

Vertragsstrafeklauseln in Handelsvertreterverträgen

Das OLG Jena¹ hatte über die Wirksamkeit von Vertragsstrafeklauseln in Handelsvertreterverträgen im strukturierten Vertrieb zu entscheiden. Eine Klausel pönalisierte die Abwerbung von Vertriebspartnern und eine die Abwerbung von Kunden.

Von Jürgen Evers

Einer Inhaltskontrolle standhalten soll nach Auffassung des Senats die folgende Klausel: „Dem Vertreter ist es während bestehender Vertragsbeziehungen zum Unternehmer vertragsstrafebewehrt untersagt, selbst oder über Dritte vertraglich gebundene Vertriebspartner des Unternehmers abzuwerben oder dies zu versuchen. Der Vertreter verpflichtet sich für jeden Fall der schuldhaften Zuwiderhandlung gegen vorstehende Pflicht, eine in das billige Ermessen des Unternehmers gestellte Vertragsstrafe wie folgt zu zahlen: Abwerbung eines Datenerfassers bis 1.000,-- Euro; Abwerbung eines Vertreters bis 10.000,-- Euro; Abwerbung eines unechten Hauptvertreters bis 50.000,-- Euro.“

Der Senat begründet dies wie folgt. Die Bestimmung sei klar und verständlich, auch was die Begriffe „Vertriebspartner“ und „Abwerben“ anbelange. Unter versuchtem Abwerben sei das Unterbreiten eines Angebots mit dem Ziel zu verstehen, dass der Vertriebspartner nicht mehr ausschließlich für den Unternehmer tätig sei. Die Klausel erlaube es dem Unternehmer, die Höhe der Pönale nach billigem Ermessen festzusetzen. Verbindlich sei die Bestimmung nur, wenn sie der Billigkeit entspreche (§ 315 BGB). Zwar könne sich eine unangemessene Benachteiligung des Vertragspartners auch aus einer unangemessenen Höhe der Vertragsstrafe resultieren. Dies gelte namentlich, wenn die Sanktion außer Verhältnis zum Gewicht des Vertragsverstößes und den Folgen für den Schuldner der Vertragsstrafe stehe. Werde daher ein bestimmter Betrag als pauschale Sanktion vorgesehen, ohne nach Art, Gewicht und Dauer der Vertragsverstöße zu differenzieren, könne die Unangemessenheit schon daraus folgen; eine solche Sanktion sei nur zulässig, wenn der Betrag auch angesichts des typischerweise geringsten Vertragsverstößes noch angemessen wäre, was der Fall sei.

Demgegenüber lasse sich aus der nachstehenden Vertragsstrafeklausel die Reichweite des Abwerbverbots nicht hinrei-

chend klar und verständlich entnehmen. Deshalb sei ihr die Wirksamkeit gemäß § 307 Abs. 1 Satz 1 i.V. mit § 307 Abs. 1 Satz 2 BGB zu versagen:

„Dem Vertreter ist es während des bestehenden Vertragsverhältnisses zum Unternehmer vertragsstrafebewehrt untersagt, selbst oder über Dritte Kunden des Unternehmers abzuwerben oder dies zu versuchen. Der Vertreter verpflichtet sich für jeden Fall der schuldhaften Zuwiderhandlung gegen vorstehende Pflicht eine Vertragsstrafe von bis zu 3.500,-- Euro zu zahlen. Die Geltendmachung eines weitergehenden Schadens bleibt vorbehalten.“

Nicht hinreichend klar sei, ob mit „Kunden“ sämtliche Personen gemeint sind, die Verträge mit Partnerunternehmen des Unternehmers abgeschlossen haben oder nur solche, die Verträge aufgrund einer dem Vertreter zuzurechnenden Vermittlungstätigkeit geschlossen haben. Außerdem sei für einen durchschnittlichen Vertragspartner auch nicht hinreichend klar, ob sich das Verbot der Abwerbung von Kunden nur auf eine Ausspannung erstreckt, bei der Kunden veranlasst werden, mit Partnerunternehmen des Unternehmers bestehende Verträge vorzeitig zu beenden oder ob es dem Vertreter auch untersagt sein soll, Personen, die bereits einen Vertrag mit Partnerunternehmen des Unternehmers geschlossen haben, zusätzlich weitere Produkte zu vermitteln, die in der Produktpalette des Unternehmers eine Entsprechung haben. Angesichts dieser Unklarheiten bezüglich der Verbotsreichweite seien die Nachteile und Belastungen für den durchschnittlichen Vertragspartner nicht hinreichend erkennbar. Die Unklarheiten eröffneten dem Unternehmer, dem es ohne Weiteres möglich wäre, die Verbotsreichweite zu konkretisieren, ungerechtfertigte Beurteilungsspielräume bei der Geltendmachung und Durchsetzung des Verbots, aber auch bei der Abwehr etwaiger Karenzentschädigungsansprüche. Hieraus resultiere eine unangemessene Benachteiligung des Vertreters. Das Transpa-

renzgebot der Vorschrift des § 307 Abs. 1 Satz 2 BGB verpflichte den Verwender von AGB, den Regelungsgehalt einer Klausel möglichst klar und überschaubar darzustellen. Das aus dem Transparenzgebot des § 307 Abs. 1 Satz 2 BGB folgende Bestimmtheitsgebot verlange, dass die Klausel die wirtschaftlichen Nachteile und Belastungen soweit erkennen lasse, wie dies nach den Umständen gefordert werden kann. Der Verwender müsse die tatbestandlichen Voraussetzungen und Rechtsfolgen einer Klausel so genau beschreiben, dass für ihn keine ungerechtfertigten Beurteilungsspielräume entstehen. Bei der Bewertung sei auf die Erwartungen und Erkenntnismöglichkeiten eines durchschnittlichen Vertragspartners des Verwenders im Zeitpunkt des Vertragsschlusses abzustellen. Verstöße gegen das Transparenzgebot entsprächen nicht den Gebräuchen und Gepflogenheiten des Handelsverkehrs (vgl. § 310 Abs. 1 Satz 2 BGB). Sie führten daher auch gegenüber einem als Unternehmer i.S. des § 14 BGB einzuordnenden Handelsvertreter zur Unwirksamkeit der AGB. Eine geltungserhaltende Reduktion scheide aus, weil das Transparenzgebot anderenfalls leerliefe.

Die Entscheidung zeigt eine mangelnde Stringenz bei der Anwendung des Transparenzgebotes. Der Senat interpretiert die versuchte Abwerbung als Angebot mit dem Ziel, den Vertriebspartner zu veranlassen, nicht mehr ausschließlich für den Unternehmer tätig zu sein. Im Wortlaut findet dies keinen Rückhalt. Überdies wird so ein Vorschlag pönalisiert, nicht konkurrierende Produkte für Dritte zu vertreiben, also ein nicht vertragswidriges Verhalten. Der Senat hat keine Feststellungen dazu getroffen, dass die Vertriebspartner verpflichtet waren, ausschließlich für den Verwender tätig zu werden. Dass die Klausel nicht einmal Kriterien für die Bemessung der Höhe der Strafe vorgibt, fiele schon gar nicht mehr ins Gewicht.

1 OLG Jena, 29.06.2022 - 2 U 1144/20 - EversOK – AFA –



Jürgen Evers

Evers Rechtsanwälte für Vertriebsrecht

VGA

Bundesverband der
Assekuranzführungskräfte e. V.

Arbeitgeberverband für das private Versicherungs-Vermittler-Gewerbe

Wir. Steuern. Führung.

E-Mail: info@vga-koeln.de
Internet: www.vga-koeln.de

Peterstraße 23-25
50676 Köln
Telefon: 0221 952 1280
Telefax: 0221 952 1282

