

# Versicherer müssen ihren Vertretern mehr Kosten erstatten

OLG Celle hat die Bereitstellungspflichten deutlich erweitert – Ein Ende ist nicht in Sicht

Jürgen Evers

Zahlreiche Versicherer berechnen ihren Vertretern Kosten für die Bereitstellung von dem Corporate Design entsprechenden Unterlagen wie Tarifsoftware, Briefpapier, Versicherungsordner, Werbegeschenke und dergleichen. In zwei Entscheidungen hat das OLG Celle die Bereitstellungspflichten deutlich über den bisher anerkannten Umfang erweitert. Auf Versicherer können nun erhebliche Kosten zukommen.

In den Verfahren, die am 10. Dezember 2009 vom OLG Celle entschieden wurden, nahmen Handelsvertreter ihren Versicherungs- und Finanzvertrieb auf Erstattung verrechneter Kosten in Anspruch. Die beklagte Vertriebsgesellschaft hatte den Vertretern Kosten für die Bereitstellung unternehmensbezogener Software sowie Briefpapier, Visitenkarten, Datenerhebungsbögen, Kundenaktenordner und Werbegeschenke mit dem Logo der Vertriebsgesellschaft erhoben. Die Kosten verrechnete der Unternehmer mit den Provisionen der Vertreter. Außerdem belastete er die Vertreterkonten mit Kosten für eine Kundenzeitschrift sowie für Schulungen. Das OLG Celle entschied zugunsten der Vertreter. Lediglich der Rückzahlungsanspruch für Seminarkosten blieb den Vertretern versagt.

Von den Seminargebühren abgesehen, seien den Vertretern die Kosten rechtsgrundlos belastet worden, entschied das OLG. Nach § 86 a Abs. 1 HGB habe der Unternehmer die zur Ausübung der Tätigkeit des Vertreters erforderlichen Unterlagen zu stellen. Der Begriff der Unterlagen sei weit zu fassen. Unterlagen sollten den Vertreter befähigen, die Produkte des Unternehmers anzupreisen. Die Frage, ob sie erforderlich seien, müsse danach beurteilt werden, was objektiv aus der Sicht eines Handelsvertreters der jeweiligen Branche für eine sachgerechte und erfolgreiche Erledigung der ihm übertragenen Aufgabe benötigt werde. Eine die konkrete Vertriebstätigkeit betreffende Computersoftware und umfassendes Werbematerial gehörten daher zu den erforderlichen Unterlagen. Der Unternehmer habe die Hilfsmittel, die speziell auf die Produkte des Unternehmers abgestimmt seien, bereitzustellen und auf aktuellem Stand zu halten.

Dies gelte auch für Aufkleber, Kleidung, Süßigkeiten, Spielsachen und andere mit dem Logo des Unternehmers versehene Werbemittel.

Lediglich produktspezifische Unterlagen wie Büromaterial und Hilfsmittel, die üblicherweise zur Einrichtung des Geschäftsbetriebes eines Handelsvertreters zählten, habe dieser selbst zu tragen. Es komme nicht darauf an, dass Werbegeschenke nicht unverzichtbar seien, um Verträge mit den Kunden zu vermitteln.

Auch Briefpapier und Visitenkarten zählten zu den erforderlichen Unterlagen, wenn diese mit dem Logo des vertretenen Unternehmens versehen seien. Schließlich liege es in dessen Interesse, bei schriftlichen Erklärungen ein einheitliches Corporate Design zu verwenden. Bereitzustellende Unterlagen seien mithin auch Datenerhebungsbögen oder Kundenordner für Vertragsdokumente zu den einzelnen Versicherungen und Finanzprodukten des Kunden. Bei einer Kundenzeitschrift mit dem Unternehmenslogo, bei der die Werbung für die Produkte des Unternehmers bei wertender Betrachtung im Vordergrund stehe, handele es sich um eine Werbedrucksache. Selbst wenn die Kundenzeitschrift über den Zeitschriftenhandel bezogen werde könne, ändere dies nichts daran, dass sie als Werbedrucksache einzuordnen sei.

## Software wird nicht anders eingestuft als Büromaterial

Auch in Bezug auf die Software gab das OLG dem Vertreter Recht: Eine vom Unternehmer selbst entwickelte Software, die für die Tätigkeit des Vertreters nützlich und teilweise speziell auf den Unternehmer zugeschnitten sei, gelte als erforderliches Arbeitsmittel. Dabei sei unerheblich, ob nur Teile des Softwarepakets der Vermittlungstätigkeit dienten und andere Teile der vom Vertreter selbst zu finanzierenden Büroorganisation zuzurechnen seien. Fasse der Unternehmer erforderliche und damit kostenfrei zu überlassende Arbeitsmittel mit nützlichen zusammen, für die er ein Entgelt berechnen könne, sei die Vergütungsvereinbarung für das Gesamtpaket unwirksam. Der Unternehmer könne sich auch nicht darauf berufen, dass auf die erforderlichen Softwaremodule kein Preis angesetzt worden sei, wenn dieses aus dem Vertrag nicht ersichtlich geworden war.

Generell gingen Kunden bei einer Beratung zu Versicherungs- und Finanzprodukten

heute allgemein davon aus, dass sie IT-gestützt erfolge. Im Hinblick auf Direktvertriebe und Internetanbieter sei eine Beratung unter Einsatz spezieller Software erforderlich und werde vom Kunden erwartet. Dies spreche dafür, dass der Unternehmer dem Vertreter IT-gestützte Beratungstools zur Verfügung zu stellen habe. Schulungen gehörten demgegenüber in erster Linie in den Verantwortungsbereich des Handelsvertreters, denn nur ihm kämen sie zugute. Die Kosten hierfür müsse mithin der Vertreter tragen.

Das OLG-Urteil hat weitreichende Folgen für alle Unternehmen, selbst wenn diese ihre Provisionen danach kalkuliert haben, dass ihre Handelsvertreter die Kosten für die Unterlagen selbst tragen. Dennoch führt die Entscheidung lediglich die bisherige Rechtsprechung fort. Hervorzuheben ist, dass Software insgesamt unentgeltlich gestellt werden muss, wenn im Vertragswerk nicht sorgfältig zwischen (unentgeltlich zu überlassenden) Tarif- und Beratungssoftwarekomponenten einerseits und (berechnungsfähiger) Standard-Bürosoftware andererseits differenziert wird.

Nicht unbedenklich erscheint, dass der Unternehmer auch Briefpapier und Visitenkarten unentgeltlich zur Verfügung stellen muss, auf dem sein Logo hervorsteht. Da der Vertreter in fremdem Namen auftritt, liegt es in der Natur der Sache, dass der Unternehmer genannt wird. Deshalb kann dessen Logo weder dem Briefpapier noch der Visitenkarte die Eigenschaft nehmen, Geschäftsunterlage des Vertreters zu sein. Mit seinem Briefpapier wirbt der Vertreter für seine Vermittlungsleistung. Nach den Entscheidungsgrundsätzen wären selbst Kostenbeteiligungen der Vertreter für Leuchtreklame an Agenturbüros sowie für Insertions- oder Bandenwerbung der Agenturen unzulässig, nur weil diese das Versichererlogo tragen. Die Kosten für Werbeartikel sind jedenfalls vom Unternehmer zu tragen, soweit sie ausschließlich allgemein die Marke des Unternehmers bewerben und keinen Hinweis auf den Vertreter enthalten. Dies gilt auch für die mit dem Markenaufdruck des Versicherers verzierten Ordner. Ob die Entscheidungen des OLG Celle Bestand haben, ist offen. In beiden Fällen ist Revision eingeleitet worden.

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