
Alle produktspezifischen Hilfsmittel für Handelsvertreter kostenfrei

Der vertretene Unternehmer muss grundsätzlich alle produktspezifischen Hilfsmittel aus seiner Sphäre bereitstellen, auf die der Handelsvertreter objektiv gesehen oder nach seinem pflichtgemäßen Ermessen zur Ausübung seiner Vermittlungs- und Abschlusstätigkeit und zur Anpreisung der Ware angewiesen ist. Der Unternehmer ist der Geschäftsherr und steht seinem Produkt näher als der Handelsvertreter, sodass er sämtliche Hilfsmittel, die speziell auf die von der Vertriebspflicht erfassten Produkte abgestimmt sind, bereitstellen und auf aktuellem Stand halten muss. Zu diesen zählen auch Werbegeschenke - wie Aufkleber, Kleidung, Süßigkeiten, Spielsachen und andere Give-aways mit dem Unternehmenslogo des Unternehmers.

OLG Celle, Urteil vom 10.12.2009 - Aktenzeichen 11 U 51/09

Nach § 86 a Abs. 1 HGB hat der Unternehmer dem Handelsvertreter die zur Ausübung seiner Tätigkeit erforderlichen Unterlagen, wie Muster, Zeichnungen, Preislisten, Werbeträgersachen, Geschäftsbedingungen, zur Verfügung zu stellen. Der Begriff der erforderlichen Unterlagen ist nach Ansicht des OLG Celle weit zu fassen. Welche Unterlagen erforderlich seien, richte sich daher nach den Umständen des Einzelfalls, insbesondere nach der Branchenüblichkeit, dem Gegenstand der Absatzmittlung und dem Tätigkeitsbild des Handelsvertreters. Der Handelsvertreter solle durch die zur Verfügung gestellten Unterlagen in die Lage versetzt werden, die Gegenstände der Absatzmittlung bei den Kunden anzupreisen. Ausschlaggebend sei daher, was objektiv aus der Sicht eines normalen Handelsvertreters der jeweiligen Branche für die sachgerechte und erfolgreiche Erledigung der übertragenen Aufgabe, das Produkt mit Erfolg abzusetzen, benötigt werde. Erforderlich könne darüber hinaus sein, was der Handelsvertreter aus seiner Sicht mit guten Gründen für den Erfolg seiner Tätigkeit für notwendig halte. Im Einzelnen gehörten dazu neben Musterstücken auch spezielle, die konkrete Vertriebstätigkeit im Einzelfall betreffende Computersoftware und umfassendes Werbematerial. Der Unternehmer müsse grundsätzlich alle produktspezifischen Hilfsmittel aus seiner Sphäre bereitstellen, auf die der objektiv gesehen oder nach seinem pflichtgemäßen Ermessen zur Ausübung seiner Vermittlungs- und Abschlusstätigkeit und zur Anpreisung der Ware angewiesen sei. Der Unternehmer stehe als Geschäftsherr seinem Produkt näher als der Handelsvertreter, sodass er die Hilfsmittel, die speziell auf die von der Vertriebspflicht erfassten Produkte abgestimmt seien, bereitzustellen und auf aktuellem Stand halten müsse.

Die vom Handelsvertreter beim Unternehmer bestellten Werbegeschenke - wie Aufkleber, Kleidung, Süßigkeiten, Spielsachen und andere Give-aways mit dem Logo des Unternehmers seien generelle Werbemittel und stellten daher Unterlagen im Sinne des § 86a HGB dar, die kostenfrei zur Verfügung gestellt werden müssten. Soweit der Unternehmer darauf abstelle, dass es sich nicht um "erforderliche" Werbemittel im Sinne des Gesetzes handle, verenge diese Auslegung den grundsätzlich weit zu fassenden Begriff der "Unterlagen" in unzulässiger Weise. Unverzichtbares Hilfsmittel seien die genannten

Werbegeschenke zwar nicht. Dies werde jedoch generell bei Werbegegenständen und Werbepapiersachen sowie Werbeproschüren nicht anzunehmen sein. Bei Werbung handele es sich um Marketingmaßnahmen, die die Möglichkeit eröffnen sollten, ein Produkt auf dem Markt zu platzieren, neue Kunden zu gewinnen und Altkunden an den jeweiligen Altunternehmer zu binden. Ob bestimmte Werbemaßnahmen einen tatsächlichen Erfolg erzielt und systematisch herbeigeführt sowie konkret beeinflusst hätten, werde in aller Regel nicht nachzuvollziehen sein. Erst recht werde kaum eine Werbemaßnahme alleine ausschließlich für den späteren Verkaufserfolg verantwortlich sein. Gleichwohl unterfallen, wie der Gesetzeswortlaut zeige, auch "Werbepapiersachen" den nach § 86 a Abs. 1 zu stellenden Unterlagen. Entscheidend sei daher, dass der Unternehmer, der seinem Produkt näher stehe als der Handelsvertreter, diesen bei der Anpreisung der Ware zu unterstützen und ihm die speziell auf die zu vertreibenden Produkte abgestimmten Hilfsmittel bereitzustellen habe. Um eventuellen Missverständnissen vorzubeugen, wies das OLG Celle jedoch ausdrücklich darauf hin, dass die Auswahl, mit welchen Werbeartikeln der Unternehmer auf dem Markt in Erscheinung treten wolle, grundsätzlich seine Sache sei. Letztlich könne auch der Wert des einzelnen Werbegeschenks dazu führen, dass es nicht (mehr) als "erforderliche" Unterlage angesehen werden könne.

Nach Ansicht des OLG Celle gelte § 86 a Abs. 1 HGB auch für den Erhalt des Handelsvertreters von Briefpapier mit dem Unternehmens-Logo sowie Visitenkarten. Zwar unterfalle allgemeines Büromaterial nicht dieser Vorschrift. Bei der gebotenen weiten Auslegung des § 86 a Abs. 1 HGB habe der Unternehmer allerdings dann, wenn die Gestaltung des Briefpapiers und der Visitenkarten von ihm vorgegeben werde, die Kosten für dieses Briefpapier und die Visitenkarten zu übernehmen.

Auch bei der Zeitschrift des Unternehmens handele es sich um eine Werbepapiersache im Sinne des Gesetzes. Herausgeber der Zeitung sei das vertretene Unternehmen. Die Zeitschrift enthalte ein Faxformular, welches der raschen Kontaktaufnahme zum Unternehmen dienen solle. Bei zahlreichen Artikeln, die allgemeine wirtschaftliche Fragen zum Gegenstand hätten, finde sich am Schluss ein Hinweis auf den in der Zeitschrift enthaltenen Faxvordruck und das Angebot, eine Beratung des Unternehmens in Anspruch zu nehmen. Damit stehe bei einer wertenden Betrachtung die Werbung für das Unternehmen und ihr Produkt - der Finanzberatungsvertrag - im Vordergrund der Zeitschrift. Unerheblich für die Einschätzung als Werbemittel sei, dass die Zeitschrift auch käuflich zu erwerben sei. Durch diese Möglichkeit verliere die Zeitschrift nicht ihren Charakter einer "Werbepapiersache" des Unternehmens. Werbemittel müssten nicht zwingend kostenlos dem Kunden zur Verfügung gestellt werden. Im allgemeinen Wirtschaftsleben gebe es zahlreiche Gegenstände, die auf Grund der Gestaltung und des jeweiligen Aufdruckes Werbemittel seien und dennoch vom Endkunden gegen Entgelt erworben werden.

Der Handelsvertreter könne auch die Rückzahlung der Beträge verlangen, die ihm im Hinblick auf die überlassene Software berechnet worden seien. Unstreitig handele es sich um vom Unternehmen selbst entwickelte Softwareprodukte, die mindestens nützlich für

die Tätigkeit des Handelsvertreters seien. Es handele sich teilweise um speziell auf den Vertrieb zugeschnittene Software und somit bei der gebotenen weiten Auslegung des Gesetzes um ein für die Vermittlungstätigkeit erforderliches Arbeitsmittel. Für die Entscheidung sei dabei unbeachtlich, dass nur Teile des Gesamtsoftwarepakets der Vermittlungstätigkeit dienten und deshalb der Regelung des § 86 a Abs. 1 HGB unterfielen und andere Teile allein der vom Handelsvertreter selbst zu finanzierenden Büroorganisation zuzurechnen seien. Wenn der Unternehmer erforderliche - und damit kostenfreie - Arbeitsmittel zusammen mit nützlichen - und damit möglicherweise vergütungspflichtigen - Arbeitsmitteln in einem Paket zu einem einheitlichen Preis zur Verfügung stelle, sei die Vergütungsvereinbarung für das Gesamtpaket gemäß § 86 a Abs. 3 HGB unwirksam. Es müsse insoweit verhindert werden, dass die klare gesetzliche Regelung durch derartige Strategien unterlaufen werde.

Auf Übernahme der Kosten, die für die Teilnahme an Seminaren, Schulungen und Fortbildungskursen entstanden seien, habe der Handelsvertreter jedoch keinen Anspruch. Eine Schulung oder ein Fortbildungsseminar sei keine "Unterlage" i.S.d. § 86 a Abs. 1 HGB, da es sich jedenfalls um körperliche Gegenstände handeln müsse. Auch habe insoweit keine analoge Anwendung zu erfolgen. Es lägen keine Anhaltspunkte dafür vor, dass eine planwidrige Regelungslücke vorliege. § 86 a HGB finde seinen Sinn darin, dass der Unternehmer als Geschäftsherr seinem Produkt näher stehe als der Handelsvertreter und die Hilfsmittel, die speziell auf die von der Vertriebspflicht erfassten Produkte abgestimmt seien, bereitzustellen habe. Dies gelte jedoch für Fortbildungen und Schulungen des Handelsvertreters nicht. Sie gehörten in erster Linie zur Sphäre des Handelsvertreters, dem diese Fortbildungen und Schulungen zugute kämen.

Die Beratung im Vertriebsrecht insbesondere auch die Vertragsprüfung ist eine der wesentlichen Leistungen der CDH Organisation für Mitglieder. Nähere Informationen unter: www.cdh.de/leistungen/beratung

Das Urteil ist für eine Veröffentlichung in der Rechtsprechungssammlung HVR-Online vorgesehen, die unter www.cdh-wdgbh.de bestellt werden kann.