

Nachvertragliche Wettbewerbsverbote

Genügen sie nicht den Anforderungen des Transparenz- und Bestimmtheitsgebots, sind sie unwirksam

Jürgen Evers

Der BGH¹ hat Leitlinien dafür entwickelt, welchen Anforderungen nachvertragliche Wettbewerbsverbote genügen müssen, um hinreichend bestimmt zu sein. Im Streitfall hatte eine Vertriebsgesellschaft einen ausgeschiedenen Handelsvertreter wegen nachvertraglichen Wettbewerbs in Anspruch genommen. LG und OLG sahen das Wettbewerbsverbot mangels Transparenz als unwirksam an. Die Revision des Unternehmers blieb erfolglos.

Eine Klausel, nach der sich der Vertreter verpflichtet, es für die Dauer von zwei Jahren nach Beendigung des Vertretervertrages zu unterlassen, Kunden des Unternehmers abzuwerben oder dies auch nur zu versuchen, sei wegen unangemessener Benachteiligung gemäß § 307 Abs. 1 Satz 1 i.V.m. Satz 2 BGB unwirksam. Sie genüge den Anforderungen des Transparenzgebots nicht. Ihr ließe sich die Reichweite des Abwerbeverbots nicht hinreichend klar und verständlich entnehmen. Für einen durchschnittlichen Vertragspartner sei unklar, ob mit „Kunden“ sämtliche Personen gemeint seien, die Verträge mit Partnerunternehmen des Unternehmers abgeschlossen haben, oder nur solche, die Verträge aufgrund einer Vermittlungstätigkeit des ausgeschiedenen und die Wettbewerbsenthaltung schuldenden Vertreters abgeschlossen haben.

Zu große Beurteilungsspielräume

Hinzu komme, dass unklar sei, ob sich das Verbot der Abwerbung von Kunden auch auf Personen erstreckt, die erst nach der Beendigung des Vertretervertrages, aber während der Laufzeit des Wettbewerbsverbots Verträge mit Partnerunternehmen des Unternehmers geschlossen haben. Außerdem sei unklar, ob sich das Verbot nur auf eine Ausspannung erstreckt, bei der Kunden veranlasst werden, bestehende Verträge vorzeitig zu beenden oder ob es danach auch untersagt sei, Personen, die bereits einen Vertrag geschlossen haben, zusätzlich weitere Produkte zu vermitteln, die in der Produktpalette des Unternehmers eine Entsprechung haben. Angesichts dieser Unklarheiten seien die Nachteile und Belastungen für den Vertreter nicht hinreichend erkennbar. Die Unklarheiten eröffneten dem Unternehmer ungerechtfertigte Beurteilungsspielräume bei der Geltendmachung und Durchsetzung des



Tauziehen um Kunden: Intransparente Abwerbeverbote bevorteilen Unternehmer unverhältnismäßig. Foto: Colourbox

Verbots, aber auch bei der Abwehr etwaiger Karenzentschadigungsansprüche.

Das Transparenzgebot, nach dem eine unangemessene Benachteiligung des Vertragspartners, die gemäß § 307 Abs. 1 Satz 1 BGB die Unwirksamkeit der betreffenden Klausel zur Folge hat, und sich auch daraus ergeben könne, dass die Klausel nicht klar und verständlich ist, verpflichte Verwender von AGB, den Regelungsgehalt einer Klausel möglichst klar und überschaubar darzustellen. Aus dem Transparenzgebot sei das Bestimmtheitsgebot abzuleiten. Es habe zum Inhalt, dass eine formularmäßige Klausel die wirtschaftlichen Nachteile und Belastungen soweit erkennen lässt, wie dies nach den Umständen gefordert werden kann. Der Verwender Allgemeiner Geschäftsbedingungen müsse die tatbestandlichen Voraussetzungen und Rechtsfolgen so genau beschreiben, dass für ihn keine ungerechtfertigten Beurteilungsspielräume entstehen. Bei der Bewertung der Transparenz einer Vertragsklausel sei auf die Erwartungen und Erkenntnismöglichkeiten eines durchschnittlichen Vertragspartners des Verwenders abzustellen.

Die Reichweite eines Wettbewerbsverbots habe Einfluss auf die Höhe der dem Vertreter bei dessen Beachtung zustehenden an-

gemessenen Entschädigung (§ 90 a Abs. 1 Satz 3 HGB). Ein nicht näher konkretisiertes nachvertragliches Verbot der Abwerbung von Kunden sei ebenso wenig bestimmt genug wie die bloße Vereinbarung eines nicht näher konkretisierten Kundenschutzes.

Eine geltungserhaltende Reduktion einer gegen das Transparenzgebot verstoßenden Bestimmung komme nicht in Betracht, weil das Transparenzgebot anderenfalls weitgehend ins Leere liefe.

Salvatorische Klausel ist nichtig

Auch eine salvatorische Klausel könne einem wegen Intransparenz unwirksamen formularmäßigen nachvertraglichen Wettbewerbsverbot nicht zur Wirksamkeit verhelfen. Formularmäßige salvatorische Klauseln seien wegen Verstoßes gegen § 306 Abs. 2 BGB nach § 307 Abs. 1 Satz 1 BGB nichtig. Eine durch die Unwirksamkeit eines nachvertraglichen Wettbewerbsverbots mangels Transparenz in der Verbotsreichweite entstandene Lücke lasse sich auch nicht durch ergänzende Vertragsauslegung schließen. Dies gelte jedenfalls, wenn unterschiedliche Gestaltungsmöglichkeiten in Betracht kommen, ohne dass erkennbar ist, welche die Vertragsparteien gewählt hätten. Unter diesen Umständen seien die Gerichte zu einer ergänzenden Vertragsauslegung weder in der Lage noch befugt. Bei der Vereinbarung eines nachvertraglichen Verbots der Abwerbung von Kunden kämen im Hinblick auf die Reichweite des Verbots unterschiedliche Gestaltungsmöglichkeiten in zeitlicher, örtlicher und gegenständlicher Hinsicht in Betracht, wobei die Verbotsreichweite die Höhe der Karenzentschädigung beeinflusse. Unter diesen Umständen sei nicht erkennbar, welche der Gestaltungsmöglichkeiten die Vertragsparteien gewählt hätten, wenn ihnen die Unwirksamkeit der das Verbot der Abwerbung von Kunden betreffenden Bestimmung bewusst gewesen wäre. ■



Jürgen Evers ist Rechtsanwalt und Partner der Kanzlei Blanke Meier Evers in Bremen.

Anmerkung

¹ Urt. v. 03.12.2015 – VII ZR 100/15 – DVAG 44 –