

Drum prüfe, wer sich ewig bindet

VERTRIEB (TEIL 2) Droht das Ende eines Vertriebsverhältnisses, ist die Kommunikation zwischen den Partnern oft gestört. Um dem vorzubeugen, werden oft in der positiven Grundstimmung des neuen Vertriebsvertrages mehr oder weniger detaillierte Regelungen zur Trennung vereinbart. Vieles wird hier nicht konsequent bedacht; manches ist auch unwirksam, wie einige aktuelle Entscheidungen der Gerichte zeigen.

Es ging im ersten Teil (siehe Cash. 5/2016, Seite 90) um die grundlegende Notwendigkeit, sich über Regelungen bei Beendigung des Vertriebsverhältnisses klar zu werden. Nachfolgend geht es um konkrete Regelungen zur Beendigung des Vertriebsverhältnisses und deren potenzielle Folgen. Man sollte der Versuchung widerstehen, durch allzu ausgefeilte Detailregelungen mittelbar eine Kündigung des Vertriebsmitarbeiters allzu sehr zu beschneiden oder gar faktisch auszuhebeln. Beliebte Spielwiesen für derartige Fälle sind – oft unwirksame – etwaige sofortige Rückzahlungsklauseln für bisher großzügig gewährte Provisionsvorschüsse bzw. nicht ins Verdienen gebrachte Provisionen, das „Kaltstellen“ im Hinblick auf die Kundenbeziehungen nach Ausspruch einer Kündigung trotz noch laufender Kündigungsfristen und damit formal durchaus noch bestehenden Vertriebsverhältnis, etc.

Wie genau hier die Rechtsprechung hinschaut, zeigt ein aktueller Fall des Bundesgerichtshofes (Urteil vom 5. November 2015 – VII ZR 59/14). Dort war ein Vermögensberater im Strukturvertrieb tätig. Ihm wurde ein umsatzabhängiger, aber zweckgebundener Bürokostenzuschuss neben seinem allgemeinen Provisionsvorschuss gewährt. Dieser war aber an das Bestehen eines „ungekündigten Vertragsverhältnisses“ gebunden, d.h. er sollte schon beim Ausspruch der Kündigung und nicht erst bei der tatsächlichen Beendigung wegfallen.

Der Bundesgerichtshof erklärte diese Klausel deshalb für unwirksam, weil sie mittelbar die Kündigungsmöglichkeit durch den Handelsvertreter erschwere. Dies gelte jedenfalls dann, wenn der Handelsvertreter eine mehrjährige Kündigungsfrist einzuhalten habe. Dann würde nämlich entgegen der Regelung in Paragraph 89 Abs. 2 Satz 1 HGB mittelbar das Kündigungsrecht für den Unternehmer gegenüber dem Kündigungsrecht für den Handelsvertreter

privilegiert. Wenn für diesen auf Jahre hinweg der Bürokostenzuschuss wegfiel, könne ihn dies von einer Kündigung abhalten.

Ein weiterer Aspekt und geradezu ein „Klassiker“ in der Trennungsauseinandersetzung ist der Handelsvertreterausgleichsanspruch. Wie oben schon kurz angesprochen, soll er die Vorteile ausgleichen, die dem Unternehmer aufgrund des durch den Handelsvertreter geschaffenen Kundenstamms verbleiben, auch wenn die Vertragsbeziehung endet. Ob und in welchem Umfang solche fortbestehenden Kundenkontakte neu geschaffen werden und welchen Wert sie ggf. darstellen, ist im Einzelfall oft streitig. Hier wird man auch nach einzelnen Produktkategorien trennen müssen, da etwa die regelmäßige Zeichnung von Investmentfondsanteilen (wenn kein entsprechender Dauervertrag etwa im Rahmen der Vermögensbildung geschlossen wurde) durch einen neu erworbenen Kunden für die Zukunft unwahrscheinlicher erscheint, als etwa Folgeprämien bei einer Versicherung.

Hierzu gibt es teilweise bestimmte Branchenstandards, die in der Rechtsprechung auch praktisch berücksichtigt werden. Details hierzu können an dieser Stelle nicht ausgebreitet werden – wichtig ist jedoch, dass auch der „verdeckte Handelsvertretervertrag im Maklergewand“ dem Grunde nach zu einem solchen Anspruch führt, der im Trennungsfall realisiert werden kann. Das gleiche gilt für den Anspruch auf sog. Überhangprovisionen, d.h. für eigentlich erst nach der Trennung entstehende Provisionen für Verträge, welche aber noch während der laufenden Vertragsbeziehung mit dem Kunden angebahnt wurden (vgl. Paragraph 87 III HGB).

Schließlich ist das nachträgliche Wettbewerbsverbot ein typischer Streitpunkt. Hier ist die Ausgangslage oft spiegelverkehrt. Produktgeber oder Vertriebspitze befürchten, dass in einem späteren Trennungsfall ihr (erfolgreicher) Vertragspartner die Kunden „mitnimmt“, weil die Bindung

an die Person stärker als die an das Produkt ist. Oft wird insoweit bewusst ein Handelsvertretervertrag abgeschlossen, weil danach während der Vertragslaufzeit – wenn nichts anderes vereinbart ist – ein gesetzliches Wettbewerbsverbot besteht und auch für einen Zeitraum danach ein begrenztes Wettbewerbsverbot vereinbart werden kann. Schon während der Vertragslaufzeit ist die Rechtslage dabei jedoch nur theoretisch eindeutig, was häufig gerade bei längeren Kündigungsfristen praktische Bedeutung hat. Das gesetzliche Wettbewerbsverbot gilt formal bis zur Beendigung des Vertragsverhältnisses.

Andererseits wird auch der Handelsvertreter von der im Grundgesetz garantierten Berufsfreiheit (Art. 12 GG) geschützt und darf nicht über die Maßen in seiner (späteren) Berufsausübung eingeschränkt werden. Dies führt dazu, dass er auf Anfrage bzw. in neutraler Form auch bestehenden Kunden oder Kollegen mitteilen darf, dass er etwa ab einem bestimmten Zeitpunkt im Unternehmen nicht mehr als Ansprechpartner nicht mehr zur Verfügung stehen werde, weil er dann eine anderweitige (wenn auch gleichartige) Tätigkeit in neuer Konstellation ausüben werde. Die Schwelle zur „Abwerbung“ soll erst dann überschritten sein, wenn er Kunden oder Kollegen konkret anspricht oder auffordert, mit ihm zu wechseln bzw. entsprechende Verträge dann in der neuen Konstellation abzuschließen. Ein schmaler Grat, der oft zu Auseinandersetzungen führt, weil natürlich gerade der erfolgreich abgeworbene Kunde oder Mitarbeiter als Zeuge kaum bestätigen wird, dass dies aufgrund eines aktiven Abwerbversuchs seines alten und neuen Ansprechpartners geschah.

Erst recht gilt dies bei nachvertraglichen Wettbewerbsverboten. Diese sind grundsätzlich nur für die Dauer von maximal zwei Jahren zulässig und darüber hinaus auch nur dann, wenn dem Betroffenen eine



Thomas Zacher: „Juristische Formulierungskünste können eine angeknackste Vertragsbeziehung nicht retten.“

sogenannte Karenzentschädigung gewährt wird. Diese muss mindestens die Hälfte der bisherigen Bezüge betragen. Wird das entsprechende Wettbewerbsverbot mit einer entsprechenden Entschädigung vereinbart, kann hierauf auch nicht im Nachhinein durch das Unternehmen verzichtet werden, wenn sich etwa der Weggang des entsprechenden Vertriebsmitarbeiters doch nicht als so „gefährlich“ herausstellt. Denn in entsprechender Anwendung der Paragraphen 78 ff. HGB ist die Karenzentschädigung nicht nur zwingend, sondern auch nicht ad hoc einseitig durch den Unternehmer aufhebbar. Im Extremfall kann sie also für zwei Jahre auch ein „sanftes Ruhekitchen“ für den Vertriebsmitarbeiter sein.

Dass auch in diesem Bereich schon bei der Vertragsformulierung genau überlegt

werden sollte, was gewollt und wie dies exakt formuliert wird, zeigt ebenfalls ein Urteil des Bundesgerichtshofes (Urteil vom 3. Dezember 2015 – VII ZR 100/15) betreffend eine verunglückte Vertragsklausel eines Allfinanzvertriebes. Sie lautete: „Der Vermögensberater verpflichtet sich, es für die Dauer von zwei Jahren nach Beendigung des Handelsvertreterverhältnisses zu unterlassen, der Gesellschaft Kunden abzuwerben oder dies auch nur zu versuchen.“ Was scheinbar vernünftig klang, hielt das Gericht für unwirksam.

Denn nach dem Wortlaut könnten davon auch Fälle umfasst sein, in denen der Vermögensberater ohnehin neue Kunden (die ansonsten vielleicht Produkte des „alten“ Unternehmens erworben hätten) „abwerbe“. Auch sei nicht klar, ob es sich –

selbst bei Altkunden – lediglich um Fälle der sog. Ausspannung von Altverträgen handele oder ob damit auch die Anbahnung von Verträgen betreffend völlig neue Produkte mit Altkunden gemeint sei. All dies führe dazu, dass das Transparenzgebot gemäß Paragraph 307 Abs. 1 BGB für derartige allgemeine Geschäftsbedingungen nicht erfüllt sei. Damit sei die gesamte Klausel unwirksam. Ob die Unwirksamkeit daneben auch noch wegen der fehlenden Vereinbarung über eine zweijährige Karenzentschädigung erfolge, könne dabei sogar dahingestellt bleiben.

Trotz unterschiedlicher Interessenlagen können beide Seiten eines Vertriebsvertrages für den Aspekt der möglichen Trennung ähnliche Lehren ziehen: Man sollte sich von vornherein ein klares Bild von dem theoretisch gewollten und praktisch gelebten Vertriebsverhältnis und den gegenseitigen Rechten und Pflichten machen – „Vertragskosmetik“ allein nützt hierbei nichts. Der Vertrag muss in sich stimmig und durchdacht sein – lediglich ein Zusammenschreiben gut klingender Einzelbestimmungen aus anderen (Muster-) Verträgen genügt hierbei nicht. Schließlich müssen einzelne Bestimmungen gerade auch zur Trennung daraufhin abgeklopft werden, ob sie rechtlich zulässig formuliert sind und damit im Trennungsfall auch halten – eine unwirksame Bestimmung in Musterverträgen führt nämlich entgegen der oft enthaltenen sog. Salvatorischen Klausel nicht dazu, dass dann das gerade noch Zulässige gilt.

Vielmehr lehnt der Bundesgerichtshof bei Standardverträgen eine sog. geltungserhaltene Reduktion ab, womit die Klausel insgesamt nicht Vertragsbestandteil wird und damit eine vertraglich ungeregelte und damit oft noch schlechtere Situation eintritt. Darüber hinaus gilt jenseits aller juristischen Feinheiten die Erfahrung, dass man eine erfolgreiche Vertriebsbeziehung am besten durch das gelebte Miteinander der Beteiligten sicherstellt – juristische Formulierungskünste können und sollten manche Folgen regeln, können aber eine einmal „angeknackste“ Vertragsbeziehung weder retten noch erfolgreiche Mitarbeiter „zwangsweise“ an das Unternehmen binden. ■

Autor Professor Dr. **Thomas Zacher** ist Partner der Kanzlei Zacher & Partner Rechtsanwälte in Köln und Professor an der FHDW Bergisch Gladbach.