



© Axel Bueclert/Getty Images /iStock

GESCHLOSSEN

Wenn der Versicherer Tarife einstellt

Versicherer sind derzeit bemüht, den Familienschutz zu revitalisieren. Ohne die Einsatzbereitschaft der Agenturen wird dies nicht gelingen.

Was waren es für goldene Zeiten, als man sich in der Zielgruppe Familien noch ungehindert breiter Praktiken der Adressgewinnung bedienen konnte, um den Kundenzugang zu erschließen und die Pfründe des unbestellten Feldes als erster Anbieter zu ernten. Dabei ging es in erster Linie darum, junge Familien durch systematische Auswertung öffentlicher Verlautbarungen, die Generierung geodemografischer Daten oder verschiedene Methoden der Leadgewinnung zu erkennen und gezielt ansprechen zu können. Der Zugang gewährleistete das Geschäft, weil man der Klientel Spezialprodukte präsentieren konnte. Die angesprochenen Familienmitglieder hatten weder die Möglichkeit, die Tarifangebote online zu vergleichen, noch sind sie auf den Gedanken gekommen, sich eine zweite Meinung einzuholen oder bei einem Verbraucher-

verband um Rat zu bitten. Und erst recht nicht gingen Warnhinweise über unlautere Geschäftspraktiken einzelner Vertreter viral durch Internet oder Soziale Medien.

Das ist lange her. Inzwischen sind selbst Vertriebsgesellschaften Geschichte, die einst in der Lage waren, Mannschaften der 1. Fußballbundesliga zu sponsern. Heute vergleichen die Kunden, erwarten auch für die Familie ausdifferenzierte Tarife mit individuellen Anpassungsoptionen. Der Vertrieb selbst braucht schlanke Beratungsprozesse, die es ermöglichen, dem Kunden die Highlights mit überschaubarem Aufwand an Zeit zu verdeutlichen. Damit lassen sich Sondertarifwelten nicht vereinbaren. Getrieben durch die rasante Entwicklung, haben sich die Versicherer bei ihren Produktneuentwicklungen auf Tarifprogramme für das Privatkundengeschäft konzentriert. Die

Fortentwicklung von Familienschutz-Tarifen wurde vernachlässigt. Dies hat dazu geführt, dass die Tarifgenerationen mangels Nachfrage schließlich vollständig für das Neugeschäft geschlossen worden sind. Aber auch das Bestandsgeschäft der alten

Kompakt

- Versicherer können überalterte Tarife einstellen und ihre Agenturen anweisen, Tarife umzudecken.
- Agenturen haben die Weisungen der Versicherer zu befolgen und müssen eigene Interessen zurückstellen.
- Bieten neuen Tarife Umsatzchancen und verspricht der Versicherer Ausgleichszahlungen, können Agenturen nicht ausgleichserhaltend kündigen.

Tarifwelt bereitet zunehmend Sorge, ist es doch seit Jahren rückläufig. Hinzu kommt, dass die Familienschutz-Tarifwerke nicht selten noch auf mittlerer Datentechnik und damit einer veralteten IT laufen, die nicht mehr kompatibel ist zu derjenigen, die für die gängigen Normaltarife eingesetzt wird. Dies treibt die Kosten in die Höhe, zumal das Personal mit der Datentechnik gealtert ist.

Befürchtungen der Agenturen

In dieser Situation sehen sich Versicherer und Agenturen erheblichen Herausforderungen ausgesetzt. Während die Versicherer nicht nur die Tarife für das Neugeschäft schließen, sondern auch die bisher gedeckten Risiken in die neue Tarifwelt umdecken wollen, stehen Agenturen auf der Bremse. Sie führen ins Feld, mit der Umdeckung zusätzlichen Aufwand betreiben zu müssen, ohne hierfür vergütet zu werden. Außerdem fürchten sie, dass Kunden die Umdeckungsangebote zum Anlass nehmen könnten, die Vertragsbeziehung zum Versicherer insgesamt zu beenden. Mit diesen Argumenten können sich die Agenturen jedoch nicht ihrer Verantwortung entziehen.

In rechtlicher Hinsicht sind folgende Aspekte zu beachten. Der Versicherer ist darin frei, Alttarife für das Neugeschäft zu schließen. Er kann den Absatz seiner Erzeugnisse so organisieren, wie es ihm am zweckmäßigsten erscheint. Ebenso wie es in seinem Ermessen steht, Anträge abzulehnen, ist es ihm überlassen, den Vertrieb bestimmter Produkte einzustellen oder darüber zu entscheiden, welche Produkte er wie am Markt platziert. Durch den Abschluss eines Agenturvertrages wird der Versicherer nicht in dieser Dispositionsfreiheit beschränkt. Es ist allein seine Sache, zu welchen Bedingungen er Versicherungsleistungen anbietet.

Der Versicherer ist grundsätzlich auch berechtigt, seine Agenturen anzuweisen, Alttarife in neue umzudecken. Der Handelsvertreter ist an diese Weisungen gebunden. Sie konkretisieren die Hauptpflicht der Agentur, sich um den Abschluss von Geschäften zu bemühen. Au-

ßerdem sind sie sachgerecht, da der Versicherer durch seine vertragsbegleitende Beratungspflicht veranlasst sein kann, seine Kunden auf günstigere Tarife hinzuweisen, wenn er erkennen oder mit der naheliegenden Möglichkeit rechnen muss, dass diese aus mangelnden versicherungsrechtlichen oder versicherungstechnischen Kenntnissen nicht über die für sie zweckmäßigste Vertragsgestaltung verfügen. Eine Information über eine wesentlich günstigere Versicherungsmöglichkeit ist veranlasst, wenn an der Information ein erkennbares Interesse der Versicherten besteht. Außerdem ist der Versicherer ebenso wie die Agentur verpflichtet, bei der Vertriebstätigkeit gegenüber Kunden stets ehrlich, redlich und professionell in deren bestmöglichem Interesse zu handeln. Mit diesem Wohlverhaltensgrundsatz wäre es unvereinbar, Kunden nicht auf die Möglichkeit hinzuweisen, in flexiblere und leistungsfähigere Tarife zu wechseln.

Interessen im Widerstreit

Die Agentur kann sich nicht darauf zurückziehen, es sei ihr unzumutbar, Altbestände umzudecken, weil dies ihr Provisionsaufkommen vermindere. Ein Handelsvertreter ist gehalten, sein Interesse dem des vertretenen Unternehmers unterzuordnen. Daher darf der vertretene Unternehmer seinen eigenen geschäftlichen Interessen für bestimmte Maßnahmen im Allgemeinen Vorrang vor den Interessen des Handelsvertreters geben, wenn die Maßnahme als geboten erscheint. Auf der anderen Seite ist der Vertreter verpflichtet, die Interessen des Unternehmers wahrzunehmen. Diese Interessenwahrnehmungspflicht gebietet es auch dann, wenn eigene Interessen des Vertreters berührt werden, die geschäftlichen Interessen des vertretenen Unternehmers zu wahren. Bei jedem Widerstreit der Interessen muss der Vertreter eigene Provisionsinteressen den von ihm wahrzunehmenden Interessen des vertretenen Unternehmers unterordnen.

Die Agenturen können die Einstellung der Alttarife oder die Weisung zur Um-

Mehr Infos

Tipps und Informationen rund ums Thema Vertriebsrecht finden Sie unter www.evers-vertriebsrecht.de, der Website der Kanzlei Evers, Bremen, oder bei Rechtsanwalt Jürgen Evers, Telefon: 0421/69 67 70.

deckung derselben auch nicht ohne Weiteres zum Anlass nehmen, den Vertretervertrag ausgleichserhaltend zu kündigen. Ein Handelsvertreter kann jedenfalls nicht ausgleichswahrend kündigen, wenn die Änderung wegen der damit verbundenen Neugeschäftserwartungen keine Provisionseinbußen erwarten lässt und der Unternehmer ihm vorsorglich für den Fall, dass er sich nach dem neuen Tarifwerk schlechterstellen sollte, eine Ausgleichsregelung anbietet mit dem Ziel, die Einkommenseinbuße auszugleichen.

Diese Überlegungen zeigen, dass die Lösung darin liegen muss, den Blick nach vorn zu richten und die Chancen zu bewerten, durch Umstellung überalterter Tarife das Bestandsgeschäft zu konsolidieren und das Neugeschäft auszuweiten. In diesem Zusammenhang sind auch Cross-Selling-Effekte zu berücksichtigen. In Betracht kommt ferner, dass die Parteien des Agenturvertrages Angebote zur Entlastung der Familien einführen, wie sie in der Erstellung privater Haushaltsbilanzen oder dem optimierten Einkauf von Versorgungs- oder Telefoniedienstleistungen liegen können. ■



Verfasst von Jürgen Evers, Rechtsanwalt der Kanzlei Evers, Bremen, spezialisiert auf Vertriebsrecht, vor allem Handels-, Versicherungsvertreter- und Versicherungsmaklerrecht.