

Drum prüfe, wer sich ewig bindet

VERTRIEB (TEIL 1) 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 gibt in einer Vertriebsbeziehung manche Parallelen zu einer privaten Partnerschaft. Nach einer euphorischen Phase am Anfang folgt eine Zeit intensiver laufender Zusammenarbeit, die zu einem gewissen Maße von eingefahrenen Abläufen, aber auch von Vertrautheit mit den Stärken und Schwächen des anderen Partners geprägt ist. Entwickeln sich diese nicht parallel oder zeigen sich attraktivere Alternativen, kann dies zum Wunsch nach Trennung und einer neuen (Vertriebs-)Beziehung führen. Steht dieser Wunsch einmal fest, gibt es ähnlich wie bei einer Scheidung oft drei Phasen: Wurde die Trennung nicht durch ein singuläres einschneidendes Ereignis hervorgerufen, versichert man sich gegenseitig zunächst einer sachlichen und respektvollen Abwicklung.

In der zweiten Phase kommen dann doch oft Gedanken auf, wie man „geschickt“ und zum eigenen Vorteil vorgehen könne. Im Vertriebsbereich gehört hierzu insb. der Umgang mit den bestehenden Kundenkontakten. Hier wird die (noch) bestehende Vertriebsbeziehung dann doch oft sehr konfliktuell. Herrscht auf beiden Seiten letztlich Vernunft und manchmal auch der Einfluss erfahrener Berater, findet schließlich in der dritten Phase doch noch ein sachlicher Kompromiss statt und man wundert sich, warum dieser nicht direkt gefunden wurde. Dies hätte Zeit, Nerven und oft auch Kosten gespart.

Wer vorausdenkt, versucht, diese dritte Phase der „Rückkehr zur Vernunft“ dadurch zu antizipieren, dass schon im Vertriebsvertrag für diesen Fall konkrete und von beiden Seiten akzeptierte Regelungen vorgesehen werden. Der Vorteil dieses Gedankens liegt auch darin, dass in der guten Zeit der Anbahnung einer Beziehung ein solcher Konsens leichter fällt, als wenn er später im Nachhinein zu einem Zeitpunkt getroffen werden muss, in dem „das Kind ohnehin in den Brunnen gefallen ist“.

Geht man diesen oft sinnvollen Weg im Vertriebsbereich und regelt neben den Inhalten der Beziehung, den Produkten und der Vergütung auch detailliert eine etwaige Trennung, sollte diese Frage von beiden Partnern ernst genommen werden.

Ein erster ganz zentraler Punkt ist dabei schon die saubere und widerspruchsfreie Bestimmung der grundsätzlichen Rechtsnatur des Vertriebsverhältnisses. Zivilrechtlich gibt es im Innenverhältnis eigentlich nur zwei Alternativen: Den Makler gem. Paragraph 93 ff. HGB, der grundsätzlich frei und ungebunden (wenn auch im Einzelfall öfters) ein bestimmtes Anlage- oder Versicherungsprodukt vertreiben kann und andererseits den Handelsvertreter gem. Paragraph 84 ff. HGB, der von der Vertriebsspitze oder bei direkter Anbindung an den Produktgeber von diesem „ständig beauftragt“ ist, bestimmte Produkte zu vertreiben.

Mit dieser „ständigen Beauftragung“ geht auch ein besonderer Schutz des Handelsvertreters einher: Umgekehrt besteht allerdings auch seine Pflicht, sich ständig aktiv um den Vertrieb der entsprechenden Produkte zu bemühen, unabhängig vom daneben natürlich auch bestehenden persönlichen Provisionsinteresse. Soweit es selbstständige Vertriebsmitarbeiter betrifft, sind letztlich alle anderen Bezeichnungen unter diese beiden Grundtypen einzuordnen. Insb. gibt es daneben nicht noch einen „dritten Weg“ des sog. freien Mitarbeiters, jedenfalls wenn dieser nicht nur ausgelagerte einzelne Dienstleistungen, sondern den Vertrieb oder wesentliche Teile davon für den Auftraggeber wahrzunehmen hat.

Leider sind allerdings hier verschiedene Gesetze und auch die Finanzdienstleistungspraxis in ihrer Wortwahl nicht immer eindeutig: Im Versicherungsbereich wird z.B. vom Versicherungsvertreter bzw. Versicherungsmakler (vgl. Paragraph 59 VVG) gesprochen; im Aufsichtsrecht spricht man z.B. in Paragraph 2 WPHG zusammenfassend von der Anlagevermittlung, wobei

diese unterschiedliche Wortwahl letztlich nur andere Bezeichnungen für die jedenfalls im Innenverhältnis maßgebliche Unterscheidung zwischen Makler und Handelsvertreter beinhaltet.

Warum ist diese Vertragseinordnung nun auch für den späteren Trennungsfall konkret wichtig? Liegt eine echte Maklerbeziehung vor, geht das Gesetz nicht von einem dauernden Vertragsverhältnis beider Seiten aus, sondern eben nur einer punktuellen Zusammenarbeit. Diese führt im Einzelfall zu Erfolg und damit auch zur Provision, begründet darüber hinaus aber (fast) keine weiteren und dauerhaften gegenseitigen Rechte und Pflichten. In der Branche wird hierbei oft davon gesprochen, dass man statt einem Vertrag lediglich eine Courtagevereinbarung brauche. Formal ist dies nicht ganz richtig, da auch eine Courtagevereinbarung letztlich ein Vertrag ist – der Grundgedanke ist aber zutreffend, dass die Rechtsbeziehung weitaus lockerer ist.

Beim Handelsvertretervertrag führt der Leitgedanke der ständigen Beauftragung hingegen dazu, dass das ständige Bemühen um die Anbahnung entsprechender Verträge mit der Pflicht des Vertragspartners korrespondiert, den Handelsvertreter umfassend über alle relevanten Umstände aufzuklären, einen Verkauf zu fördern, Probleme zu kommunizieren und eine Lösung zu ermöglichen (insb. die sog. Stornogefahrmitteilungen). Am Ende einer Vertragsbeziehung muss neben der korrekten Abrechnung bereits angebahnter Geschäfte ein Ausgleich dafür gezahlt werden, dass der Handelsvertreter einen Kundenstamm geschaffen hat, den er selbst nun nicht mehr nutzen kann, aus dem aber Neugeschäfte für den Produktgeber erwachsen könn(t)en.

Um diese und weitere Anforderungen nun zu vermeiden, werden nach wie vor gerne Vertriebsverträge als Maklerverträge deklariert. Die Rechtsprechung stellt hier



Thomas Zacher: „Auch Fragen hinsichtlich einer etwaigen Trennung sollte bereits bei Schließung eines Vertriebsverhältnisses nicht vernachlässigt werden.“

aber eindeutig nicht nur auf die Überschrift oder eine Formalbezeichnung ab, sondern auf den Regelungsinhalt des gesamten Vertrages und auch die tatsächlich gelebte Vertragspraxis. Immer wieder kommen „Maklerverträge“ vor, die dann in den weiteren Bestimmungen des Vertrages durchaus sehr konkrete Klauseln dahingehend enthalten, dass der „Makler“ in die Vertriebsorganisation ständig eingebunden ist, dass und welche laufenden Bemühungen er für den Vertriebsserfolg zu unternehmen hat und ggf. noch welche Umsatzziele erreicht werden müssen bzw. wie die Sanktionen beim Nichterreichen dieser Ziele aussehen.

Steht dies so im Vertrag oder lässt es sich aus der späteren Vertriebspraxis ableiten – etwa aus dem E-Mail-Verkehr zum laufenden Vertriebsablauf, Protokollen von Besprechungen etc. – kann man den formal beabsichtigten Maklerstatus vergessen. Der

„Makler“ ist tatsächlich Handelsvertreter und damit durch einige gesetzlich zwingende Normen gerade im Trennungsfall gegenüber dem Makler privilegiert. Dass dies in einer laufenden Vertriebsbeziehung meist nicht zum praktischen Problem wird, sondern diese Karte nur im Trennungsfall gezogen wird, liegt auf der Hand.

Ähnliches gilt für letztlich nicht durchdachte Vertriebsverhältnisse. Ist die Vertriebsspitze selbst Handelsvertreter gegenüber den einzelnen Produktgebern, ist es denkbar, dass sie ihrerseits wiederum (Unter-)Handelsvertreter, aber auch Makler beschäftigt. Letzteres kann im Einzelfall sinnvoll sein. Widersprüchlich wäre aber auch hier z.B. eine Klausel, dass unter bestimmten Bedingungen der Makler zu den gleichen Konditionen in die Vertriebsbeziehung direkt zu einzelnen Produktgebern eintritt bzw. diese ihm übertragen werden kann –

ist er echter Makler, kann ihm (ohne einen zusätzlichen Vertrag) keine beim Obervertrieb bestehende Handelsvertreterbeziehung „übertragen“ werden.

Noch komplizierter wird es im umgekehrten Fall. Besteht zwischen Vertriebsspitze und Produktgeber ein Maklervertrag, soll es zwar aufsichtsrechtlich möglich sein und kommt auch in der Vertriebspraxis manchmal vor, dass die an dem Vertrieb angebotenen Mitarbeiter nicht nur (ebenfalls) Makler, sondern Handelsvertreter sind. Theoretisch ist vorstellbar, dass ein großes Maklerunternehmen seinerseits Vertriebsmitarbeiter ständig beauftragt, die entsprechenden Produkte zu vertreiben, um sie damit im Innenverhältnis zu Handelsvertretern zu machen. Ist dies gewollt, muss man sich Gedanken über den Wegfall einzelner Produkte, Informations- und Auskunftspflichten, wie auch das mögliche Ende einer Vertriebsbeziehung machen.

Was passiert, wenn im Verhältnis zwischen Vertriebsspitze – die ja „nur“ Makler ist – und Produktgeber einzelne Produkte oder ganze Produktgruppen wegfallen und im Extremfall damit auch die Tätigkeitsmöglichkeiten der einzelnen Vertriebsmitarbeiter – als ständig beauftragte Handelsvertreter – ausgezehrt werden. Welche Ankündigungsfristen gibt es, welche Regelungen für bereits angebaute Kontakte, welche neuen Produkte ggf. als Ersatz und ab wann muss man schlimmstenfalls von einer „faktischen Beendigung“ des Handelsvertreterverhältnisses ausgehen, weil die Vertriebsspitze gar keine entsprechenden Produkte mehr zur Verfügung stellen kann? Kann sie den für den Handelsvertreter zwingenden Informationsfluss bis hin zur Stornogefahrmitteilung sicherstellen? Erst recht wird hier die oben beschriebene „Eintrittsklausel“ problematisch, denn wie soll der Handelsvertreter ggf. unmittelbar in eine Maklerbeziehung zum Produktgeber eintreten können?

Im Einzelfall gibt es auch hier Regelungsmöglichkeiten. Das Zwischenfazit muss aber lauten, dass klare, eindeutige und durchdachte Vertragsbeziehungen eine entsprechend gelebte Vertriebspraxis nicht nur für den laufenden Betrieb, sondern auch für eine eindeutige Rechtslage im Trennungsfall von großer Bedeutung sind. ■

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