

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungen	17
Erster Teil: Einleitung	21
I. Problemstellung	21
II. Begrenzung des Themas	27
III. Gang der Untersuchung	28
Zweiter Teil: Grundlagen und Hintergründe der Arbeit	31
I. Überblick über die Versicherungswirtschaft und den Versicherungsmarkt	31
II. Historische Entwicklung und Stand der Versicherungsvermittlung, insbesondere der Versicherungsvertreter	34
A. Die Versicherungsvermittlung	38
1. Begriffsbestimmung	38
2. Abgrenzung gegenüber anderen Vertriebsformen	40
a. Versicherungsvertrieb allgemein	40
b. Versicherungsaußendienst	41
c. Handelsmakler (§ 93 HGB)	42
d. Versicherungsberater	42
e. Honorarberater	45
f. Direktvertrieb	47
B. Absatzformen der Versicherungsvermittlung	51
1. Der Versicherungsvertreter	51
a. Historische Entwicklung	51
b. Versicherungsvertreter als Handelsvertreter	51
c. Selbständige und angestellte Vertreter	54
(1) Allgemeines	54
(2) Abgrenzungskriterien	56
(3) Besonderheiten beim Versicherungsvertreter	57
(4) Rechtsfolgen der Abgrenzung	58
d. Hauptberufliche und nebenberufliche Versicherungsvertreter	59
(1) Allgemeines	59
(2) Abgrenzungstheorien	61

(3) Abgrenzung im Fall der Mehrfirmenvertretung	61
(4) Versicherungsinwendienstangestellte als Versicherungsvermittler	63
e. Einfirmen- bzw. Ausschließlichkeitsvertreter	63
(1) Terminologie	63
(2) Die Besonderheit des § 92 a HGB	65
(3) Rechtliche und wirtschaftliche Besonderheiten des Einfirmenvertreters	67
(4) Ventil-Lösung	69
(5) Französisches Modell	71
(6) Umsetzung der Ventil-Lösung in der deutschen Versicherungswirtschaft	72
f. Mehrfirmenvertreter	75
(1) Terminologie und Definition	75
(2) Rechte und Pflichten im Verhältnis zu Versicherungsnehmer und Versicherungsunternehmen	78
(3) Abgrenzung zum Versicherungsmakler	78
g. Organisationsverträge	83
h. Annex-Vertrieb	84
2. Versicherungsmakler	87
3. Gelegenheitsvermittler und stille Vermittler	92
4. Firmengebundene Versicherungsvermittler	94
C. Marktwirtschaftliche Daten	96
1. Vertriebsweganteile	96
2. Anzahl der Versicherungsunternehmen	100
3. Anzahl der Vermittler	101
D. Marktzutrittsmöglichkeit auf dem deutschen Markt für andere Versicherungsunternehmen	101
1. EuGH-Entscheidung Delimitis/Henninger Bräu	102
2. Überprüfungskriterien	102
3. Die einzelnen Kriterien	104
a. Anzahl der gebundenen im Verhältnis zur Zahl der ungebundenen Absatzmittler und deren jeweiligen Marktanteilen	104
b. Laufzeit der Versicherungsagenturverträge	106
c. Marktzutritt über den Einsatz eigener Absatzmittler oder anderer Vertriebsformen	108
(1) Ausschließlichkeitsvertrieb als Marktzutrittsvoraussetzung?	109
(aa) Dezentralität des Versicherungsvertriebs	110
(bb) Profilierungszwang	112

(cc) Marktunifizierungskonzept	114
(dd) Wettbewerbliche Nachteile der Mehrfirmenvertreter aus Sicht der Versicherungsunternehmen	115
(ee) Provisionswettbewerb	117
(ff) Mischkalkulation als Folge des Provisionswettbewerbs	119
(gg) Kostennachteil des Vertriebs über Angestellte im Außendienst	120
(hh) Kartellrechtlicher Freiraum in der Versicherungswirtschaft auch im Vertriebsbereich	121
(ii) Investitionsschutz	122
(jj) Zwischenergebnis	124
(2) Aufbau eines eigenen Ausschließlichkeitsvertriebs	124
(3) Der Marktzutritt über alternative Vertriebsformen	132
d. Übernahme bestehender Vertriebsstrukturen	138
e. Größe und Anzahl der Unternehmen	140
f. Sättigungsgrad des Marktes	141
g. Vertragstreue der Versicherungsnehmer	143
(1) Einfluß der versicherungsvertraglichen und gesetzlichen Grundlagen auf die Vertragstreue	143
(2) Produkt- bzw. markenbezogene Vertragstreue	146
(3) Konkurrenz der Vertriebskanäle	147
(4) Stellungnahme	148
4. Zwischenergebnis	148
III. Handelsrechtliche Grundlagen der Einfirmen(-vertreter-)bindung	150
A. Terminologie	152
1. Der Wettbewerbsbegriff im deutschen Kartellrecht	152
2. Die Wettbewerbsabrede	153
3. Das Wettbewerbsverbot	154
4. Die Ausschließlichkeitsbindung	157
5. Fremdgeschäftsführungsverbote	158
B. Gesetzliches Wettbewerbsverbot	158
1. Wirksamkeit eines nichtvertraglichen Wettbewerbsverbotes	160
a. Rechtsprechung	160
b. Literatur	161
(1) Ablehnung eines aus dem Gesetz abzuleitenden Wettbewerbsverbotes	162
(2) Gesetzliches Wettbewerbsverbot als Ausfluß der Interessenwahrungspflicht nach § 86 Abs. 1, 2. Hs. HGB	163

(3) Gesetzliches Wettbewerbsverbot als Ausfluß der vertraglichen Treuepflicht des Handelsvertreters	163
c. Stellungnahme	164
(1) Zu den verschiedenen Ansichten	164
(2) Geltungsgrund des gesetzlich abgeleiteten Wettbewerbsverbotes	166
2. Reichweite des gesetzlich abgeleiteten Wettbewerbsverbotes	167
a. Der sachliche Aspekt	167
b. Der räumliche und zeitliche Aspekt	171
c. Weitere Unterstützungshandlungen von Konkurrenzunternehmen	172
d. Anforderungen an die Intensität der wettbewerbsrechtlich relevanten Handlung des Handelsvertreters	172
e. Einverständniseinholungspflicht oder Mitteilungspflicht gegenüber dem Geschäftsherrn im Fall der Aufnahme einer weiteren Tätigkeit	175
f. Abhängigkeitsverhältnis zwischen Zurückweisungsrecht des Geschäftsherrn und Wettbewerbsverbot	177
(1) Grundsätzliche Ablehnung des Wettbewerbsverbotes wegen des Bestehens des Zurückweisungsrechts	177
(2) Wegfall des Wettbewerbsverbotes im Einzelfall.....	178
g. Einschränkung des Wettbewerbsverbotes durch Direkt- oder Parallelvertrieb	180
C. Das vertragliche Wettbewerbsverbot	184
D. Zusammenfassung	186
 Dritter Teil: Die Beurteilung von Wettbewerbsverbote nach dem europäischen Kartellrecht	189
I. Einführung	189
II. Das Verhältnis von nationalem zu europäischem Kartellrecht	191
III. Rechtsgrundlagen im europäischen Kartellrecht zur Bewertung von Wettbewerbsverboten in Versicherungsagenturverträgen	196
A. Art. 81 EGV und das sekundäre Gemeinschaftsrecht	196
B. Besonderes Gewicht der Entscheidungen der EU-Kommission	197
IV. Art. 81 EGV.....	200
A. Grundsätzliches	200
1. Art. 81 EGV als Bestandteil des europäischen Wettbewerbsrechts	200
2. Der Wettbewerbsbegriff im europäischen Kartellrecht	202
3. Rechtsfolge und Freistellungsmöglichkeit in Art. 81 EGV.....	203

B. Anwendungsbereich des Art. 81 Abs. 1 EGV	204
C. Tatbestandsvoraussetzungen des Art. 81 Abs. 1 EGV.....	206
1. Der Unternehmensbegriff	206
a. Der institutionale Unternehmensbegriff.....	207
b. Der funktionale Unternehmensbegriff	208
c. Stellungnahme	209
2. Vereinbarungen	212
3. Die Verhinderung, Einschränkung oder Verfälschung des Wettbewerbs	214
4. Der relevante Markt	214
5. Wettbewerbsbeeinträchtigung gegenüber Vertragsparteien und/oder Dritten	218
a. Wettbewerbsbeeinträchtigung auf dem Versicherungsvermittlermarkt – Wettbewerbsbeeinträchtigung der Versicherungsvertreter	221
b. Wettbewerbsbeeinträchtigung auf dem Markt für Versicherungsleistungen	222
(1) Wettbewerbsbeeinträchtigung für nationale Versicherungsunternehmen	222
(2) Wettbewerbsbeeinträchtigung gegenüber Versicherungsunternehmen anderer Mitgliedsstaaten	222
6. Bezwecken oder Bewirken	223
7. Spürbarkeit der Wettbewerbsbeschränkung	225
a. Ansicht des EuGH	226
b. Ansicht der EU-Kommission	228
c. Abweichende Meinung	230
d. Stellungnahme	231
8. Beeinträchtigung des Handels zwischen den Mitgliedsstaaten ...	234
a. Zwischenstaatlichkeitsklausel	234
b. Eignung zur Beeinträchtigung des Handels zwischen den Mitgliedsstaaten	235
c. Spürbarkeit der Handelsbeeinträchtigung	238
9. Zwischenergebnis	239
D. Anwendung einer rule of reason im Rahmen des Art. 81 Abs. 1 EGV	239
1. Inhalt und Rechtsnatur der rule of reason	241
2. Ansätze einer rule of reason im europäischen Kartellrecht	242
a. Dogmatische Untersuchung einer Reduktion des Anwendungsbereichs des Art. 81 Abs. 1 EGV i.S.d. rule of reason	245
(1) Verfahrensrechtliches Argument	245

(2) Normatives Argument	248
(3) Wettbewerbsargument	249
b. Teleologische Reduktion des Art. 81 Abs. 1 EGV i.S.e. partiellen rule of reason	251
3. Zwischenergebnis	252
V. Meinungsstand zur Anwendung von Art. 81 Abs. 1 EGV auf Handels- vertreterverhältnisse	252
A. Einführung in das Problem	252
B. Die Beurteilung durch den EuGH (Integrationsansatz)	255
C. Die Auffassung der EU-Kommission	257
1. „Weihnachtsbekanntmachung“ vom 24.12.1962	257
2. Keine Regelungsmöglichkeit de lege lata	263
3. Gruppenfreistellungsverordnung 2790/99 und Leitlinien über vertikale Beschränkungen	265
4. Die Entscheidungspraxis der EU-Kommission	273
D. Die Auffassung im Schrifttum	277
1. Kritik an den Überarbeitungsentwürfen den Leitlinien für verti- kale Beschränkungen	277
2. Immanenztheorie	280
3. Generelle Anwendbarkeit des Art. 81 Abs. 1 EGV auf Han- delsvertreterverträge	281
E. Stellungnahme	282
F. Eigener Ansatz	290
1. Spezieller oder allgemeiner Regelungscharakter	291
2. Gruppenfreistellungsverordnung als Regelungsgrundlage	294
3. Konkretisierung des freizustellenden Wettbewerbsverbotes	299
4. Freistellungs Voraussetzungen nach Art. 81 Abs. 3 EGV	302
a. Beitrag zur Verbesserung der Warenerzeugung und -vertei- lung bzw. Förderung des wirtschaftlichen Fortschritts	303
(1) Vorteile für das Versicherungsunternehmen	304
(2) Vorteile für die Versicherungsvertreter	306
(3) Vorteile für den Wettbewerb im Allgemeinen	306
b. Verbraucherbeteiligung	310
(1) Gewinnbeteiligung	310
(2) Verhältnismäßigkeitsprüfung der Gewinnbeteiligung	311
(3) Unterschiedliche Behandlung der einzelnen Wettbe- werbsverbote	320
c. Unerläßlichkeit	321
d. Möglichkeit der Ausschaltung des Wettbewerbs für einen wesentlichen Teil	326

5. Zwischenergebnis	328
6. Anwendung der Gruppenfreistellungsverordnung 2790/1999 auf Versicherungsvertreter	330
VI. Zusammenfassung	333
Vierter Teil: Gesamtergebnis und Ausblick	335
Literaturverzeichnis	345
Anhang: Ventil-Lösung v. 27.10.1992	389