

# Rechtliche Aspekte des digitalen Versicherungsvertriebs

RA Mag. Martin PICHLER,  
Rechtsanwalt in Wien

17.11.2020

# Versicherungsvertrieb - Level Playing Field

- **Erwägungsgrund 7 IDD:** "*jede Art des Vertriebs von Versicherungsprodukten*" soll erfasst werden.
- Die gesetzlichen Vorgaben sind technikneutral gestaltet.
- Das bedeutet, dass die etwa in den Standesregeln für Versicherungsvermittler und im Maklergesetz vorgesehenen Prozesse, die im Rahmen einer Beratung vorzunehmen sind, gleichsam im digitalen wie im analogen Vertrieb einzuhalten sind.

# Website als Startpunkt für den Online-Vertrieb

- Rechtliche Vorgaben hängen davon ab, wozu die Website genutzt werden soll
  - als digitale Visitenkarte
  - zur Informationsbereitstellung
  - zum Vertrieb

# Mögliche Rechtsquellen für das Betreiben einer Website

Gewerbeordnung

Standesregeln für die Versicherungsvermittlung

DSGVO / DSGVO 2018

E-Commerce-Gesetz

Telekommunikationsgesetz

Fern-Finanzdienstleistungs-Gesetz

Urheberrechtsgesetz

Behindertengleichstellungsgesetzes

Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb

Markenschutzgesetz

Unternehmensgesetzbuch

Mediengesetz

# Informationspflichten Versicherungsvermittler

- Die Informationspflichten der **§§ 1,3 und 9** der **Standesregeln für Versicherungsvermittlung** und der **§§ 5 ff FernFinG** können im Internet erfüllt werden.
- **§ 5** Standesregeln: Vorgaben an dauerhafte Datenträger und Websites.

# Informationserteilung

- Der Versicherungsnehmer soll gleich gestellt sein als würde er die Informationen mittels Papier erhalten.
- Daher hat der Makler bei der digitalen Informationserteilung sicherzustellen, dass der Versicherungsnehmer die Informationen speichern und unverändert wiedergeben kann.
- Verlangt der Versicherungsnehmer zudem nach Erteilen der Informationen auch eine Papierfassung, so ist diese unentgeltlich zu überlassen.

# Wunsch- und Bedürfnis-Test

- **§ 3 Abs 1 Standesregeln:** *"Vor Abgabe der Vertragserklärung des Versicherungsnehmers hat der Versicherungsvermittler anhand der vom Kunden stammenden Angaben dessen **Wünsche und Bedürfnisse zu ermitteln** und dem Kunden objektive Informationen über das Versicherungsprodukt in einer verständlichen Form zu erteilen, damit der Kunde eine wohlinformierte Entscheidung treffen kann. Jeder angebotene Vertrag muss den Wünschen und Bedürfnissen des Kunden hinsichtlich der Versicherung entsprechen."*
- **§ 3 Abs 4 Standesregeln:** *"Die Angaben sind der Komplexität des angebotenen Versicherungsprodukts und der Art des Kunden anzupassen."*

# Wunsch- und Bedürfnis-Test

- In der digitalen Welt könnten die notwendigen Informationen theoretisch mittels Chat oder E-Mail erhoben werden.
- Derartiges greift aber meist zu kurz, weil der Kunde im digitalen Umfeld die Erwartung hat, die angebotenen Dienste jederzeit nutzen zu können.
- Daher bietet es sich an, dass der Kunde die (erste) Bedarfsanalyse mittels einer Online-Maske durchführt.
- Hierzu wählt der Kunde eine Produktkategorie aus und macht sodann die notwendigen Angaben, indem er standardisierte Fragen beantwortet.
- Den Fragen liegen sogenannte Entscheidungsbäume zugrunde, die alle notwendigen Parameter abdecken sollten.



# Entscheidungsbaum

Welches Risiko soll versichert werden?



Wer soll versichert werden?



Geschlecht?



Berufliche Situation?



Gewünschte Versicherungssumme?



# Wunsch- und Bedürfnis-Test

- Granularität (Personen oder produktbezogene Kontaktaufnahme).
- Laut Gesetzesmaterialien keine umfassende Analyse gefordert:
  - Wünscht der Versicherungsnehmer z.B. ausdrücklich den Abschluss einer KFZ-Versicherung, muss das Versicherungsunternehmen nicht zusätzlich prüfen, ob der Versicherungsnehmer auch einer Unfallversicherung bedarf.
  - Im Falle einer Rechtsschutzversicherung muss aber z.B. der konkrete Bedarf an den einzelnen Rechtsschutzbausteinen geprüft werden.
- Nach erfolgtem Einholen der Wünsche und Bedürfnisse sind die passenden Versicherungsprodukte auszuwählen.

# Beratung

- **§ 137 Abs 5 Z 6 GewO:** "*Beratung ist die Abgabe einer **persönlichen Empfehlung** an einen Kunden, entweder auf dessen Wunsch oder auf Initiative des Versicherungsvermittlers hinsichtlich eines oder mehrerer Versicherungsverträge.*"
- **§ 3 Abs 2 der Landesregeln:** "*Der Versicherungsvermittler ist verpflichtet, den Kunden im Sinne einer **persönlichen Empfehlung** zu beraten und zu erläutern, warum ein bestimmtes Produkt den Wünschen und Bedürfnissen des Kunden **am besten** entspricht.*"
- **§ 3 Abs 4 der Landesregeln:** "*Die Angaben sind der **Komplexität** des angebotenen Versicherungsprodukts und der Art des Kunden anzupassen.*"

# Online-Beratung

- **ErläutRV 26 BlgNR 26. GP zu § 132 VAG:** *"Eine Beratung kann bei Einhaltung der entsprechenden Voraussetzungen (insb. § 128a) auch "online" über das Internet erfolgen."*
- Die Beratung ist **nicht** zwingend von Menschen durchzuführen, sondern kann auch voll- oder teilautomatisiert erbracht werden.
- Erwägungsgrund 10 DelVO 2016/97 für die in Bezug auf die für den Vertrieb von Versicherungsanlageprodukten geltenden Informationspflichten und Wohlverhaltensregeln:
  - *"Die Versicherungsvermittler und VU sollten für die Durchführung von Eignungsbeurteilungen zuständig bleiben, wenn die Beratung über Versicherungsanlageprodukte ganz oder teilweise durch ein automatisiertes oder teilautomatisiertes System erbracht wird, da solche Systeme persönliche Anlageempfehlungen abgeben, die auf einer Eignungsbeurteilung beruhen sollten."*

# Komplexität der Produkte

- Komplexität je nach **Vertragsgestaltung**:
  - "weniger komplexe" Versicherungsprodukte oder
  - "komplexere" Versicherungsprodukte.

# "Weniger komplexe" Versicherungsprodukte

- Vertragsregeln ohne bzw. mit einfachen Erläuterungen verständlich.
- Keine allzu große Belastung durch Prämien.
- Bei entsprechend ausgewählten Fragen kann die Beratungspflicht im Internet erfüllt werden.
- Vertrieb auch ohne zwingenden Einsatz von Echtzeit-Kommunikationsmöglichkeit zulässig.

# "Komplexere" Versicherungsprodukte

- Größerer Beratungsbedarf beim VN → d.h. sehr umfangreiche Entscheidungsbäume
- Ausführliche Erläuterungen erforderlich.
- Oftmals höhere Prämienbelastung.
- Vertrieb ohne Einsatz von Echtzeit-Kommunikationsmöglichkeit **unzulässig?**

# LG MÜNCHEN I, 37 O 15268/15, 13.7.2016

- Beratungspflicht des § 61 VVG (dt) gilt auch für Online-Makler.
- "Ein auf standardisierten Kriterien beruhender Produktvergleich ist zulässig, wenn die konkreten Empfehlungen sowohl auf einer objektiven und ausgewogenen Marktbeobachtung als auch auf vom jeweiligen Nutzer in den Eingabemasken erteilten Informationen beruhen".
- Bei entsprechend ausgewählten Fragen i.Z.m. nicht komplexen Produkten kann eine Beratung im Internet stattfinden.



# LG MÜNCHEN I, 37 O 15268/15, 13.7.2016

- Beratungspflicht bei der Hausratsversicherung
  - Versicherungsvermittler muss durch (risikobasiert umfangreiche) Fragen feststellen, ob der Kunde überhaupt einer Hausratsversicherung bedarf. ZB
    - Besteht ein Hauptwohnsitz am Ort des zu versichernden Hausrats?
    - Handelt es sich um einen Zweitwohnsitz?
  - Durch die gestellten Fragen soll eine Doppelversicherung (möglichst) ausgeschlossen werden.
  - Eine geringe Prämie rechtfertigt nicht ein geringeres Ausmaß an Sorgfalt.

# LG MÜNCHEN I, 37 O 15268/15, 13.7.2016

- **Beratungspflicht bei der Haftpflichtversicherung**
  - Es ist abzuklären, ob für ehrenamtliche Tätigkeiten oder besondere Hobbies eine Deckung benötigt wird.
  - Dass der Umfang der Versicherung über den Button "Tarifdetails" ersichtlich ist, ist nicht ausreichend.
  - "Beraten liegt nicht bereits darin, dass der Kunde bei entsprechendem Studium der Tarifinformationen die für ihn wichtigsten Aspekte herauslesen kann".

# LG MÜNCHEN I, 37 O 15268/15, 13.7.2016

- Beratungspflicht bei der KFZ-Versicherung
  - In Leasingverträgen ist oft eine Reparatur in einer Fachwerkstatt (offenbar das Äquivalent einer "Vertragswerkstatt") vorgeschrieben.
  - Verstoß, wenn hinsichtlich Leasing-Fahrzeugen Versicherungen angeboten werden, die ausschließlich Reparaturen in freien Werkstätten vorsehen.
  - "Eine Beratung, die vor einem solchen Bedürfnis die Augen verschließt und dies ignoriert, geht nicht auf die Bedürfnisse des Kunden ein".

# Robo-Advisor

- Robo-Advisor ist ein Algorithmen-basiertes System, welches die Eingaben des Kunden auswertet und nach Maßgabe dieser eine "persönliche Empfehlung" abgibt.
- Wohlverhaltenspflichten sind dabei genauso einzuhalten!
- Verantwortlich für die Ergebnisse bleibt aber stets derjenige Versicherungsvermittler, der den Robo-Advisor einsetzt.
- Funktioniert dieser nicht ordnungsgemäß und kommt es zu einer Fehlberatung, haftet der Versicherungsvermittler hierfür.

# Robo-Advice - Empfehlungen der ESAs

- Erläuterung des Umfangs der Einbeziehung menschlicher Mitarbeiter sowie ggf. Möglichkeiten, durch diese betreut zu werden
- Hinweis, dass sich die Antworten des Kunden (z.B. Online-Fragebogen) auf die Eignungsbeurteilung auswirken
- Erläuterung, wie und wann die Angaben des Kunden zu seinen persönlichen Verhältnissen usw. aktualisiert werden
- Hervorhebung wichtiger Kundeninformationen, gegebenenfalls durch interaktive Elemente (z.B. Pop-up-Felder)
- Bei Robo-Advice ist im Zusammenhang mit Versicherungsanlageprodukten besonders zu berücksichtigen, dass Kunden zur Selbstüberschätzung tendieren.

## Exkurs: Anforderungen der Europäischen Wertpapieraufsicht ESMA an die Geeignetheitserklärung

- Äußerung der ESMA zur Geeignetheitserklärung nach MiFID II:
- Stimmt die erteilte Empfehlung mit den Angaben des Kunden überein?
- Die Geeignetheitserklärung soll
  - **individuell** angeben,
  - **ob und warum** die erteilte Empfehlung für den Kunden geeignet ist.
- Um eine Vergleichbarkeit zu ermöglichen, soll auf die relevanten Kundeninformationen verwiesen werden, auf denen die Empfehlung basiert.

# Der Vertragsabschluss

- Gemäß § 861 ABGB kommt ein Vertrag durch übereinstimmende Willenserklärungen mindestens zweier Personen zustande.
- Die einleitende Willenserklärung ist das Angebot. Sofern die andere Person dieses aufgrund ausreichender Bestimmtheit annimmt, ist der Vertrag wirksam zustande gekommen.
- Verträge können mündlich, schriftlich oder durch Zeichen geschlossen werden. Es ist daher nach allgemeinen zivilrechtlichen Bestimmungen ohne weiteres möglich, Verträge auch online abzuschließen.
- Dort, wo das Gesetz Schriftlichkeit (= die Unterschrift) voraussetzt, reicht die bloße Online-Kommunikation aber nicht → in diesem Fall ist eine qualifizierte elektronische Signatur notwendig.



## Mag. Martin Pichler

Rechtsanwalt | Attorney at Law

Volksgartenstraße 3/1. OG,  
1010 Wien

T: + 43 1 253 7000

M: + 43 676 70 45 140

E: [m.pichler@kp-legal.at](mailto:m.pichler@kp-legal.at)

W: [www.jarolim.at](http://www.jarolim.at)

in Kooperation mit

