Kundeninteresse. Viele Versicherer verkennen dieses differenzierende Potenzial in ihren AVB.“

„Nur einige Vorreiter zeigen, dass auch komplexe Dokumente wie Versicherungsbedingungen verständlich sein können. Und das wissen immer mehr Kunden zu schätzen“, ergänzt Dr. Frank Kersten, Geschäftsführer des AMC.

Objektive Verständlichkeits-Messung

In allen Verständlichkeitsstudien setzt Communication Lab eine spezielle Software ein, um die Verständlichkeit von Texten objektiv und nach wissenschaftlichen Methoden zu messen. Grundlage der Bewertung der Verständlichkeit ist der von der Universität Hohenheim entwickelte Hohenheimer Verständlichkeits-Index.

Die Studie mit Benchmarks zu den untersuchten AVB ist für 850,- € zzgl. 19% MwSt. über schubert@amc-forum.de erhältlich.

Mehr zur Studie: www.amc-forum.de/?webcode=1633

Die **AMC Finanzmarkt GmbH** betreut über 100 Partnerunternehmen im AMC-Netzwerk und bietet Beratung, Arbeitskreise, Workshops, Tagungen, Studien und Seminare für Finanzdienstleister an.

Communication Lab entwickelt als Institut für Verständlichkeit Lösungen für die Kommunikation von Unternehmen, Verwaltungen, Behörden und Universitäten.

Kontakt: AMC Finanzmarkt GmbH, Désirée Schubert, schubert@amc-forum.de, 0221 / 3985973.