

Serie – Teil 1. Verständlichkeit & Recht

„Unser Kleingedrucktes ist klar und deutlich ...“

Die PRISMA Kreditversicherung rühmt sich zu Recht die erste Versicherung zu sein, die man durch und durch versteht. Die neuen AGB der Prisma Kreditversicherung haben ein Inhaltsverzeichnis und alle Kapitelüberschriften sind als Fragen formuliert. Der Text beginnt mit einer Begriffsklärung. Mit der Befreiung vom Fachchinesisch möchte die Prisma am österreichischen Markt der Kreditversicherungen besser punkten. Start ist der 1. November 2006.

Es gibt in Österreich 30.000 potenzielle Kunden, jedoch nur insgesamt 3.500 Verträge, die sich die vier Anbieter von Kreditversicherungen teilen. Die Marktdurchdringung liegt also bei mageren zehn bis zwölf Prozent. Nun hat Prisma gemeinsam mit der Agentur wortwelt® in einem Wording Projekt das Negativ-Image der Versicherungsbranche „kleingedruckt – unverständlich – im Notfall zahlen sie nicht“ ins Visier genommen.

Transparente Formulierungen sollen für mögliche Kunden den Mehrwert von Kreditversicherungen klar machen. Der Schriftstil soll die Werte und die Kultur des Unternehmens widerspiegeln.

Prisma Vorstand Ludwig Mertens: „Für Kunden sind Kreditversicherungen aufwändig und oft nur dem eingeweihten Risikomanager vertraut. Wir haben im vergangenen Jahr alle unsere Dokumente und Briefe vom Versicherungschinesisch befreit. Sogar – und darauf sind wir besonders stolz – die

Allgemeinen Versicherungsbedingungen. Mir geht es darum, unsere Produkte marktgängiger zu machen, das heißt so einfach und klar wie möglich. Unser Ziel sind partnerschaftliche und transparente Kundenbeziehungen! Durch unser Kleingedrucktes soll sich niemandem verunsichert fühlen.“

30% gehen niemandem ab

„Bei einem solchen Sprachprojekt formulieren wir aus den drei wichtigsten Eigenschaften des Firmenleitbilds ein Sprachleitbild mit dem Kunden“, schildert wortwelt®-Partnerin Karin Krobath. „Wenn dann so wie bei der Prisma herauskommt: ‚Wir sind partnerschaftlicher, transparenter und ambitionierter‘ – die drei Kernwerte der Prisma – dann fragen wir ‚Wo sehen wir das in der Sprache?‘

„Zuerst glaubt jeder, wir machen hässliche Sätze schön. Im Laufe des Projekts merken die Kunden dann, dass sie dreißig Prozent des Geschriebenen ersatzlos streichen können, weil es niemandem abgeht. Die restlichen sieben Prozent formulieren wir dann gemeinsam um und können nebenbei auch noch einige Prozesse vereinfachen. Verändern wir die Sprache, dann verändert sich unser Zugang zu den Dingen. Das ist dann ein Erfolg für ein Wording Projekt“, so Karin Krobath. „Es geht darum, dass ich es eben wirklich auf den Punkt bringe und mich nicht hinter ellenlangen Formulierungen und Schachtelsätzen verstecke, die mich erschlagen, weil sie so kompliziert sind.“

Sprache ist etwas ganz Wesentliches in einem Dienstleistungsbetrieb

Die Texte werden anschließend zu einem Handbuch zusammengestellt. Danach werden die Mitarbeiter geschult. Und wenn man ein Wording Projekt ernst nimmt, dann müssen auch die Vertragsbedingungen und Polizen überarbeitet werden. Bei Prisma waren dabei die Hausjuristen federführend. Sie setzen nun nicht mehr auf möglichst gesetzesnahe Formulierungen, die man schon in der Uni gelernt hat.

„Aus unserer Sicht braucht es juristische Kompetenz für den Inhalt. Ein Vertrag will gut verhandelt und ein Gesetz muss wasserdicht sein. Das ist das unumstrittene Arbeitsfeld für Rechtsexperten. Geht's allerdings um die Verpackung des Inhalts in Sprache, dann haben die Kunden ein Wörtchen mitzureden. Sie müssen es ja schließlich unterschreiben. Rechtstexte brauchen also soviel Klarheit, dass man sie ohne anwaltliche Übersetzungsarbeit lesen, erfassen und beurteilen kann“, bringt es Karin Krobath auf den Punkt.

ALT

Dieses Schreiben stellt kein Präjudiz für die Anerkennung eines allfälligen Versicherungsfalles dar.

Anbietungspflicht

Die Anbietungspflicht umfasst alle Forderungen an gegenwärtige und künftige Kunden mit Sitz in den im Versicherungsschein angeführten Ländern, soweit die bestehende oder zu erwartende Gesamtforderung an einen Kunden sich mindestens auf die im Versicherungsschein genannte Summe beläuft (Anbietungsgrenze).

Umfang des Versicherungsschutzes

1. Versicherungsschutz wird gewährt für rechtlich begründete Forderungen des Versicherungsnehmers
 - a) aus Warenlieferungen und Dienstleistungen, welche im regelmäßigen Geschäftsbetrieb des Versicherungsnehmers, in seinem Namen und auf seine Rechnung ausgeführt wurden.
 - b) für Frachtspesen und Versicherungsprämien, Wechseldiskont und -spesen, soweit sie im Zusammenhang mit versicherten Forderungen aus Warenlieferungen und Dienstleistungen entstanden sind.
2. Forderungen sind ab Lieferung oder Leistung versichert, wenn und soweit vom Versicherer für den Kunden des Versicherungsnehmers eine Versicherungssumme festgesetzt ist, das vom Versicherungsnehmer gewährte Zahlungsziel nicht über das äußerste Kreditziel gemäß § 7 Nr. 1 hinausgeht und diese Forderungen innerhalb von 4 Wochen fakturiert werden. Wird später fakturiert, sind diese Forderungen erst von da ab versichert.

Als Zeitpunkt der Lieferung oder Leistung gilt der Tag der Versendung der Ware an den Kunden oder der Beginn der Dienstleistung. Die Festsetzung der Versicherungssumme erfolgt durch schriftliche Kreditmitteilung. Maßgeblich für den Inhalt und Umfang des Versicherungsschutzes ist der Versicherungsvertrag, soweit nicht die Kreditmitteilung abweichende Bestimmungen enthält.

NEU

Bitte beachten Sie, dass unser Schreiben noch keine endgültige Leistungszusage ist.

Was bedeutet „Anbietungspflicht“?

Die Anbietungspflicht gilt für alle Forderungen an gegenwärtige und künftige Kunden, die folgende Kriterien erfüllen:

- der Kunde hat seinen Sitz in einem Land, das im Versicherungsschein steht, und
- die bestehende oder zu erwartende Gesamtforderung des Versicherungsnehmers gegen den Kunden erreicht oder übersteigt die Anbietungsgrenze.

Welche Forderungen sind versichert?

1. Versicherungsschutz besteht nur für rechtlich begründete und fakturierte Forderungen des Versicherungsnehmers, die folgende Kriterien erfüllen:
 - a) die Forderung stammt aus einer Warenlieferung oder Dienstleistung, die der Versicherungsnehmer in seinem regelmäßigen Geschäftsbetrieb, im eigenen Namen und auf eigene Rechnung erbracht hat,
 - b) der Sitz des Kunden ist in einem Land, das im Versicherungsschein steht, und
 - c) das mit dem Kunden vereinbarte Zahlungsziel geht nicht über das äußerste Kreditziel (Art. 16) hinaus.
2. Frachtspesen, Versicherungsprämien, Wechseldiskont und Wechselspesen sind vom Versicherungsschutz umfasst, soweit sie im Zusammenhang mit versicherten Forderungen (Abs. 1) entstanden sind.
3. Bei Kunden mit Sitz in Österreich umfasst der Versicherungsschutz auch die österreichische Umsatzsteuer. Im Übrigen ist eine vom Versicherungsnehmer in Rechnung gestellte Umsatz- oder Mehrwertsteuer nicht versichert.

4. Für Forderungen, die innerhalb von 5 Wochen ab ihrer Entstehung (Art. 13) fakturiert werden, besteht bereits vor der Fakturierung Versicherungsschutz.

Wann beginnt und wann endet der Versicherungsschutz?

Der Versicherungsschutz für einen Kunden beginnt an dem Tag, der in der Kreditmitteilung (Art. 3) steht, aber nicht vor Beginn des Versicherungsvertrages. Er endet gleichzeitig mit dem Versicherungsvertrag. Der Versicherungsfall muss innerhalb dieses Zeitraumes eintreten.

Woraus ergeben sich Inhalt und Umfang des Versicherungsschutzes?

Inhalt und Umfang des Versicherungsschutzes ergeben sich aus dem Versicherungsvertrag, soweit nicht in der Kreditmitteilung (Art. 3) abweichende Bestimmungen stehen.

Einfache Tipps für guten Rechtstext

Zum Abschluss eine brauchbare Liste, für alle, die es selbst probieren wollen.

- Gliedern Sie übersichtlich und logisch.
- Verwenden Sie einfache, leicht verständliche Sätze.
- Kürzen Sie jeden langen Satz. Und dann kürzen Sie ihn am besten noch einmal.
- Packen Sie Paragraphen immer in Klammern ans Satzende.
- Überschriften: Entweder kommentieren oder gleich in Frage-sätze verpacken.
- Wir/Sie-Stil statt sich selbst und die Kunden immer in der 3. Person ansprechen.
- Leserfreundliche Schrift mindestens 10pt!
- Fachbegriffe bleiben Fachbegriffe. Ein Glossar hilft!

Text: Manuela Taschlmar

LITERATURTIPP

ARD HANDBUCH 2006

zum Arbeits-, Sozialversicherungs- und Steuerrecht

Das ARD-Handbuch bietet eine kompakte Zusammenfassung aller in der Zeitschrift ARD Betriebsdienst im vergangenen Jahr veröffentlichten Gesetze, Verordnungen, Kundmachungen, Novellierungen, Entscheidungen und Erlässe auf den Gebieten Arbeits-, Steuer- und Sozialversicherungsrecht.

Das Handbuch ist in einen arbeitsrechtlichen, einen steuerrechtlichen und einen sozialversicherungsrechtlichen Teil gegliedert. Die umfangreichen Stichwortverzeichnisse ermöglichen das rasche und einfache Auffinden jeglicher Einträge.

Autor: Dr. Dietrich Scherff

LexisNexis ARD Orac
Wien 2006
816 Seiten
ISBN: 3-7007-3389-5
Best.-Nr. 35.08.16
Preis: € 70,-



PRISMA

Prisma Kreditversicherungs-AG

PRISMA Kreditversicherungs-AG wurde 1989 gegründet und ist derzeit Nummer Zwei am österreichischen Kreditversicherungsmarkt. 2005 erzielte PRISMA 45 Mio. Euro Umsatz.

PRISMA prüft im Auftrag ihrer Kunden laufend die Bonität von Geschäftspartnern und versichert das Risiko von Forderungsausfällen im In- und Ausland.

PRISMA Kreditversicherungs-AG
Ludwig Mertens
Vorstand PRISMA Kreditversicherung
Himmelfortgasse 29, A-1010 Wien
Tel. +43-1-5 01 02 - 0
Fax +43-1-5 01 02 - 2199
E-Mail: office@prisma-kredit.com

Wer ist wortwelt®?

wortwelt®: ist seit fünf Jahren die österreichische Spezial-Agentur für Unternehmenssprache. Axel Ebert, Karin Krobath, Markus Ruppig und Ralf Tometschek haben bis jetzt 60 Wording-Projekte für Handels- und Dienstleistungsunternehmen, Industrie, Telekommunikation und öffentliche Verwaltungen erfolgreich umgesetzt.

Ansprechpartnerin:
Dr. Karin Krobath,
Partnerin von wortwelt®
Skodagasse 26/14, A-1080 Wien
Tel.: +43-699-107 766 11
E-Mail: karin.krobath@wortwelt.at



Foto: PRISMA

Ludwig Mertens

Vorstand Prisma Kreditversicherung



Foto: wortwelt

Dr. Karin Krobath

Partnerin von wortwelt