



DIE VERMITTLER

BUNDESVERBAND DEUTSCHER VERSICHERUNGSKAUFLEUTE e.V.

Positionspapier des Bundesverbandes Deutscher Versicherungskaufleute e.V.

zu

Versicherungsvermittlung über Internetportale

Der Bundesverband Deutscher Versicherungskaufleute e.V. (BVK) vertritt die Interessen von mehr als 40.000 Versicherungs- und Bausparkaufleuten. Hierzu zählen Vermittler aller Vertriebswege – Einfirmenvertreter, Mehrfachagenten und Versicherungsmakler.

I. Vorbemerkung

Das Internet eröffnet auch beim Vertrieb von Versicherungsverträgen neue Möglichkeiten und Chancen. Dennoch entstehen durch diesen Vertriebsweg auch neue Herausforderungen, die es kritisch zu hinterfragen gilt. Es besteht die gemeinsame Verantwortung von Politik, Verbraucherschutz und Verbänden, auch im Internet dafür zu sorgen, dass die gleichen Rahmenbedingungen und Anforderungen für alle Vertriebswege am Markt zum Wohle des Verbrauchers zu erfüllen sind.

Angesichts der wachsenden Vermittlungsanzahl von Versicherungen über Internetportale weist der BVK auf der Grundlage der Ausführungen von Prof. Dr. Hans-Peter Schwintowski zu diesem Thema in unserer Verbandszeitschrift „Versicherungsvermittlung“ (Nr. 02/15; S. 50ff.) auf folgende Punkte besonders hin:

II. Mindestanforderungen an Internetportale

1. Der BVK begrüßt auf europäischer Ebene die ausdrückliche Berücksichtigung und

Gleichbehandlung aller Vertriebswege, inklusive der Internetportale, im Rahmen der Reform der europäischen Vermittlerrichtlinie IDD (ehemals IMD II). Nach Artikel 2 der Richtlinie gilt zukünftig als Versicherungsvermittlung auch die Beratungs- und Vermittlungstätigkeit durch Versicherungsunternehmen in direktem Kontakt mit den Versicherten (sogenannter Direktvertrieb) sowie auch die Vermittlung über Internetseiten oder andere Medien.

Der BVK betont, dass eine Gleichbehandlung aller Akteure (fair-level-playing-field) beim Vertrieb von Versicherungsprodukten auch auf nationaler Ebene gewährleistet sein muss.

2. Vergleichsportale, die Versicherungen vermitteln, müssen also die gleichen Anforderungen erfüllen, die auch beim Vertrieb durch Versicherungsvermittler gelten!

3. Die Ausnahme des § 6 Absatz 6 VVG ist nicht einschlägig, da ein Vergleichsportal nicht dem Direktvertrieb im Wege des Fernabsatzes nach § 312c BGB zugeordnet werden kann. In der Regel wird ein Vergleichsportal als unabhängiger Marktteilnehmer vom Kunden wahrgenommen. Der BVK spricht sich für die Gleichbehandlung aller Vertriebswege aus, wie es im Übrigen auch der derzeitige Entwurf der europäischen Richtlinie zur IDD vorsieht.

4. Der BVK weist darauf hin, dass Internetportale eine klare Abgrenzung zwischen Tippgeber und Versicherungsvermittler vornehmen müssen. Das Urteil des Bundesgerichtshofs (BGH, Az.: I ZR 7/13) vom 28.11.2013 im Fall „Tchibo“ hat klargestellt, dass Portale entweder Vermittler oder Tippgeber sind. Die Abgrenzung erfolgt nach dem objektiven Erscheinungsbild der ausgeübten Tätigkeit.

Der BVK fordert, dass für den Verbraucher stets transparent erkennbar sein muss, ob es sich bei einem Internet-Portal um einen Tippgeber oder Vermittler handelt.

Der BGH beschränkt die Tippgebertätigkeit darauf, „Möglichkeiten zum Abschluss von Versicherungsverträgen namhaft zu machen oder Kontakte zwischen potenziellen Versicherungsnehmern und Vermittlern bzw. Versicherern herzustellen.“ Hierbei handelt es sich lediglich um eine vorbereitende Tätigkeit, die nicht auf eine konkrete Willenserklärung zum Abschluss des Vertrages abzielt. Eine Beratung erwartet der Verbraucher somit durch den Tippgeber gerade nicht.

Der BVK weist – wie bereits in seiner Stellungnahme zum BaFin-Rundschreiben R 10/2014 (VA) – darauf hin, dass eine Vergütung als Gegenleistung für die Empfehlung

eines Kundenkontaktes in der Praxis nicht ungewöhnlich ist. Davon ist jedoch strikt zu unterscheiden, wenn eine Handlung erkennbar „zum Abschluss eines Versicherungsvertrages führt“ und dabei der Abschluss des Vertrages durch Einwirken auf den Dritten bzw. dessen Abschlussbereitschaft gefördert wird. Eine Verwässerung des Begriffs der Tippgebereigenschaft wird strikt abgelehnt.

5. Tritt das Portal als Vermittler auf, muss die obligatorische Mitteilung der Statusinformationen auch durch Internetportale gewährleistet werden. Denn gemäß § 11 VerVermV hat der Vermittler seinen Kunden beim ersten Geschäftskontakt bestimmte Statusinformationen klar und verständlich in Textform mitzuteilen.

Eine Erlaubnis nach erfolgreicher Registrierung bei der zuständigen Industrie- und Handelskammer wird vorausgesetzt (§ 34 d GewO). Eine transparente – den Bestimmungen des Wettbewerbsrechts entsprechende – Veröffentlichung der Statusinformation mittels eines für den mündigen Verbraucher deutlich sichtbaren „Buttons“ auf dem Internetportal wäre aus Sicht des BVK eine praktikable Lösung.

Bisher sind diese Statusinformationen auf vielen Internetportalen in der Regel nicht klar gekennzeichnet und für den Verbraucher nur nach spezieller Suche auffindbar.

6. Zudem muss auch durch das Internetportal zunächst eine Leistungs- und Bedarfsanalyse erfolgen, um den Kundenwunsch identifizieren zu können (§ 61 VVG). Auf Basis dieser Informationen muss dann bewertet werden, ob der Kundenwunsch mit einem passenden Produkt überhaupt durch das Internetportal bedient werden kann oder nicht. Der BVK weist darauf hin, dass viele Versicherungsprodukte besonders beratungsintensiv sind. Hinzu kommt, dass die Versicherungsverträge in der Regel so gestaltet sind, dass deren Bedingungen oder mögliche Risikoausschlüsse für den Kunden in der Regel oft nicht sofort erkennbar sind.

7. Der BVK weist insbesondere darauf hin, dass der Versicherungsvermittler als „Ehrbarer Kaufmann“ für Qualifikation und Kompetenz steht und hohe Standards an Dienstleistung und Beratungsqualität erfüllt.

Soweit es um eine „angemessene Qualifikation“ geht, ist der BVK der Ansicht, dass im Rahmen der Weiterbildungsinitiative „gut beraten“ die weitere Professionalisierung des Berufsstandes wesentlich dazu beiträgt, hier für eine angemessene Qualifikation der

Versicherungsvermittler zu sorgen und dies auch zu dokumentieren. Die dort aufgestellten Qualitätsmaßstäbe und Nachweise zur Teilnahme an Bildungsveranstaltungen tragen dazu bei, weitere Anforderungen über das übliche Maß hinaus zu erfüllen.

Die Trägerverbände der Initiative „gut beraten“, zu denen auch der BVK gehört, sind davon überzeugt, dass die Initiative die Versicherungsvermittler in ihrem Bemühen unterstützt, ihr Fachwissen stets aktuell zu halten und zu erweitern, ihre Kompetenz zur Kundenberatung im Sinne eines lebenslangen Lernens immer weiter zu stärken.

Internetportale können hingegen nicht die umfassende Beratungsleistung eines Versicherungsvermittlers ersetzen, da die meisten Verbraucher weder ihre Sicherungslücken noch den Bedarf an notwendiger Absicherung kennen.

8. Transparent sollten Internetportale zudem ihre geschäftlichen, vertraglichen und kapitalmäßigen Verflechtungen (Beteiligungsverhältnisse) offenlegen und klar und detailliert die Hauptmerkmale von Produkten, Deckung und Risikoausschlüssen darstellen. Zudem sollte klar und leicht erkennbar sein, wen der Kunde bei Produktbeschwerden und Problemen kontaktieren kann. Auch ein Verweis auf den Ombudsmann für Versicherungen sollte im Impressum obligatorisch erfolgen.

Der BVK wird sich dafür einsetzen, dass Internetportale diese Mindestanforderungen zukünftig erfüllen müssen, um Marktungleichbehandlungen entgegenzuwirken.

III. Fazit

Der Versicherungsvertrieb durch Versicherungsvermittler ist nach wie vor unverzichtbar. Durch seine Qualifikation und Kompetenz kann nur der Versicherungsvermittler dem Kunden eine ganzheitliche Beratungsleistung für erklärungsbedürftige Versicherungsverträge bieten, die dem Kundenwunsch umfassend gerecht wird. Gleichwohl erkennt der BVK die positiven Möglichkeiten der digitalen Vertriebsform für die Verbraucher.

IV. Forderungen

1. Der BVK fordert die Gleichbehandlung aller Vertriebswege am Markt, inklusive der Internetportale, „fair-level-playing-field“ auf nationaler Ebene nach dem Vorbild des europäischen Entwurfs zur Reform der Vermittlerrichtlinie (IDD).

2. Internetportale, die Versicherungen vermitteln, müssen die gleichen Mindestanforderungen hinsichtlich Beratung und Dokumentation erfüllen wie Versicherungsvermittler. Hierzu zählt auch die Durchführung einer Leistungs- und Bedarfsanalyse.
3. Internetportale müssen transparente Informationen darlegen hinsichtlich:
 - ihrer klaren Abgrenzung zwischen Tippgeber und Versicherungsvermittler,
 - der Abgabe ihrer Statusinformation gegenüber dem Verbraucher,
 - ihres Geschäftsmodells und ihrer kapitalmäßigen Verflechtungen (Besitzverhältnisse).

Bonn, den 21.05.2015