

Matthias Beenken

# Der Versicherungs- vermittler als Unternehmer

Betriebswirtschaftliche Herausforderungen  
für Makler und Ausschließlichkeitsvertrieb

5. Auflage

Matthias Beenken

Der Versicherungsvermittler als Unternehmer

Betriebswirtschaftliche Herausforderungen für Makler und Ausschließlichkeitsvertrieb



Matthias Beenken

# Der Versicherungsvermittler als Unternehmer

Betriebswirtschaftliche Herausforderungen  
für Makler und Ausschließlichkeitsvertrieb

## Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

© 2018 VVW GmbH, Karlsruhe

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urhebergesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung der VVW GmbH, Karlsruhe. Jegliche unzulässige Nutzung des Werkes berechtigt die VVW GmbH zum Schadenersatz gegen den oder die jeweiligen Nutzer.

Bei jeder autorisierten Nutzung des Werkes ist die folgende Quellenangabe an branchenüblicher Stelle vorzunehmen:

© 2018 VVW GmbH, Karlsruhe

Jegliche Nutzung ohne die Quellenangabe in der vorstehenden Form berechtigt die VVW GmbH zum Schadenersatz gegen den oder die jeweiligen Nutzer.



Beachten Sie bitte stets unseren Aktualisierungsservice auf unserer Homepage unter: **vwv.de** → **Service** → **Ergänzungen/Aktualisierungen**. Dort halten wir für Sie wichtige und relevante Änderungen und Ergänzungen zum Download bereit.

## Gleichstellungshinweis

Zur besseren Lesbarkeit wird auf geschlechtsspezifische Doppelnennungen verzichtet.

ISBN 978-3-96329-053-4

## Vorwort zur 5. Auflage

Seit der vierten Auflage dieses Buchs sind wieder fünf Jahre vergangen, in denen vor allem die Regulierung des Versicherungsvertriebs fortgeschritten ist. Am 23.2.2018 ist die Umsetzung der Europäischen Versicherungsvertriebsrichtlinie (IDD) in Kraft getreten, die die EU-Versicherungsvermittlerrichtlinie (IMD) abgelöst hat. Daraus ergeben sich erhebliche Veränderungen der gewerberechtlichen Pflichten der Versicherungsvermittler, u.a. ist eine jährliche Weiterbildungspflicht hinzugekommen. Die Richtlinie legt einen besonderen Fokus auf den Kundenschutz und hat dafür das paradigmatische Prinzip eingeführt, dass Versicherungsvermittler im bestmöglichen Interesse des Kunden handeln müssen. Interessenskonflikte sind zu erkennen, zu vermeiden oder in bestimmten Situationen dem Kunden offenzulegen. Um diesem Prinzip gerecht zu werden, müssen Versicherer und Vermittler jahrzehntealte Gewohnheiten in der Gestaltung von Verkaufszielen, Vergütungs- und Anreizsystemen überdenken.

Die Niedrigzinssituation infolge der Finanz- und Staatshaushaltskrise hat die Erträge der Lebensversicherung empfindlich schrumpfen lassen, was wiederum Anlass war, 2015 mit dem Lebensversicherungsreformgesetz (LVRG) Druck auf die Abschlusskosten auszuüben. Das spüren die Vermittler in Form deutlich veränderter, überwiegend auch gesenkter Vergütungen in der Lebensversicherung. 2018 wird das LVRG evaluiert und weitergehende Maßnahmen diskutiert, die einmal mehr die betriebswirtschaftliche Situation der Lebensversicherungsvermittler empfindlich treffen wird.

Weitere Stichworte sind die gewerberechtliche Regulierung der Finanz- und der Immobiliendarlehensvermittlung oder die am 25.5.2018 in Kraft getretene Europäische Datenschutzgrundverordnung. Die wiederum hat Auswirkungen auf die technologische Weiterentwicklung des Versicherungsvertriebs. Unter dem Stichwort Digitalisierung haben sich neue Geschäftsmodelle etabliert, die sich teilweise als klassische Vermittler mit modernen Kommunikationsmitteln, teilweise aber auch als disruptive neue Anbieter verstehen. Kunden recherchieren überwiegend im Internet, bevor sie sich für Versicherungsabschlüsse entscheiden, und sie sind es zunehmend gewohnt, auch weitere Services im Internet in Anspruch zu nehmen. Diesen Bedürfnissen kommen die Trendsetter der Digitalisierung, die InsurTechs, zunehmend aber auch die klassischen Vermittler entgegen. Dabei haben sie aber in hohem Maß mit besonders sensiblen, personengebundenen Daten zu tun.

Der selbstständige Versicherungsvertrieb schrumpft deutlich. Zudem ist eine demografische Überalterung festzustellen. Wer in dieser Marktsituation ein Vertreter- oder Maklerunternehmen gründen oder übernehmen will, braucht eine gute Ausbildung, Mut und unternehmerischen Weitblick. Versicherungsvermittlung ist kein Geschäft mehr für Semi-Profis. Umso bessere Chancen winken aber den Profis. Dieses Buch will ausdrücklich dazu ermuntern, diese Chancen zu ergreifen.

Bochum, im August 2018

Prof. Dr. Matthias Beenken



## Vorwort zur 4. Auflage

Die dritte Auflage dieses Buchs ist inzwischen zehn Jahre alt, die Erstauflage erschien sogar schon 1998. Seither hat sich der Versicherungsvertrieb nachhaltig verändert.

Vor allem durch die Regulierung des Berufsstands mit der Umsetzung der EU-Vermittlerrichtlinie durch Vermittlergesetz und Vermittlungsverordnung 2007 wandelt sich der Charakter des Berufs Versicherungsvermittlers. Wurden früher bevorzugt Seiteneinsteiger aus anderen Branchen mit mal mehr, mal weniger realistischen Versprechungen hinsichtlich der Verdienstchancen angeworben, wandelt sich der Beruf des Versicherungsvermittlers zu einem Expertenberuf. Er ist grundsätzlich von einer Gewerbeerlaubnis abhängig, die unter anderem eine durchaus anspruchsvolle Ausbildung und Sachkundeprüfung voraussetzt. Die Berufsausübung wird durch eine Reihe rechtlicher Vorgaben in Richtung eines qualitativ anspruchsvollen, systematischen Verkaufsprozesses gesteuert.

Die Regulierung greift auch in das Wettbewerbsgeschehen ein. In den vergangenen beiden Jahrzehnten war ein verstärkter Wechsel von der Tätigkeit als Ausschließlichkeitsvertreter hin zum Versicherungsmakler festzustellen. Das war auch vergleichsweise einfach: Der bisherige Vertretervertrag wurde beendet, das Türschild ausgetauscht und fortan die alten Kunden auf neue Versicherungspartner angesprochen. In der Folge verlor die in diesem Buch schwerpunktmäßig dargestellte Berufsperspektive als Versicherungsvertreter an Attraktivität.

Seit 2007 ist der Wechsel von der Vertreter- in die Maklertätigkeit längst nicht mehr so einfach zu vollziehen. Versicherungsmaklern wurde manchmal zum ersten Mal überhaupt bewusst, dass sie neben einem neuen Türschild vor allem sehr weitgehende Pflichten ihren Kunden gegenüber übernehmen und für deren Erfüllung haften müssen. Die neuen Transparenzvorgaben, die mit der Vermittlerrichtlinie 2 zu erwarten sind, zwingen Vermittler dazu, den Nutzen ihrer Dienstleistung stärker dem Kunden gegenüber zu rechtfertigen. Das gilt in besonderem Maß für Versicherungsmakler, weil sie ihre Kunden oft damit gewinnen, dass sie ihnen günstigere Prämien und bessere Leistungen beschaffen, als es Vertretern möglich ist. Der Druck steigt, die Dienstleistungen zu standardisieren oder sich wieder auf bestimmte, lukrative Zielgruppen und Marktnischen zu beschränken.

Auch Versicherungsvertreter müssen in diesem Wettbewerbsumfeld damit rechnen, dass von ihnen häufiger als früher verlangt wird, für die Qualität ihrer Dienstleistung Verantwortung zu übernehmen. Ihr großer Vorteil ist, dass sie als Vertreter nur eine beschränkte Versicherer- und Produktauswahl bieten müssen und dadurch einen deutlich schlankeren Verkaufsprozess haben.

Die Kunden ändern sich ebenfalls. Langsam, aber stetig erodiert die Treue, die früher Geschäftsbeziehungen kennzeichnete. Kunden wollen eine Auswahl erhalten und je nach Situation neu entscheiden können. Manches Produkt wird im Internet gekauft, aber die Betreuung trotzdem vor Ort erwartet. Hierin liegt ein Wettbewerbsnachteil speziell für Ausschließlichkeitsvertreter. Es liegt jedoch an den Versicherungsunternehmen, diesen Wettbewerbsnachteil durch gute Produkte und durch kontrollierten Zugang zu einer

marktgerechten Auswahl an Produkten, unter Umständen auch von verschiedenen Risikoträgern, auszugleichen.

Was sich nicht geändert hat in den vergangenen Jahren ist die Notwendigkeit, seinen Vermittlerbetrieb nach betriebswirtschaftlichen Kriterien auszurichten und zu führen. Untersuchungen zeigen, dass die Mehrheit der selbstständigen Vermittlerbetriebe Gewinne erzielt, die in keinem überzeugenden Verhältnis zum Arbeitsaufwand und zum Risiko der Selbstständigkeit stehen. Hier besteht Handlungsbedarf. Die Zahlen zeigen, dass der Erfolg eines Vermittlerbetriebs viel weniger als oft behauptet vom Vertriebsweg und viel mehr von der Anwendung moderner Erkenntnisse der Unternehmensführung abhängt. Gerade darauf werden die meisten Versicherungsvermittler jedoch nicht vorbereitet. Die vom Gesetz verlangte Sachkundeprüfung sieht keine Lerninhalte zur Führung eines Unternehmens vor. Deshalb müssen selbstständige Unternehmer im Versicherungsvertrieb sich selbst weiterbilden.

Neu in der vierten Auflage ist, dass die Darstellung nicht mehr nur den Ausschließlichkeitsvertrieb umfasst. Durch Vergleiche mit den besonderen Herausforderungen für Versicherungsmakler oder Mehrfachvertreter wird deutlich, wie sich Unternehmer in diesen Vertriebswegen unterschiedlich aufstellen müssen. Der Schwerpunkt bleibt aber der hauptberufliche Ausschließlichkeitsvertrieb.

Unverändert soll dieses Buch dazu dienen, Hintergrundwissen und Werkzeuge für die unternehmerische Führung eines Vermittlerbetriebs zu liefern und dabei Mut zu machen, dass auch in der heutigen regulierten Welt der Versicherungsvertrieb eine spannende, herausfordernde und lukrative Tätigkeit ist. Diese verdient auch ein wesentlich besseres Image, als es derzeit aufgrund der vielen Fehlentwicklungen der Vergangenheit bestanden hat. Der Versicherungsvertrieb bietet keine Zukunft für Provisionsschinder, Hasardeure und Betrüger. Aber er erfüllt eine bedeutende, sozialpolitische und marktwirtschaftliche Aufgabe der Existenzsicherung von Haushalten und Unternehmen und deshalb ein bevorzugtes Betätigungsfeld für echte Unternehmer, die nachhaltig und seriös ihr Geschäft betreiben wollen.

Zu jedem Kapitel werden Literaturhinweise gegeben. Die genannte Literatur wurde entweder für das Kapitel verwendet oder hilft dem Leser, sein Wissen bei Bedarf weiter zu vertiefen.

Ein wichtiger Hinweis: Im Buch werden der Lesefreundlichkeit zuliebe nicht regelmäßig die jeweiligen Geschlechter erwähnt, sondern in der Regel die männliche Form. Dadurch sollen ausdrücklich nicht Frauen von der Tätigkeit als selbstständige Vermittlerinnen ausgeschlossen werden – im Gegenteil. Der Vermittlerberuf ist derzeit noch viel zu sehr Männerdomäne und könnte dringend mehr Frauen gebrauchen, die einen anderen Stil in die Vermittlungsarbeit einbringen.

Bochum, im August 2012

Prof. Dr. Matthias Beenken

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort zur 5. Auflage</b> .....	<b>V</b>
<b>Vorwort zur 4. Auflage</b> .....	<b>VII</b>
<b>1 Versicherungsvertrieb als Berufsperspektive</b> .....	<b>1</b>
1.1 Bedeutung, Aufgaben und Ziele des Versicherungsvertriebs .....	2
1.1.1 Gesamtwirtschaftliche Bedeutung .....	2
1.1.2 Aufgaben und Ziele der Versicherungsvermittler .....	4
1.1.3 Vermittler als Dienstleister .....	6
1.2 Struktur des Versicherungsvertriebs .....	7
1.2.1 Handelsrechtliche Struktur .....	7
1.2.2 Gewerberechtliche Struktur .....	10
1.3 Entwicklung und Perspektiven der Vertriebswege .....	14
1.4 Versicherungsvertrieb in Europa .....	16
1.5 Neuerungen aus der IDD-Umsetzung .....	17
1.6 Weitere rechtliche Vorgaben .....	20
<b>2 Existenzgründung im Versicherungsvertrieb</b> .....	<b>23</b>
2.1 Perspektiven in der Versicherungsvermittlung .....	23
2.2 Eigene Positionierung .....	26
2.2.1 Risikotragung .....	26
2.2.2 Umgang mit Menschen .....	27
2.2.3 Persönliche Stärken-/Schwächenanalyse .....	27
2.3 Wahl des Vertriebswegs .....	31
2.3.1 Existenzgründung als Ausschließlichkeitsvertreter .....	31
2.3.2 Existenzgründung als Mehrfachvertreter .....	34
2.3.3 Existenzgründung als Versicherungsmakler .....	35
2.3.4 Argumente für und gegen die Ausschließlichkeit .....	37
2.4 Wahl des Versicherungsunternehmens .....	41
2.4.1 Eignung mit Blick auf die potenziellen Kunden des Vertreters .....	42
2.4.2 Verlässlichkeit der Geschäftspolitik .....	43
2.4.3 Umgang der Gesellschaft mit den Vertretern .....	44
2.4.4 Innovationsfreudigkeit .....	45
2.4.5 Ausmaß der Unterstützung durch die Versicherungsgesellschaft .....	45

2.5	Bewerbung um eine Versicherungsagentur . . . . .	47
2.6	Bewertung des angebotenen Bestands . . . . .	52
2.6.1	Umstände der Bestandsübertragung . . . . .	53
2.6.2	Bestandszusammensetzung . . . . .	53
2.6.3	Wirtschaftlicher Wert des Bestands . . . . .	55
2.7	Standortwahl. . . . .	57
2.8	Rechtsformwahl . . . . .	60
2.8.1	Kaufmann, Firma, Handelsregister . . . . .	60
2.8.2	Einzelkaufmann. . . . .	60
2.8.3	Personengesellschaft . . . . .	61
2.8.4	Kapitalgesellschaft . . . . .	63
2.9	Agenturvertrag . . . . .	65
2.10	Qualifikation des Vermittlers. . . . .	69
<b>3</b>	<b>Planung, Steuerung, Kontrolle des Vermittlerbetriebs . . . . .</b>	<b>73</b>
3.1	Integrierte Erfolgsplanung . . . . .	73
3.1.1	Gewinn . . . . .	74
3.1.2	Umsatz . . . . .	79
3.1.3	Absatz/Produktion . . . . .	87
3.1.4	Verkaufsaktionen. . . . .	90
3.2	Privat- und Geschäftskonten . . . . .	93
3.3	Gewinnermittlungsarten . . . . .	95
3.4	Kostenrechnung . . . . .	96
3.5	Liquidität . . . . .	98
3.6	Steuern. . . . .	101
3.7	Zusammenhang von Steuer-, Betriebs- und Liquiditätsergebnis . . . . .	102
<b>4</b>	<b>Marketing des Versicherungsvertreters . . . . .</b>	<b>105</b>
4.1	Versicherungsvermittler und Marketing . . . . .	105
4.2	Marktforschung und -beobachtung. . . . .	108
4.3	Marktsegmentierung und Zielgruppenwahl . . . . .	109
4.4	Wettbewerbsstrategien. . . . .	112
4.5	Verkauf . . . . .	114

---

4.5.1	Grundstruktur des Verkaufsprozesses	114
4.5.2	Gesetzliche Anforderungen an den Verkaufsprozess	116
4.5.3	Verkaufsmethoden	122
4.5.4	Weitere Leistungen des Versicherungsvermittlers	130
4.6	Werbung und Kommunikation	133
<b>5</b>	<b>Personal im Vermittlerbetrieb</b>	<b>137</b>
5.1	Personalausstattung der Vermittlerbetriebe	137
5.2	Ziele und Gründe für den Ausbau der Personalkapazität	139
5.3	Personalarten	143
5.4	Personalbeschaffung	146
5.5	Personalauswahl	147
5.6	Vergütungs- und Anreizgestaltung	152
5.7	Qualifizierung und Personalentwicklung	155
5.8	Führung und Kontrolle	157
<b>6</b>	<b>Organisation des Vermittlerbetriebs</b>	<b>159</b>
6.1	Aufbauorganisation	159
6.2	Ablauforganisation	161
6.3	Risikomanagement	162
6.4	Medien und Informationen für Vermittler	163
6.5	Interessenvertretungen für Vermittler	164
6.6	Ehrbare Versicherungskaufleute	165
<b>7</b>	<b>Finanzierung und Investition im Vermittlerbetrieb</b>	<b>169</b>
7.1	Finanzierung des Vermittlerbetriebs	169
7.2	Investitionen im Vermittlerbetrieb	171
<b>8</b>	<b>Beendigung und Abwicklung des Vermittlerbetriebs</b>	<b>175</b>
8.1	Demografische Herausforderungen im Versicherungsvertrieb	175
8.2	Beendigung und Abwicklung des Vertreterbetriebs	176
8.2.1	Beendigungsarten	176
8.2.2	Wirtschaftliche Folgen der Beendigung und Abwicklung	178

8.2.3 Ausgleichsanspruch nach § 89b HGB .....	180
8.2.4 Strategische Planung der Beendigung .....	185
8.3 Beendigung und Abwicklung des Maklerbetriebs.....	186
<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>191</b>
<b>Tabellenverzeichnis .....</b>	<b>195</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis.....</b>	<b>199</b>
<b>Stichwortverzeichnis .....</b>	<b>203</b>

# 1 **Versicherungsvertrieb als Berufsperspektive**

## **Literatur zu diesem Kapitel**

Baumann, Frank: Versicherungsvermittlung durch Versicherungsmakler, Karlsruhe 1998

Beenken, Matthias: Der Markt der Versicherungsvermittlung unter veränderten rechtlichen Rahmenbedingungen, Karlsruhe 2010

Beenken, Matthias: Vertriebsmanagement, 4. Aufl., Karlsruhe 2018

Beenken, Matthias: Versicherungsvertrieb, Karlsruhe 2017

Beenken, Matthias; Sandkühler, Hans-Ludger: Das neue Versicherungsvertriebsrecht, München 2017

Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin): Rundschreiben 11/2018 zur Zusammenarbeit mit Versicherungsvermittlern sowie zum Risikomanagement im Vertrieb, Bonn/Frankfurt a.M. 2018

Bundesfinanzministerium: Evaluierung des Lebensversicherungsreformgesetzes, Bericht an den Finanzausschuss des Deutschen Bundestags, Berlin Juni 2018

dbb beamtenbund und tarifunion (Herausgeber): Bürgerbefragung öffentlicher Dienst, Berlin 2017

Europäische Union: Richtlinie 2002/92/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 9.12.2002 über Versicherungsvermittlung

Europäische Union: Richtlinie (EU) 2016/97 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20.1.2016 über Versicherungsvertrieb (Neufassung)

Farny, Dieter: Versicherungsbetriebslehre, 5. Aufl., Karlsruhe 2011

GDV: Die deutsche Lebensversicherung in Zahlen 2017, Berlin 2017

GDV: Statistisches Taschenbuch der Versicherungswirtschaft 2017, Karlsruhe 2017

Gebert, Yvonne; Erdmann, Kay Uwe; Beenken, Matthias (Herausgeber): Praxis-handbuch Vermittlerrecht, Karlsruhe 2013

MEDI (Monitoring European Distribution of Insurance) (Herausgeber): IMD2, Evolution oder Revolution? Konsequenzen der neuen Richtlinie für die Versicherungsvermittlung, Studie, Paris 2011

Pohl, Reinfried: Ich habe Finanzgeschichte geschrieben. Ein Gespräch mit Hugo Müller-Vogg, Hamburg 2005

Surminski, Arno in: Chronik des selbstständigen Versicherungs- und Bausparkaufmanns, Festschrift des Bundesverbands Deutscher Versicherungskaufleute (BVK), Bonn 2001

Zinnert, Mario: Recht und Praxis des Versicherungsmaklers, Karlsruhe 2008

## **1.1 Bedeutung, Aufgaben und Ziele des Versicherungsvertriebs**

### **1.1.1 Gesamtwirtschaftliche Bedeutung**

Gut 200.000 Versicherungsvertreter und -makler vermitteln derzeit in Deutschland Versicherungen. Das scheint einerseits sehr viel zu sein. Andererseits gibt es gut 80 Mio. Einwohner und gut 40 Mio. Haushalte in Deutschland, die Schutz vor existenziellen Risiken wie Verlust des Arbeitseinkommens, Krankheit, Pflegebedürftigkeit, Unfälle, Altersarmut, Schadenersatzforderungen, Verlust oder Beschädigung von Vermögenswerten wie Gebäude, Hausrat oder Fahrzeuge benötigen. Dazu kommen mehr als drei Mio. Firmen, die ebenfalls existenziellen Risiken unterliegen.

Und der Bedarf an Versicherungsschutz ist keineswegs gedeckt. So fehlen beispielsweise in fast jedem vierten Haushalt eine Hausratversicherung, in 30 % der Haushalte eine Privathaftpflichtversicherung oder in drei Viertel der Haushalte eine Versicherung gegen Berufs- oder Erwerbsunfähigkeit. Die versicherten Summen reichen oft bei weitem nicht aus, um eine Existenzsicherung zu erreichen. Beispielsweise werden durchschnittlich rund 600 € Rente in der Berufsunfähigkeitsversicherung abgesichert, was für einen typischen Arbeitnehmer oder Selbstständigen nicht ausreicht, um einen adäquaten Ersatz für den Verlust der Arbeitskraft zu erhalten.

#### **Beispiel**

In der Risikolebensversicherung werden derzeit durchschnittlich 132.000 € versichert – eine Summe, die für hinterbliebene Familienmitglieder nur für einige wenige Jahre reichen dürfte, den Einkommensausfall zu kompensieren.

Versicherungen erzielen rund 194 Mrd. € Beitragseinnahmen, davon knapp die Hälfte aus der Lebensversicherung, gut ein Fünftel aus der privaten Krankenversicherung und der Rest aus der Schaden- und Unfallversicherung. Damit ist die Versicherungswirtschaft ein bedeutender Wirtschaftszweig, dazu mit mehr als 1,5 Bio. € Kapitalanlagen einer der größten Anleger überhaupt.

Die gesamtwirtschaftliche Aufgabe der Versicherungswirtschaft besteht darin, Haushalten und Unternehmen ein langfristiges, planbares Wirtschaften zu ermöglichen, weil sie die meisten existenziellen Risiken beziehungsweise deren wirtschaftliche Wirkung auf die von Versicherern organisierten Risikogemeinschaften verlagern. Investitionen sind nur durch eine Risikoverlagerung tragbar. Dies ist notwendige Voraussetzung für eine positive Wirtschaftsentwicklung und die Schaffung und Erhaltung von Arbeitsplätzen.

Gesellschaftlich dient die Versicherungswirtschaft dazu, das Ziel zu verwirklichen, dass niemand existenzielle Not erleiden muss. Unter diesem Aspekt ist zu verstehen, warum der Staat den Abschluss von Versicherungen teilweise massiv mit Steuererleichterungen und mit Zuschüssen fördert, beispielsweise bei der betrieblichen und der privaten Altersvorsorge. Nur die Versicherungswirtschaft bietet nach dem weitgehenden Wegfall

der gesetzlichen Berufsunfähigkeitsrenten einen adäquaten Versicherungsschutz. Die private Krankenvollversicherung dient als substitutive Versicherung dem Ziel, allen Bürgern Schutz vor Krankheitskosten zu bieten. Aus diesem Grund gibt es seit 2009 eine Pflicht zur Versicherung, verbunden mit der Pflicht der Krankenversicherer, einen Versicherungsschutz selbst dann aufrechtzuerhalten, wenn der Versicherte seine Beiträge nicht aufbringen kann.

Vor diesem Hintergrund erstaunt es, dass der Beruf des Versicherungsvertreters laut einer Untersuchung des Deutschen Beamtenbunds der unbeliebteste überhaupt ist. Die Deutschen sehen Berufe wie Müllmann, Journalist oder Politiker als attraktiver an als den des Versicherungsvertreters, wobei davon auszugehen ist, dass die Befragten hier nicht besonders zwischen Ausschließlichkeits-, Mehrfachvertreter und Versicherungsmakler unterschieden haben.

Beruf	Hohes Ansehen
Feuerwehrmann	96 %
Arzt	89 %
Polizist	87 %
Lehrer	75 %
Müllmann	73 %
Unternehmer	55 %
Anwalt	51 %
Journalist	51 %
Beamter	38 %
Politiker	25 %
Mitarbeiter einer Telefongesellschaft	18 %
Versicherungsvertreter	11 %

Tab. 1: Ansehen verschiedener Berufe

Es gibt sicher verschiedene Gründe für diese geringe Beliebtheit des Berufs Versicherungsvertreter. Versicherungen gelten generell als kompliziert und sehr juristisch formuliert. Das führt dazu, dass aus der Wahrnehmung der Kunden Versicherer gerne das sprichwörtliche Kleingedruckte gegen sie einsetzen, wenn sie zahlen sollen. Dieses Misstrauen gegen Versicherungen im Allgemeinen überträgt sich auf die Vermittler. Allerdings ist seit vielen Jahren bekannt, dass die Kunden ein wesentlich positiveres Nahbild von „ihrem“ Versicherer und damit auch „ihrem“ Vermittler haben, als es das Fernbild der Versicherer oder der Vermittler im Allgemeinen suggeriert.

Ein weiterer Grund ist die über Jahrzehnte in Teilen verfehlte Vertriebsstrategie der Versicherer. In den 1960er Jahren kam mit der später gescheiterten IOS (Investor Overseas Services) die Idee des Strukturvertriebs nach Deutschland. Dieser bot die Möglichkeit, schnelles Wachstum über den sich schneeballartig vergrößernden Vertrieb mit Fonds-

anlagen und später auch Versicherungen zu erreichen. Ehemalige IOS-Vermittler gründeten einige der wichtigsten heute noch am Markt tätigen Strukturvertriebe. Bis in die 1990er Jahre verfolgten diese die Strategie, durch ständiges Anwerben von Privatpersonen, die oft nicht mehr als ihren eigenen Bekanntenkreis „abzugrasen“ hatten, rasch zu wachsen. Dadurch wurden allerdings zahlreiche Menschen mit negativen Seiten des Vertriebs wie hohem Erfolgsdruck, schlechter Ausbildung, Geringschätzung von Kundenbedürfnissen und wirtschaftlicher Abhängigkeit bis hin zur Überschuldung konfrontiert. Allen Problemen bei der Gewinnung neuer Vermittler zum Trotz gibt es bis in die jüngere Vergangenheit Beispiele für Verfehlungen solcher Vertriebsorganisationen, wie die von einem Strukturvertrieb organisierte „Budapest-Reise“ mit Besuch eines zum Bordell umfunktionierten Freizeitbads als Belohnung für besonders erfolgreiche Vermittler zeigt.

Historisch wäre es übrigens falsch, die Idee des raschen Wachstums von Vertrieben durch die Anwerbung zahlreicher gering qualifizierter Vermittler allein den Strukturvertrieben zuzuweisen. Die Geschichte der Versicherungsvermittler ist auch eine der Vertriebsstrategien von Versicherungsunternehmen. So ist beispielsweise aus dem 19. Jahrhundert bekannt, dass damals die zahlreichen Neugründungen an Versicherungsunternehmen auch sehr rasch über die Anwerbung von Vertretern wuchsen. Aus dieser Zeit stammt die Idee der Zillmerung, also der Bevorschussung einer eigentlich noch nicht vollständig verdienten Vergütung in der Lebensversicherung und deren Verrechnung mit den erst nach und nach gezahlten Beiträgen des Kunden. Damit sollten vermehrt Vertreter gewonnen werden, die ihren Lebensunterhalt durch diskontierte Vergütungen sichern konnten. Bis in die heutige Zeit halten Vermittler aller Vertriebswege an dieser Idee fest, in den Personenversicherungssparten auf eine Bevorschussung noch nicht verdienter Vergütungen angewiesen zu sein.

Die zunehmende Regulierung sorgt allerdings dafür, dass einige dieser „alten Zöpfe“ abgeschnitten werden. So wurde beispielsweise mit dem Lebensversicherungsreformgesetz (LVRG) die Zillmerung eingeschränkt mit der Folge, dass die Vergütungsvereinbarungen mit Vermittlern vielfach angepasst und der Anteil der einmaligen, bei Vertragsbeginn gezahlten Vergütungen gesenkt wurden. Dafür ist der Anteil der während der Vertragslaufzeit gezahlten, laufenden Vergütungen in der Lebensversicherung gestiegen, hat das Bundesfinanzministerium in einem Evaluationsbericht zum LVRG festgestellt. Ob dies auch dem Ansehen des Berufsstands der Versicherungsvertreter nachhaltig hilft, hängt sehr davon ab, wie konstruktiv die Regulierung aufgenommen und umgesetzt wird.

### **1.1.2 Aufgaben und Ziele der Versicherungsvermittler**

Die IDD bezeichnet als Versicherungsvermittler „jede natürliche oder juristische Person, die kein Versicherungs- oder Rückversicherungsunternehmen oder ihre Angestellten und kein Versicherungsvermittler in Nebentätigkeit ist und die die Versicherungsvertriebstätigkeit gegen Vergütung aufnimmt oder ausübt“ (Art. 2 Abs. 1 Nr. 3 IDD). „Versicherungsvertrieb“ ist „die Beratung, das Vorschlagen oder Durchführen anderer Vorbereitungsarbeiten zum Abschließen von Versicherungsverträgen, das Abschließen von

Versicherungsverträgen oder das Mitwirken bei deren Verwaltung und Erfüllung, insbesondere im Schadensfall“. Die IDD hat der Entwicklung Rechnung getragen, dass Vergleichsportale und ähnliche Internet-gestützte Vertriebsformen eine große Bedeutung erlangt haben, auch wenn sie vom Kunden oft nicht als Versicherungsvermittler wahrgenommen werden. Deshalb wurde die zuvor genannte Definition von Versicherungsvertrieb ergänzt um „einschließlich der Bereitstellung von Informationen über einen oder mehrere Versicherungsverträge aufgrund von Kriterien, die ein Kunde über eine Website oder andere Medien wählt, sowie die Erstellung einer Rangliste von Versicherungsprodukten, einschließlich eines Preis- und Produktvergleichs oder ein Rabatt auf den Preis eines Versicherungsvertrags, wenn der Kunde einen Versicherungsvertrag direkt oder indirekt über eine Website oder ein anderes Medium abschließen kann“ (Art. 2 Abs. 1 Nr. 1 IDD, übernommen in § 1a Abs. 1, 2 VVG).

Zu den Aufgaben des Versicherungsvermittlers gehört mit anderen Worten:

- Personen mit mutmaßlichem Bedarf an Versicherungen auf dieses Thema anzusprechen,
- den tatsächlichen Bedarf zu ermitteln,
- zum Bedarf passende Angebote zu erstellen und dem Interessenten zu erläutern,
- Verträge abzuschließen beziehungsweise Anträge an den Versicherer zu übermitteln,
- den Kunden anschließend zu betreuen, das heißt, fortgesetzt bei Bedarf zu beraten und bei der Vertragserfüllung zu unterstützen,
- im Schaden- oder Leistungsfall Unterstützung zu leisten, beispielsweise Auskünfte zu erteilen, beim Ausfüllen entsprechender Formulare behilflich zu sein und Termine mit Sachverständigen zu koordinieren.

Zum Wesen des Versicherungsvermittlers gehört es, dass er erfolgsabhängig tätig ist. Seine Ziele bestehen daher darin, erfolgreich Kunden für Versicherungen zu gewinnen sowie anschließend die Verträge dauerhaft beim Versicherer zu erhalten. Das setzt voraus, dass der Kunde auch dauerhaft zufrieden gestellt wird, insbesondere auch im „Moment der Wahrheit“, wenn der Versicherer beweisen muss, ob er die versprochene Leistung im Schaden- oder Leistungsfall erbringt.

Versicherungsvermittler erfüllen damit wichtige Aufgaben für die Versicherungsunternehmen, die selbst keinen oder keinen ausreichend intensiven Kontakt zu den Kunden haben. Sie brauchen Vermittler, um einerseits neue Kunden zugeführt zu bekommen und andererseits diese Kunden auch dauerhaft an sich zu binden.

Unabhängig von ihrem rechtlichen Status als Vertreter oder Makler – später dazu mehr – haben Versicherungsvermittler folgendes, geradezu paradigmatisches Prinzip aus der IDD zu beachten: Der Vermittler „muss bei seiner Vertriebstätigkeit gegenüber Versicherungsnehmern stets ehrlich, redlich und professionell in deren bestmöglichem Interesse handeln“ (§ 1a Abs. 1 S. 1 VVG, über § 59 VVG auf Vermittler anzuwenden). Das bedeutet, dass das geschäftliche Interesse an erfolgreichen Neuabschlüssen und an einer Aufrechterhaltung laufender Verträge nicht über dem Interesse des Kunden stehen darf. Insbesondere sollen dem Kunden keine überflüssigen Versicherungen oder Versicherun-

gen mit zu hohen Versicherungssummen verkauft sowie überflüssig gewordene Versicherungen nach Möglichkeit beendet werden – auch wenn der Vermittler damit weniger Provisionseinnahmen erzielt als beim gegenteiligen Verhalten.

Versicherungsvermittler erfüllen auch wichtige Aufgaben für die Gesellschaft, weil sie mithelfen, Armut von Privatpersonen und Scheitern von Unternehmen durch Schicksalsschläge zu mildern.

Es passt zu einer freiheitlichen Grundordnung, dass der Staat den notwendigen Existenzschutz nicht pauschal für alle Bürger vorschreibt und sie zu Pflichtversicherungen nötigt, sondern nur dort eingreift, wo es sonst ein Marktversagen gäbe. Ein Marktversagen liegt nur dann vor, wenn Bürger sich selbst nicht ausreichenden Versicherungsschutz beschaffen können, weil ihnen die finanziellen Mittel fehlen oder weil sie beispielsweise durch ihre gesundheitliche Konstitution nicht versicherbar sind. In allen anderen Fällen herrscht das Prinzip der Eigenverantwortung, die allerdings in einigen Bereichen besonders gefördert wird, weil hier Vorsorge als erwünscht gilt.

### 1.1.3 Vermittler als Dienstleister

Versicherungsvermittler erbringen nach allgemeinem Verständnis eine Dienstleistung. Dienstleistungen zeichnen sich durch drei Eigenschaften aus:

- Der Anbieter muss eine spezifische Leistungsfähigkeit vorhalten. Das sind einerseits eine bestimmte Ausbildung, andererseits aber auch eine ausreichende Personalkapazität.
- Der Kunde muss in den Leistungserstellungsprozess integriert werden, ohne seine Beteiligung ist die Dienstleistung nicht zu erbringen.
- Das Leistungsergebnis ist anders als ein Produkt immateriell, der Kunde kann es nicht anfassen. Der Anbieter kann es auch nicht lagern und später an einen Kunden abgeben.

Diese drei Eigenschaften treffen auch auf die Dienstleistungen des Versicherungsvermittlers zu, die im Prinzip aus genau zwei Leistungen bestehen: Beratung des Kunden und Übermittlung von Willenserklärungen des Kunden, z.B. eines Antrags.

- Vermittler benötigen eine bestimmte Ausbildung und grundsätzlich eine Sachkundeprüfung, um überhaupt tätig werden zu dürfen. Zudem müssen sie sich während ihrer Tätigkeit regelmäßig weiterbilden. Außerdem benötigen sie zeitliche Kapazitäten, um dem Kunden dann zur Verfügung stehen zu können, wenn er es erwartet.
- Der Kunde muss Informationen über seine Risikosituation liefern, beispielsweise Alter, Geschlecht, Gesundheitszustand und Beruf bei Personenversicherungen sowie Versicherungswerte und Risikobeschreibungen bei Sachversicherungen. Ohne diese Informationen ist keine Beratung möglich. Ebenso muss er im Schaden- oder Leistungsfall entsprechende Informationen liefern und ggf. dem Vermittler Zugang zum Schadenort oder der geschädigten Sache verschaffen.

- Das Leistungsergebnis der Beratung besteht darin, dass der Kunde über seinen Versicherungsbedarf, über entsprechende Angebote und Entscheidungsmöglichkeiten und über künftigen Handlungsbedarf informiert ist sowie entsprechende Entscheidungen trifft.

Damit kann die Versicherungsvermittlung als Dienstleistung eingeordnet werden. Allerdings handelt es sich um eine Dienstleistung, die Besonderheiten aufweist.

Versicherungen beschäftigen sich überwiegend mit unangenehmen Erlebnissen wie Alternwerden, Tod, Krankheit, Unfall, Brand u.a., die von den meisten Menschen tendenziell verdrängt werden. Vermittler werden gebraucht, um das Bewusstsein dafür zu wecken, welche existenziellen Wirkungen von solchen Ereignissen ausgehen und wie diese zumindest finanziell abgedeckt werden können. Damit sind Vermittler „Überbringer der schlechten Botschaft“, was auch dazu beitragen mag, dass dieser Beruf wenig beliebt ist. Gleichwohl sind sie wichtig, und wenn es ihnen gelingt, Vertrauen zu schaffen anstatt nur mit Gefahren zu drohen, erreichen sie es, anderen Menschen einen der ureigensten Wünsche zu erfüllen, den nach Sicherheit.

Versicherungen erfordern weiter, langfristig zu denken und heute Konsum einzuschränken, um morgen, im Alter oder in durch unerwartete Ereignisse veränderten Lebenssituationen besser versorgt zu sein. Die wirtschaftswissenschaftliche Forschung zeigt jedoch, dass Menschen einen aktuellen Nutzen deutlich höher bewerten als einen künftigen. Deshalb müssen Vermittler Kunden dazu bringen, dass sie Einsicht in diese Zusammenhänge zeigen und sich finanziell einschränken. Das macht sie nicht unbedingt beliebter. Allerdings finden Vermittler immer wieder Bestätigung, wenn Kunden entweder selbst oder in ihrem persönlichen Umkreis erleben, welchen Nutzen eine frühzeitige Vorsorge entwickeln kann.

Schließlich handelt es sich bei Versicherungsprodukten um abstrakte Leistungsversprechen, die in juristischer Fachsprache abgefasst werden und damit für die meisten Laien schwer verständlich sind. Hier erfüllen Vermittler die wichtige Aufgabe, diese Komplexität für die Kunden wieder zu reduzieren und ihnen eine angemessene, praktische Vorstellung zu vermitteln, was Gegenstand des Versicherungsvertrags ist, aber auch wo die Grenzen des Versicherungsschutzes liegen.

## **1.2 Struktur des Versicherungsvertriebs**

### **1.2.1 Handelsrechtliche Struktur**

Versicherungen werden grob geschätzt zu 95 % über Vermittler abgesetzt und nur zu einem kleinen Anteil direkt ohne Einschaltung von Mittelspersonen. Letzteres ist die Domäne der Direktversicherer, wobei diese inzwischen oft entgegen ihrem Namen auch mit Vermittlern zusammenarbeiten, in diesem Fall mit Maklern, denen sie wenn auch kleinere Vergütungen zahlen. Selbst der Absatz über das Internet erfolgt meist nicht tatsächlich direkt von Versicherer zu Kunde, sondern indirekt über Vermittler, beispielsweise Vergleichsportale oder Internetauftritte von Handelsorganisationen.

Das Handelsrecht kennt drei Mittelspersonen, die Angestellten (§§ 59 ff. HGB), Handelsvertreter (§§ 84 ff. HGB) und Handelsmakler (§§ 93 ff. HGB). Angestellte Verkäufer waren in früheren Zeiten bei Versicherungsunternehmen sehr verbreitet, wurden aber weitgehend von den Handelsvertretern verdrängt. Konsequenterweise nur auf angestellte Verkäufer setzt unter den größeren Versicherungsgesellschaften nur noch die Debeka.

**Handelsvertreter** sind der bei weitem überwiegende Typus des Vermittlers. Sie sind selbstständige Gewerbetreibende, die durch einen Vertretervertrag ständig damit betraut sind, für einen anderen Unternehmer – in der Regel einem Versicherer – Geschäft zu vermitteln. Handelsvertreter können auch das Recht erhalten, Geschäft im Namen des Auftraggebers abzuschließen, dies ist aber im Versicherungsvertrieb selten der Fall. Der so genannte Assekuradeur ist ein solcher Vertreter, der mit Vollmacht des Versicherers verbindliche Annahmeerklärungen abgeben und Policen erstellen kann.

Selbstständig ist ein Vertreter dann, wenn er „im Wesentlichen frei seine Tätigkeit gestalten und seine Arbeitszeit bestimmen kann“ (§ 84 Abs. 1 HGB). Das bedeutet, dass der Vertreter selbst bestimmen kann, welche Interessenten oder Kunden er wann und auf welchen Wegen anspricht, wie er seine Dienstleistungen organisiert, ob er ein Büro dafür einrichtet usw. Der Einschub „im Wesentlichen“ deutet allerdings darauf hin, dass es Beschränkungen in der Tätigkeits- und Arbeitszeitgestaltung geben kann. Diese liegen zum einen in Sachzwängen begründet. So muss ein Versicherer beispielsweise verlangen können, dass seine Formulare bei der Antragsaufnahme verwendet werden. Zum anderen kann es zeitbefristete Einschränkungen geben, wenn die Fortsetzung der Zusammenarbeit wegen Nichterfüllung von Erwartungen gefährdet ist und der Vertragspartner beispielsweise durch eine Berichtspflicht die Ursachen für die Nichterfüllung ergründen will.

Handelsvertreter und speziell Versicherungsvertreter unterscheiden sich voneinander dadurch, ob sie eine **Konkurrenzverbotsklausel** in ihrem Vertretervertrag akzeptieren oder nicht. Im ersten Fall handelt es sich dann um Ausschließlichkeits- oder Einfirmenvertreter, denen es unter Androhung von Sanktionen untersagt ist, für fremde Versicherungsunternehmen tätig zu werden. Als Sanktion wird in der Regel eine Kündigung aus wichtigem Grund ohne Einhaltung einer Kündigungsfrist vereinbart. Im zweiten Fall handelt es sich um Mehrfachvertreter, die sich vorbehalten, für mehrere konkurrierende Versicherer tätig zu werden. Der so genannte unechte Mehrfachvertreter ist auch ein Ausschließlichkeitsvertreter, weil er zwar mehrere Versicherer vertritt, die aber nicht miteinander konkurrieren. Dies ist typischerweise bei Versicherungskonzernen der Fall, wenn Vertreter jeweils einen Vertretervertrag mit den verschiedenen Sparten des Konzerns abschließen müssen.

Handelsvertreter können zusätzlich noch danach unterschieden werden, ob sie **haupt- oder nebenberuflich tätig** sind. Üblicherweise geht man davon aus, dass es dabei darauf ankommt, bei welcher Tätigkeit der Vertreter sein Einkommen überwiegend erzielt und seine Zeit überwiegend aufwendet. Zudem muss ein Versicherer, der sich auf eine nebenberufliche Tätigkeit seines Vertreters berufen will, den Vertreter von vornherein im Vertretervertrag als Handelsvertreter im Nebenberuf bezeichnen. Bedeutung hat diese Unterscheidung für Hauptberufler, weil sie mehr Rechte genießen als Nebenberufler:

- Hauptberufliche Vertreter, sofern sie außerdem Ausschließlichkeitsvertreter sind, haben Anspruch auf Mindestarbeitsbedingungen (§ 92a HGB), insbesondere ein Mindesteinkommen. Dieses ist allerdings nie durch eine Rechtsverordnung festgelegt worden, sondern es wird angenommen, dass das Einkommen mindestens den Pfändungsfreigrenzen nach Zivilprozessordnung entsprechen muss.
- Hauptberufler haben Anspruch auf mit der Tätigkeitszeit ansteigende Kündigungsfristen ihres Vertretervertrags (§§ 89, 92b HGB).
- Hauptberufler haben nach Beendigung ihrer Tätigkeit grundsätzlich einen Ausgleichsanspruch (§ 89b HGB).

In den vergangenen Jahrzehnten hat der Typus des Handelsmaklers und hier speziell des **Versicherungsmaklers** an Bedeutung gewonnen. Handelsmakler ist, „wer gewerbsmäßig für andere Personen, ohne von ihnen auf Grund eines Vertragsverhältnisses ständig damit betraut zu sein, die Vermittlung von Verträgen über Anschaffung oder Veräußerung von Waren oder Wertpapieren, über Versicherungen, Güterbeförderungen, Schiffsmiete oder sonstige Gegenstände des Handelsverkehrs übernimmt“ (§ 93 Abs. 1 HGB). Versicherungsmakler haben sich allerdings vom Urbild des Handelsmaklers als einer neutralen Mittelsperson zwischen den Parteien eines Geschäfts deutlich entfernt. Vielmehr schließt der Versicherungsmakler einen Maklervertrag mit dem Kunden und geht damit ein Dauerschuldverhältnis ein. Gegenstand des Vertrags ist typischerweise die Beratung des Kunden und die Beschaffung von passendem Versicherungsschutz. Zusätzlich wird er in der Regel durch eine Maklervollmacht legitimiert, um gegenüber dem Versicherer als Stellvertreter des Kunden aufzutreten.

Die Rechtsprechung – insbesondere der Bundesgerichtshof mit seinem 1985 gefällten „Sachwalterurteil“ – hat dem Versicherungsmakler sehr weit gehende Pflichten gegenüber dem Kunden zugeschrieben. Er muss in der Regel eigeninitiativ eine umfassende Risikoanalyse beim Kunden vornehmen und als „treuhänderähnlicher Sachwalter“ des Kunden tätig werden, also in dessen Interesse handeln und passenden Versicherungsschutz beschaffen.

Allerdings ist der Versicherungsmakler auch gegenüber dem Versicherer nicht ganz frei von Interessen, die er zu beachten hat. Der Versicherer tritt traditionell als Courtageschuldner auf, was wohl damit zusammenhängt, dass der Versicherer das größere Interesse am Absatz von Versicherungsprodukten hat als umgekehrt der Kunde eigeninitiatives Interesse an deren Abschluss. Der Versicherer erteilt dem Makler eine Courtagezusage, durch die er sich zur Annahme von Geschäft gemäß den Zeichnungsrichtlinien sowie zur Zahlung einer Vergütung (Courtage) verpflichtet. Zwar darf sich der Makler umgekehrt nicht etwa zur Vermittlung für diesen Versicherer verpflichten, weil er damit zum Vertreter würde, aber man spricht dennoch von einem Doppelrechtsverhältnis des Maklers zum Kunden wie zum Versicherer hin. Interessant wird es zu beobachten, wie sich die Rechtsprechung im Fall der Vermittlung gegen Honorar verhalten wird, bei der also der Kunde auch Vergütungsschuldner ist. Denn der Versicherer hat legitime Interessen, die er gegenüber dem Makler durchsetzen können muss, beispielsweise auf Beschaffung zutreffender und ausreichender Risikoinformationen. Wenn das nicht mehr möglich sein sollte, werden Versicherer deutlich zurückhaltender Versicherungen von Maklern annehmen.

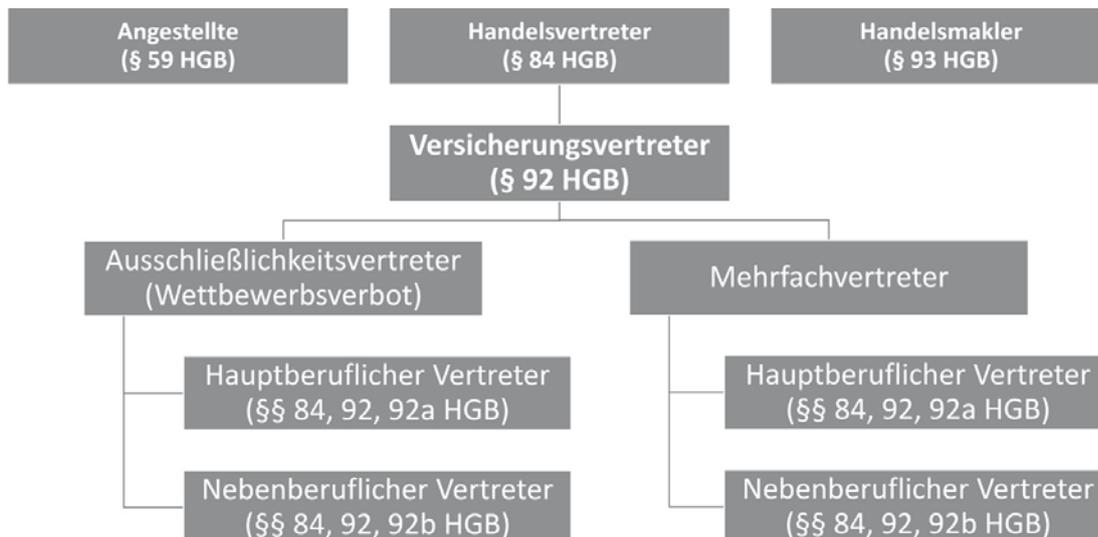


Abb. 1: Handelsrechtliche Gliederung des Versicherungsvertriebs

Dieses Buch befasst sich schwerpunktmäßig mit dem Typus des hauptberuflichen Ausschließlichkeitsvertreter, berücksichtigt aber auch wesentliche Unterschiede zu hauptberuflichen Mehrfachvertretern und zu Versicherungsmaklern.

## 1.2.2 Gewerberechtliche Struktur

Seit 22.5.2007 ist die Welt des Versicherungsvertriebs um eine gewerberechtliche Gliederung reicher geworden, die sich nicht in allen Bereichen mit der handelsrechtlichen Gliederung deckt und sich dadurch nicht ganz leicht erschließt. Mit der Umsetzung der IDD wurde diese zum 23.2.2018 noch einmal verändert, insbesondere um den Versicherungsberater ergänzt, der nun ausdrücklich auch als Vermittler eingeordnet wird.

Abzugrenzen sind zunächst Vermittlungs- und sonstige Tätigkeiten wie insbesondere diejenige des **Tippgebers**. Tippgeber geben nur Hinweise auf beratungswillige Personen, dürfen aber selbst nicht an der Beratung und Vermittlung teilnehmen.

Bei der Vermittlung sind die **gewerbsmäßige** und die **nicht gewerbsmäßige Vermittlung** zu unterscheiden. Gewerbsmäßig ist die Vermittlung dann, wenn sie

- selbstständig,
- regelmäßig,
- mit Gewinnerzielungsabsicht, also nicht gratis, und
- oberhalb bestimmter Bagatellgrenzen

ausgeübt wird. Damit scheiden angestellte Vermittler aus dem Gewerberecht aus. Von einer Erlaubnispflicht werden außerdem die „**Bagatellvermittler**“ ausgeklammert. Derzeit geht man davon aus, dass diese Grenze bei sechs Versicherungen oder 1.000 € Provision pro Jahr liegt, sicher ist das jedoch nicht. Damit werden nur Gelegenheitsvermittler ausgenommen. Ein grundlegender Unterschied zwischen Handels- und Gewerberecht