

Diese Versicherungen sind Käse



**Es gibt die Goldene Himbeere für den miesesten Film, die Goldene Runkelrübe für herausragend schlechtes Personalmarketing und den Goldenen Vollpfosten der heute-show. Da will sich der Bund der Versicherten (BdV) nicht lumpen lassen und hat einen eigenen Negativpreis kreiert: den Versicherungskäse des Jahres.**

Anfang Juni rief die Verbraucherschutzorganisation den Preis ins Leben und man durfte annehmen, dass sie sich um mögliche Kandidaten keinen Kopf machen musste. Denn Versicherungsprodukte, die zum Himmel stinken, gibt es wie Sand am Meer. Vorschläge konnten nicht nur Verbraucher und Branchenkenner machen, auch die Versicherungswirtschaft selbst konnte ihre Kandidaten ins Rennen schicken. Leider machte sie von dieser Möglichkeit keinen Gebrauch. Stattdessen haben eine Verbraucherschutzorganisation, ein Makler und die Jury selbst zahlreiche Produkte eingereicht, die sie für Käse halten. Ein Mangel gab es nach Auskunft des BdV nicht. Alles andere hätte auch verwundert.

Unter den zahlreichen Einsendungen hat die Jury die drei Spitzenreiter - oder sollte man besser U-Boote sagen? - ausgewählt. Welche Kriterien dabei angewandt wurden, ist bisher nicht

bekannt. Erst am 25. September wird der BdV im Rahmen seiner Wissenschaftstagung den Schleier lüften und den absoluten Ober-Käse küren.

Im Rennen sind (in alphabetischer Reihenfolge der Tarifnamen):

- die „Fondsgebundene Rentenversicherung Netto mit Zusatzversicherung L“ der Cardea Life - eine Marke der Prisma Life AG
- der „KitaAusflugSchutz“ der Lloyd´s Versicherer London Niederlassung für Deutschland
- „Rund um den Arenabesuch“ der Allianz Versicherungs-AG

Mit Kerstin Becker-Eiselen (Verbraucherzentrale Hamburg), Edda Castello (Expertin), Lars Gatschke (Verbraucherzentrale Bundesverband.), Peter Schütt (Versicherungsberater) und Barbara Sternberger-Frey (Redaktionsbüro Sternberger-Frey) darf der Jury zugetraut werden, dass sie sich für die richtige Käse-Sorte entscheiden wird.

Elke Pohl