

Bereitstellungspflichten des Unternehmers

Des einen Leid, des anderen Freud

Im Vertrieb ist es immer noch üblich, dass Unternehmer Handelsvertretern Kosten für Werbemittel belasten. Das OLG Köln hatte diese Praxis als teilweise rechtswidrig eingestuft. Die Rechtsprechung setzt das OLG Celle fort: Versicherer und Finanzvertriebe dürften veranlasst sein, erhebliche Rückstellungen zu bilden.

Am 10. Dezember 2009 hat das Oberlandesgericht (OLG) Celle zwei Streitfälle entschieden. In den Verfahren nahmen Handelsvertreter den Versicherungs- und Finanzvertrieb, für den sie tätig waren, auf Kostenerstattung in Anspruch. Die beklagte Vertriebsgesellschaft berechnete ihren Vertretern Kosten für die Stellung unternehmensbezogener Software. Außerdem hatte sie Kostenbeiträge für die Stellung von Briefpapier, Visitenkarten, Datenerhebungsbögen, Kundenaktenordnern und Werbegeschenken mit dem Aufdruck der Marke der Vertriebsgesellschaft erhoben. Die Vertreter mussten dieses Material jeweils über einen Web-Shop bei der Vertriebsgesellschaft bestellen.

Die Kosten zog der Vertrieb ein, indem er sie mit den Provisionen der Vertreter verrechnete. Ebenso wurden die Vertreter mit den Kosten für eine Kundenzeitschrift belastet. Die Kundenzeitschrift überließ die Vertriebsgesellschaft zu einem unter dem Handelspreis liegenden Vorzugspreis. Zudem berechnete die Vertriebsgesellschaft den Vertretern Kosten für Schulungen. Während eine Klage vom Landgericht abgewiesen wurde, sprach die andere Kammer des Landgerichts einem Vertreter einen Anspruch auf Rückzahlung der für die Software und die Kundenzeitschrift berechneten Kosten zu. Das OLG Celle änderte beide Urteile zugunsten der Vertreter ab und versagte ihnen lediglich den Rückzahlungsanspruch wegen der Kosten der Seminare.

Nach Ansicht des OLG waren den Provisionskonten der Vertreter die Kosten, von den Seminargebühren abgesehen,

rechtsgrundlos belastet worden. Nach § 86 a Absatz 1 Handelsgesetzbuch (HGB) habe der Unternehmer die zur Ausübung der Tätigkeit des Vertreters erforderlichen Unterlagen zu stellen. Der Begriff der Unterlagen sei weit zu fassen. Durch die Unterlagen solle der Vertreter befähigt werden, die Vertragsprodukte anzupreisen. Die Frage, ob Unterlagen erforderlich seien, müsse danach beurteilt werden, was objektiv aus der Sicht eines Handelsvertreters der jeweiligen Branche für eine sachgerechte und erfolgreiche Erledigung

Foto: Peter Polak - Fotolia.com



VM-Autor: **Jürgen Evers** ist als Rechtsanwalt in der Kanzlei Blanke Meier Evers, Bremen, spezialisiert auf Vertriebsrecht, vor allem Handels-, Versicherungsvertreter- und Versicherungsmaklerrecht.

IN KÜRZE

In diesem Artikel lesen Sie:

- Die Bereitstellungspflichten des Unternehmers gegenüber dem Handelsvertreter werden seit Jahren kontrovers diskutiert.
- Das OLG Celle hat Handelsvertretern nun umfassende kostenlos zu überlassende Unterlagen zugesprochen.
- Sollte sich die Entscheidung durchsetzen, ginge es um erhebliche Kosten für Versicherer und Vertriebe.

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 Vertragsprodukte 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 Give-Aways.

Selbst anschaffen müsse ein Handelsvertreter nur produktunspezifische allgemeine Hilfsmittel, etwa Büromaterialien und Material, das üblicherweise zur Einrichtung des Geschäftsbetriebes eines Handelsvertreters zählt. Darauf, dass Werbegeschenke nicht unverzichtbar seien, um Verträge mit den Kunden zu vermitteln, käme es nicht an. Ein Versicherungs- und Finanzvertrieb spreche Kunden allgemein auf die Beratung in Versicherungs- und Finanzfragen an und nicht auf einzelne Produkte. Die Kunden schlossen Beratungsverträge mit dem Vertrieb, wenn dieser als unabhängiger Berater auftrete und den Kunden erhebliche Ersparnisse verspreche. Dem entspreche es, dass der Vertrieb die Vertreter in einer Geschäftsanweisung aufgefordert habe, bei Neu- und Bestandskunden grundsätzlich eine umfassende Datenerhebung bezogen auf deren Finanz- und Versicherungsverhältnisse vorzunehmen.

Logo verpflichtet

Briefpapier und Visitenkarten mit dem Logo des Unternehmers seien ebenfalls erforderliche Unterlagen. Zwar viele Büromaterial nicht unter die Vorschrift des § 86 a Absatz 1 HGB. Dies gelte allerdings nicht für Briefpapier, das einheitlich gestaltet sei und bei dem das Logo des Unternehmers hervorstechte, auch wenn das Briefpapier die Geschäftsadresse des Handelsvertreters ausweise. Es liege im Interesse des Unternehmers, nach außen hin bei schriftlichen Erklärungen ein einheitliches Briefpapier zu verwenden. Er-

forderliche Unterlagen seien auch Datenerhebungsbögen oder Kundenordner für Vertragsdokumente zu den einzelnen Versicherungen und Finanzprodukten des Kunden. Dies gelte jedenfalls, wenn diese die Grundlage der vom Unternehmer angebotenen Finanzanalyse bildeten. Dies gelte auch dann, wenn der Handelsvertreter die Möglichkeit habe, die Kunden für die Erstellung der Finanzstrategie in Rechnung zu stellen.

Wenn der Unternehmer seinen Kunden keine gesonderte Vergütung für die Erstellung der Finanzstrategie abverlange, sondern etwaige Entgelte den Vertretern belasse, könne er durch diese vertragliche Gestaltung die zwingende Regelung des § 86 a HGB nicht umgehen. Bei einer Kundenzeitschrift mit dem Logo des Unternehmers auf dem Titelblatt, bei der die Werbung für den Unternehmer und sein Angebot bei wertender Betrachtung im Vordergrund stehe, handele es sich um eine Werbedrucksache. Auch der Umstand, dass die Kundenzeitschrift über den Zeitschriftenhandel bezogen werde könne, nehme ihr nicht den Charakter einer Werbedrucksache.

Eine vom Unternehmer selbst entwickelte Software, die für die Tätigkeit des Vertreters nützlich und teilweise speziell auf den Unternehmer zugeschnitten sei, gelte bei der gebotenen weiten Auslegung ebenfalls 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 zusammen mit nützlichen, für die er ein Entgelt berechnen könne, sei die Vergütungsvereinbarung für das Gesamtpaket unwirksam. Der Unternehmer könne sich auch nicht darauf berufen, für die erforderlichen Softwaremodule sei ein Preis nicht angesetzt worden, wenn dieses aus dem Vertrag nicht ersichtlich sei.

Bei einer Finanzberatung gingen Kunden heute davon aus, dass sie IT-gestützt erfolge. Im Hinblick auf Direktvertriebe

MEHR INFOS

Tipps und Informationen rund ums Thema Vertriebsrecht finden Sie auf der Homepage von Blanke Meier Evers, Bremen, unter www.bme-law.de oder bei Rechtsanwalt Jürgen Evers, Telefon: 04 21/94 94 60.

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 stellen müsse.

Schulungen und Fortbildungsseminare gehörten demgegenüber in erster Linie zur Sphäre des Handelsvertreters, dem diese zugutekomme. Die Kosten hierfür müsse der Vertreter tragen.

Grenzfall Briefpapier

Die Entscheidungen treffen die Unternehmen hart, die die Provisionssätze mit der Prämisse kalkuliert haben, dass der Vertreter die Kosten für die Unterlagen selbst trägt. Gleichwohl kann dieses die Unternehmen nicht entlasten. § 86 a Absatz 1 HGB ist zwingendes Recht. Die Bereitstellungspflicht ist seit Mitte der 90er Jahre in der Diskussion. Erstaunlich erscheint, dass selbst das Briefpapier unentgeltlich zur Verfügung zu stellen ist. Da der Vertreter im Namen des Unternehmers auftritt, muss er den Unternehmer im Briefkopf nennen. Dagegen, das Briefpapier als erforderliche Unterlage anzusehen, spricht, dass der Vertreter mit seinem Briefpapier in erster Linie sich bewirbt. Dies gilt aber nicht für Werbeartikel, die keinen Hinweis auf den einzelnen Handelsvertreter enthalten. In diesem Falle handelt es sich um allgemeine Markenwerbung. Sie zählt nicht zu den gesetzlich dem Vertreter zugewiesenen Aufgaben. Ob die Entscheidungen Bestand haben, steht noch nicht fest. Der Senat hat in beiden Fällen die Revision zugelassen. Es ist zu erwarten, dass der beklagte Vertrieb Rechtsmittel einlegen wird. ■