

Wettbewerbsrecht für Makler, Berater und Vermittler



Grundregeln für die Werbung übers Telefon. Konkret ging es darum, dass eine Verbraucherin von einem Telekommunikationsunternehmen über eine dafür beauftragte Gesellschaft Anrufe auf ihren privaten Telefonanschluss bekommen hatte. Das Unternehmen wollte ihr einen attraktiven Telefentarif anbieten. Diese Form des Telefonmarketings ist als Werbung gegenüber einem Verbraucher zu werten und daher ohne dessen Einwilligung unzulässig. Genau diese Einwilligung fehlte aber: Der Telekommunikationsanbieter berief sich darauf, dass die Frau zuvor im Rahmen eines Gewinnspiels ihre Zustimmung zu den Anrufen gegeben habe. Die beiden Vorinstanzen hatten aber bereits die von dem Unternehmen vorgebrachten Beweise als nicht ausreichend eingestuft, um diese Behauptung zu unterstützen. Das sah der BGH genauso.



Geklagt hatte ein Verbraucher gegen einen Versicherer. Er hatte das Unternehmen per Mail gebeten, eine Vertragskündigung zu bestätigen. Der Versicherer tat das. Die Bestätigungs-Mail schloss aber mit diesen Sätzen: "Unwetterwarnungen per SMS kostenlos auf Ihr Handy. Ein exklusiver Service nur für S. Kunden. Infos und Anmeldung unter (...)." Der Kläger rügte, dass er mit der Bestätigung ohne sein Einverständnis Werbung erhalten habe – zu Recht. Automatisch generierte Bestätigungs-E-Mails, die sowohl eine Eingangsbestätigung in Bezug auf zuvor versandte Nachrichten als auch Werbung enthalten, stellen einen rechtswidrigen Eingriff in das allgemeine Persönlichkeitsrecht des Betroffenen dar, wenn dieser dem Erhalt von Werbung zuvor ausdrücklich widersprochen hat.



Eine gebundene Versicherungsvertreterin hatte auf einem Businessportal für sich geworben. Weil als Berufsbezeichnung "Versicherungsmaklerin" angegeben war, wurde sie wegen dieser Bezeichnung verklagt. Das Landgericht (LG) Düsseldorf gab der Klageseite recht. Das Gericht unterstreicht, dass die Werbung mit der Angabe "Versicherungsmaklerin" irreführend ist. Ferner stellt das Gericht klar, dass die Vermittlerin für mögliche Fehler des Portals bei ihrer Berufsbezeichnung haftet. Hat sie ihre Tätigkeit dem Portalbetreiber gegenüber korrekt beschrieben und ist dieser allein für die unzutreffende Darstellung verantwortlich, haftet sie aber gemäß Paragraf 8 Absatz 2 des Gesetzes gegen unlauteren Wettbewerb (UWG) für dessen Fehlverhalten, ohne dass es darauf ankommt, ob ihr selbst ein Verschulden zur Last fällt.



Bei der Werbung müssen Versicherungsvermittler nicht nur die Vorschriften für Werbung, sondern auch das Provisionsabgabeverbot nach Paragraf 48b Versicherungsaufsichtsgesetz (VAG) beachten: Ein Versicherer hatte auf seiner Internetseite für den Abschluss einer Risikolebensversicherung mit einem 50-Euro-Amazon-Gutschein geworben. Dagegen hatte ein Vermittler mit Erfolg geklagt, weil er das Angebot wegen Verstoßes gegen Paragraf 48b VAG, der nur geringwertige Belohnungen bis zu 15 Euro für einen Vertragsabschluss zulässt, für wettbewerbswidrig hält. Bei dem Gutschein handelte es sich nach Ansicht des Gerichts um solch eine unzulässige Sondervergütung, nämlich eine Sachleistung, die nicht die Versicherungsleistung betrifft. Damit ist bereits das Versprechen der Sondervergütung unlauterer Wettbewerb.



Der Fall: Das Vergleichsportal Verivox hatte im Internet den Vergleich und die Vermittlung von Privathaftpflichtversicherungen angeboten. Der Vergleich enthielt aber nur Versicherer, die mit Verivox eine Provisionsvereinbarung abgeschlossen hatten. Fast die Hälfte der Anbieter fehlte, laut Bafin-Daten bildeten die teilnehmenden Versicherer nur 48 Prozent des Marktes ab. Nach Meinung des Verbraucherzentrale Bundesverbands (VZBV) hatte Verivox diese eingeschränkte Marktauswahl nicht transparent kenntlich gemacht. Denn ein Makler wie Verivox ist nach Paragraph 60 Absatz 1 Satz 1 Versicherungsvertragsgesetz (VVG) verpflichtet, "seinem Rat eine hinreichende Zahl von auf dem Markt angebotenen Versicherungsverträgen und von Versicherern zu Grunde zu legen" – was hier nicht der Fall war. Zudem stellen diese Vorschriften aus dem VVG zur Beratung auch Marktverhaltensregelungen dar. Ein Verstoß gegen sie ist damit eine unlautere Tätigkeit nach dem UWG. Diese Vorschrift ist nach Ansicht des Gerichts dazu bestimmt, im Interesse der Marktteilnehmer – insbesondere der Verbraucher – das Marktverhalten zu regeln. Ein Verstoß gegen sie stellt damit zugleich eine unlautere geschäftliche Handlung dar, was Vermittler beachten müssen.

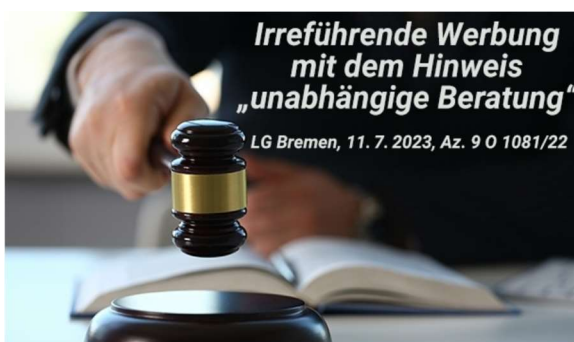


Dieses Urteil ist eine Ausnahme, weil das LG Stuttgart in diesem Fall klarstellte, was Verbraucher an Werbung tolerieren müssen: Im Streitfall erhielt der Kläger, ein Verbraucher, eine personalisierte Briefwerbung eines Versicherers. Er machte von seinem Recht auf Löschung gemäß Artikel 17 Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) Gebrauch. Der Versicherer kam dem nicht nach – und bekam recht: Das LG stellte keinen DSGVO-Verstoß fest. Insbesondere waren die Zusendung der personalisierten Briefwerbung und die Verarbeitung von Adressdaten rechtmäßig im Sinne von Artikel 6 Absatz 1 f) DSGVO. Die Interessen des Versicherers an den Werbemaßnahmen waren nämlich "berechtignte Interessen" im Sinne der genannten DSGVO-Passage, woraus wiederum folgt, dass die Verarbeitung der Kontaktdaten zur Wahrung dieser Interessen erforderlich war. Werbebriefe stellen mithin notwendige Mittel dar, um auf der einen

Seite Bestandskunden zu pflegen, auf der anderen Seite aber auch – wie hier – Neukunden zu gewinnen. Im Ergebnis überwiegen daher die Interessen des Klägers die berechtigten Interessen der Beklagten als Verantwortliche oder die Interessen der (Werbe-)Kunden nicht.



Eine Firma, die nicht über eine Erlaubnis zur Versicherungsvermittlung gemäß Paragraph 34d GewO verfügte, beauftragte Unternehmen damit, mittels Haustürwerbung Verbrauchern den Beitritt zu einer "T. M. A. A. GmbH Mitgliedergemeinschaft" anzubieten. Diese Mitgliedschaft berechnete zur Inanspruchnahme verschiedener Versicherungsleistungen im Fall einer Erkrankung oder eines Unfalls im Ausland. Den Verkauf der Mitgliedschaften zur Erlangung des Versicherungsschutzes im Rahmen einer Gruppenversicherung stufte der BGH aber als erlaubnispflichtige Versicherungsvermittlung ein: Die Tätigkeit der Beklagten sei laut Gericht darauf gerichtet, den "Mitgliedern" die Deckung bestimmter Risiken über eine Versicherung zu verschaffen und dafür ein Entgelt zu erhalten. Das sei mit der Tätigkeit eines klassischen Versicherungsvermittlers vergleichbar. Für die Vermittlerbranche ist dabei auch die Feststellung des BGH wichtig, dass es sich bei den Bestimmungen zur Erlaubnispflicht der Versicherungsvermittlung um sogenannte Marktverhaltensregeln handelt, deren Einhaltung über die Vorschriften des UWG im Wege der zivilrechtlichen Selbstkontrolle erzwungen werden kann.



Dieses Urteil dreht sich um die Frage, wann sich Vermittler als "unabhängig" bezeichnen dürfen, auch wenn sie Provisionen von Produktgebern erhalten. Konkret hatte ein Finanzanlagenvermittler mit Erlaubnis gemäß Paragraph 34f GewO damit geworben, "bundesweit produktunabhängige Beratung anzubieten" sowie Kunden die Wahl aus verschiedenen Vergütungsmodellen zu geben, darunter auch Honorarmodelle ohne Provision. Diese werblichen Hinweise verstießen nach Ansicht des LG Bremen gegen das Wettbewerbsrecht. Das Gericht hielt den Begriff "unabhängig" für eine unwahre Angabe, da nur Honorarberater vom Gesetz her

unabhängig seien. Nach Ansicht des Gerichts war der Hinweis auf die "Unabhängigkeit" zudem irreführend, da Verbraucher davon ausgingen, dass der Vermittler tatsächlich unabhängig von Provisionszahlungen sei. Das Gericht stellte klar, dass jegliche Abhängigkeit der Beklagten von den Anbietern der Anlage- oder Versicherungsprodukte aus Verbrauchersicht einer Unabhängigkeit entgegensteht. Hierzu passt auch der vor dem LG Köln verhandelte Fall (Urteil vom 15. 6. 2023, Az. 33 O 15/23): ein Versicherungsmakler bot auch Beratungen zu Versicherungen ohne anschließende Vermittlung und gegen Honorar. Das untersagte das LG, weil nur Versicherungsberatern mit einer Erlaubnis gemäß Paragraf 34d Absatz 2 GewO diese Tätigkeit erlaubt ist. Paragraf 34d Absatz 3 GewO verbietet zudem, dass ein Unternehmen sowohl als Makler als auch als Versicherungsberater tätig ist. Zugleich dient diese Vorschrift dem Schutz der Wettbewerber (...). Es handelt sich also, ebenso wie bei der Zulassungspflicht in Paragraf 34d Absatz 1 GewO, um eine Marktverhaltensregelung im Sinne von Paragraf 3a UWG.