

FZID Discussion Papers

CC Health Care Management

Discussion Paper 18-2010

ÖKONOMISCHE ASPEKTE DER ENTLOHNUNG UND REGULIERUNG UNABHÄNGIGER VERSICHERUNGSVERMITTLER

Jörg Schiller

Discussion Paper 18-2010

**ÖKONOMISCHE ASPEKTE DER ENTLOHNUNG
UND REGULIERUNG UNABHÄNGIGER
VERSICHERUNGSVERMITTLER**

Jörg Schiller

Download this Discussion Paper from our homepage:

<https://fzid.uni-hohenheim.de/71978.html>

ISSN 1867-934X (Printausgabe)
ISSN 1868-0720 (Internetausgabe)

Die FZID Discussion Papers dienen der schnellen Verbreitung von Forschungsarbeiten des FZID. Die Beiträge liegen in alleiniger Verantwortung der Autoren und stellen nicht notwendigerweise die Meinung des FZID dar.

FZID Discussion Papers are intended to make results of FZID research available to the public in order to encourage scientific discussion and suggestions for revisions. The authors are solely responsible for the contents which do not necessarily represent the opinion of the FZID.

Ökonomische Aspekte der Entlohnung und Regulierung unabhängiger Versicherungsvermittler*

Jörg Schiller[†]

Zusammenfassung

Die Entlohnung und Regulierung unabhängiger Versicherungsvermittler, wird aktuell vor allem vor dem Hintergrund der Bedeutung und Zukunft der Honorarberatung und -vermittlung intensiv diskutiert. Im Rahmen des vorliegenden Beitrags werden zunächst wichtige ökonomische Erkenntnisse zur Vertriebswegewahl von Versicherungsunternehmen dargestellt. Aufbauend auf zentrale betriebs- und gesamtwirtschaftliche Funktionen unabhängiger Versicherungsvermittler wird untersucht, wie durch unterschiedliche Entlohnungsformen Vermittlern effiziente Anreize gesetzt werden können. In diesem Zusammenhang wird auch der Frage nachgegangen, ob und inwieweit Regulierungsmaßnahmen, wie zum Beispiel ein generelles Verbot oder die Offenlegung von Provisionszahlungen sowie das sogenannte „Provisionsabgabeverbot“, notwendig und geeignet sind, die Effizienz von Versicherungsmärkten zu erhöhen.

Abstract

The compensation and regulation of independent intermediaries is an important issue in insurance markets. With this respect, the profitability and importance of fee-for-service and commission compensation of intermediaries is lively discussed in academia and in the insurance industry. This paper summarizes economic rationales why and in which lines of business insurance companies sell their products via independent intermediaries. With this respect, it is analyzed how different forms of compensation affect important market functions of independent intermediaries. Finally, the economic impact of certain regulatory interventions, like a mandatory disclosure or a general ban of any commissions and the German ban for intermediaries to share commission with policyholders, on market efficiency is discussed.

* Erweiterte schriftliche Fassung eines Vortrags am 10. März 2010 auf der Jahrestagung des Deutschen Vereins für Versicherungswissenschaft in Düsseldorf.

[†] Universität Hohenheim, Lehrstuhl für Versicherungswirtschaft und Sozialsysteme, Fruwirthstr. 48, 70599 Stuttgart, E-Mail: j.schiller@uni-hohenheim.de, Tel.: 0711-459-22869.

1. Einleitung

Versicherungsprodukte werden in vielen Sparten vorrangig über Vermittler angeboten und verkauft. Generell nutzen Versicherungsunternehmen sehr unterschiedliche Vermittlertypen zum Vertrieb ihrer Produkte, die sich vor allem durch die Weisungsbindung bzw. wirtschaftliche Unabhängigkeit unterscheiden. Der unterschiedliche Abhängigkeitsgrad von Vermittlern wird schon aus juristischen Definitionen erkennbar. Gemäß § 59 Abs. 1 Versicherungsvertragsgesetz (VVG) werden sowohl Versicherungsvertreter als auch Versicherungsmakler als Vermittler definiert. Während Versicherungsvertreter von einem Versicherungsunternehmen damit betraut sind, Versicherungsverträge zu vermitteln (§ 59 Abs. 2 VVG), übernehmen Versicherungsmakler für den Auftraggeber (Kunden) die Vermittlung von Versicherungsverträgen, ohne jedoch von einem Versicherungsunternehmen betraut zu sein (§ 59 Abs. 3 VVG). Im Hinblick auf die weitere ökonomische Analyse scheint es zweckmäßig zu sein, unabhängige Vermittler allein anhand der Weisungsbindung und wirtschaftlichen Unabhängigkeit von gebundenen Vermittlern abzugrenzen. Da Vertreter vom Versicherungsunternehmen beauftragt werden, Verträge zu vermitteln, ergibt sich insbesondere für Einfirmer- bzw. Einkonzernvertreter eine starke Weisungsbindung und vor allem eine erhebliche wirtschaftliche Abhängigkeit vom betreffenden Unternehmen. (Echte) Mehrfachvertreter und Finanzvertriebe, die Produkte unterschiedlicher Versicherungsunternehmen bzw. -konzerne vermitteln, können – ebenso wie Versicherungsmakler – aufgrund ihrer größeren Dispositionsmöglichkeiten als unabhängige Vermittler angesehen werden.

In Deutschland besteht gemäß § 34d Abs. 7 Gewerbeordnung für alle selbstständigen Versicherungsvermittler und -berater eine Erlaubnis- und Eintragungspflicht. Tab. 1 fasst die Anzahl der im April 2009 in Deutschland bei den Industrie- und Handelskammern registrierten Vermittler und Berater zusammen. Neben 38.883 Versicherungsmaklern, sind insgesamt 32.484 selbstständige Ein- und Mehrfachvertreter registriert. Im Jahr 2008 waren nach Schätzungen von Towers Perrin in Deutschland unabhängige Versicherungsvermittler mit einem Marktanteil von 28 % (Lebensversicherung) bzw. 23% (Schaden-/Unfallversicherung) einer der wichtigsten Vertriebswege.¹

¹ Vgl. Towers Perrin (2009a, 2009b).

Tab. 1: Versicherungsvermittler und -berater in Deutschland²

Selbstständige Vermittler und Berater	Anzahl
Gebundene Einfirmen- bzw. -konzernvertreter	172.611
Versicherungsvertreter mit Erlaubnis	32.484
Versicherungsmakler	38.883
Produktakzessorische Vermittler	2.465
Versicherungsberater	165

Unabhängige Versicherungsvermittler erbringen unterschiedliche Dienstleistungen für Versicherungsnehmer und Versicherungsunternehmen. Vor dem Hintergrund eingeschränkter Weisungsmöglichkeiten müssen Rechte und Pflichten zwischen unabhängigen Vermittlern und Versicherungsunternehmen stärker in schriftlicher Form explizit geregelt werden. Folglich kommt der Entlohnung unabhängiger Vermittler durch Provisions- bzw. Courtagezahlungen aus Sicht von Versicherungsunternehmen im Hinblick auf die Anreizsetzung eine große Bedeutung zu. Daneben beeinflusst die Entlohnung jedoch auch die Anreizsetzung in Bezug auf Dienstleistungen, die für Versicherungsnehmer erbracht werden.

Auch vor dem Hintergrund aktueller Diskussionen über die Bedeutung der Honorarberatung wird die Entlohnung unabhängiger Versicherungsvermittler bereits seit geraumer Zeit intensiv thematisiert. Ausgelöst wurde diese Debatte über geeignete Entlohnungssysteme und mögliche bzw. notwendige regulatorische Eingriffe in erster Linie 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 Industrieversicherung durch kartellmäßige bzw. betrügerische Prämienabsprachen behindert zu haben. Als entscheidender Ausgangspunkt für das wettbewerbsfeindliche Verhalten der Maklerfirmen wurden insbesondere Vereinbarungen (sogenannte „Market Services Agreements“, MSA) über umsatzbezogene bedingte Provisionen (Contingent Commissions) identifiziert. Die Vereinbarung erfolgsabhängiger bedingter Provisionen wurde zu jener Zeit vor allem aus zwei Gründen kritisiert. Erstens waren die bedingten Provisionsvereinbarungen zwischen Maklern und Versicherungsunternehmen den jeweiligen Versicherungsnehmern in der Regel nicht bekannt. Zweitens waren Provisionszahlungen als Kompensation für transaktionsbezogene Dienstleistungen für Versicherungsunternehmen

² Quelle: Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft (2009), S. 9.

vorgesehen, die jedoch in den jeweiligen Vereinbarungen nicht näher spezifiziert wurden. Zudem wurden bedingte Provisionen vielfach auf Erneuerungsquoten auslaufender Verträge einzelner Versicherungsunternehmen bezogen. Den betreffenden Maklern wurde diesbezüglich vorgeworfen Neu- und Erneuerungsgeschäft überwiegend mit Versicherungsunternehmen geschlossen zu haben, mit denen zuvor bedingte Provisionszahlungen vereinbart worden waren.³ Damit die jeweiligen Versicherungsverträge auch tatsächlich mit gewünschten Anbieter geschlossen werden konnten, unterbreiteten konkurrierende Versicherungsunternehmen, mit denen die Makler ebenfalls MSA geschlossen hatten, nach Maßgabe der Makler absichtlich überhöhte Angebote. Durch solche illegalen Preisabsprachen konnten Makler und Versicherungsunternehmen den Preiswettbewerb in einzelnen Bereichen vollständig aushebeln.⁴

Auch ausgelöst durch die Ermittlungen des New Yorker General Staatsanwaltes wurde im Jahr 2005 von der EU-Kommission eine Sektorenuntersuchung zum Wettbewerb in der Unternehmensversicherung initiiert. Im Rahmen dieser Untersuchung wurde insbesondere die Entlohnung von Versicherungsmaklern intensiv analysiert und als kritischer Wettbewerbsfaktor angesehen. Im Abschlussbericht der Sektorenuntersuchung wird eine generelle Skepsis gegenüber Provisionszahlungen erkennbar, da explizit auf Interessenkonflikte von Maklern hingewiesen und die fehlende Transparenz der Vergütung durch Versicherungsunternehmen bemängelt wird.⁵

Der geschilderte Fall von Preisabsprachen in den USA, der in engem Zusammenhang zur Zahlung bedingter Provisionen steht, und die Ergebnisse der EU-Sektorenuntersuchung verdeutlichen, dass der Entlohnung unabhängiger Versicherungsvermittler eine große Bedeutung zukommt und diese zu erheblichen Problemen führen kann. Insbesondere wirft die Dominanz der Provisionierung eine Reihe wichtiger Fragen auf. Zunächst ist nicht unmittelbar einsichtig, warum unabhängige Intermediäre, die sowohl Dienstleistungen für Versicherungsnehmer als auch für Versicherungsunternehmen erbringen, hauptsächlich durch Provisionszahlungen vom Versicherungsunternehmen entlohnt werden. In Bezug auf die aktuelle Diskussion um die Honorarberatung bzw. -vermittlung ist eine weitere wichtige Frage, ob und unter welchen Bedingungen eine Entlohnung durch Kunden die Beratungs- und Vermittlungsqualität erhöhen kann. In diesem Zusammenhang ist jedoch zu berücksichtigen, dass bereits durch die

³ Beispielsweise sah eine Vereinbarung zwischen Marsh & McLennan (Marsh) und der American International Group (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 über 95% lag (vgl. New York Office of the Attorney General, 2004b, S. 3-4).

⁴ Nähere Einzelheiten zur Anklage finden sich in New York Office of the Attorney General (2004a).

⁵ Vgl. EU-Kommission (2007b) sowie Friedrich, T.A. (2007).

Neuregelung des Vermittlerrechts in Deutschland umfangreiche Informations- und Dokumentationspflichten sowie eine Haftung für Falschberatung eingeführt wurden. Diese Maßnahmen können Falschberatungsanreize bereits erheblich mindern. Sollte die Honorarberatung zu einer höheren Beratungs- und Vermittlungsqualität führen, muss nachfolgend geklärt werden, warum sich diese im freien Wettbewerb der Entlohnungssysteme bisher nicht durchgesetzt hat. Im Weiteren ist dann zu untersuchen, ob regulatorische Eingriffe, wie eine Offenlegung oder ein Verbot von Provisionszahlungen notwendig bzw. geeignet sind, die Effizienz von Versicherungsmärkten zu erhöhen.

Innerhalb der vorliegenden Arbeit werden die aufgeworfenen Fragen vor allem vor dem Hintergrund wichtiger institutioneller Rahmenbedingungen, Erkenntnisse zur Vertriebspolitik sowie des effizienten Designs von Wertschöpfungsketten diskutiert. Aufgrund der breit angelegten Analyseperspektive, wird einleitend in Abschnitt 2 erläutert, weshalb und in welchen Bereichen Versicherungsunternehmen beim Vertrieb ihrer Produkte auf unabhängige Vermittler zurückgreifen. In diesem Teil der Arbeit werden somit wichtige Marktfunktionen unabhängiger Vermittler und die effiziente Ausgestaltung von Kooperationen zwischen Versicherungsunternehmen und -vermittlern untersucht. Im Anschluss an diesen ersten Schritt wird in Abschnitt 3 analysiert, wie unabhängige Versicherungsvermittler entlohnt werden sollten, um die identifizierten Marktfunktionen effizient bereitzustellen. Daran anknüpfend werden in Abschnitt 4 die Auswirkungen ausgewählter regulatorischer Eingriffe diskutiert. Hierbei wird vor allem erörtert, ob und inwieweit eine Offenlegung oder ein Verbot von Provisionszahlungen die Beratungsqualität bzw. die Markteffizienz erhöhen können. Darüber hinaus wird im Rahmen dieser Diskussion die Wirkung des sogenannten "Provisionsabgabeverbotes" eingehender beleuchtet. Abschließend werden die gewonnenen Erkenntnisse in Abschnitt 5 kurz zusammengefasst.

2. Bedeutung und Funktion unabhängiger Versicherungsvermittler

Die Frage, ob und in welchen Bereichen Unternehmen eigene bzw. gebundene oder unabhängige Vertriebswege nutzen sollten, tangiert eine zentrale betriebswirtschaftliche Frage, die bereits von Coase (1937) intensiv erörtert wurde. Letztendlich geht in diesem Zusammenhang darum, die vertikalen Grenzen eines Unternehmens zu bestimmen.⁶ Im Rahmen eines Vergleichs unternehmensgebundener und unternehmensunabhängiger Vertriebswege, ist man zunächst geneigt, reine Kostenvergleiche anzustellen und zu ermitteln, welcher Vertriebsweg niedrigere Kosten aufweist. Vergleicht man die Kosten von Versicherungsunternehmen, die ausschließlich gebundene bzw. unabhängige Vertriebswege nutzen, zeigt sich, dass Unternehmen mit unabhängigen Vertriebswegen in der Regel signifikant höhere Kosten aufweisen.⁷ Eine eingehendere Analyse der Kostenunterschiede zeigt jedoch, dass diese je nach Sparte erheblich variieren. Zum Beispiel stellt Reagan (1999) fest, dass in Sparten mit hoher Regulierungsintensität, wie der Kfz- oder Berufsunfallversicherung, keine signifikanten Kostenunterschiede existieren.⁸ Wenn jedoch die generelle Tatsache akzeptiert wird, dass unabhängige Vertriebswege in vielen Bereichen höhere Kosten aufweisen, muss nachfolgend geklärt werden, worauf dies zurückzuführen ist. In der versicherungswissenschaftlichen Literatur gibt es zwei alternative Erklärungsansätze.

Anhänger der *Marktperfektionen-Hypothese*, wie Joskow (1973), Cummins und VanDerhei (1979) sowie Finsinger (1986), erklären signifikante Kostenunterschiede von Versicherungsunternehmen durch die "beschränkte Rationalität" der Versicherungsnehmer.⁹ Aufgrund komplexer Produkte und begrenzter Informationsverarbeitungskapazitäten sind Versicherungsnehmer vielfach nicht in der Lage, bestehende Unterschiede im Preis-/Leistungsverhältnis festzustellen und diese Unterschiede bei ihren Entscheidungen zu berücksichtigen. In einer solchen Situation können Versicherungsunternehmen mit sehr unterschiedlichen Kosten gleichzeitig auf einem Markt existieren.

⁶ Einen guten und kompakten Überblick über zentrale Theorien in diesem Zusammenhang gibt Gibbons (2005).

⁷ Vgl. Joskow (1973), Cummins und VanDerhei (1979), Braeutigam und Pauly (1986), Barrese und Nelson (1992), Kim et al. (1996) sowie Klumpes (2004).

⁸ Zweifel und Ghermi (1990) sowie Kelly und Kleffner (2006) konnten für ein schweizer Versicherungsunternehmen bzw. den kanadischen Sach- und Haftpflichtversicherungsmarkt ebenfalls keine signifikanten Kostenunterschiede zwischen den unterschiedlichen Vertriebswegen feststellen.

⁹ Das Konzept der beschränkten Rationalität von Entscheidern geht auf Simon (1959) zurück.

Alternativ können Kostenunterschiede zwischen Anbietern auf einem Markt auch durch die *Produkt-Qualitäts-Hypothese* erklärt werden (Pauly et al. 1986, Barrese et al. 1995, Regan und Tennyson 1996). Hierbei wird davon ausgegangen, dass Produkte, die durch unabhängige Vermittler vertrieben werden, zusätzliche Beratungs- oder Schadenregulierungsdienstleistungen beinhalten und folglich eine höhere Qualität aufweisen.¹⁰ Studien, wie Kim et al. (1996) sowie Berger et al. (1997), stützen diese Hypothese, da für Unternehmen mit unabhängigen Vertriebswegen zwar signifikant höhere Kosten jedoch keine signifikant unterschiedlichen risikoadjustierten Gewinne festgestellt werden können.¹¹ Diese Befunde deuten darauf hin, dass Versicherungsunternehmen mit unabhängigen Vertriebswegen deshalb höhere Kosten aufweisen können, da diese Unternehmen Produkte mit einer höheren Qualität anbieten.

Unabhängig davon, welche der oben genannten Hypothesen man für plausibler erachtet, muss im Weiteren noch etwas eingehender untersucht werden, wie es zu signifikant höheren Kosten von unabhängigen Vertriebswegen kommt. Wie bereits in der Einleitung kurz skizziert wurde, müssen gebundene und unabhängige Vertriebswege in unterschiedlicher Weise gesteuert bzw. koordiniert werden. Rechte und Pflichten gebundener Vermittler werden grundsätzlich durch Arbeits- oder Agenturverträge geregelt. Gebundene Vermittler können aufgrund ihrer stärkeren wirtschaftlichen Abhängigkeit von Versicherungsunternehmen leichter kontrolliert und stärker durch Weisungen gesteuert werden. Dagegen müssen spezifische Rechte und Pflichten unabhängiger Vermittler, die über gesetzliche Regelungen hinaus gehen, vorrangig im Rahmen schriftlicher expliziter Verträge geregelt werden. In einer Welt, in der alle kooperationsrelevanten Umstände beobachtbar sind und keine Transaktionskosten existieren, könnten alle relevanten Rechte und Pflichten eines unabhängigen Vermittlers exakt und umfassend geregelt werden. In diesem Fall gäbe es keine Unterschiede zwischen gebundenen und unabhängigen Vertriebswegen, da auch gebundene Vermittler nicht durch Weisungen sondern direkt durch vollständige und umfassende vertragliche Vereinbarungen gesteuert werden könnten. Tatsächlich sind Transaktionskosten¹², wie Kosten der Kontrolle oder der Vertragsvereinbarung und -durchsetzung, in der Realität nicht vernachlässigbar, so dass vollständige und umfassende schriftliche Vereinbarungen prohibitiv teuer sind. Folglich vereinbaren Vertragspartei-

¹⁰ Venezia et al. (1999) zeigen beispielsweise in einem theoretischen Modell, dass abhängige und unabhängige Vermittler gleichzeitig in ein und demselben Markt existieren können, wenn unabhängige Vermittler zusätzliche Schadenregulierungsdienstleistungen anbieten, so dass Versicherungsnehmer im Schadenfall mit einer höheren Wahrscheinlichkeit entschädigt werden.

¹¹ Anhand von Befragungen und Auswertungen von Beschwerdestatistiken konnten Etgar (1976), Cummins und Weisbart (1977) sowie Doerpinghaus (1991) jedoch keine signifikanten Unterschiede in der Servicequalität für abhängige und unabhängige Vertriebswege feststellen.

¹² Zum Transaktionskostenansatz kann beispielsweise auf Kräkel (2007), S. 6-15, verwiesen werden.

en nur unvollständige Verträge, die wichtige Rechte und Pflichten regeln. Aufgrund solcher unvollständiger Vereinbarungen ergeben sich für die Vertragsparteien Handlungsspielräume, die diese nach ihren Vorstellungen ausnutzen können. Auch wenn schriftliche Vereinbarungen notwendigerweise unvollständig sind, so besteht jedoch die Möglichkeit, das Verhalten der Vertragsparteien innerhalb ihrer Handlungsspielräume durch eine geeignete Anreizsetzung zu beeinflussen. Eine solche Anreizsetzung durch schriftliche Vereinbarungen kann insbesondere indirekt über die Zuweisung von Verfügungsrechten (Property-Rights) zwischen den beteiligten Parteien erfolgen.

Die *Property-Rights-Theorie* (Grossman und Hart 1986, Hart und Moore 1990 sowie Hart 1995) beschäftigt sich mit der effizienten Zuweisung von Verfügungsrechten zwischen Vertragsparteien. Unter Verfügungsrechten sind sowohl Eigentums-, Handels- als auch Gebrauchsrechte zu verstehen. Wie Grossman und Hart (1986) zeigen, beeinflusst die Verteilung relativer Verfügungsrechte zwischen Versicherungsunternehmen und -vermittler entscheidend die Anreize der Parteien und somit den Kooperationserfolg.¹³

Grundsätzlich können vertikal integrierte (gebundene) Vermittler aufgrund umfassender Weisungsrechte der Versicherungsunternehmen von diesen besser in ihre Wertschöpfungsketten eingebunden werden. Die Tatsache, dass gebundene Vertriebswege niedrigere Transaktionskosten aufweisen, kann somit damit erklärt werden, dass bei diesen Prozesse besser aufeinander abgestimmt werden können und kostenintensive schriftliche Verträge sowie umfassende monetäre Anreize eine untergeordnete Bedeutung haben. Auf der anderen Seite sind gebundene Versicherungsvermittler sehr stark von der Unternehmens- und Produktstrategie der jeweiligen Versicherungsunternehmen abhängig.¹⁴ Veränderungen der Produkt- oder Vertriebsstrategie von Versicherungsunternehmen können die Profitabilität einzelner Aktivitäten gebundener Vermittler erheblich beeinflussen. Im Rahmen längerfristiger Kooperationen kann folglich die Unsicherheit über die Profitabilität einzelner Aktivitäten aufgrund einer unklaren bzw. sich ständig ändernden Unternehmensstrategie sehr hoch sein, so dass sich gebundene

¹³ Vgl. Grossman und Hart (1986), S. 710-716.

¹⁴ Die Vertriebsstrategie von Versicherungsunternehmen ist für den Verkaufserfolg gebundener Vermittler von besonderer Bedeutung. Insbesondere Direktversicherer, die unter dem gleichen Markennamen agieren, können die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen gebundener Vermittler erheblich verschlechtern. Die große Bedeutung des konzerninternen Wettbewerbs zeigt sich beispielsweise bei der Allianz, die ihren Online-Versicherer Allianz 24 im Juli 2009 auch aufgrund des massiven Protests gebundener Vermittler schloss bzw. diesen umbenannte (vgl. Reiche, 2009).

Vermittler insgesamt weniger engagieren. Somit kann die Ersparnis an Transaktionskosten bei gebundenen Vermittlern mit einem Verlust an unternehmerischer Initiative einhergehen.¹⁵

Unbeobachtbare Vermittleranstrengungen sind für den Erfolg einer Versicherungstransaktion von herausragender Bedeutung. Diese Anstrengungen können mehrdimensional sein und sich auf unterschiedliche Umstände, wie die Kundenakquisition, die Bedarfs- und Risikoanalyse oder die Produkt- bzw. Anbietersauswahl, beziehen.¹⁶ Bei unbeobachtbaren Aktivitäten ist die direkte vertragliche Anreizsetzung grundsätzlich erschwert. Durch die geeignete Verteilung relevanter Verfügungsrechte können Vermittlern jedoch entsprechende Anreize für einzelne Aktivitäten gesetzt werden. Aus Sicht von Grossman und Hart (1986) resultiert ein zentraler Unterschied zwischen Versicherungsvertretern¹⁷ und Versicherungsmaklern vor allem aus dem Recht an der sogenannten „Kundenliste“ bzw. aus dem Recht zur Änderung und Kündigung eines Versicherungsvertrages.¹⁸ Versicherungsvertreter sind in ihrer Produktauswahl aufgrund von Wettbewerbsklauseln stark beschränkt. Unternehmensunabhängige Vermittler und insbesondere Makler sind dagegen frei, ihren Kunden Verträge unterschiedlicher Versicherungsunternehmen zu vermitteln, bei entsprechender Vollmacht bestehende Verträge zu ändern oder zu kündigen bzw. zu einer Kündigung zu raten.

Der Wert des Verfügungsrechts Produktauswahl hängt davon ab, inwieweit eine Vertragsänderung oder -erneuerung üblich bzw. für den Kunden ökonomisch sinnvoll ist. Bei langfristigen und eher inhomogenen Produkten, wie der Kapitallebensversicherung oder der substitutiven Krankenversicherung, findet keine regelmäßige Vertragserneuerung statt und das Preis-/Leistungsverhältnis ist schwer zu beurteilen. Bei solchen Produkten ist das Dispositionsrecht des Vermittlers beim Erstabschluss bedeutend und entsprechend wertvoll, da diese Verträge vielfach hohe Gewinnmargen aufweisen. Vor allem dann, wenn Kunden sehr unterschiedliche Risikoprofile bzw. Bedürfnisse aufweisen und die Produktauswahl eine große Bedeutung hat,

¹⁵ Regan (1997) gibt einen sehr guten Überblick über diesen Trade-off.

¹⁶ Die Multi-Task Prinzipal-Agenten-Theorie geht insbesondere auf Arbeiten von Holmström und Milgrom (1991, 1994) sowie Holmström und Tirole (1991) zurück.

¹⁷ Aufgrund der unterschiedlichen rechtlichen Behandlung in Deutschland müssten in diesen Abschnitt Mehrfachvertreter strenggenommen als Versicherungsvertreter den Versicherungsunternehmen zugeordnet werden. Ungeachtet dieser rechtlichen Regelungen besitzen Mehrfachvertreter jedoch eine größere Unabhängigkeit als Einfirmenvertreter (vgl. hierzu Zinnert, 2009, S. 16-25). Im Weiteren wird ebenfalls nicht explizit zwischen unternehmenseigenen und unternehmensgebundenen Vertretern unterschieden, obwohl letztere ebenfalls eine etwas größere Dispositionsfreiheit besitzen.

¹⁸ Rein rechtlich hat selbst ein Versicherungsmakler kein „Recht am Bestand“ bzw. „Recht am Kunden“ (vgl. hierzu insb. Zinnert, 2008a, S. 238-240). Er besitzt lediglich im Rahmen seiner Maklervollmacht eine gewisse Dispositionsbefugnis, die das Recht zur Vertragskündigung beinhalten kann, aber nicht einschließen muss (vgl. Römer und Langheid, 2003, § 8 a.F., Rndnr. 8). Aufgrund langfristiger Kooperationen scheint in der Praxis jedoch ein implizites Recht an der Kundenliste zu existieren.

können unabhängige Vermittler stärkere Anreize zur Neukundenakquisition sowie zur Risikoanalyse haben.

Wenn Kunden sehr unterschiedliche Risikoprofile aufweisen und die Produktpalette von Versicherungsunternehmen jeweils nicht die gesamte Bandbreite der Profile abdeckt, haben gebundene Vermittler geringere Anreize bei der Neukundenakquisition. Darüber hinaus sind auch Anreize zur Risikoanalyse tendenziell geringer, da gebundene Vermittler aus einer kleineren Menge an Versicherungsverträgen auswählen können. Somit werden insgesamt weniger Risikoinformationen benötigt, um das beste zur Verfügung stehende Produkt des jeweiligen Versicherungsunternehmens auszuwählen. Die vorangegangenen Argumentation zeigt, dass gemäß der Property-Rights-Theorie unabhängige Vermittler in Sparten mit komplexen Produkten und sehr unterschiedlichen Kundenbedürfnissen höhere Anreize zur Neukundenakquisition, Risikoanalyse und Produktsuche als gebunden Vermittler haben.¹⁹

Nachfolgend soll die theoretische Argumentation anhand bestehender empirischer Untersuchungen auf ihre Erklärungskraft hin untersucht werden. Wie sich zeigt, bestätigen Studien, wie Marvel (1982), Sass und Gisser (1989), Kim et al. (1996), Regan und Tennyson (1996) sowie Regan (1997, 1999), zunächst die beschriebenen Ergebnisse der Produkt-Qualitäts-Hypothese sowie der Property-Rights-Theorie. Versicherungsunternehmen, die unabhängige Vertriebswege nutzen, sind tendenziell kleiner, nicht so stark auf einzelne Sparten spezialisiert sowie eher in der gewerblichen Versicherung engagiert. Im Weiteren operieren solche Unternehmen eher in der Rechtsform einer Aktiengesellschaft, sind tendenziell auf Sparten mit komplexeren Produkten spezialisiert und weisen vielfach insgesamt höhere Kosten auf.

Berücksichtigt man im Rahmen der empirischen Analyse jedoch die Interaktionsbeziehungen der oben genannten Faktoren, relativieren sich die obigen Tendenzaussagen. Für die US-amerikanische Sach- und Haftpflichtversicherung können Regan und Tzeng (1999) zwar grundsätzlich eine starke Korrelation zwischen Organisationsform und Vertriebsweg nachweisen. Diese Korrelation ist jedoch nicht mehr signifikant, wenn für die Art der gezeichneten Risiken und deren Komplexität kontrolliert wird. Dagegen können Baranoff und Sager (2003) für die US-amerikanische Lebensversicherung zeigen, dass Versicherer mit unabhängigen Vertriebswegen eher in der Gruppenversicherung engagiert sind und tendenziell risikoärmeres Geschäft zeichnen.

¹⁹ Vgl. Mayers und Smith (1981), Grossman und Hart (1986) sowie Regan und Tennyson (1996).

3. Entlohnung und Beratungsqualität

Nachdem in vorangegangenen Abschnitt erörtert wurde, in welchen Bereichen unabhängige gegenüber gebundenen Vermittlern komparative Vorteile aufweisen können, soll im Weiteren geklärt werden, warum unabhängige Versicherungsvermittler vorrangig durch Provisionszahlungen von Versicherungsunternehmen entlohnt werden. Ebenso wird im Hinblick auf die Beratungsqualität diskutiert, welche Probleme sich durch die Provisionierung ergeben können und ob die direkte Entlohnung durch Kunden im Rahmen der Honorarberatung bzw. -vermittlung für unabhängige Vermittler eine attraktive Alternative darstellt.

Da unabhängige Vermittler Dienstleistungen für beide Vertragsparteien²⁰ erbringen, sind diese aus ökonomischer Sicht Agenten zweier Prinzipale. Neben der reinen Verkaufstätigkeit werden für Versicherungsunternehmen weitere Dienstleistungen, wie die Bereitstellung nicht-verifizierbarer risikorelevanter Informationen, die Produktstrukturierung oder die Unterstützung bei der Schadenregulierung, erbracht. Andererseits werden für Versicherungsnehmer relevante Preis- und Produktinformationen gesammelt und aufbereitet sowie die individuelle Risiko- und Bedürfnissituation analysiert. Da vielfach Dienstleistungen für zwei Auftraggeber erbracht werden, ist es auf den ersten Blick überraschend, dass unabhängige Vermittler vorrangig von Versicherungsunternehmen entlohnt werden. Wie so häufig scheinen Anreizprobleme ein Schlüssel zur Erklärung des Phänomens zu sein.

Unabhängige Versicherungsvermittler verfügen über große Dispositionsfreiheiten im Hinblick auf die Anbieter- und Produktauswahl. Somit haben Versicherungsunternehmen ein starkes Interesse, unabhängigen Vermittlern durch Provisionsvereinbarungen Anreize dafür zu setzen, Produkte ihres Unternehmens zu vermitteln. Des Weiteren erhalten unabhängige Vermittler im Rahmen ihrer Beratungs- und Risikoanalysetätigkeit vielfach risikorelevante private Informationen, die für Versicherungsunternehmen von großer Bedeutung sind. Um Probleme adverser Selektion zu vermeiden, ist das Versicherungsunternehmen ebenso daran interessiert, vom Vermittler nicht-verifizierbare risikorelevante Informationen zu erhalten, die im Rahmen vorvertraglicher Anzeigepflichten nicht erlangt werden können.²¹

²⁰ Einen umfassenden Überblick über wichtige Dienstleistungen, die Versicherungsmakler in der Gewerbe- und Industrieversicherung erbringen, gibt beispielsweise Swiss Re (2004).

²¹ Detaillierte Analysen der Informationsfunktion unabhängiger Vermittler finden sich in Reagan und Tennyson (1996) sowie Cummins und Doherty (2006).

Offensichtlich werden sowohl Provisionszahlungen als auch Beratungs- bzw. Vermittlungshonorare allein durch Versicherungsnehmer finanziert. Während Vermittler in Honorarsystemen direkt vom Versicherungsnehmer vergütet werden, erfolgt die Entlohnung in Provisionsystemen indirekt über das Versicherungsunternehmen. Für unabhängige Vermittler spielt es grundsätzlich keine Rolle, über welchen Weg die Entlohnung erfolgt. Um einiges relevanter ist jedoch die Entlohnungshöhe.

Aktuelle Befragungen in Deutschland zeigen, dass die überwiegende Mehrheit der Privatkunden derzeit bereit zu sein scheint, ein direktes Beratungs- bzw. Vermittlungshonorar zu zahlen. Da unabhängige Vermittler unter anderem bei langfristigen Versicherungsverträgen mit hoher Profitabilität ein hohes Provisionseinkommen erzielen können, ist jedoch fraglich, ob (direkte) durchschnittliche Zahlungsbereitschaften von beispielsweise 62,70 €/pro Stunde²² für Vermittler hinreichend attraktiv sind, im Privatkundenbereich auf ein Honorarsystem zu wechseln. Auch die geringe Anzahl von 165 registrierten Versicherungsberatern (Tab. 1) zeigt, dass in Deutschland insgesamt noch keine verstärkte Bewegung in Richtung Honorarberatung bzw. -vermittlung festzustellen ist. Die tendenziell höhere Entlohnung in Provisionsystemen scheint ein wichtiger Grund für die Dominanz von Provisionszahlungen zu sein.

Neben diesen monetären Aspekten steht aktuell eine rechtliche Regelung der zunehmenden Honorarvermittlung im Weg. Durch § 81 Abs. 2 Satz 3 Versicherungsaufsichtsgesetz (VAG) in Verbindung mit einer Anordnung des Reichsaufsichtsamtes für Privatversicherung aus dem Jahr 1934 für die Lebensversicherung bzw. der Verordnung über das Verbot von Sondervergütungen und Begünstigungsverträgen in der Schadenversicherung aus dem Jahr 1982 ist es Vermittlern verboten, die vom Versicherungsunternehmen erhaltene Provision ganz oder teilweise an Versicherungsnehmer weiterzugeben. Durch dieses sogenannte "Provisionsabgabeverbot" soll unter anderem verhindert werden, dass Versicherungsunternehmen ihre Verwaltungs- bzw. Abschlusskosten zunächst übertreiben, da Vermittler durch Versicherungsnehmer dazu gedrängt werden, Teile ihrer Provisionen als „Prämienrabatt“ an diese weiter zu geben.^{23,24} Neben dieser gewünschten Wirkung führt das „Provisionsabgabeverbot“ zu einer erheblichen Nebenwirkung. Wenn Versicherungsunternehmen Provisionszahlungen in ihren Tarifen mit einkalkulieren (Bruttotarife), kann der Vermittler diese Zahlungen nicht einfach

²² Vgl. hierzu Mebesius (2010).

²³ Vgl. Prölss (2005), § 81, Rdnr. 69-102.

²⁴ Mittlerweile kann das "Provisionsabgabeverbot" durch die Vereinbarung von provisionsfreien Nettotarifen umgangen werden, da der Versicherungsnehmer im Falle eines Nettotarifes direkt mit dem Vermittler ein Beratungs- bzw. Vermittlungshonorar vereinbart (vgl. beispielsweise Umhau, 2003, S. 74).

an den Kunden weitergeben und ein separates Vermittlungshonorar vereinbaren. Somit hat der Vermittler bei Bruttotarifen keine Möglichkeit, den Erhalt von Provisionszahlungen zu verhindern. Zudem wird es Vermittlern in einer solchen Situation schwer fallen, zusätzliche Vermittlungshonorare vom Kunden zu erhalten. Solange Versicherungsunternehmen nicht gezwungen sind, Tarife ohne Provisionszahlungen (Nettotarife) anzubieten, können Unternehmen die Honorarvermittlung ihrer Produkte faktisch einseitig unterbinden. Vor dem Hintergrund, dass Versicherungsunternehmen ein großes Interesse haben, unabhängigen Vermittlern im Rahmen von Provisionsvereinbarungen Anreize zu setzen, ist naheliegend, dass Versicherungsunternehmen zum Teil die Möglichkeit nutzen, die Honorarvermittlung ihrer Produkte zu verhindern.²⁵

Im Anschluss an die Frage, warum unabhängige Vermittler vorrangig durch Provisionszahlungen entlohnt werden, kann nun eingehender analysiert werden, wie durch Provisionen effiziente Anreize im Hinblick auf zwei zentrale Marktfunktionen gesetzt werden können. Unabhängige Vermittler erbringen im Bereich komplexer Versicherungsprodukte, wie sie beispielsweise in der gewerblichen oder industriellen Schaden- und Unfallversicherung vorkommen, vor allem zwei wichtige Dienstleistungen. Zum einen unterstützen sie Versicherungsnehmer bei der Produktauswahl. Dazu ermitteln sie im Rahmen einer Risikoanalyse die aktuelle Risikosituation und wählen dann auf Grundlage ihres Marktüberblickes geeignete Versicherungsunternehmen bzw. deren Produkte aus, die die identifizierten Risiken bestmöglich abdecken. Im Rahmen ihrer Risikoanalyse erhalten sie vielfach nicht-verifizierbare Informationen, die Versicherungsunternehmen zur Risikoklassifikation bzw. Bestimmung individueller Nettorisikoprämien benötigen.

Durch die Zahlung von Abschlussprovisionen können Versicherungsunternehmen die Produktauswahl unabhängiger Vermittler in erheblichem Maße beeinflussen. Folglich können Vermittler in einem Provisionssystem, grundsätzlich Anreize zu einer suboptimalen Produktauswahl haben. Dies ist insbesondere dann der Fall, wenn Abschluss- und Folgeprovisionen des optimal passenden Produktes, welches die identifizierten Risiken des Versicherungsnehmers bestmöglich abdeckt, geringer als die suboptimaler Produkte sind. Wenn Versicherungsnehmer rational sind und die Produktauswahl des Vermittlers ex post hinreichend beurteilen können, sollte die ex ante Zahlungsbereitschaft für ein optimal passendes Produkt höher als

²⁵ Zulässigkeit und möglicher Umfang der Honorarberatung bzw. -vermittlung durch Versicherungsmakler wird aktuell auch aus rechtlicher Sicht intensiv diskutiert (vgl. insbesondere Zinnert, 2008b, sowie Schwintowski, 2009).

für andere suboptimale Produkte sein. Hat ein unabhängiger Vermittler aufgrund signifikanter Provisionsunterschiede Anreize, ein suboptimales Produkt zu empfehlen, wird dies von Kunden mit rationalen Erwartungen antizipiert, so dass deren Zahlungsbereitschaft sinkt. Folglich müsste dadurch die maximal extrahierbare Versicherungsprämie sinken, die zur Finanzierung der Provision herangezogen wird. Wenn Versicherungsnehmer Falschberatungsanreize perfekt antizipieren, sollten unabhängige Vermittler niemals suboptimale Produkte empfehlen, da passende Produkte immer eine höhere Provision beinhalten als suboptimale Produkte. Wie Schiller (2009) im Weiteren zeigt, folgt aus dem skizzierten Provisionswettbewerb unmittelbar, dass bei gegebener Produktkomplexität die absolute Provisionshöhe von der Substituierbarkeit des optimal passenden Produktes abhängt. Wenn die Zahlungsbereitschaft der Versicherungsnehmer hoch ist und ein Vermittler im betreffenden Marktsegment mehrere gut passende Produkte zur Auswahl hat, führt dies zu einem intensiven Provisionswettbewerb zwischen Versicherungsunternehmen, der hohe Provisionszahlungen für unabhängige Vermittler zur Folge hat.²⁶

Neben den bereits diskutierten Abschlussprovisionen nutzen Versicherungsunternehmen in einzelnen Bereichen auch bedingte erfolgsabhängige Provisionen, um unabhängigen Vermittlern spezifische Anreize zu setzen. Grundsätzlich beziehen sich erfolgsabhängige, bedingte Provisionen auf einen bestimmten Zeitraum und werden ex post gezahlt. Bedingte Provisionen können sich auf unterschiedliche Erfolgsgrößen, wie den Umsatz, die Erneuerungsquote oder den Gewinn des vermittelten Geschäftes, beziehen. Dass vor allem gewinnabhängige bedingte Provisionszahlungen Vermittlern Anreize geben können, prämierelevante Informationen wahrheitsgemäß an Versicherungsunternehmen weiterzugeben, ist unmittelbar einsichtig.²⁷ Cummins und Doherty (2006) argumentieren darüber hinaus, dass bedingte Provisionen, die sich auf den Umsatz oder die Erneuerungsquote beziehen, von Versicherungsunternehmen dazu genutzt werden, um Skaleneffekte zu realisieren oder den Risikoausgleich im Kollektiv zu verbessern.²⁸

Regan und Tennyson (1996) zeigen, dass Versicherungsunternehmen mit unabhängigen Vertriebswegen insgesamt sowohl höhere Provisionszahlungen leisten und der Anteil bedingter Provisionszahlungen ebenfalls höher als bei Versicherungsunternehmen mit gebundenen Ver-

²⁶ Vgl. hierzu Schiller (2009).

²⁷ Schiller (2009) zeigt jedoch, dass gewinnabhängige bedingte Provisionen für eine optimale Risikoklassifikation nicht immer notwendig sind.

²⁸ Vgl. hierzu insbesondere D'Arcy und Doherty (1990), S. 157-159, sowie Cummins und Doherty (2006), S. 379-390.

triebswegen ist. Somit ist nicht überraschend, dass die Vermittlerentlohnung bei Versicherungsunternehmen mit unabhängigen Vertriebswegen stärker von der Profitabilität des versicherten Geschäftes abhängt. Im Jahr 2004 lag beispielsweise im Bereich der US-amerikanischen Schaden- und Unfallversicherung der Anteil aller Provisionszahlungen für unabhängige Vermittler bezogen auf die Prämieinnahmen aller Sparten bei 10,5%. Wie erwartet, ist der Anteil von Provisionszahlungen an den Prämien im Bereich der Unternehmensversicherung mit 11,4% leicht höher als im Privatkundenbereich (9,7%). Sparten mit komplexen Produkten, wie die Vertrauensschaden- und Kautionsversicherung oder die kombinierte Geschäftsrisikoversicherung, weisen ebenfalls einen höheren Provisionsanteil als solche mit einfacheren Produkten, wie der Kfz-Versicherung, auf. Betrachtet man im Weiteren die Zusammensetzung der Provisionszahlungen der 50 größten Versicherungsunternehmen, so zeigt sich, dass für unabhängige Vermittler der Anteil von Abschluss- und Folgeprovisionen durchschnittlich bei 11,5% liegt, während bedingte Provisionszahlungen durchschnittlich 2,3% der Prämieinnahmen ausmachen.²⁹

4. Regulierungsmöglichkeiten- und -notwendigkeiten

Die theoretische Analyse des vorigen Abschnitts suggeriert, dass bei hinreichend rationalen Kunden im Rahmen eines funktionierenden Provisionswettbewerbs eigentlich eine optimale Beratungsqualität erreicht werden sollte. Wie der eingangs geschilderte Fall illegaler Preisabsprachen in den USA jedoch verdeutlicht, können Provisionsvereinbarungen und -unterschiede bei beschränkt rationalen Kunden aufgrund nicht antizipierter Falschberatungsanreize, zu einer suboptimalen Produktauswahl führen. Ziel dieses Abschnittes ist es, einige regulatorische Eingriffe, wie die Offenlegung und ein generelles Verbot von Provisionszahlungen, eingehender zu diskutieren und insbesondere zu beurteilen, inwieweit diese Eingriffe Falschberatungsanreize mildern und somit die Beratungsqualität erhöhen.

Im Hinblick auf die Antizipation von Falschberatungsanreizen durch Versicherungsnehmer ist die Offenlegung von Provisionszahlungen ein sehr naheliegender Markteingriff. Die grundsätzliche Intuition ist, dass Versicherungsnehmer, wenn sie Informationen über die Provisionen der vom Vermittler vorgelegten Produkte erhalten, auf die Beratungsqualität zurückschließen können. In der Lebensversicherung wurde mit der Verordnung über Informationspflichten bei Versicherungsverträgen (VVG-InfoV) ein erster Schritt hin zur Offenlegung von

²⁹ Vgl. Cummins und Doherty (2006), S. 374-379.

Provisionen bereits umgesetzt. Seit 1.7.2008 müssen Lebensversicherungsunternehmen gemäß § 2 Abs. 1 Nr. 1 VVG-InfoV ihre kalkulierten Abschlusskosten als einheitlichen Gesamtbetrag offenlegen. Auch wenn die kalkulierten Abschlusskosten noch andere Kostenpositionen umfassen, kann der Kunde durch den Ausweis der Abschlusskosten gewisse Rückschlüsse auf die gezahlte Provision ziehen. Ziel der Offenlegung von Abschlusskosten in der Lebensversicherung ist es, dem Kunden eine informierte Entscheidung zu ermöglichen.³⁰ Die Frage ist nur, wie informiert der Kunde nach Offenlegung der Abschlusskosten bzw. der Provisionen tatsächlich ist?

Auch hier kann eine ökonomische Analyse einige Erkenntnisse liefern. Angenommen, Versicherungsunternehmen werden gezwungen, ihre tatsächlichen Provisionen auszuweisen. Dann weiß der Versicherungsnehmer jedoch nur, welches Produkt für den Vermittler die höchste Entlohnung beinhaltet. Welches Produkt jedoch am besten geeignet ist, seine Bedürfnisse zu befriedigen, bleibt aber weiterhin unklar. Solange Vermittler einen Informationsvorsprung im Hinblick auf die optimale Produktauswahl haben, besteht beim Versicherungsnehmer eine große Unsicherheit über die tatsächliche Beratungsqualität. Eine Offenlegung ist nur dann zu rechtfertigen, wenn Informationen über die jeweiligen Provisionen der zur Auswahl stehenden Produkte beim Versicherungsnehmer zu einem hinreichenden Erkenntnisgewinn und somit zu einer Reduktion der Qualitätsunsicherheit führen. Dies ist jedoch zu bezweifeln. Rät der Vermittler dem Versicherungsnehmer zum Produkt mit der höchsten Provision, bedeutet dies nicht zwangsläufig, dass dieses Produkt suboptimal ist. Jedoch sollte ein rationaler Kunde zu der Einschätzung gelangen, dass diese Empfehlung suboptimal sein könnte. Hier kann die Offenlegung von Provisionen helfen, dass Kunden die Empfehlung kritisch hinterfragen. Problematisch ist jedoch, dass Vermittler dann ihre Empfehlungsstrategien nur optimal anpassen müssen, um die gewünschte Wirkung einer Offenlegung von Provisionen ganz oder teilweise auszuhebeln. Falls ein Vermittler nur daran interessiert ist, sein eignes Einkommen zu maximieren, kann er auch im Falle einer Offenlegungspflicht von Provisionen weiterhin Produkte mit hohen Provisionen empfehlen. Gerade dann, wenn das empfohlene Produkt nicht die höchstmögliche Provision aufweist, wird der Erkenntnisgewinn aus einer Offenlegung eher gering sein, so dass die Beratungsqualität nicht zwangsläufig steigt. Folglich ist festzuhalten, dass eine Offenlegung von Provisionszahlungen selbst bei vollkommen rationalen Kunden nicht zu einer Eliminierung oder hinreichenden Reduktion der Qualitätsunsicherheit

³⁰ Vgl. Schwintowski und Ortmann (2009).

führen muss.³¹ Gestützt wird diese Argumentation beispielsweise durch Ergebnisse von Inderst und Ottaviani (2009). Die Autoren zeigen für gebundene Vermittler, dass eine Offenlegung der Entlohnung zwar zu einer sinkenden Vergütung aber unter Umständen auch zu einer sinkenden Beratungsqualität führen kann. Insgesamt ist somit fraglich, ob eine Offenlegung von Provisionen die Beratungsqualität unabhängiger Vermittler hinreichend erhöht.

Vielfach wird ein Honorarsystem als grundsätzlich überlegen angesehen:

“If brokers do not receive any compensation for placing insurance policies from the insurer concerned, there is no potential for conflicts of interest, and brokers are more likely to provide a truly independent and impartial service to their clients.”³²

"A commission system gives greater incentives to provide biased advice to unsophisticated potential consumers."³³

Grundlegende Intuition dieses Argumentes ist, dass bei der Honorarberatung bzw. -vermittlung Beratung und Verkauf getrennt werden. Betrachtet man theoretische Vergleiche von Provisions- und Honorarsystemen, ergibt sich jedoch keine eindeutige Überlegenheit der Honorarvermittlung.

Zwar zeigen Hofmann und Nell (2010), dass es im Falle eines Provisionssystems zu einer „Überberatung“ kommen kann, weil die Beratung durch Vermittler für Versicherungsnehmer keine direkten Kosten verursacht und Versicherungsnehmer mit niedrigeren Informationskosten es vorziehen, sich von Vermittlern beraten zu lassen anstatt sich selbst zu informieren. Unberücksichtigt bleibt in dieser Betrachtung jedoch, dass Kunden mit niedrigen Informationskosten Versicherungsschutz üblicherweise direkt bei Versicherungsunternehmen kaufen können. In diesem Fall kommt es zu keiner Überberatung, da sich Kunden mit niedrigen Informationskosten selbst informieren und nachfolgend das passende Produkt direkt beim jeweiligen Versicherungsunternehmen kaufen.

In Bezug auf die Effizienz zeigen auch zwei Vergleiche von Gravelle (1993, 1994), dass es kein eindeutig überlegenes Entlohnungssystem gibt. Im Rahmen der theoretischen Analysen haben sowohl die Beratungsqualität als auch die Anzahl der im Markt tätigen Vermittler Auswirkungen auf die Gesamtwohlfahrt. Während es im Falle eines Provisionssystems zu einem übermäßigen Markteintritt von Vermittlern kommt, ist die Beratungsqualität im Honorarsystem niedriger, da sich insgesamt zu wenige Versicherungsnehmer durch den Vermittler

³¹ Vgl. Richter und Schiller (2009).

³² EU-Kommission (2007c), S. 48.

³³ Gravelle (1994), S. 425.

beraten lassen. Gerade letzteres Problem ist im Falle eines Verbotes von Provisionszahlungen zu erwarten. Die direkte Zahlungsbereitschaft von Kunden für Beratungsdienstleistung ist tendenziell gering. Somit ist zu befürchten, dass sich nur wenige Versicherungsnehmer beraten lassen und entweder keinen Versicherungsschutz nachfragen oder eine uninformierte Kaufentscheidung treffen.

In Sparten, in denen Vermittler im Rahmen ihrer Risikoanalyse nicht-verifizierbare risikorelevanten Informationen erhalten, ist ein Honorarsystem sogar eindeutig unterlegen. Wenn unabhängige Vermittler ausschließlich von Kunden entlohnt werden, haben Versicherungsunternehmen keine Möglichkeit, Vermittlern Anreize zur Risikoklassifikation von Kunden zu setzen. Somit kann es innerhalb eines Honorarsystems zur adversen Selektion kommen (Schiller, 2009).

Die gleiche Situation kann sich somit auch im Falle eines generellen Verbots von Provisionszahlungen einstellen. Bei einem generellen Verbot von Provisionszahlungen, wie es in Finnland und Dänemark³⁴ bereits eingeführt wurde, muss darüber hinaus sichergestellt werden, dass dieses nicht umgangen wird. Auch wenn es Versicherungsunternehmen verboten ist, direkte Zahlungen an unabhängige Vermittler zu leisten, können indirekte Zahlungen bzw. die Gewährung nicht-monetärer Vorteile nur schwer kontrolliert werden. Folglich kann es, wenn es einigen Versicherungsunternehmen gelingt die Produktauswahl von Vermittlern durch Seitenzahlungen zu beeinflussen, auch im Rahmen der Honorarvermittlung zu einer suboptimalen Produktauswahl kommen (Focht et al., 2010).

Aufgrund der geschilderten Probleme einer Offenlegung bzw. eines Verbots von Provisionszahlungen sind die Erfolgsaussichten beider Markteingriffe eher kritisch zu beurteilen. Deshalb erscheint es insgesamt vielversprechender zu sein, die Beratungsqualität über entsprechende Haftungsanreize zu erhöhen. Im Zuge der Neuregelung des Versicherungsvermittlerrechts wurden Haftungsanreize vor allem durch die Einführung umfangreicher Beratungs- und Dokumentationspflichten erheblich verstärkt. Eine konsequente Anwendung dieser haftungsrechtlichen Regelungen kann Falschberatungsanreize erheblich abschwächen. Ob und inwieweit Haftungsanreize in Deutschland hinreichend sind, kann derzeit nicht abschließend beurteilt werden. Darüber hinaus sollte – bevor eine Offenlegung bzw. ein Verbot von Provisionszahlungen in Betracht gezogen wird – in Deutschland zunächst ein freier Wettbewerb zwi-

³⁴ In Finnland ist das 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. EU-Kommission, 2007c, sowie Ladbury, 2007).

schen den Entlohnungssystemen sichergestellt werden. Hierfür ist es aus den in Abschnitt 3 geschilderten Gründen sinnvoll, die Aufhebung des „Provisionsabgabeverbotes“ in Betracht zu ziehen, dessen Existenzberechtigung wiederholt in Frage gestellt wurde.³⁵ Auch wenn Erfahrungen aus anderen Ländern, in denen kein Provisionsabgabesystem existiert, nicht erwarten lassen, dass diese Maßnahme zu einer generellen Abkehr vom Provisionssystem führt, so kann in Deutschland erst dann eine flächendeckende Honorarvermittlung gegen den Willen der Versicherungsunternehmen stattfinden.

5. Fazit

Unabhängige Versicherungsvermittler erbringen sowohl für Versicherungsnehmer als auch für Versicherungsunternehmen eine Reihe unterschiedlicher Dienstleistungen. Aktuell findet eine intensive Diskussion über geeignete Entlohnungsmodelle für unabhängige Vermittler statt. In Rahmen der Diskussion wird vielfach eine Offenlegung bzw. ein Verbot von Provisionszahlungen angeregt.

Ziel der vorliegenden Arbeit war es, aus ökonomischer Perspektive zu erklären, warum unabhängige Vermittler vorrangig durch Provisionszahlungen von Versicherungsunternehmen entlohnt werden. Die ökonomische Analyse verdeutlicht, dass aufgrund ihrer stärkeren Eigeninitiative im Hinblick auf die Risikoanalyse und Produktauswahl, unabhängige Vermittler der dominante Vertriebsweg für komplexe Produkte sind. Da unabhängige Vermittler nicht weisungsgebunden sind und eine hohe Dispositionsfreiheit besitzen, sind Versicherungsunternehmen sehr stark interessiert und darauf angewiesen, diesen monetäre Anreize über die Zahlung von Provisionen zu setzen. Andererseits sind direkte Zahlungsbereitschaften von Versicherungsnehmern für die Beratungs- bzw. Vermittlungsdienstleistung eher gering, so dass Honorarsysteme aus Sicht der Vermittler in vielen Bereichen nicht hinreichend attraktiv sind. In Deutschland erweist sich das „Provisionsabgabeverbot“ als ein weiteres Hemmnis für einen fairen Wettbewerb der Entlohnungssysteme. Durch dieses können Versicherungsunternehmen einseitig verhindern, dass ihrer Produkte im Rahmen der Honorarvermittlung vertrieben werden.

Wenn Versicherungsnehmer hinreichend rational sind und die Qualität der Vermittlung ex post hinreichend beurteilen können, führt die Provisionsberatung zu einer optimalen Bera-

³⁵ Vgl. beispielsweise Nell und Karten (1994).

tungsqualität. Tatsächlich ist jedoch die Annahme rationaler Versicherungsnehmer nicht gegeben, so dass Provisionssysteme zu erheblichen Falschberatungsanreizen führen können. In diesem Fall stellt sich die Frage, ob und welche regulatorischen Eingriffe die Beratungsqualität erhöhen können. Die Analyse verdeutlicht, dass eine Offenlegung bzw. ein Verbot von Provisionszahlungen nicht geeignet sind, die Beratungsqualität zu erhöhen. Ein generelles Verbot von Provisionszahlungen kann in einzelnen Bereichen, in denen Vermittler nicht-verifizierbare risikorelevante Informationen für Versicherungsunternehmen bereitstellen, zum Problem adverser Selektion führen, so dass die Markteffizienz sogar sinken kann.

In Anbetracht der aktuellen Diskussion sollte vor Einführung der beschriebenen Regulierungsmaßnahmen zunächst ein fairer Wettbewerb zwischen den Entlohnungssystemen durch die Aufhebung des "Provisionsabgabeverbotes" erreicht werden. Trotzdem veranschaulicht die ökonomische Analyse, dass Provisionszahlungen in vielen Bereichen die dominante Entlohnungsform bleiben werden, da durch diese effiziente Anreize gesetzt werden können. Hinsichtlich etwaiger Falschberatungsanreize erscheint es darüber hinaus zunächst vielversprechender zu sein, die effektive Wirkung von bestehenden Haftungsanreizen, die im Zuge der Neuregelung des Versicherungsvermittlerrechts eingeführt wurden, kritisch zu beobachten und gegebenenfalls zu verschärfen.

Literatur

Baranoff, E., Sager, T.: The Relations among Organizational and Distribution Forms and Capital and Asset Risk Structures in the Life Insurance Industry. *J. Risk Insur.* 70, 375-400 (2003)

Barrese, J., Nelson, J.M.: Independent and exclusive agency insurers: A reexamination of the cost differential. *J. Risk Insur.* 59, 375-397 (1992)

Barrese, J., Doerpinghaus, H.I., Nelson, J.M.: Do independent Agent Insurers Provide Superior Service? The Insurance Marketing Puzzle. *J. Risk Insur.* 62, 297-308 (1995)

Berger, A.N., Cummins, J.D., Weiss, M.A.: The coexistence of multiple distribution systems for financial services: The case of property-liability insurance. *J. Risk Insur.* 70, 515-546 (1997)

- Braeutigam, R.R., Pauly, M.V.: Cost function estimation and Quality Bias: The regulated automobile insurance industry. *Rand J. Econ.* 17, 606-617 (1986)
- Coase, R.H.: The Nature of the Firm. *Economica* 4, 386-405 (1937)
- Cummins, J.D., Doherty, N.A.: The Economics of Insurance Intermediaries. *J. Risk Insur.* 73, 359-396 (2006)
- Cummins, J.D., VanDerhei, J.: A note on the relative efficiency of property-liability insurance distribution systems. *Bell J. Econ.* 10, 709-719 (1979)
- Cummins, J.D., Weisbart, S.N.: The Impact of Consumer Services on Independent Insurance Agency Performance. IMA Education & Research Foundation. Glenmont, New York (1977)
- D'Arcy, S.P., Doherty, N.A.: Adverse selection, Private Information, and Lowballing in Insurance Markets. *J. Bus.* 63, 145-164 (1990)
- Doerpinghaus, H.I.: An analysis of complaint data in the automobile insurance industry. *J. Risk Insur.* 58, 120-127 (1991)
- Etgar, M.: Service Performance of Insurance Distributors. *J. Risk Insur.* 43, 487-499 (1976)
- EU-Kommission (Hrsg.): Business insurance sector inquiry – Interim Report. http://ec.europa.eu/competition/sectors/financial_services/inquiries/interim_report_24012007.pdf (2007a). Abgerufen am 25. Juni 2010
- EU-Kommission (Hrsg.): Wettbewerb: Unternehmensversicherungen – endgültiger Bericht der Kommission über die Sektoruntersuchung. Pressemitteilung vom 25. September 2007. <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/07/1390&format=HTML&aged=0&language=DE&guiLanguage=en> (2007b). Abgerufen am 25. Juni 2010
- EU-Kommission (Hrsg.): Commission Staff Working Document Accompanying the Communication from the Commission. Sector Inquiry under Article 17 of Regulation (EC) No 1/2003 on business insurance (Final Report). http://ec.europa.eu/competition/sectors/financial_services/inquiries/final_report_annex.pdf (2007c). Abgerufen am 25. Juni 2010

- Finsinger, J.: A State Controlled Market: The German Case. In: Finsinger, J., Pauly, M.V.: (Hrsg.): The Economics of Insurance Regulation: A Cross-National Study, 111-160. St. Martin's Press, New York (1986)
- Focht, U., Richter, A., Schiller, J.: Intermediation and Matching in Insurance Markets. Arbeitspapier Universität Hohenheim (2010)
- Friedrich, T.A.: Bericht aus Brüssel. Versicherungswirtschaft. 62, 1710 (2007)
- Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft (Hrsg.): Statistisches Taschenbuch der Versicherungswirtschaft 2009 (2009)
- Gibbons, R.: Four formal(izable) theories of the firm? J. Econ. Behav. Organ. 58, 200-245 (2005)
- Gravelle, H.: Product Price and Advice Quality: Implications of the Commission System in Life Assurance. Geneva Pap. Risk Insur. Theory 18, 31-53 (1993)
- Gravelle, H.: Remunerating Information Providers: Commissions versus Fees in Life Insurance. J. Risk Insur. 61, 425-457 (1994)
- Grossman, S.J., Hart, O.D.: The Costs and Benefits of Ownership: A Theory of Vertical and Lateral Integration. J. Political Econ. 94, 691-719 (1986)
- Hart, O.D.: Firms, contracts, and financial structure. Oxford University Press, Oxford (1995)
- Hart, O.D., Moore, J.: Property rights and the nature of the firm. J. Political Econ. 98, 1119-1158 (1990)
- Hofmann, A., Nell, M.: Information Cost, Broker Compensation and Collusion in Insurance Markets. Arbeitspapier Universität Hamburg (2010)
- Holmström, B., Milgrom, P.: Multitask Principal-Agent Analyses: Incentive Contracts, Asset Ownership, and Job Design. J. Law Econ. Organ. 7, 24-52 (1991)
- Holmström, B., Milgrom, P.: The Firm as an Incentive System. Am. Econ. Rev. 84, 972-991 (1994)
- Inderst, R., Ottaviani, M.: Misselling through Agents. Am. Econ. Rev. 99, 883-908 (2009)

- Joskow, P.L.: Cartels, competition and regulation in the property-liability insurance industry. *Bell J. Econ.* 4, 375-427 (1973)
- Kelly, M., Kleffner, A.: The distribution of property/liability insurance in Canada: Costs and market structure. *J. Insur. Issues* 29, 51-70 (2006)
- Kim, W.-J., Mayers, D., Smith, C.W.: On the choice of insurance distribution systems. *J. Risk Insur.* 63, 207-227 (1996)
- Klumpes, P.J.M.: Performance benchmarking in financial services: Evidence from the UK life insurance industry. *J. Bus.* 77, 257-273 (2004)
- Kräkel, M.: *Organisation und Management*. 3. Auflage. Mohr Siebeck, Tübingen (2007)
- Ladbury, A.: Norway eyes insurer commission ban. *Bus. Insur.* 41, 29 (2007)
- Marvel, H.P.: Exclusive dealing. *J. Law Econ.* 25, 1-25 (1982)
- Mayers, D., Smith, C.W.: Contractual provisions, organizational structure, and conflict control in insurance markets. *J. Bus.* 54, 407-434 (1981)
- Mebesius, M.: Bereitschaft zur Honorarberatung. *Z. Versicherungswesen* 61, 84-86 (2010)
- Nell, M., Karten, W.: Das Provisionsabgabeverbot für Versicherungsvermittler. In: Hübner, U., Helten, E., Albrecht, P. (Hrsg.): *Recht und Ökonomie der Versicherung*, Festschrift für Egon Lorenz zum 60. Geburtstag, 393-405. Verlag Versicherungswirtschaft, Karlsruhe (1994)
- New York Office of the Attorney General (Hrsg.): Investigation reveals widespread Corruption in Insurance Industry, Pressemitteilung vom 14. Oktober 2004. http://www.ag.ny.gov/-media_center/2004/oct/oct14a_04.html (2004a). Abgerufen am 25. Juni 2010
- New York Office of the Attorney General (Hrsg.): Exhibits to Complaint - People of the State of new York against Marsh & McLennan Companies and Marsh. http://www.ag.ny.gov/media_center/2004/oct/oct14a_04_attach2.pdf (2004b). Abgerufen am 25. Juni 2010
- Pauly, M.V., Kleindorfer, P., Kunreuther, H.: Regulation and Quality Competition in the U.S. Insurance Market. In: Finsinger, J., Pauly, M.V.: (Hrsg.): *The Economics of Insurance Regulation: A Cross-National Study*, 65-107. St. Martin's Press, New York (1986)

- Prölls, E.R.: Versicherungsaufsichtsgesetz, Verlag C.H. Beck, München (2005)
- Regan, L.: Vertical Integration in the Property-Liability Insurance Industry: A Transaction Cost Approach. *J. Risk Insur.* 64, 41-62 (1997)
- Regan, L.: Expense ratios across insurance distribution systems: an analysis by line of business. *Risk Manag. Insur. Rev.* 2, 44-59 (1999)
- Regan, L., Tennyson, S.: Agent Discretion and the Choice of insurance Distribution System. *J. Law. Econ.* 39, 637-666 (1996)
- Regan, L., Tzeng, L.Y.: Organizational Form in the Property-Liability Insurance Industry. *J. Risk Insur.* 66, 253-273 (1999)
- Reiche, L.: Allianz 24 gibt auf. *Manager Magazin* vom 21. Juli 2009. <http://www.manager-magazin.de/finanzen/artikel/0,2828,637241,00.html> (2009). Abgerufen am 25. Juni 2010
- Richter, A., Schiller, J.: Entlohnung und Regulierung unabhängiger Versicherungsvermittler, in: Schäfer, K., Burghof, H.-P., Johanning, L., Wagner, H.F., Rodt, S. (Hrsg.), *Risikomanagement und kapitalmarktorientierte Finanzierung: Festschrift zum 65. Geburtstag von Bernd Rudolph*, 319-336. Verlag Fritz Knapp, Frankfurt am Main (2009)
- Römer, W., Langheid, T.: *Versicherungsvertragsgesetz: VVG; mit Pflichtversicherungsgesetz (PflVG) und Kraftfahrzeug-Pflichtversicherungsverordnung*. 2. Auflage, C.H. Beck, München (2003)
- Sass, T., Gisser, M.: Agency costs, firm size, and exclusive dealing. *J. Law Econ.* 32, 381-400 (1989)
- Schiller, J.: *Matching and Risk Classification in Insurance Markets with Intermediation*. Arbeitspapier Universität Hohenheim (2009)
- Schwintowski, H.-P., Ortmann, M.: Kostentransparenz in der Lebensversicherung – eine empirischnormative Analyse. *Versicherungsrecht* 60, 728-733 (2009)
- Schwintowski, H.-P.: Honorarberatung durch Versicherungsvermittler - Paradigmenwechsel durch VVG und RDG. *Versicherungsrecht* 60, 1333-1336 (2009)
- Simon, H.: Theories of decision making in economics and behavioural science. *Am. Econ. Rev.* 49, 253-283 (1959)

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

Towers Perrin (Hrsg.): Hauchdünner Vorsprung für unabhängige Vermittler beim Vertrieb von Lebensversicherungen. Pressemitteilung vom 2. November 2009. http://www.towersperrin.com/tp/showdctmdoc.jsp?country=deu&url=Master_Brand_2/DEU/Press_Releases/2009/20091102/2009_11_02.htm (2009a). Abgerufen am 25. Juni 2010

Towers Perrin (Hrsg.): Vertriebswege in der Schaden-/Unfallversicherung: Ausschließlichkeitsorganisationen verteidigen Spitzenposition. Pressemitteilung vom 17. Dezember 2009. http://www.towersperrin.com/tp/showdctmdoc.jsp?country=deu&url=Master_Brand_2/DEU/Press_Releases/2009/20091217/2009_12_17.htm (2009b). Abgerufen am 25. Juni 2010

Umhau, G.: Vergütungssysteme für die Versicherungsvermittlung im Wandel. Verlag Versicherungswirtschaft, Karlsruhe (2003)

Venezia, I., Galai, D., Shapira, Z.: Exclusive vs. independent agents: a separating equilibrium approach. J. Econ. Behav. Organ. 40, 443-456 (1999)

Zinnert, M.: Recht und Praxis des Versicherungsmaklers. Verlag Versicherungswirtschaft, Karlsruhe (2008a)

Zinnert, M.: Honorarberatung durch Versicherungsmakler. Versicherungsrecht 59, 313-315 (2008b)

Zinnert, M.: Der Versicherungsvertreter: Status – Rechte – Pflichten im aktuellen Recht. Verlag Versicherungswirtschaft, Karlsruhe (2009)

Zweifel, P., Ghermi, P. (1990): Exclusive vs. Independent Agencies: A comparison of performance. Geneva Pap. Risk Insur. Theory 15, 171-192 (1990)

FZID Discussion Papers

Competence Centers:

IK:	Innovation and Knowledge
ICT:	Information Systems and Communication Systems
CRFM:	Corporate Finance and Risk Management
HCM:	Health Care Management
CM:	Communication Management
MM:	Marketing Management
ECO:	Economics
SE:	Sustainability and Ethics

Download FZID Discussion Papers from our homepage: <https://fzid.uni-hohenheim.de/71978.html>

Nr.	Autor	Titel	CC
01-2009	Julian P. Christ	NEW ECONOMIC GEOGRAPHY RELOADED: Localized Knowledge Spillovers and the Geography of Innovation	IK
02-2009	André P. Slowak	MARKET FIELD STRUCTURE & DYNAMICS IN INDUSTRIAL AUTOMATION	IK
03-2009	Pier Paolo Saviotti and Andreas Pyka	GENERALIZED BARRIERS TO ENTRY AND ECONOMIC DEVELOPMENT	IK
04-2009	Uwe Focht, Andreas Richter, and Jörg Schiller	INTERMEDIATION AND MATCHING IN INSURANCE MARKETS	HCM
05-2009	Julian P. Christ and André P. Slowak	WHY BLU-RAY VS. HD-DVD IS NOT VHS VS. BETAMAX: THE CO-EVOLUTION OF STANDARD-SETTING CONSORTIA	IK
06-2009	Gabriel Felbermayr, Mario Larch, and Wolfgang Lechthaler	UNEMPLOYMENT IN AN INTERDEPENDENT WORLD	ECO
07-2009	Steffen Otterbach	MISMATCHES BETWEEN ACTUAL AND PREFERRED WORK TIME: Empirical Evidence of Hours Constraints in 21 Countries	HCM
08-2009	Sven Wydra	PRODUCTION AND EMPLOYMENT IMPACTS OF NEW TECHNOLOGIES – ANALYSIS FOR BIOTECHNOLOGY	IK
09-2009	Ralf Richter and Jochen Streb	CATCHING-UP AND FALLING BEHIND KNOWLEDGE SPILLOVER FROM AMERICAN TO GERMAN MACHINE TOOL MAKERS	IK

Nr.	Autor	Titel	CC
10-2010	Rahel Aichele and Gabriel Felbermayr	KYOTO AND THE CARBON CONTENT OF TRADE	ECO
11-2010	David E. Bloom and Alfonso Sousa-Poza	ECONOMIC CONSEQUENCES OF LOW FERTILITY IN EUROPE	HCM
12-2010	Michael Ahlheim and Oliver Frör	DRINKING AND PROTECTING – A MARKET APPROACH TO THE PRESERVATION OF CORK OAK LANDSCAPES	ECO
13-2010	Michael Ahlheim, Oliver Frör, Antonia Heinke, Nguyen Minh Duc, and Pham Van Dinh	LABOUR AS A UTILITY MEASURE IN CONTINGENT VALUATION STUDIES – HOW GOOD IS IT REALLY?	ECO
14-2010	Julian P. Christ	THE GEOGRAPHY AND CO-LOCATION OF EUROPEAN TECHNOLOGY-SPECIFIC CO-INVENTORSHIP NETWORKS	IK
15-2010	Harald Degner	WINDOWS OF TECHNOLOGICAL OPPORTUNITY DO TECHNOLOGICAL BOOMS INFLUENCE THE RELATIONSHIP BETWEEN FIRM SIZE AND INNOVATIVENESS?	IK
16-2010	Tobias A. Jopp	THE WELFARE STATE EVOLVES: GERMAN KNAPPSCHAFTEN, 1854-1923	HCM
17-2010	Stefan Kirn (Ed.)	PROCESS OF CHANGE IN ORGANISATIONS THROUGH eHEALTH	ICT
18-2010	Jörg Schiller	ÖKONOMISCHE ASPEKTE DER ENTLOHNUNG UND REGULIERUNG UNABHÄNGIGER VERSICHERUNGSVERMITTLER	HCM
19-2010	Frauke Lammers and Jörg Schiller	CONTRACT DESIGN AND INSURANCE FRAUD: AN EXPERIMENTAL INVESTIGATION	HCM



FORSCHUNGSZENTRUM FZID

Universität Hohenheim
Forschungszentrum
Innovation und Dienstleistung
Fruwirthstr. 12

D-70593 Stuttgart

Phone +49 (0)711 / 459-22476

Fax +49 (0)711 / 459-23360

Internet www.fzid.uni-hohenheim.de