

# OMEZENÍ PROVIZÍ MUSÍ DOPLNIT REGISTR PORADČŮ A PŘÍSNOST ČNB

PŘI PRODEJI ŽIVOTNÍCH POJISTEK HRAJE STĚŽEJNÍ ROLI ZPROSTŘEDKOVATEL. POJIŠŤOVNA ALE MŮŽE SMLOUVU, KTERÁ SE JÍ NEZDÁ, ODMÍTNOUT.

**František Mašek**  
frantisek.masek@economia.cz

Smlouvy o investičním životním pojištění jsou mnohem srozumitelnější než před dvěma lety. Pojišťovny klientům poskytují daleko více informací. Přesto se běžný zákazník v životních pojistkách, hlavně v investičním životním pojištění, stále příliš neorientuje. Při výběru pojistky tak zůstává odkázán hlavně na znalosti a rady zprostředkovatele pojistné smlouvy, říká účastníci kulatého stolu Hospodářských novin. Uskutečnil se v rámci soutěže Nejlepší banka a Nejlepší pojišťovna 2015.

Vážným problémem je nadále předčasné rušení životních pojištění a jejich náhrada novými, což bývá pro klienty často nevýhodné. Tento postup volí jen část zprostředkovatelů. Kazí ale reputaci všem.

Pojišťovnám, jejichž snaha získat větší podíl na trhu výrazně přispěla k růstu provizí až na 200 procent ročního pojistného, nyní tak vysoké odměny pro zprostředkovatele vadí. Podporují proto návrh poslance Ladislava Šincla (ČSSD), který chce velikost provizí u investičního životního pojištění omezit na 150 procent ročního pojistného. A prodloužit dobu pro jejich výplatu na pět let. Při předčasném ukončení smlouvy by také byla poměrná část provize vrácena klientovi, nikoliv pojišťovně.

S vrácením provize při předčasném ukončení smlouvy počítá i návrh ministerstva financí, který omezuje poplatky placené pojišťovně v prvních pěti letech na 20 procent ročně. Nelimituje však výši provizí pro zprostředkovatele. O tom, zda bude platit některý z těchto návrhů či nějaký kompromis, má rozhodnout vláda, která má znovu projednat novelu zákona o pojišťovnictví.

## Bez pranýře pro černé ovce to nepůjde

Předseda představenstva Allianz pojišťovny Jakub Strnad pokládá regulaci provizí za první střípek mozaiky. „Kdyby existoval registr neetických poradců a regulátor, tedy Česká národní banka, měl dostatek pravomocí k očištění zrna od plev, regulaci provizí vlastně ani nepotřebujeme. Se zástupci poradců si nerozumíme v tom, jaká má být míra jejich regulace. Shodneme se ale na potřebě vytvořit tento registr. Měl by umožnit detekovat černé ovce mezi zprostředkovateli,“ řekl Strnad. Právní analýzy ale podle něj větší-

**VIDEO**  
Sestřih diskuse u kulatého stolu HN o pojišťovacím trhu najdete na: [byznys.ihned.cz](http://byznys.ihned.cz)

## Jak nejlépe ochránit klienta

Kulatého stolu HN k prodeji pojištění v České republice se zúčastnili (zleva): Jaroslav Peyerl z IBM ČR, Aleš Kreidl z České pojišťovny, Jakub Strnad z Allianz pojišťovny, Jiří Schneller z Aegon pojišťovny ČR, Hana Machačová z Kooperativa pojišťovny, Marek Čáp z KPMG Česká republika a šéfredaktor Hospodářských novin Martin Jašminský, který kulatý stůl moderoval.  
FOTO: HN - Jiří Koťátko

nou skončí závěrem, že je vznik registru kvůli ochraně osobních údajů problematický.

Provize u investičního životního pojištění pokládá Strnad za obrovské. Kdyby ale smlouva trvala 30 let, byly by přiměřené. Na východ od Česka činí běžně kolem 200 procent ročního pojistného, v západní Evropě jsou standardně daleko nižší. Návrh poslance Šincla pokládá šéf Allianz pojišťovny za určitý strop. Je třeba přijmout další opatření, díky nimž budou provize dále klesat. Ale postupně. Zprostředkovatelé se musí na změnu připravit a upravit podnikatelské modely, soudí Strnad.

Kromě regulace provizí hraje roli i finanční gramotnost poradce a klienta a zmíněný registr neetických poradců, upozorňuje senior manager KPMG ČR Marek Čáp. „Když se klient kvůli nízké finanční gramotnosti, malé transparentnosti produktu či nízké kvalitě prodejce nedokáže správně rozhodnout, omezi tato regulace ekonomický dopad špatného rozhodnutí,“ dodal Čáp.

Šéf pojišťovny Aegon ČR Jiří Schneller se bojí, aby regulace provizí nevedla spíše k odchodu kvalitních poradců, kteří věnují přípravě pojistky patřičnou pozornost. „Když zde zůstanou ti špatní, je při způsobu jejich práce jedno, zda dostanou provizi 150 či 180 procent,“ dodal Schneller.

## Pomohou průběžně vyplácené provize?

Provize lze podle ředitele Útvaru životního pojištění České pojišťovny Aleše Kreidla platit průběžně v době platnosti pojistky, a nikoliv hradit celou či většinu částky při podpisu smlouvy. Některé pojišťovny a zprostředkovatelské firmy již k tomu pracovníky motivují.

Je to reálnější cesta, jak zlepšit situaci, než kdyby chtěly pojišťovny snížit provize, a riskovaly tak nařčení z kartelové dohody. Když omezi provizi jedna pojišťovna, může zase přijít o část trhu.

Například Allianz uvedla na trh produkt, který využívá průběžnou či mnohem nižší hybridní provizi. Hrozbu poškození reputace považuje totiž Strnad za větší riziko než jiný způsob prodeje produktů.

Ke zlepšení situace má přispět také zjednodušení produktů a to, že členové České asociace pojišťoven zveřejňují větší objem informací, včetně standardizovaného ukazatele nákladů. Klient tak zjistí, kolik peněz z jeho investičního životního pojištění kryje pojistná rizika a kolik investice a jaké má poplatky. Z modelace pojištění by měl zase pochopit, že při ukončení smlouvy do dvou let nedostane nyní od pojišťovny nic. A kolik by dostal, když smlouvu ukončí třeba za pět či 20 let.

Odborník na finanční sektor v IBM ČR Jaroslav Peyerl podotkl, že klienti nepřistupují na nejvyšší, ale ani na nejnižší cenu. Důvěryhodnost nabídky je nejvyšší v mediánu mezi nejlépejší a nejdražší nabídkou, uvádí studie IBM, vycházející ze situace v 25 zemích.

## Staré pojistky nelze aktualizovat

Role poradců či zprostředkovatelů je zatím podle expertů nezastupitelná. Jak si ale ověřit, zda postupují férově? Schneller z Aegon ČR doporučuje vycházet ze zkušeností, referencí či doporučení. „Při pochybnostech by měl oslovit call centrum nebo pobočku pojišťovny, s níž má smlouvu,“ dodává členka představenstva a náměstkyně generálního ředitele Kooperativa pojišťovny Hana Machačová. Tam by měli klientovi vysvětlit, co se se smlouvou děje a co se stane, když ji vypoví.

„U dnešních produktů je možné měnit pojistná rizika a nastavit si smlouvu v průběhu života jinak. Rada pojišťoven se také připravuje, že začne nabízet rizika, která vyvine v budoucnu,“ řekl Kreidl z České pojišťovny. Tyto smlouvy mohou klienta provést celým životem a zajistit mu komplexní pojistnou ochranu, což jde proti takzvanému přetáčení smluv. Produkty z 90. let ale bohužel aktualizovat nejde. Nikdo prý tehdy nečekal, že bude třeba tyto smlouvy, uzavřené na 20 i více let, kvůli zajímavější nabídce někdy měnit.

„Když mám dobře uzavřenou smlouvu, třeba k investicím na důchod, nemám ji a nečekám od ní víc než výplatu peněz v penzi. Problém je, když někdo uzavře s mladým člověkem dlouhodobou smlouvu a nebere v úvahu, co se může změnit za 10 let. A klient zjistí, že je pro něj smlouva nevhodná,“ míní Machačová.

## Pojišťovny mohou smlouvu odmítnout

Pojišťovny si často stěžují na zprostředkovatele, jsou to ale oni, kdo může smlouvu na základě kontroly odmítnout. Kontrola vychází z porovnání uzavřené smlouvy se záznamem o jednání s klientem a stanovení jeho potřeb. „Věřím, že každá větší pojišťovna i větší zprostředkovatelé mají kontrolní systém, který odhalí nekvalitně sjednanou smlouvu. Ne vždy se daří odhalit všechny nekalé praktiky. Situace se ale zlepšila,“ řekl Schneller z Aegonu.

Hodně záleží přirozeně na výběru zprostředkovatele a ochotě pojišťoven vzdát se části produkce, pokud zjistí, že některá poradenská firma není kvalitní. Jde ale i o to, aby měla ČNB konkrétní nástroj a mohla podniknout u jasných podvodů kroky, které by zprostředkovatel finančně opravdu pocítil.



**Jaroslav Peyerl, odborník na finanční sektor, IBM Česká republika**

# Nejčastěji klienti mění pojišťovnu, když není schopna upravit smlouvu

**Olga Skalková**

olga.skalkova@economia.cz

**P**okud pojišťovny dokážou klientům při změně potřeb rychle přizpůsobit smlouvy, zbaví se tím velké části problému s předčasným rušením životních pojistek. Dalším častým důvodem předčasného ukončení této pojistky je nespokojenost se službami pojišťovny, říká Jaroslav Peyerl, odborník na finanční sektor v IBM Česká republika.

**HN: Podle pojišťoven je průměrná životnost smluv životního pojištění tři až čtyři roky. Stojí za tím nenasytost některých neseseriózních zprostředkovatelů, kteří uzavírají nové smlouvy jenom kvůli provizi až 200 procent ročního pojistného klienta? Zprostředkovatelé naopak argumentují tím, že nové pojistky jsou výhodnější a v dlouhodobém horizontu se i počáteční ztráta se zrušenou smlouvou vyplácí.**

Nemyslím si, že za předčasným ukončováním smluv stojí pouze nenasytost makléřů. Existují i jiné důvody, proč lidé opouští svou pojišťovnu. Dle posledního globálního průzkumu IBM Institute for Business Value, který ve 24 zemích analyzoval chování 12 tisíc klientů pojišťoven, k tomu nejčastěji dochází, když se zákazníkům změnila potřeba a pojišťovna nedokáže zareagovat a přizpůsobit smlouvu jejich individuální situaci. Tento důvod udalo 41 procent respondentů. Dalším důvodem je nespokojenost s poskytnutými službami, zejména při likvidaci pojistné události. Doporučení pojišťovacího zprostředkovatele změnit pojišťovnu je až třetím faktorem, stojícím za necelou čtvrtinou případů. Ve 20 procentech je důvodem ke změně poskytovatele pojištění špatný produkt.

**HN: Je možné změnit současnou praxi jinak než regulací?**

Na přínos regulací příliš nevěřím. Jsem toho názoru, že pojišťovnictví by pomohlo méně byrokracie a o to silnější konkurenční prostředí.

**HN: Pojišťovny jsou přesvědčeny, že role zprostředkovatelů je nena-**



Ačkoliv se Česko zdá být rekordmanem v určitých parametrech, jako je počet finančních zprostředkovatelů nebo výše provizí, nejde o české specifikum.



**Jaroslav Peyerl (42)**

Je expertem na informační technologie pro bankovníctví a pojišťovnictví. V IBM působí 15 let. Titul MBA získal v roce 2005 na Brno International Business School – Nottingham Trent University. Kromě IBM pracoval i pro společnost Hewlett-Packard, kde byl zodpovědný za globální spolupráci se skupinou PPF. Profesionální kariéru začal v roce 1992 jako soukromý podnikatel ve službách.

Foto: HN – Libor Fojtik

**hraditelná, protože klient většinou potřebuje poradit, jak se má pojištit. Jsou už k dispozici systémy, které by klientovi navrhly odpovídající životní pojištění a umožnily ho koupit on-line?**

Ve světě i u nás nabízí sjednání určitých typů životního pojištění přes internet mnoho pojišťoven, ačkoliv od určité úrovně krytí to zcela on-line nefunguje. Pomínu-li eventuelní výnos ze spořicího nebo investičních životních pojištění, klient by si měl vždy uvědomit, že nejde o to, kolik na pojistném ušetří, ale co za něj dostane v momentě pojistného plnění, tedy dojde-li ke škodní události. Nejsme-li schopni či nechci-li sám porozumět všem detailům složitých pojistných produktů, ocením radu odborníka. Problémem zůstává reálná motivace zprostředkovatelů, neboť ti jsou nyní odměňováni pojišťovnami, nikoliv klientem. Možné východisko stále vidím v nabídce pojištění očištěného o zprostředkovatelské provize, kdy se na výši odměny dohodne poradce s klientem.

**HN: Objevuje se problém se zprostředkovateli, kteří přesvědčují klienty k předčasnému rušení smluv a uzavírání nových, i když klient přijde o úspory za první dva roky, i v jiných zemích?**

Ačkoliv se Česko zdá být rekordmanem v určitých parametrech, jako je počet finančních zprostředkovatelů na hlavu nebo výše provizí, nejde o české specifikum. Pro podpojištěné rozvíjející se trhy, kde pojišťovny potřebují hlavně růst a usilují o každou smlouvu, je problém s nekalými praktikami zprostředkovatelů příznačný. Ve vyspělých zemích, kde je pojištění standardním nástrojem zajištění budoucích potřeb a má silnou tradici, je úroveň služeb poskytovaných pojišťovnami úměrná vyšší finanční gramotnosti klientů a logicky nezbyvá tolik prostoru pro neseseriózní jednání a jiné nešvary.

**HN: V období nové ekonomiky firmy čím dál víc využívají sociální sítě, některé banky už začaly s prodejem produktů přes Facebook.**

**Je to způsob, s nímž je možné mít úspěch i v prodeji životního pojištění?**

O vstup a úspěšné fungování na sociálních sítích se snaží zřejmě všichni poskytovatelé finančních služeb, pojišťovny nevyjímaje. K uzavírání smluv tento kanál zatím příliš neslouží. Boj se nyní vede spíše v rovině vytěžování dostupných informací pro efektivnější marketing, PR, komunikaci a obsluhu klienta. Pojišťovny zajišťují zatím příliš neslouží. Boj se nyní vede spíše v rovině vytěžování dostupných informací pro efektivnější marketing, PR, komunikaci a obsluhu klienta. Pojišťovny zajišťují zatím příliš neslouží. Boj se nyní vede spíše v rovině vytěžování dostupných informací pro efektivnější marketing, PR, komunikaci a obsluhu klienta.

**HN: Podle nedávného průzkumu Capgemini nejsou dnes mladí lidé ochotni chodit do bankovních poboček, vybírají si nevhodnější služby na internetu a dávají najevo, že při rozhodování už nehraje roli důvěra k bankovnímu sektoru, protože stejně důvěřují například Googlu. Zaznamenáváte podobný trend v pojišťovnách?**

Ano, i z našich studií plyne, že dnešní teenageři mají zcela odlišné vzorce chování a přístupu k finančním institucím než jejich rodiče a předchozí generace. Daleko víc než o kontakt s pojišťovnou nebo bankou stojí o vztahy v rámci svých komunit. V tomto smyslu zřejmě vyrostou pojišťovnám zcela nová konkurence.

Například Google, který nedávno spustil ve Spojených státech služby srovnávače pojištění, může být brzy nejen důležitým prodejním kanálem, ale přímo pojišťovnou. O většinu z nás a našem chování toho ví tolik, že může začít pojišťovat rizika na vlastní vrub namísto pouhého zprostředkování.

## Co zaznělo u kulatého stolu HN



**Jakub Strnad**  
předseda představenstva  
Allianz pojišťovny

Naším úkolem je zjednodušovat pojistné produkty. Poslední tři roky razím teorii, že každý nový produkt, který nabízíme, bude jednodušší než ten předchozí.



**Jiří Schneller**  
generální ředitel Aegon  
pojišťovny ČR

Klienta chrání různé nástroje pojišťoven i poradců. Je to ale on, kdo řídí tento vztah a vybírá si, co kupuje. Roli hraje jeho vzdělání a kvalita poradce.



**Hana Macháčová**  
náměstkyně generální  
ředitelky Kooperativa pojišťovny

Kvalitní poradce musí mít odvahu klientovi říci, že kdyby chtěl smlouvu za dva roky ukončit, nebude mít na odbytém nic.



**Aleš Kreidl**  
ředitel Útvaru životního pojištění  
České pojišťovny

Když chce klient investovat konzervativně a zjistí se, že má dynamický fond, dopisem ho na to upozorníme. Do dvou měsíců může smlouvu zrušit.



**Marek Čáp**  
senior manager  
KPMG Česká republika

Ještě před dvěma roky existovaly pojišťovny, které nezveřejňovaly ani poplatkovou strukturu, takže si ani odborník nedokázal vyhodnotit, co je pro něj výhodné. To se změnilo.