

Medienmitteilung

Comparis-Label «Saubere Kundenwerbung»

15 Krankenkassen verzichten auf Telefonterror und dubiose Makler

15 von den 51 Krankenkassen garantieren auch 2021 mit dem Comparis-Label «Saubere Kundenwerbung» beziehungsweise 11 zusätzlich mit «Keine Telefonwerbung», dass sie weder mit dem Telefonterror noch mit dubiosen Vermittlern etwas zu tun haben. «Die Comparis-Label schaffen Transparenz und nützen den Konsumentinnen und Konsumenten mehr als Branchenvereinbarungen mit Schlupflöchern», so Comparis-Krankenkassenexperte Felix Schneuwly.

Zürich, 26. August 2021 – Seit Jahren versuchen die Verbände der Krankenversicherer den Telefonterror der Krankenkassenmakler zu beenden und dubiosen Vermittlern das Handwerk zu legen. Der Bundesrat will nun die seit Januar 2021 in Kraft gesetzte Branchenvereinbarung als rechtsverbindlich erklären. So sollen die Aufsichtsbehörden Vergehen mit Bussen bestrafen können. Die dafür notwendigen gesetzlichen Grundlagen für die Kundenwerbung im Bereich der Grund- beziehungsweise Zusatzversicherung sollen trotz Kritik in der Vernehmlassung bald dem Parlament unterbreitet werden.

«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 Branchenvereinbarungen immer wieder ausnutzen», beobachtet Felix Schneuwly, Krankenkassenexperte beim Online-Vergleichsdienst Comparis.

Die Comparis-Label schaffen Transparenz

Angesichts dieser Situation schaffen laut dem Experten die Comparis-Label «Saubere Kundenwerbung» beziehungsweise «Keine Telefonwerbung» für die Versicherten schon jetzt Transparenz und Klarheit und nützen den Konsumentinnen und Konsumenten mehr als Branchenvereinbarungen mit Schlupflöchern.

Bereits zum sechsten 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 15 Krankenkassen. 11 von ihnen – mit * markiert – verzichten ganz auf Telefonwerbung und bekommen deshalb zusätzlich das Label «Keine Telefonwerbung».

- Agrisano*
- Aquilana*
- SLKK*
- Sodalis

- EGK*
- Glarner Krankenversicherung
- KPT*
- Krankenkasse Birchmeier*
- Krankenkasse Luzerner Hinterland*
- Krankenkasse Steffisburg*
- Sumiswalder*
- Rhenusana
- Krankenkasse Vallée d'Entremont*
- Krankenkasse Visperterminen*
- 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: +41 79 600 19 12

E-Mail: media@comparis.ch

www.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. Gegründet 1996 vom Ökonomen Richard Eisler beschäftigt das Unternehmen heute über 200 Mitarbeitende in Zürich.