

Provisionsanspruch: Bindung des Unternehmers ist entscheidend

Ob Handelsvertretern wegen der von ihnen vermittelten dynamischen Lebensversicherungen auch für nach ihrem Ausscheiden erfolgende Erhöhungsgeschäfte nach dem Gesetz Provisionen zustehen, hatte der BGH kürzlich zu entscheiden.

Kernaussagen

- Handelsvertretern stehen nach dem Gesetz wegen der von Ihnen vermittelten dynamischen Lebensversicherungen auch Provisionen für nach ihrem Ausscheiden erfolgende Erhöhungsgeschäfte zu.
- Die Erhöhung der Versicherungssumme bei dynamischen Lebensversicherungen ist nicht von einer werbenden Tätigkeit eines Dritten abhängig.
- Die Erhöhung der Versicherungssumme bei dynamischen Lebensversicherungen werde aufgrund des geschlossenen Lebensversicherungsvertrages bereits dann wirksam, wenn der Kunde nicht widerspreche und die Mehrprämie zahle.

Begründung

Werden vom Vermittler dynamische Lebensversicherungen vermittelt, bei denen sich die Versicherungssumme in regelmäßigen Zeitabständen erhöht, wenn der Kunde nicht widerspricht, so gingen die Erhöhungen auf die Vermittlungstätigkeit bei Abschluss des Versicherungsvertrages zurück. Sie seien damit gemäß § 92 Abs. 2, Abs. 3 Satz 1 und § 87 Abs. 1 Satz 1 HGB im Zweifel, d.h. vorbehaltlich einer abweichenden Parteivereinbarung, provisionspflichtig. Es entspreche der Eigenart dynamischer Lebensversicherungen, die vereinbarungsgemäß eintretenden Erhöhungen schon mit dem Abschluss des Versicherungsvertrages als vereinbart anzusehen. Dem Kunden wird hinsichtlich der Erhöhungen lediglich ein Widerspruchsrecht eingeräumt.

Mit dem Abschluss des Versicherungsvertrages entstehe für den Versicherer einseitig eine Bindung für die gesamte Vertragslaufzeit – einschließlich sämtlicher Erhöhungen, die auflösend dadurch bedingt sei, dass der Kunde von dem ihm eingeräumten Widerspruchsrecht Gebrauch mache. Die Erhöhung der Versicherungssumme bei dynamischen Lebensversicherungen sei nicht von einer werbenden Tätigkeit eines Dritten abhängig. Diese schließe nach § 92 Abs. 2, Abs. 3 Satz 1 HGB und § 87 Abs. 1 Satz 1 HGB einen Provisionsanspruch des Vertreters aus. Denn die Erhöhung werde aufgrund des geschlossenen Lebensversicherungsvertrages bereits dann wirksam, wenn der Kunde nicht widerspreche und die Mehrprämie zahle.

Mit der Annahme einer Provisionspflicht werde das systematische Verhältnis von Provisionsansprüchen einerseits und der Ausgleich gemäß § 89 b Abs. 5 HGB andererseits nicht unterlaufen. Soweit dem Vertreter noch Ansprüche auf Zahlung von Abschlussprovisionen zustünden, trete kein Provisionsverlust ein, der für den Ausgleich nach § 89 b Abs. 5 HGB zu berücksichtigen sei. Die Beschränkungen dieses Paragraphen fänden lediglich Anwendung, wenn dem Vertreter ein Ausgleich zustehe. Es besteht daher kein Grund, die Beschränkungen auf vom Vertreter nach § 92 Abs. 2, Abs. 3 Satz 1 HGB und § 87 Abs. 1 Satz 1 HGB zu beanspruchende Abschlussprovisionen, die nach Beendigung des Vertrages fällig werden, auszuweiten.

Begehre der Versicherungsvertreter jeweils Provisionsabrechnungen für den Zeitraum nach Beendigung des Vertretervertrages bis zum Ablauf des jeweiligen von ihm vermittelten Lebensversicherungsvertrages mit Dynamik, entstehe mit Abschluss der Lebensversicherungsvertrages der Anspruch des Vertreters auf Abrechnung der jeweils fälligen Provision gemäß § 92 Abs. 2, Abs. 3 Satz 1 und § 87 Abs. 1 Satz 1 HGB, wenn der Vertretervertrag keine vom dispositiven Recht (Rechtsnormen, von denen die Vertragsparteien durch Vereinbarung abweichen können) abweichende Bestimmung über die Provisionspflicht des Unternehmers für nach Beendigung des Vertrages aufgrund der vereinbarten Dynamik eintretende Erhöhungen der Versicherungssummen enthalte.

Kommentar

Die Entscheidung begegnet Bedenken. Denn soweit sie maßgeblich darauf abstellt, dass der Unternehmer gebunden wird, die Versicherung um Leistung und Prämie zu erhöhen, kann dies nicht überzeugen. Schon das Reichsgericht hat entschieden, dass ein provisionspflichtiges Geschäft nicht gegeben sei, wenn es an einer Verpflichtung des Dritten zur Leistung fehle. Der BGH hat diese Rechtsprechung fortgeführt und entschieden, dass ein Anspruch auf Provision nur anzunehmen sei, wenn der Kunde auch eine Verpflichtung eingehe. Daran anknüpfend hat der BGH ein provisionspflichtiges Geschäftes erst bejaht, wenn der Unternehmer aus dem Geschäft ohne Einschränkungen klagbare Ansprüche gegen den Dritten erworben hat.

Konsequent hat er einen Provisionsanspruch aus der Erhöhung eines Versicherungsvertrages verneint, wenn die Erhöhung weder Rechtsfolge einer einseitigen Willenserklärung des Versicherers darstellt, noch auf einer im ursprünglich vermittelten Vertrag geregelten Verpflichtung des Kunden beruht, sie zu dulden. Von dieser Rechtsprechung weicht der Senat ab, indem er allein die Bindung des Unternehmers als maßgeblich ansieht. Dabei drängt sich die Frage auf, warum sich ein Unternehmer zu seiner eigenen Bindung der Mithilfe eines Handelsvertreters bedienen sollte. Soweit sich der Senat auf Entscheidungen des Bundesarbeitsgerichts stützt, hat er aus den Augen verloren, dass diese zeitlich vor der Entscheidung des BGH zu diesem Fragenkreis ergangen sind. Entscheidend ist auch nicht, ob die Erhöhungen von der werbenden Tätigkeit eines Dritten abhängig sind. Da der Prinzipal ein attraktives Angebot unterbreiten muss, um den Kunden zu veranlassen, das Erhöhungsgeschäft gegen sich gelten zu lassen, ist allgemein eine werbende Tätigkeit erforderlich, um die Bindung herbei zu führen. Dem entspricht es, dass Erhöhungsgeschäfte selbst nach Ansicht des BAG auf eine Nachbearbeitung angelegt sind, also Beratungsanlässe darstellen.

Praxishinweis

Man wird davon ausgehen müssen, dass Erhöhungsgeschäfte den Nachbearbeitungsgrundsätzen (§ 87 a Abs. 3 HGB) unterliegen. Durch das Urteil können ausgeschiedene Vertreter für die Vermittlung unechter Gruppenversicherungsverträge Provision verlangen, wenn der Versicherer sich verpflichtet hat, Gruppenmitglieder zu versichern. Auch im Recht der Warenvertreter entstehen neue Provisionsverbindlichkeiten, etwa für Geschäfte aus Blockorders von Textilkunden.

Teilen 0