

→ In Kürze

Vorformulierte Bestimmungen über ein Bearbeitungsgehalt in Verbraucherkreditverträgen sind idR als Vertragsformblätter iSd § 879 Abs 3 ABGB zu qualifizieren und regeln keine der Klauselkontrolle entzogene Hauptleistung. Sie sind gröblich benachteiligend, wenn sie von der Laufzeit des Vertrags unabhängig und – wie in der Praxis üblich – aus einem bestimmten Prozentsatz der Kreditvaluta berechnet werden. Der bereicherungsrechtliche Rückforderungsanspruch verjährt nach § 1478 ABGB in 30 Jahren.

→ Zum Thema

Über den Autor:

Mag. Reinhard Schamberger, LL. M., ist Universitätsassistent am Institut für Zivilrecht der Universität Wien. Kontaktadresse: Schottenbastei 10–16, Stiege II, 4. Stock, 1010 Wien.

Tel: +43 (0)1 4277 34815,

E-Mail: reinhard.schamberger@univie.ac.at

Der Vertrieb von Versicherungen im Internet

VbR 2015/6

§ 75 Abs 2 Z 1
VAG;
§ 137 g Abs 1
GewO

Online-Versicherungsvertrieb;

Online-Versicherungsvermittlung;

Internet-Versicherungsvergleichsplattformen

Das Internet ist für Versicherer (VR) und Versicherungsvermittler ein lukratives neues Vertriebsmedium. Der Beitrag zeigt, welche rechtlichen Rahmenbedingungen die Marktteilnehmer beim Vertrieb von Versicherungsprodukten über das Internet beachten müssen.¹⁾

Von Ernst Brandl

A. Das Internet als Vertriebsmedium für Versicherungsprodukte

Immer mehr Leute informieren sich im Internet über Versicherungsprodukte. Dementsprechend steigt auch die Zahl jener Unternehmen, die das Internet als Vertriebsmedium nutzen. Angeboten werden Versicherungen im Internet sowohl von VR als auch von Versicherungsvermittlern.

Alleine die Tatsache, dass ein Versicherungsvertrag aus vertragsrechtlicher Sicht wirksam über das Internet abgeschlossen werden kann,²⁾ sagt jedoch noch nichts darüber aus, ob auch die den VR bzw den Versicherungsvermittler treffenden Informations- und Beratungspflichten im Internet rechtskonform erfüllt werden können.³⁾

Je nachdem, ob der Vertrieb von Versicherungsprodukten durch den VR selbst oder durch einen Versicherungsvermittler erfolgt, sind unterschiedliche rechtliche Rahmenbedingungen zu beachten, die im Folgenden näher behandelt werden sollen.

B. Der Vertrieb von Versicherungsprodukten im Internet durch Versicherer

1. Gesetzliche und „übergesetzliche“ Informations- und Beratungspflichten im Internet

Der VR hat beim Vertrieb von Versicherungsprodukten im Internet iW zwei Gruppen von Informations- und Beratungspflichten zu beachten: die **gesetzlichen Informations- und Beratungspflichten** und die sog „**übergesetzlichen**“ Informations- und Beratungspflichten.

Die gesetzlichen Informationspflichten der §§ 9 a, 18 b und § 75 Abs 2 Z 2 bis Z 6 VAG und der §§ 5 ff FernFinG enthalten zum Großteil Informationspflichten über Tatsachen⁴⁾ und können daher auch im Internet rechtskonform erfüllt werden. Insb ist es auch möglich, dem in §§ 9 a und 18 b VAG geforderten

Schriftlichkeitsgebot beim Vertrieb über das Internet zu entsprechen.⁵⁾

Neben diesen gesetzlich verankerten Informationspflichten bestehen aber auch – wie bereits erwähnt – aus den Schutz- und Sorgfaltspflichten des Versicherungsvertrags abgeleitete, „übergesetzliche“ **Informations- und Beratungspflichten**.⁶⁾

Die beiden (für die Beurteilung der Zulässigkeit des Internetvertriebs) wichtigsten von L und Rsp entwickelten Grundsätze lassen sich wie folgt zusammenfassen:

→ Vorvertragliche Beratungspflichten des VR bestehen nur insoweit, als der Versicherungsnehmer (VN) einen **Beratungsbedarf** hat.⁷⁾

→ Es besteht **keine** sog „spontane“ **Beratungspflicht des VR**.⁸⁾

1) Der Beitrag beruht auf der Kurzzusammenfassung eines Gutachtens im Auftrag der Fachgruppe der Versicherungsmakler und Berater in Versicherungsangelegenheiten, Wirtschaftskammer Wien.

2) Vgl ausf Wieser, Der rechtskonforme Abschluss von Versicherungsverträgen im Internet, VR 10/2000, 153.

3) Wieser, VR 10/2000, 156.

4) Vgl etwa Fenyves, Die Informationspflichten des VR, VR 1–2/2009, 16 (17).

5) Wieser, VR 10/2000, 163; auch Baran (Versicherungsaufsichtsgesetz³ [2000] § 9 a Anm 10) scheint von der Zulässigkeit der schriftlichen Informationserteilung im Internet auszugehen; hierzu normieren die FMA-Mindeststandards für die Informationspflichten in der Lebensversicherung in der Fassung vom 1. 4. 2011: „Aus Sicht der FMA spricht nichts dagegen, wenn ein Versicherungsunternehmen nach ausdrücklicher Zustimmung des Kunden die Informationen (nach §§ 9 a, 18 b und § 75 VAG) nicht auf Papier, sondern „auf einem anderen dauerhaften Datenträger“ (iSd § 3 Z 4 FernFinG) erteilt (beispielsweise per E-Mail an eine vom VN bekannt gegebene E-Mail-Adresse, sofern der VN die Möglichkeit hat, die Information zu speichern).“

6) Schauer, Das österreichische Versicherungsvertragsrecht³ (1995) 124 ff; Fenyves in Fenyves/Schauer, Versicherungsvertragsgesetz (1. Lfg 2014) § 1 Rz 30; ders, VR 1–2/2009, 19 ff; für den Bereich der Lebensversicherung: ders, Haftung für unzulängliche Beratung in der Lebensversicherung, VR 3/2011, 30 f.

7) Fenyves in Fenyves/Schauer, VersVG § 1 Rz 31; ders, VR 1–2/2009, 19; ders, VR 3/2011, 30.

8) Fenyves in Fenyves/Schauer, VersVG § 1 Rz 31; ders, VR 1–2/2009, 19; ders, VR 3/2011, 30; der Grundsatz, dass es keine

Das bedeutet, dass es im Versicherungsvertragsrecht konkreter Anhaltspunkte beim VN bedarf, damit eine Beratungspflicht des VR entsteht.⁹⁾

Jedenfalls dann, wenn das Anzeigen von Beratungsbedarf im Internet ermöglicht wird, wird von der Zulässigkeit des Vertriebs von Versicherungsprodukten im Internet auszugehen sein – und zwar unabhängig von der Komplexität des angebotenen Versicherungsvertrags. Das Anzeigen von Beratungsbedarf kann im Internet etwa durch den Einsatz eines Echtzeit-Kommunikationsmittels¹⁰⁾ (also zB eines Telefons oder auch einer Live-Chat-Funktion) passieren. Wie bei einem persönlichen Beratungsgespräch hat der Kunde nämlich dadurch die Möglichkeit, gezielt Fragen zu stellen und so einen etwaigen Beratungsbedarf kundzutun.

2. Die Komplexität des angebotenen Versicherungsvertrags

Für die Beurteilung der Frage, ob der Vertrieb von Versicherungsprodukten über das Internet auch dann zulässig ist, wenn kein Echtzeit-Kommunikationsmittel zum Einsatz kommt, muss nach der Komplexität des angebotenen Versicherungsvertrages unterschieden werden. Da nicht alle Versicherungsverträge den gleichen Beratungsbedarf beim Kunden auslösen,¹¹⁾ ist es mE zweckmäßig, nach der Komplexität von Versicherungsprodukten zwischen „weniger komplexen“ Versicherungsprodukten und „komplexeren“ Versicherungsprodukten zu differenzieren.

Nach *Armbrüster*¹²⁾ kann sich die Komplexität eines Versicherungsvertrags aus der Komplexität des Versicherungsprodukts als Ganzes, aus einzelnen vertraglichen Regelungen und aus der konkreten Vertragsgestaltung (Kombination verschiedener Produkte) ergeben, jedoch auch aus der Unübersichtlichkeit der Materie und der Vielzahl von Angeboten auf dem Versicherungsmarkt, deren Unterschiede, Vor- und Nachteile der VN nicht selbstständig zu beurteilen vermag.

Diesen Kriterien folgend sind unter „weniger komplexen“ Versicherungsprodukten – im hier verwend-

ten Sinn – Versicherungsverträge zu verstehen, bei denen der VN die Tragweite der Versicherung als solche, aber auch die der wesentlichen Vertragsregelungen regelmäßig ohne oder mit einfachen Erläuterungen versteht,¹³⁾ und mit denen keine allzu große Belastung durch Prämien verbunden ist.

Unter „komplexeren“ Versicherungsprodukten sind demgegenüber – im hier verwendeten Sinn – Versicherungsverträge zu verstehen, bei denen beim VN ein größerer Beratungsbedarf besteht, zum Verständnis des Vertragsinhalts regelmäßig ausführlichere Erläuterungen erforderlich sind und mit denen oftmals¹⁴⁾ auch eine höhere Prämienbelastung verbunden ist.

Obwohl eine solche Differenzierung zwangsläufig Abgrenzungsprobleme mit sich bringt, ist es dennoch geboten, bspw für den Vertrieb von Betriebsbündelversicherungen andere Maßstäbe anzulegen als für den Vertrieb von Reisetornoversicherungen. Ob ein Versicherungsvertrag als „weniger komplexes“ oder als „komplexeres“ Versicherungsprodukt zu qualifizieren ist, hat aufgrund einer konkreten Einzelfallprüfung anhand der oben genannten Kriterien zu erfolgen.

Der Vertrieb von „weniger komplexen“ Versicherungsverträgen über das Internet ist auch in Fällen zulässig, in denen es keine Echtzeit-Kommunikationsmöglichkeit zwischen VR und Kunden gibt. Dies vor allem deshalb, weil der Kunde durch die Wahl des Vertriebsmediums Internet ganz bewusst darauf verzichtet, einen allfälligen Beratungsbedarf kundzutun, wodurch beim VR keine Beratungspflichten ausgelöst werden. Einem mündigen Kunden kann im Bereich von „weniger komplexen“ Versicherungsprodukten, die sich – nach der hier vertretenen Definition – gerade dadurch auszeichnen, dass der VN das Versicherungsprodukt als solches ohne (oder mit einfachen) Erklärungen versteht, zugemutet werden, die Tragweite eines Verzichts auf das Anzeigen von Beratungsbedarf abzuschätzen. Der Kunde entscheidet sich damit ganz bewusst dafür, auf eine individuelle Beratung zu verzichten.

Der Vertrieb von „komplexeren“ Versicherungsverträgen über das Internet ist dagegen – sofern keine Echtzeit-Kommunikation zwischen VR und Kunden möglich ist – unzulässig. Auch wenn grundsätzlich keine „spontane“ Beratungspflicht des VR besteht, so wird der VR nicht nach dem Motto verfahren dürfen, „möglichst keine schlafenden Hunde wecken“,¹⁵⁾ sondern dem Kunden die Möglichkeit geben müssen, Beratungsbedarf durch das Zurverfügungstellen eines Echtzeit-Kommunikationsmittels kundzutun. Das Einschätzen der Auswirkungen eines Verzichts auf das Anzeigen eines Beratungsbedarfs wird dem Kunden bei „komplexeren“ Versicherungsprodukten wohl nicht mehr zugemutet werden können. →

„spontane“ Beratungspflicht des VR im Versicherungsvertragsrecht gibt, ist im Vergleich zum Anlegerrecht eine Besonderheit: Gilt dort das Gebot der anlage- und anlegergerechten Beratung, so ist dieses im Versicherungsvertragsrecht grundsätzlich nicht anzuwenden. Eine Ausnahme besteht jedoch für den Bereich der fonds- und indexgebundenen Lebensversicherung (s dazu B.3).

9) Vgl etwa *Fenyves in Fenyves/Schauer*, VersVG § 1 Rz 31; *ders*, VR 1-2/2009, 19; *ders*, VR 3/2011, 30.

10) Im hier verwendeten Sinn ist mit „Echtzeit-Kommunikationsmittel“ ein Kommunikationsmittel gemeint, das Nachrichten ohne Zeitverzögerung übermittelt und dem Gegenüber unmittelbar zur Kenntnis bringt, wobei dieser die Möglichkeit hat, sofort darauf zu reagieren und seinerseits Nachrichten zu übermitteln – vergleichbar mit einem persönlichen Gespräch. Unter den Begriff des Echtzeit-Kommunikationsmittels fallen daher etwa Telefonate, „Voice over IP“ (Telefonate über das Internet) oder Instant Messaging (Live-Chat über das Internet). Bei E-Mails kann der Nutzer selbst bestimmen, in welchen Zeitintervallen E-Mail-Konten abgerufen werden bzw wann er von eingehenden E-Mails Kenntnis erlangt. Eine Kommunikation via E-Mail fällt daher nicht unter den Begriff des „Echtzeit-Kommunikationsmittels“.

11) Vgl *Fenyves in Fenyves/Schauer*, VersVG § 1 Rz 35; *ders*, VR 3/2011, 30 mwN: So ist der Beratungsbedarf bei der Lebensversicherung idR höher als bei „einfachen Standardverträgen“ aus anderen Sparten oder kann in den verschiedenen Formen der Lebensversicherung eine unterschiedliche Beratungsintensität gegeben sein.

12) *Armbrüster in Langheid/Wandt*, Münchener Kommentar zum VVG (2010) § 6 VVG Rz 34 ff.

13) *Fischer*, Versicherungsvermittlung im Internet – der Vertriebskanal der Zukunft? BB 2012, 2773 (2777).

14) Hinzuweisen ist jedoch darauf, dass auch „bei Standardverträgen oder solchen mit kurzer Laufzeit und geringer Prämienhöhe“ eine komplexe Klausel im Einzelfall eine Beratung veranlassen kann (*Armbrüster in Langheid/Wandt*, VVG § 6 Rz 41) und das Versicherungsprodukt damit im Ergebnis als „komplexeres“ Versicherungsprodukt zu qualifizieren ist.

15) *Königden*, Beratungspflichten und Haftung für Beratungsfehler im Internet, VersWissStud XXIV (2003) 139 (148).

3. Der Vertrieb von Lebensversicherungen über das Internet

Beim Vertrieb von fonds- und indexgebundenen Lebensversicherungen ist – neben den bereits behandelten Pflichten – auch § 75 Abs 2 Z 1 VAG zu beachten. Diese Bestimmung übernimmt das Gebot der „anlage- und anlegergerechten Beratung“ aus dem Anlegerrecht für den Bereich der genannten Typen von Lebensversicherungen.¹⁶⁾ Der VR muss aufgrund der in § 75 Abs 2 Z 1 VAG angeordneten „Erkundigungspflicht“ (Grundsatz des „*Know your customer*“)¹⁷⁾ damit selbst die Initiative ergreifen und das Informations- und Bedarfsprofil des Kunden gezielt in Erfahrung bringen.¹⁸⁾ Aus diesem Grund ist der Vertrieb von fonds- und indexgebundenen Lebensversicherungen ausschließlich über das Internet unzulässig.

Bietet der VR allerdings ein Echtzeit-Kommunikationsmittel an, das von Kunden vor Stellen des Versicherungsantrags verpflichtend in Anspruch genommen werden muss, so kann dem Gebot der „anlage- und anlegergerechten Beratung“ entsprochen werden. In diesem Fall wäre der Vertrieb von fonds- und indexgebundenen Lebensversicherungen zulässig.

Im Bereich der Lebensversicherung gilt es zusätzlich, die Vorschriften zur **Bekämpfung der Geldwäsche und Terrorismusfinanzierung** (§§ 98 a ff VAG) zu beachten. ME können diese auch im Internet erfüllt werden.

4. Sanktionen

Kommt ein VR den ihn treffenden Beratungs- und Informationspflichten nicht nach, so kann dies sowohl öffentlich-rechtliche als auch privatrechtliche Folgen nach sich ziehen.

Eine Verletzung der im VAG normierten Informations- und Beratungspflichten berechtigt den VN etwa zum Vertragsrücktritt (§ 5b Abs 2 Z 3 VersVG). Daneben kommen aber auch Schadenersatzansprüche und eine Anfechtung des Vertrags wegen Irrtums durch einen Verstoß gegen die (über)gesetzlichen Informations- und Beratungspflichten in Betracht.¹⁹⁾

Als aufsichtsrechtliche Konsequenz kann die FMA in wiederholten Pflichtverletzungen einen „Verstoß gegen die für den Betrieb der Vertragsversicherung geltenden Vorschriften“ erblicken und Anordnungen gem § 104 Abs 1 VAG treffen sowie Verwaltungsstrafen bis zu € 60.000,- verhängen (§ 108 a Abs 1 Z 4 VAG).²⁰⁾

Mitbewerber können uU darüber hinaus auch Ansprüche nach dem UWG geltend machen.²¹⁾

C. Der Vertrieb von Versicherungsprodukten im Internet durch Versicherungsvermittler und Online-Vergleichsplattformen

Nicht nur die VR selbst, sondern auch die Berufsgruppe der Versicherungsvermittler vertreibt Versicherungsprodukte über das Internet. Bei Kunden besonders beliebt sind derzeit sog „Online-Versicherungsvergleichsplattformen“.

1. Online-Versicherungsvergleichsplattformen als Tipggeber?

Online-Versicherungsvergleichsplattformen sind Anbieter, die an die Gebräuchlichkeit von Suchdienstangeboten im Internet und die Preis- und Bedingungs Vielfalt bei Versicherungsprodukten anknüpfen und dem Kunden die Möglichkeit bieten, einen automatisierten Vergleich von Polizzaangeboten verschiedener VR vorzunehmen.²²⁾ Im Anschluss an den Vergleich ist es oftmals möglich, einen Versicherungsantrag direkt über das Internet zu stellen.

Zunächst interessiert, ob Online-Vergleichsplattformen auch unter den weiten Begriff der Versicherungsvermittlung²³⁾ iSd § 137 Abs 1 GewO fallen. Versicherungsvermittler sind nämlich insb von solchen Personen abzugrenzen, die mögliche Versicherungsinteressenten nur namhaft machen und allenfalls den Kontakt zwischen diesen und den „eigentlichen Vermittlern“ herstellen.²⁴⁾ Solche Personen werden als „Tipggeber“ bezeichnet.

Tipggeber können ihre Tätigkeit – im Gegensatz zu Versicherungsvermittlern – als freies Gewerbe ausüben.²⁵⁾ Diese Tätigkeit kann – gem der Definition im Gesetz – zusammengefasst werden als: „*Namhaftmachung von Personen, die an der Vermittlung von Versicherungsverträgen interessiert sind, an einen Versicherungsvermittler oder ein Versicherungsunternehmen unter Ausschluss jeder einem zur Versicherungsvermittlung berechtigten Gewerbetreibenden vorbehaltenen Tätigkeit.*“ Gemäß dem Wortlaut des Gesetzes ist einem Tipggeber jedoch eine auf einen bestimmten Versicherungsbedarf gerichtete Informationsaufnahme, welche über die allgemeinen Daten des Kunden hinausgeht, ebenso untersagt wie das Einholen der Unterschrift des Kunden auf einem Versicherungsantrag.

Da die Informationsaufnahme durch Online-Vergleichsplattformen darauf gerichtet ist, beim Kunden einen bestimmten Versicherungsbedarf festzustellen, geht sie in aller Regel weit über die „*allgemeinen Daten des Kunden*“ hinaus. Die Tätigkeit von Online-Vergleichsplattformen fällt daher unter den weiten Begriff der Versicherungsvermittlung iSd § 137 Abs 1 GewO, weshalb auch diese die für Versicherungsvermittler einschlägigen Bestimmungen der GewO zu beachten haben. Dies gilt erst recht, wenn dem Kunden im An-

16) Fenyves, VR 1–2/2009, 19; ders, VR 3/2011, 30; als Grund hierfür heißt es in den Mat (ErläutRV 369 BlgNR 20. GP 113): „Die fondsgebundene Lebensversicherung ist dadurch gekennzeichnet, daß der VN das Kapitalanlagerisiko trägt, auch wenn er nicht Eigentümer der Wertpapiere wird, in denen die Kapitalanlage erfolgt. Die wirtschaftliche Auswirkung ist keine wesentlich andere, als würde der VN selbst Wertpapiere erwerben. Es erscheint daher angebracht, dem Versicherungsunternehmen in dieser Hinsicht Pflichten aufzuerlegen, die den Wohlverhaltensregeln gemäß § 13 und 14 WAG [aF] entsprechen, soweit sie in Betracht kommen.“

17) Vgl Kalss/Oppitz/Zollner, Kapitalmarktrecht I (2005) § 30 Rz 51.

18) Köndgen, VersWissStud XXIV 148.

19) Vgl auf Fenyves, VR 1–2/2009, 18; Schauer, Versicherungsvertragsrecht³ 124 ff.

20) Fenyves, VR 1–2/2009, 18.

21) Vgl Fenyves, VR 1–2/2009, 18 mwN.

22) Schneider, Der Vertrieb von Versicherungen über das Internet (2004) 224.

23) Vgl hierzu auf Jabornegg, Zum Vermittlerbegriff im neuen Versicherungsvermittlungsrecht, VR 5/2005, 128.

24) Funk-Leisch, Das Recht der Versicherungsvermittlung in Österreich (2010) 99.

25) Vgl § 376 Z 18 Abs 8 GewO; Funk-Leisch, Versicherungsvermittlung 99.

schluss an den Vergleich die Möglichkeit geboten wird, einen Versicherungsantrag über das Internet zu stellen, weil dies einem „Einholen der Unterschrift des Kunden auf einem Versicherungsantrag“ gleichkommt.

Sofern in der Folge daher von Versicherungsvermittlern die Rede ist, sind davon auch Online-Versicherungsvergleichsplattformen erfasst.

2. Zur Zulässigkeit des Vertriebs von Versicherungsverträgen über das Internet durch Versicherungsvermittler

Die für Versicherungsvermittler zentralen Vorschriften zu den Informations- und Beratungspflichten finden sich in §§ 137 f bis 137 h GewO sowie im FernFinG.²⁶⁾ Nach diesen Bestimmungen sind Versicherungsvermittler insb dazu verpflichtet, ihre Identität und gewerberechtlichen Verhältnisse offenzulegen sowie dem Kunden bestimmte personen- und tätigkeitsbezogene Informationen zu geben. Darüber hinaus verpflichtet § 137 g GewO den Versicherungsvermittler zur Beratung und Dokumentation.²⁷⁾

Die Informationspflichten des § 137 f Abs 1 bis 3, 7 und 8 GewO und der §§ 5 ff FernFinG können auch im Internet rechtskonform erfüllt werden. Auch aus der in § 137 g Abs 1 GewO enthaltenen Dokumentationspflicht ergeben sich mE keine Probleme bei der Online-Vermittlung von Versicherungsprodukten.

§ 137 g Abs 1 GewO normiert (neben der Dokumentationspflicht), dass der Versicherungsvermittler den Kunden abgestimmt auf die Komplexität des angebotenen Versicherungsvertrags entsprechend seinen Angaben, Wünschen und Bedürfnissen zu beraten hat. Neben der Person des Kunden hängt der Umfang der Beratung damit von der **Komplexität des angebotenen Versicherungsvertrags** ab. Zur Beurteilung der Zulässigkeit der Vermittlung von Versicherungsverträgen über das Internet ist daher wieder zwischen „weniger komplexen“ und „komplexeren“ Versicherungsprodukten zu unterscheiden.²⁸⁾

Wird die „reine“ Online-Vermittlung von „weniger komplexen“ Versicherungsverträgen durch den **Einsatz eines Echtzeit-Kommunikationsmittels**²⁹⁾ ergänzt, so ist von der **Zulässigkeit der Vermittlung von „weniger komplexen“ Versicherungsprodukten** durch Versicherungsvermittler über das Internet auszugehen.

Grundsätzlich ist der **Vertrieb von „weniger komplexen“ Versicherungsverträgen** durch Versicherungsvermittler allerdings auch dann zulässig, wenn von diesen kein Echtzeit-Kommunikationsmittel zur Verfügung gestellt wird. Bei diesen Produkten wird bereits durch den (auf Grundlage der vom Kunden eingegebenen Daten) erstellten Vergleich verschiedener VR und ihrer Versicherungsprodukte samt Darstellung ihres wesentlichen Vertragsinhalts (Deckungsumfang, Prämie, Versiche-

rungssumme etc) der Beratungspflicht entsprochen.³⁰⁾ Dies vor allem deswegen, weil auch im Zuge eines persönlichen Beratungsgesprächs die Beratung zu „weniger komplexen“ Versicherungsprodukten oftmals standardisiert auf Grundlage eines Musterfragenkatalogs oder von Checklisten stattfindet.³¹⁾ Um einer späteren Haftung vorzubeugen, sind Versicherungsvermittler allerdings gut beraten, ihren Kunden auch beim Vertrieb von „weniger komplexen“ Versicherungsprodukten ein Echtzeit-Kommunikationsmittel zur Verfügung zu stellen.

Der bloße Vergleich verschiedener VR und ihrer Versicherungsprodukte wird bei „komplexeren“ **Versicherungsprodukten** als Beratungsleistung mE nicht ausreichen, um die Anforderungen an eine gesetzeskonforme Beratung zu erfüllen.³²⁾ Ein rechtskonformer Vertrieb von „komplexeren“ Versicherungsprodukten über das Internet setzt damit in aller Regel das **Zurverfügungstellen eines verpflichtend in Anspruch zu nehmenden Echtzeit-Kommunikationsmittels** zwischen Versicherungsvermittler und Kunden voraus. Eine den Wünschen und Bedürfnissen des Kunden entsprechende und auf die Komplexität des angebotenen Versicherungsvertrags abgestimmte Beratung (wie sie § 137 g Abs 1 GewO fordert) ist nämlich nur dann wirklich gewährleistet, wenn das zur Verfügung gestellte Echtzeit-Kommunikationsmittel verpflichtend in Anspruch zu nehmen ist und somit sichergestellt ist, dass es zu einem Beratungsgespräch kommt.

3. Die Vermittlung von Lebensversicherungen über das Internet

Im Zusammenhang mit der Vermittlung von Lebensversicherungen sind zusätzlich die Bestimmungen der §§ 365 m ff GewO zur Verhinderung von Geldwäsche und Terrorismusfinanzierung zu beachten. Die **Vermittlung von Lebensversicherungen ausschließlich** über das Internet scheitert an den in § 365 s GewO normierten verstärkten Geldwäschevorschriften für Ferngeschäfte und ist daher (sofern keine qualifizierte elektronische Signatur verwendet wird) unter dem Aspekt der Geldwäscheprävention **nicht zulässig**.

Denkbar wäre in diesem Bereich allerdings die Nutzung des Internets als Mittel zur Vertragsanbahnung. So könnte ein Versicherungsvermittler zwar einen Vergleich von Lebensversicherungen (unter Einhaltung der Beratungs- und Informationspflichten) anbieten. Dem Kunden dürfte es allerdings nicht ermöglicht werden, den Versicherungsantrag sogleich über das Internet zu stellen, sondern lediglich die Zustellung eines Versicherungsantrags (mittels eingeschriebener Briefsendung)³³⁾ zu veranlassen. ➔

30) So für D Münkler in Ruffer/Halbach/Schimikowski, *Versicherungsvertragsgesetz*² (2011) § 61 VVG Rz 10; Fischer, BB 2012, 2777.

31) Fischer, BB 2012, 2777.

32) Auch die Erfüllbarkeit der den Versicherungsmakler treffenden Pflicht nach § 28 Z 1 MaklerG ist im Internet bei „komplexeren“ Versicherungsprodukten fraglich: ME ist es nicht möglich, für „komplexere“ Versicherungsprodukte ausschließlich automationsunterstützt eine angemessene Risikoanalyse und ein angemessenes Deckungskonzept zu erstellen.

33) Gruber/Pallege-Barfuß, *Kommentar zur Gewerbeordnung*⁷ (2012) § 365 s Anm 2: Durch das Erfordernis der eingeschriebenen Briefsendung (und die damit verbundene Angabe des Wohnsitzes) soll

26) Während der Versicherungsagent „nur“ die Vorschriften der GewO (und des FernFinG) zu beachten hat, sind für den Versicherungsmakler neben diesen Vorschriften auch die des MaklerG (insb § 28) einschlägig; vgl auch FN 32.

27) Vgl zu diesen Informations- und Beratungspflichten auf Schauer, *Die Informationspflichten im neuen Versicherungsvermittlerrecht*, VR 6/2005, 158.

28) Vgl zu den Begriffen bereits oben B.1.

29) Vgl zum Begriff des Echtzeit-Kommunikationsmittels bereits FN 10.

4. Sanktionen

Die Verletzung der gesetzlich normierten Informations- und Beratungspflichten kann sowohl gewerberechtliche Sanktionen als auch privatrechtliche Folgen auslösen.

Wer den Bestimmungen der §§ 136 a bis 138 GewO zuwiderhandelt, begeht eine **Verwaltungsübertretung**, die mit einer Geldstrafe von bis zu € 2.180,- bedroht ist (§ 367 Z 58 GewO). Eine Verwaltungsübertretung, die mit einer Geldstrafe von bis zu € 3.600,- zu bestrafen ist, begeht weiters, wer ein Gewerbe ausübt, ohne die erforderliche Gewerbeberechtigung zu haben. Verstöße gegen die von Versicherungsvermittlern im Zusammenhang mit Lebensversicherungen zu beachtenden Vorschriften zur Geldwäscheprävention können mit einer Geldstrafe bis zu € 30.000,- geahndet werden.

Weiters ist Versicherungsvermittlern bei schwerwiegenden Verstößen gegen die iZm dem betreffenden Gewerbe zu beachtenden Rechtsvorschriften und Schutzinteressen die **Gewerbeberechtigung zu entziehen**.

Ein Verstoß gegen die einschlägigen Bestimmungen der GewO kann jedoch nicht nur als Verwaltungsübertretung geahndet werden bzw zum Entzug der Gewerbeberechtigung führen, sondern auch **privatrechtliche**

Sanktionen nach sich ziehen.³⁴⁾ Zu denken ist hierbei insb an Schadenersatzansprüche.³⁵⁾

Werden die in den einschlägigen Rechtsquellen (GewO, MaklerG, FernFinG) normierten Informations-, Offenlegungs- und Beratungspflichten nicht gesetzeskonform erfüllt, so kann dies zu einem Verstoß gegen § 1 UWG führen. Neben Rechtsschutz- und Durchsetzungsmöglichkeiten aus anderen einschlägigen Gesetzen stehen Mitbewerbern, Konsumenten und gem § 14 UWG besonders verfolgungsberechtigten Personen³⁶⁾ potenzielle Ansprüche nach UWG, ua auf Unterlassung, Beseitigung, Urteilsveröffentlichung und Schadenersatz, zu.

– zusätzlich zur zu übermittelnden Kopie eines amtlichen Lichtbildausweises (§ 365 s Abs 1 Satz 3 GewO) – der Nachweis der Kundenidentität gewährleistet werden, weil der Wohnsitz mit der Identität einer Person verknüpft und anhand des Melderegisters nachprüfbar ist.

34) Zu den privatrechtlichen Folgen im Fall der Verletzung von Ausübungsgrundsätzen ausf *Funk-Leisch*, Versicherungsvermittlung 164 ff.

35) *Schauer*, VR 6/2005, 167; neben Schadenersatzansprüchen kommt dem VN – sofern die Vermittlung durch einen Versicherungsvermittler in Form eines Versicherungsagenten erfolgte – auch ein Rücktrittsrecht vom Versicherungsvertrag gem § 5 b Abs 2 Z 3 VersVG zu; vgl hierzu ausf *Funk-Leisch*, Versicherungsvermittlung 169 ff.

36) Wie zB die BAK, die WKÖ, die Präsidentenkonferenz der Landwirtschaftskammern Österreichs, der ÖGB oder die Bundeswettbewerbsbehörde.

D. Kurzübersicht zur Zulässigkeit des Vertriebs von Versicherungsverträgen über das Internet

Vertrieb durch	Versicherer		Versicherungsvermittler/ Online-Vergleichsplattformen	
	mit Echtzeitkommunikationsmittel	ohne Echtzeitkommunikationsmittel	mit Echtzeitkommunikationsmittel	ohne Echtzeitkommunikationsmittel
Vertrieb von „weniger komplexen“ Versicherungsprodukten	✓	✓	✓	✓
„komplexeren“ Versicherungsprodukten	✓	x	✓ (wenn verpflichtend in Anspruch zu nehmen)	x
Lebensversicherungen	✓	x	x ³⁷⁾	x
fonds-/indexgebundenen Lebensversicherungen	✓ (wenn verpflichtend in Anspruch zu nehmen)	x		

37) Außer die Identität des Kunden wird durch eine qualifizierte elektronische Signatur nachgewiesen (§ 365 s Abs 2 a GewO); auch in diesem Fall ist die Beratungspflicht des § 137 g Abs 1 GewO zu beachten.

→ In Kürze

Versicherer und Versicherungsvermittler (zu denen gewerberechtlich auch alle Online-Vergleichsplattformen gehören) müssen beim Onlinevertrieb von Versicherungsprodukten – ebenso wie beim „konventionellen“ Versicherungsvertrieb – die gesetzlichen (und „übergesetzlichen“) Informations- und Beratungspflichten beachten. Der vorliegende Beitrag behandelt die Frage, ob bzw wie diesen Pflichten im Internet entsprochen werden kann.

→ Zum Thema

Über den Autor:

Dr. Ernst Brandl, LL. M. (Chicago), M. B. A. (Harvard), ist Rechtsanwalt und Partner in der Kanzlei Brandl & Talos in Wien.
Kontaktadresse: Brandl & Talos Rechtsanwälte GmbH, Mariahilfer Straße 116, 1070 Wien.
Internet: www.btp.at