

NETWORK-KARRIERE

EUROPAS GRÖSSTE WIRTSCHAFTSZEITUNG FÜR DEN DIREKTVERTRIEB

ZKZ 66685

HENRY MASKE:

„AM ENDE
BRAUCHT ES
EINFACH
GENUG ATEM“



Patrick Sostmann:
30 Jahre LR: Große
Jubiläumsfeier mit
Staraufgebot in Berlin.



Prof. Dr. Kolass-Hundeshagen:
Männer im US-amerikanischen
Network-Marketing



Julius Leineweber:
Premium Gold
Deutschland GmbH: Gold
ist die einzige Währung



Rolf Sorg:
PM-International eröffnet neues
internationales Headquarter in Schengen



NETWORK-
KARRIERE
VERBINDET



AUSGLEICHANSPRÜCHE VON VERTRAGSHÄNDLERN



Nach ständiger Rechtsprechung des BGH können Vertragshändler nach Beendigung der vertraglichen Beziehungen einen finanziellen Ausgleich von ihrem Vertragspartner verlangen, wenn dieser durch ihre Kundenwerbung bzw. Ausweitung der Geschäftsbeziehungen erhebliche Vorteile erlangt hat. Grundlage hierfür ist eine entsprechende Anwendung des gesetzlichen Ausgleichsanspruchs für Handelsvertreter aus § 89b HGB. In einem aktuellen Urteil vom 5. Februar 2015 (Az.: VII ZR 315/13) haben die Richter in Karlsruhe dem geltend gemachten Ausgleichsanspruch einer Vertragshändlerin jedoch eine Absage erteilt und damit die vertraglichen Möglichkeiten erweitert, das Entstehen derartiger Ansprüche zu vermeiden.

Mehr als bloße Verkäufer-Käufer-Beziehung

Voraussetzung für den Ausgleichsanspruch eines Vertragshändlers ist zunächst, dass zwischen diesem und dem Hersteller bzw. Lieferanten ein Vertragsverhältnis besteht, welches über eine bloße Verkäufer-Käufer-Beziehung hinausgeht. Der Vertragshändler muss vielmehr aufgrund besonderer vertraglicher Vereinbarungen so in die Absatzorganisation des Herstellers integriert sein, dass er wirtschaftlich in weitem Umfang Aufgaben erfüllt, welche üblicherweise einem Handelsvertreter zukommen. Indiz, aber keinesfalls notwendige Bedingung hierfür, kann ein vereinbartes Alleinvertretungsrecht, ein vertragliches Konkurrenzverbot oder ein gewählter Gebietsschutz sein.

Übertragung des Kundenstamms

Darüber hinaus wird verlangt, dass der Vertragshändler dazu verpflichtet ist, dem Hersteller seinen Kundenstamm so zu übertragen, dass sich dieser bei Vertragsende bzw. bei Ausscheiden des Vertragshänd-

ternehmen für Zwecke der Kundenbetreuung und zur Marktforschung abgeschlossen. Diese gesonderte Vereinbarung erfolgte – so war es dem Vertragsangebot zu entnehmen – freiwillig und war keine Voraussetzung für den Abschluss des



lers aus seiner Absatzorganisation die entsprechenden Vorteile sofort und ohne Weiteres nutzbar machen kann. Entscheidend ist demnach lediglich die bloße Möglichkeit der Nutzung beispielsweise zu Marketingzwecken; ob eine solche Nutzung tatsächlich erfolgt, bleibt dagegen unerheblich. Zudem komme es auch nicht darauf an, ob die Verpflichtung zur Überlassung der Kundendaten erst bei Vertragsbeendigung oder schon während der Vertragszeit durch eine laufende Unterrichtung zu erfüllen sei.

Überlassung von Kundendaten

In dem jetzt entschiedenen Rechtsstreit hatte das beklagte Unternehmen mit einem Autohaus einen Vertragshändlervertrag sowie eine gesonderte Vereinbarung zur Überlassung von Kundendaten an das Un-

ternehmen für Zwecke der Kundenbetreuung und zur Marktforschung abgeschlossen. Diese gesonderte Vereinbarung erfolgte – so war es dem Vertragsangebot zu entnehmen – freiwillig und war keine Voraussetzung für den Abschluss des Vertragshändlervertrags. Sie enthielt bereits ein bindendes Angebot, die Kunden- und Interessentendaten bei endgültiger Beendigung der Zusammenarbeit zu einem pauschalen Kaufpreis anzukaufen. Sollte dieses Angebot nicht innerhalb von drei Monaten nach Vertragsbeendigung angenommen werden, verpflichtete sich das Unternehmen, die überlassenen Kundendaten zu sperren, ihre Nutzung einzustellen und auf Verlangen der Vertragshändlerin zu löschen.

Nutzung von Daten

Die vom Berufungsgericht vertretene Rechtsauffassung, ein Ausgleichsanspruch scheitere in diesem Fall schon daran, dass die Weitergabe der Daten auf Grundlage einer gesonderten Vereinbarung erfolgte, welche die Vertragshändlerin freiwillig geschlossen habe, wurde von den BGH-

Richtern weder verworfen noch bestätigt. Entscheidend war für sie vielmehr, dass der Vertragspartner sich vertraglich zur Nicht-Nutzung und, sollte die Vertragshändlerin dies verlangen, auch zur Löschung verpflichtet hatte. Das Unternehmen hätte damit die Informationen lediglich bei der – hier nicht erfolgten – Annahme des in der Vereinbarung enthaltenen Kaufangebots weiter nutzen dürfen. Bei der hier gewählten Vertragsgestaltung könne die Vertragshändlerin nach Ende der Vertragsbeziehungen die Kundendaten somit (weiter) in eigenem Interesse verwenden.

Vertragliche Nebenpflicht des Herstellers

Es sei darüber hinaus sogar eine vertragliche Nebenpflicht des Herstellers, der Vertragshändlerin die überlassenen Daten wieder zur Verfügung zu stellen, sollten sie dieser nicht mehr bzw. nicht mehr vollständig vorliegen. Im Übrigen sei durch die getroffene Regelung auch untersagt, Informationen zu nutzen, die unter Verwendung der überlassenen Daten erlangt worden sind. Die zwar faktisch bestehende Möglichkeit für den Hersteller, die Daten und Informationen unter Verletzung seiner vertraglichen Pflichten weiter zu nutzen, sei nicht gleichzusetzen mit einer Pflicht des Vertragshändlers, seine Kundendaten dem Hersteller nach Vertragsende unmittelbar bekannt zu geben bzw. zu überlassen.

Ausgleichsanspruchs des Vertragshändlers

Nach bisheriger, durchaus umstrittener Rechtsprechung des BGH war der Ausgleichsanspruch eines Vertragshändlers dann abzulehnen, wenn den Hersteller bzw. Lieferanten eine vertragliche oder auch nur gesetzliche Pflicht traf, die überlassenen Kundendaten nach Vertragsbeendigung zu löschen. Diese Rechtsauffassung hat der BGH nun erneut bestätigt und dahingehend fortgeführt, dass nicht nur eine unmittelbare Löschungspflicht zum Ausschluss des Anspruchs führt, sondern darüber hinaus auch eine Vereinbarung, nach welcher der Vertragspartner sich verpflichtet, die überlassenen Daten zu sperren, ihre Nutzung einzustellen und (erst) auf Verlangen des Vertragshändlers zu löschen, hierfür ausreicht. Mit dieser Entscheidung konkretisieren und erhöhen die Karlsruher Richter erneut die Anforderungen an das Entstehen von Ausgleichsansprüchen für Vertragshändler nach § 89b HGB analog und bauen dabei die vertraglichen Gestaltungsmöglichkeiten für Hersteller, Lieferanten und Vertragshändler bezüglich des Umgangs mit ihren Kundendaten konsequent weiter aus.

VITA

Dr. Nathalie Mahmoudi

Dr. Nathalie Mahmoudi ist Fachanwältin für gewerblichen Rechtsschutz und Partnerin der im Jahr 2005 gegründeten Kanzlei Dr. Mahmoudi & Partner Rechtsanwälte. Die Kanzlei berät sowohl Network-Marketing-Unternehmen als auch Networker umfassend zu allen Rechtsfragen, ohne den Blick für die wirtschaftlich sinnvolle Lösung zu verlieren. Mahmoudi begleitet regelmäßig erfolgreich die Gründung neuer Unternehmen und blickt auf eine internationale Ausbildung in den USA, Spanien und Deutschland zurück. Berufserfahrung sammelte sie bei Linklaters, Oppenhoff & Rädler, beim WDR sowie bei Murchison & Cumming (Los Angeles, USA). www.mahmoudi-rechtsanwaelte.de

