

Medienmitteilung

Comparis-Label «Saubere Kundenwerbung»

16 Krankenkassen ohne Telefonterror und ohne dubiose Makler

16 der 39 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 zeigen den Konsumentinnen und Konsumenten seit 2015 auf, welche Krankenkassen auf Telefonterror und auf die Zusammenarbeit mit dubiosen Versicherungsvermittlern verzichten.

Zürich, 5. September 2024 – Seit Jahren versuchen die Verbände der Krankenversicherer, den Telefonterror zu beenden und dubiosen Vermittlern das Handwerk zu legen. Der Bundesrat hat nun am 14. August 2024 die Verordnung über die Regulierung der Versicherungsvermittlertätigkeit verabschiedet, welche die telefonische Kaltakquise per 1. September 2024 allen Versicherern untersagt.

Für Comparis-Krankenkassenexperte Felix Schneuwly ist klar, dass nun die Krankenversicherer ohne Comparis-Label beweisen müssen, dass sie die mit dem Bundesratsentscheid per 1. September 2024 als rechtsverbindlich erklärte Branchenvereinbarung einhalten und nicht neue Schlupflöcher finden. Die Comparis-Gütesiegel «Saubere Kundenwerbung» und «Keine Telefonwerbung» schaffen darüber hinaus Klarheit, weil Krankenkassen das Gütesiegel sofort verlieren, wenn sie bei Beschwerden von Versicherten nicht beweisen können, dass sie haltlos sind.

«Die Versuchung, mit dubiosen Callcentern und Vermittlern auf Kundenfang zu gehen, war für einige Kassen trotz Branchenvereinbarung so verlockend, dass sie die Lücken immer wieder ausnutzten. Es ist noch offen, wie die Aufsichtsbehörden (das Bundesamt für Gesundheit [BAG] für die Grundversicherung und die Finanzmarktaufsicht [Finma] für die Zusatzversicherungen) Verstöße konsequent ahnden werden. Außerdem bezahlen die Versicherten indirekt die Bussen, welche die Aufsichtsbehörden Kassen aufbrummen, die sich nicht an die Branchenvereinbarung halten», so Schneuwly.

Die Comparis-Labels schaffen Transparenz

Bereits zum zehnten Mal vergibt der Online-Vergleichsdienst Comparis deshalb 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*
- Aquilana*
- EGK*
- Einsiedler Krankenkasse*
- Glarner Krankenversicherung*
- KPT
- Krankenkasse Birchmeier*
- Krankenkasse Luzerner Hinterland*
- Krankenkasse Steffisburg*
- SLKK*
- Sodalis*
- 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 fragen, 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. Das Unternehmen wurde 1996 vom Ökonomen Richard Eisler gegründet und ist in Privatbesitz. Das Unternehmen gehört heute noch zur Mehrheit dem Gründer Richard Eisler. Es sind keine anderen Unternehmen oder der Staat an ComPAIRIS beteiligt.