
Kostenfreie Unterlagen nur soweit unverzichtbar

Der Unternehmer hat dem Handelsvertreter (nur) die Unterlagen gemäß § 86a Abs. 1 HGB kostenlos zur Verfügung zu stellen, auf die dieser zur Vermittlung oder zum Abschluss der den Gegenstand des Handelsvertretervertrages bildenden Verträge angewiesen ist. Zu diesen Unterlagen gehören deshalb nur die Hilfsmittel, die der Handelsvertreter spezifisch aus der Sphäre des Unternehmers unbedingt benötigt, um seine Tätigkeit überhaupt ausüben zu können. Dies ist für ein Softwarepaket zu bejahen, wenn zumindest einzelne Komponenten für die Tätigkeit des Handelsvertreters unverzichtbar sind, nicht aber für Werbegeschenke ("Give-aways"), die ähnlich wie Bewirtungskosten und Repräsentationsaufwand zum Geschäftsaufwand des Handelsvertreters zählen. Nicht zu den erforderlichen Unterlagen gehören ebenfalls andere für die Tätigkeit des Handelsvertreters bloß nützliche oder seiner Büroausstattung zuzuordnende Artikel wie Briefpapier, Visitenkarten und Erhebungsbögen.

BGH, Urteil vom 4. Mai 2011 – Aktenzeichen VIII ZR 11/10

Die Richter des BGH stellten klar, dass § 86a Abs. 1 HGB den Unternehmer verpflichtet, dem Handelsvertreter die zur Ausübung seiner Tätigkeit erforderlichen Unterlagen wie Muster, Zeichnungen, Preislisten, Werbetrücker, Geschäftsbedingungen zur Verfügung zu stellen. Hiervon abweichende Vereinbarungen seien gemäß § 86a Abs. 3 HGB unwirksam. Nach allgemeiner Meinung seien die Unterlagen im Sinne des § 86a HGB kostenlos zu überlassen. Aus dem Leitbild des Handelsvertreters als selbständiger Vermittler von Geschäften folge, dass er sich einerseits nicht an den Kosten des Unternehmers beteiligen müsse, andererseits jedoch das alleinige Risiko der von ihm entfaltenen Absatzbemühungen trage. Durch eine Beteiligung an Kosten des Unternehmers für Unterlagen im Sinne des § 86a Abs. 1 HGB wäre der Handelsvertreter indes verpflichtet, auch im Falle erfolgloser Absatzbemühungen für die überlassenen Unterlagen ein Entgelt an den Unternehmer zu zahlen und so letztlich einen Teil des unternehmerischen Risikos des Prinzipals zu tragen. Dies wäre mit der Risikoverteilung im Handelsvertreterverhältnis unvereinbar.

Der Begriff der Unterlagen sei nach allgemeiner Auffassung weit zu verstehen, denn die im Gesetz vorgenommene Aufzählung von Mustern, Zeichnungen, Preislisten, Werbetrücker und Geschäftsbedingungen sei nur beispielhaft und nicht abschließend. Von dem Begriff der Unterlagen werde alles erfasst, was dem Handelsvertreter zur Ausübung seiner Vermittlungs- oder Abschlusstätigkeit - insbesondere zur Anpreisung der Waren bei dem Kunden - diene und aus der Sphäre des Unternehmers stamme.

Umstritten sei hingegen die Frage, unter welchen Voraussetzungen Unterlagen für die Tätigkeit des Handelsvertreter im Sinne des § 86a Abs. 1 HGB "erforderlich" seien.

Nach einer verbreiteten Meinung, der auch das Berufungsgericht gefolgt sei, werden von der Überlassungspflicht nicht nur unverzichtbare Hilfsmittel erfasst. Erforderlich im Sinne

des § 86a Abs. 1 HGB seien darüber hinaus auch die Hilfsmittel, die der Handelsvertreter aus seiner Sicht mit guten Gründen für den Erfolg seiner Tätigkeit für notwendig halte; insbesondere müssten umfassendes Werbematerial und die die konkrete Vertriebstätigkeit im Einzelfall betreffende Software kostenlos zur Verfügung gestellt werden (OLG Köln, Urteil vom 11. September 2009 - 19 U 64/09; Löwisch in Ebenroth/Boujong/Joost/Strohn, HGB, 2. Aufl., § 86a Rn. 16). Teilweise werden auch Kundenzeitschriften und produktun-spezifische Werbemittel wie Aufkleber und mit dem Logo des Unternehmers versehene Kleidung als gemäß § 86a Abs. 1 HGB "erforderliche" und deshalb kostenlos zu überlas-sende Unterlagen eingeordnet (OLG Köln, Urteile vom 30. November 2007 - 19 U 84/07, sowie vom 11. September 2009 - 19 U 64/09).

Die Gegenmeinung befürwortet eine restriktive Auslegung und verlangt, dass die Unter-lagen für die spezifische Anpreisung der Ware unerlässlich sein müssen (LG Bonn, Urteil vom 19. Mai 2009 - 10 O 483/08; Thelen, VersR 2009, 1025, 1030 f.; Roth, BB 2010, 2000, 2003).

Der zuletzt genannten Auffassung gebühre nach Auffassung des BGH der Vorzug. Schon der Wortlaut des § 86a Abs. 1 HGB ("erforderliche" Unterlagen) spreche dafür, dass der Handelsvertreter nur solche Unterlagen kostenlos beanspruchen könne, auf die er zur Vermittlung oder zum Abschluss der den Gegenstand des Handelsvertretervertrages bil-denden Verträge angewiesen sei. Auch die in der Vorschrift aufgeführten Beispiele stütz-ten eine solche Auslegung, denn es handele sich jeweils um Unterlagen, die einen sehr engen Bezug zu dem vertriebenen Produkt hätten und ohne die eine erfolgreiche Ver-mittlung schlechthin nicht möglich sei. Dies gelte insbesondere für Preislisten und Ge-schäftsbedingungen, ohne die der Handelsvertreter die Vermittlung oder den Abschluss eines Vertrages unter Einhaltung der vom Unternehmer vorgegebenen Konditionen nicht leisten könne. Die übrigen beispielhaft erwähnten Unterlagen, nämlich Muster, Zeichnun-gen und Werbetrucksachen seien - je nach Branche - erforderlich, damit der Handels-vertreter den künftigen Kunden das Produkt, das er nach dem Handelsvertretervertrag zu vertreiben habe, überhaupt vorstellen könne. Ohne derartige Unterlagen, die nur der Unternehmer zur Verfügung stellen könne, sei eine Vermittlung oder der Abschluss von Verträgen praktisch ausgeschlossen.

Auch die Stellung des Handelsvertreters als selbständiger Unternehmer lege eine enge Auslegung nahe. Die eigentliche Vertriebstätigkeit, also die von ihm zu entfaltenden Be-mühungen zur Herbeiführung der Vertragsschlüsse, auf die der Handelsvertretervertrag gerichtet sei, obliege ihm als selbständigem Unternehmer. Ihn treffe insoweit das han-delsvertretertypische Risiko, dass sich die von ihm dafür getätigten Aufwendungen und sein Einsatz nur bei erfolgreicher Vermittlung von Verträgen rentierten, weil er sonst kei-ne Einnahmen erziele. Nach § 87d HGB trage der Handelsvertreter deshalb - soweit nicht ein Aufwendungsersatz durch den Prinzipal handelsüblich sei - die in seinem regelmäßi-gen Geschäftsbetrieb entstehenden Aufwendungen selbst. Hierzu gehörten die eigene Büroausstattung und alle sonstigen Kosten des eigenen Betriebs und der Repräsentation gegenüber den Kunden (Baumbach/Hopt, HGB, 34. Aufl., § 87d Rn. 4). Zu den gemäß § 86a Abs. 1 HGB (kostenlos) vom Unternehmer zur Verfügung zu stellenden Unterlagen gehörten deshalb nur die Hilfsmittel, die der Handelsvertreter spezifisch aus der Sphäre des Unternehmers benötige, um seine Tätigkeit überhaupt ausüben zu können.

Nach den vorstehend dargelegten Maßstäben handele es sich bei den vom Handelsvertreter bestellten Artikeln (mit Ausnahme des Softwarepakets) entgegen der Auffassung des Berufungsgerichts nicht um erforderliche Unterlagen im Sinne des § 86a Abs. 1 HGB, so dass das beklagte Unternehmen das Provisionskonto des Handelsvertreters insoweit zu Recht belastet habe.

Dies gelte zunächst für die der Büroausstattung des Handelsvertreters zuordnenden Unterlagen wie Briefpapier, Visitenkarten und Erhebungsbögen, auch wenn diese Artikel mit dem Logo des beklagten

Unternehmens versehen seien. Mit dem einheitlichen Logo möge ein Werbeeffekt für das Unternehmen und dem System der Finanzberatung verbunden sein, der in erster Linie dem Unternehmen, mittelbar aber auch dem Handelsvertreter zu Gute kommen dürfte. Das einheitliche Logo mache die Artikel aber entgegen der Auffassung der Revisionserwiderung noch nicht zu "produktspezifischen Hilfsmitteln" und nehme ihnen auch nicht den Charakter als Büroausstattung. Angesichts dessen rechtfertige auch der Umstand, dass das beklagte Unternehmen in den Geschäftsanweisungen großen Wert auf die Erhebung der zur Beurteilung der Vermögenssituation erforderlichen Daten legte, weil diese für eine von der Beklagten versprochene "Finanzoptimierung" unerlässliche Grundlage war, keine andere Beurteilung.

Auch bei den Werbeartikeln ("Give-aways") und den Mandantenordnern, die der Kläger von der Beklagten bezogen habe, handele es sich, anders als bei den in § 86a HGB genannten (produktbeschreibenden) Werbedrucksachen, nicht um für die Vermittlungstätigkeit notwendige Unterlagen. Derartige Aufmerksamkeiten dienen der allgemeinen Kundenpflege und sollten dazu beitragen, ein Klima zu schaffen und aufrechtzuerhalten, das Geschäftsabschlüsse erleichtere. Solche "Kundengeschenke" gehörten ähnlich wie Bewirtungskosten und Repräsentationsaufwand zum Geschäftsaufwand des Handelsvertreters.

Auch die Zeitschrift "F." diene der allgemeinen Kundenpflege und solle allgemein das Interesse der Kunden an den Beratungsleistungen der Beklagten und den Produkten der Partnergesellschaften wecken. Ein unmittelbarer Bezug zu den Produkten der Partnergesellschaften sei nicht vorhanden; die Kundenzeitschrift könne daher nicht mit einer Produktbroschüre verglichen werden, auf die der Handelsvertreter zur Vermittlung von Verträgen gegebenenfalls angewiesen sei.

Dagegen sei dem Berufungsgericht im Ergebnis darin beizupflichten, dass die Beklagte die A.-Business-Software kostenlos zur Verfügung zu stellen habe. Die gegenteilige Vergütungsvereinbarung ist gemäß § 86a Abs. 3 HGB unwirksam. Auch die Beklagte stelle nicht in Abrede, dass es sich bei dem Softwarepaket jedenfalls bezüglich eines Teils der darin enthaltenen Softwarekomponenten um eine für die Tätigkeit des Klägers als ihres (Unter-) Handelsvertreters unverzichtbare Unterlage handele. Da die Beklagte die unverzichtbare Vertriebssoftware dem Kläger gemäß § 86a Abs. 1 HGB kostenlos zur Verfügung

zu stellen habe, sei die für das A.-Business-Paket getroffene Vergütungsvereinbarung unwirksam. Entgegen der Auffassung der Revision könne die Vergütungsvereinbarung auch nicht teilweise aufrechterhalten werden. Zwar beziehe sich der Nutzungsvertrag nach den Feststellungen des Berufungsgerichts auch auf Softwarekomponenten, die der vom Kläger grundsätzlich selbst zu finanzierenden allgemeinen Büroorganisation zugerechnet werden könnten. Dies führe aber entgegen der Auffassung der Revision nicht dazu, dass der Kläger zumindest einen Teil des Entgelts für die Nutzung des Softwarepakets schulde. Denn Vertragsgegenstand war die Nutzung eines zu einem einheitlichen Preis angebotenen, auf die Bedürfnisse des Handelsvertreters abgestimmten Softwarepakets; dabei handele es sich nach der Verkehrsauffassung um ein einheitliches Produkt.

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-wdgmbh.de bestellt werden kann.