



## Vertriebswegewechsel – Chance oder Risiko?

**Die im Sommer 2015 vom BVK veröffentlichte Strukturanalyse 2014 ließ aufhorchen: Jeder fünfte Vertreter ist unzufrieden und denkt ernsthaft über einen Vertriebswegewechsel nach. Die Unzufriedenheit hat viele Gründe: Ständig steigender Umsatzdruck, modifizierte Voraussetzungen bei Bonifikationsansprüchen und verkürzte Provisionen bei gleichzeitiger Überbürdung von mehr und mehr administrativen Aufgaben. Deshalb geben wechselwillige Vertreter in der Umfrage zur Strukturanalyse als größtes Ziel bei einem Vertriebswegewechsel eine höhere Zufriedenheit in der täglichen Arbeit an. Gefolgt wird dieses Ziel von einem höheren Betriebsgewinn und weniger Vertriebsdruck.**

Zudem kann der Veränderung des Versicherungs- und Finanzdienstleistungsmarktes in den vergangenen Jahren mit zunehmend preissensiblen Kunden, denen sich teure Prämien alleine mit dem Argument der besseren Beratungsqualität und möglichen Kulanzregelungen nicht verkaufen lassen, als Versicherungsmakler erfolgreich begegnet werden. Während der Ausschließlichkeitsvertreter stets damit rechnen muss, dass ihm die Kunden trotz jahrelanger guter Betreuung den Rücken zukehren, weil beim Wettbewerber eine günstigere Prämie angeboten wird, trifft dieses Schicksal den Versicherungsmakler durch eine breite Produkt- und Produktgeberauswahl nicht. Selbst die vermeintlichen Vorteile der Ausschließlichkeit, wie etwa Haftungsübernahme, Rabatt- und Regulierungsvollmachten, Unterstützung durch Spezialisten, Altersversorgung und Zuschüsse für Büro und Angestellte und die Tatsache, dass bei vielen Vermittlern über die Hälfte der Vergütung aus Bestandsprovisionen bezogen wird, können die aufgezeigten Nachteile kaum mehr aufwiegen.

### Pro Unabhängigkeit

Umgekehrt sprechen zahlreiche Aspekte für die Tätigkeit eines unabhängigen Versicherungsmaklers: Neben höheren Courtagen steht klar im Vordergrund, dass der Kundenbestand nicht mehr nur betreut wird, sondern der eigene ist. Hinzu kommt das Argument des Versicherungsmaklers gegenüber dem Kunden, ausschließlich in seinem Auftrag tätig zu werden – ein Aspekt, mit dem der Versicherungsmakler punktet. Auch wenn der Wechsel also verlockend klingt, ist der Aus- und Umstieg sorgfältig zu planen, denn zum einen besteht noch ein Vertretungsvertrag, der zunächst beendet werden muss, und zum anderen sind die Kunden und die damit verbundenen Verträge, die die Grundlage seiner künftigen Existenz darstellen, an das bisherige Unternehmen gebunden.

### Das A und O: Die Planung

Ein erfolgreicher Aus-/Umstieg beginnt mit der Beendigung des Agenturvertrages und dem Abschluss

von Courtagevereinbarungen für die Zeit nach der Vertragsbeendigung. Auf den ersten Blick eine einfache Sache, doch schon auf die richtige Beendigung des Agenturvertrages sollte der Vermittler ein Augenmerk haben. Freilich kann der Agenturvertrag mit einer ordentlichen Kündigung unter Einhaltung der gesetzlichen oder vertraglich vereinbarten Kündigungsfristen beendet werden. Die zu beachtenden Kündigungsfristen können für den Vermittler aber dann zu einem unliebsamen Hindernis werden, wenn der Unternehmer von seiner Möglichkeit Gebrauch macht, den Vermittler während der Kündigungsfrist von seinen Aufgaben zu entbinden, ihn also von seiner Tätigkeit freistellt.

Der Vermittler erhält zwar seine Freistellungsvergütung, der Kontakt zu den Kunden kann aber verloren gehen, insbesondere dann, wenn abweichend von den gesetzlich geregelten Kündigungsfristen deutlich längere Fristen vertraglich vereinbart wurden. Zu beachten ist auch, dass trotz der Freistellung eine konkurrierende Tätigkeit nicht erlaubt ist. Dieses Dilemma kann eine außerordentliche Kündigung oder aber ein Aufhebungsvertrag verhindern. Allerdings erfordert die außerordentliche Kündigung das Vorliegen eines wichtigen Grundes und die Unzumutbarkeit der Vertragsfortsetzung bis zum (ordentlichen) Vertragsende.

Der Aufhebungsvertrag setzt nicht nur voraus, dass sich beide Vertragsparteien einigen müssen, sondern auch, dass der Aufhebungsvertrag keine für den Vermittler negativen Regelungen beinhaltet, die eine künftige Tätigkeit erschweren oder gar verhindern. Nicht selten erklärt sich ein Unternehmer bereit, den Vertrag vorzeitig aufzuheben, soweit im Gegenzug ein nachvertragliches Wettbewerbsverbot geregelt wird.

## Planung und Vorbereitung der Bestandsumdeckung

Der Schwerpunkt liegt aber zweifellos in der Planung und Vorbereitung der Bestandsumdeckung. Dabei gilt es vor allem, juristische Fallstricke zu vermeiden, auch wenn für den Vermittler die Information der Kunden und damit deren Abwerbung noch so sehr im Vordergrund steht und für ihn essenziell ist. Denn der Information gegenüber den Kunden und der Abwerbung sind Grenzen gesetzt. Ausgeschlossen sind zum Beispiel wegen der Treue- und Loyalitätspflicht während des bestehenden Vertrages sogenannte Verabschiedungsschreiben, mit denen sich der Vermittler von „seinen“ Kunden verabschiedet, sich für die vertrauensvolle Zusammenarbeit bedankt und – quasi die Gunst der Stunde nutzend – die Kunden auf seine neue, künftige Tätigkeit hinweist.

Zwar endet die Treue- und Loyalitätspflicht mit Beendigung des Vertretungsvertrages, dennoch scheidet ein personalisiertes Informationsschreiben an alle Kunden nach Vertragsbeendigung aus, denn mit Beendigung des Handelsvertretervertrages ist der Vermittler verpflichtet, ausnahmslos alle Unterlagen herauszugeben. Ein Zurückhalten von Kundenunterlagen, ganz gleich ob in Papierform, digital oder als Cloud-Lösung mit dem Ziel der späteren Verwertung zum Zwecke des Wettbewerbs, ist gesetzlich verboten und nicht nur wettbewerbswidrig, sondern auch strafbar.

## Wettbewerbsrecht einhalten

Von dem Verwertungsverbot sind lediglich diejenigen Kunden und Kundendaten ausgenommen, die dem Vermittler noch im Gedächtnis geblieben sind. Diese Kunden dürfen selbstverständlich vonseiten des Vermittlers kontaktiert werden. Bei der Kontaktaufnahme sind aber in jedem Fall die Regeln des Wettbewerbsrechts zu beachten: Handelt es sich um einen Verbraucher, ist die Telefonwerbung nur dann zulässig, wenn eine vorherige ausdrückliche Einwilligung bestand. Dies gilt auch dann, wenn der Vermittler den Kunden aus der Vergangenheit kannte und im Rahmen der bisherigen Geschäftstätigkeit eine derartige Einwilligung innehatte, denn die einstmals im Rahmen der bisherigen Tätigkeit erteilte Einwilligung kann nicht in die neue Tätigkeit „herübergerettet“ werden.

Dies gilt auch dann, wenn der Vermittler den Kunden aus der Vergangenheit kannte und im Rahmen der bisherigen Geschäftstätigkeit eine derartige Einwilligung innehatte, denn die einstmals im Rahmen der bisherigen Tätigkeit erteilte Einwilligung kann nicht in die neue Tätigkeit „herübergerettet“ werden. Aber auch bei Geschäftskunden ist die Telefonakquisition nicht uneingeschränkt. Es muss zumindest eine konkludente Einwilligung vorliegen. Dagegen erlaubt ist der Kundenbesuch bei Kunden, die im Gedächtnis verblieben sind, die Annonce oder der Flyer in der Zeitung oder der Tag der offenen Tür. Erlaubt ist es auch, Kunden abzuwerben, die von sich aus den Vermittler kontaktieren, zum Beispiel, wenn ein Kunde vom Unternehmer vom Wechsel erfahren hat und sich nach seinem bisherigen Vermittler erkundigt, weil er einen Schaden melden will oder sonstige Fragen zu einem seiner Verträge hat, und deshalb Kontakt zu seinem Vermittler aufnimmt.

Nimmt der Kunde von sich aus Kontakt auf, ist allerdings darauf zu achten, dass der Kunde über die Veränderung unterrichtet wird und nicht in dem irrigen Glauben gelassen wird, er telefoniere noch mit seinem „Vertreter“. Der

Erstinformation kommt hier eine besondere Bedeutung zu. Neben der Einhaltung vertraglicher Vereinbarungen und wettbewerbsrechtlicher Regeln ist schließlich ein ausgeklügeltes Umdeckungskonzept im Kompositbereich unerlässlich, denn courtagepflichtige Bestandsübertragungen sind in aller Regel nicht zu erwarten. Weil Kunden mit einer niedrigeren Prämie bei gleichem oder besserem Leistungsumfang schneller überzeugt werden können und Rabatten, die dem Bestandsnachfolger zur Vermeidung der Bestandserosion gerne einmal eingeräumt werden, erfolgreich begegnet werden muss, haben sich zahlreiche Dienstleister positioniert, die sich auf Bestandsumdecker spezialisiert haben.

Nach Auswertung der Bestandsstruktur werden die Umdeckungskonzepte zusammen mit einem oder mehreren Produktpartnern individuell auf den künftigen Makler abgestimmt. Um die Umdeckung zu optimieren, werden die Makler mit notwendigen Unterlagen – vom Geschäftsbesorgungsvertrag, der Maklervollmacht, Beratungsprotokoll bis zur Datenschutzeinwilligungserklärung – ausgestattet. Die Folge ist ein nicht mehr zu verleugnender Zulauf bei Pools, Verbänden und Dienstleistern, die sich längst mit Umdeckungskonzepten auf den Wechseltrend eingestellt haben und bei wechselwilligen „Umsteigern“ mit professioneller Hilfe werben.

## Fazit:

Der Ausstieg aus der Ausschließlichkeit kann sich für den Vermittler lohnen. Hierzu bedarf es einer sorgfältigen Planung und der Einhaltung der vertraglichen Vereinbarungen aus dem Vertretungsvertrag sowie der Einhaltung der Regeln des lautereren Wettbewerbs.

Versicherungs- und Finanznachrichten

# expertenReport



<https://www.experten.de/id/4941992/vertriebswegewechsel-chance-oder-risiko/>