

# Von Agenturverträgen der Telekombranche lernen?

Königsweg für vertriebsvertragliche Änderungsvorbehalte

*Jürgen Evers*

**W**echselnde Produkte und Konditionen der Produkthanbieter veranlassen Unternehmer, in ihre Vertriebsverträge Änderungsvorbehalte aufzunehmen. Der Erfolg ist bescheiden. Änderungsvorbehalte halten den strengen Maßstäben einer richterlichen Inhaltskontrolle nicht stand, sofern sie nicht auf schwerwiegende Gründe beschränkt sind, sie keine angemessene Vorankündigungsfrist vorsehen und es an einem angemessenen Ausgleich für Verluste fehlt.<sup>1</sup> Einen Ausweg aus dem Dilemma könnte das OLG Köln weisen.<sup>2</sup> Die Entscheidung betrifft Agenturverträge der Telekommunikationsbranche und billigt eine Klausel, die kaum Änderungswünsche offen lassen dürfte. Nach der Klausel werden Sortiments- und Provisionsvereinbarungen (SPV) von vornherein befristet. Der Unternehmer teilt dem Vertreter jeweils mit angemessenem Vorlauf mit, welche Produkte wie lange mit welcher Vergütung zu vermarkten sind. Das jeweils neu Mitgeteilte wird vier Wochen nach Bekanntgabe Vertragsinhalt, sofern der Vertreter nicht binnen vier Wochen widerspricht, worauf der Unternehmer hinzuweisen hat. Für den Fall des Widerspruchs sind die Parteien berechtigt, den auf 60 Monate abgeschlossenen Vertretervertrag zu kündigen, und zwar mit Wirkung von sechs Wochen auf das Quartalsende. Die Klausel gilt nicht für die Aufnahme neuer Produkte, für Provisionserhöhungen oder die Absenkung der Zielzahlen.

Folgende Gründe bewogen das OLG, die Klausel als wirksam anzusehen. Wegen des vorbehaltenen Widerspruchsrechts räume sie dem Unternehmer weder ein Recht noch eine faktische Befugnis ein, die Gegenleistung einseitig zu ändern. Zwar beschränke sie die Entscheidungsfreiheit des Vertreters. Allerdings wahre sie die gesetzlichen Anforderungen für formularmäßige Erklärungsfiktionen. Die Widerspruchsfrist von vier Wochen sei angemessen. Der Vertreter habe ausreichend Zeit, die neue Regelung zu prüfen und zu entscheiden, ob er widerspreche. Die obligatorische Hinweispflicht auf das Widerspruchsrecht liege vor. Die Klausel verschiebe auch nicht etwa die Beweislast zulasten des

Vertreters. Der Unternehmer habe ein berechtigtes Interesse an der Klausel, da er Sortiment und Provision anpassen könne, um adäquat auf Markt- und sonstige Produkt- und Preisfaktorenänderungen reagieren zu können. Das berechnete Interesse trage auch das Kündigungsrecht. Ein Interessenausgleich ergebe sich daraus, dass der Unternehmer das Risiko einer Vertragsbeendigung kalkulieren müsse. Die Klausel verkürze nicht die gesetzlichen Kündigungsfristen, da der Vertretervertrag nach 60 Monaten ende und daher auf bestimmte Zeit eingegangen sei.

## ÜBERTRAGUNG AUF DIE VERSICHERUNGSBRANCHE

Die Begehrlichkeit, eine solche Klausel für den Versicherungsvertrieb zu übernehmen, folgt ihrem Anwendungsbereich. Sie wird nicht benötigt, nicht mehr passende Tarife anbieten zu müssen. Es liegt in der Dispositionsfreiheit des Unternehmers, Produkte einzustellen.<sup>3</sup> Ebenso wenig dient sie der Vertriebssteuerung. Der Unternehmer kann dem Vertreter Weisungen erteilen, welche Produkte er vertreiben soll.<sup>4</sup> Allerdings müsste der Unternehmer hierbei die Schranken der Dispositionsfreiheit<sup>5</sup> beachten. Sie bestehen u.a. darin, das Willkürverbot zu achten, weshalb die unternehmerische Entscheidung von vertretbaren kaufmännischen Erwägungen getragen sein muss. Ferner darf der Unternehmer weder treuwidrig noch in der Absicht handeln, den Vertreter zu schädigen. Von diesen Fesseln der Dispositionsfreiheit entbindet die Klausel den Unternehmer. Mit ihr kann dem Vertreter ein Teil des Produktportfolios entzogen werden, ohne sachliche Gründe benennen zu müssen. So kann der Unternehmer die vom Vertreter für das Teilsortiment aufgebauten Geschäftsverbindungen provisions- und ablösefrei an sich ziehen oder das fragliche Portfolio einem anderen zuweisen. Da die Klausel weder die Aufnahme neuer Produkte noch Provisionserhöhungen regelt, besteht ihr Anwendungsbereich weiter darin, Provisionen beliebig herabzusetzen. Mit der Klausel kann der Unternehmer sogar die 60 Monate Festlaufzeit verkürzen, indem er die Provision so senkt, dass

der Vertreter zum Widerspruch gezwungen wird. So gewinnt der Unternehmer ab dem 3. Vertragsjahr gegenüber der gesetzlichen Regelung eine kürzere Kündigungsfrist. Selbst bei ausgeschöpfter Widerspruchsfrist kann er die Frist mit zehn Wochen zum Quartalsende kalkulieren, während die gesetzliche Frist drei Monate zum Monatsende betrüge. Hinzu kommt, dass der Vertreter für 60 Monate gebunden ist und es allein dem Unternehmer vorbehalten bleibt, Sortiment und Provision so umzugestalten, dass dem Vertreter nur der Widerspruch verbleibt. Sollte der Vertreter kündigen, kann der Unternehmer infrage stellen, dass der Eigenkündigung ausgleichserhaltende Wirkung zukomme. Denn da der Vertreter sich auf die Klausel eingelassen hat, liegt es an ihm, darzulegen und zu beweisen, dass er durch die Änderung in eine nach Treu und Glauben unhaltbare Lage komme. Der Unternehmer kann dies damit in Zweifel ziehen, dass das ausgetauschte Sortiment die Vertriebschancen eröffne, die Provisionseinbußen ausglich.

Das Risiko einer erfolgreichen Inhaltskontrolle durch andere Gerichte ließe sich vielleicht noch mit Blick auf die verbreitete Übung kalkulieren, obergerichtliche Entscheidungen

abzuschreiben. Da die Klausel für die durch Stückvergütung und fehlende Zuordnung von Bestandsverträgen geprägte Telekommunikationsbranche konzipiert ist, wäre sie nur für Versicherer fruchtbar zu machen, die Tarife gegen Stückvergütung über an Vertreter überlassene Kundendienstbüros vertreiben und kein Interesse an einer langfristigen Zusammenarbeit haben. Davon gibt es Gott sei Dank nur wenige.

- 1 OLG Frankfurt/Main, 02.12.1997 - 14 (27) U 157/96- EVERS.OK LS 3 m.w.N. - Brandkasse -.
- 2 OLG Köln, 08.09.2023 - 19 U 73/22 EVERS.OK - Telekommunikationsprodukte und -dienstleistungen -.
- 3 BGH, 26.11.1984 - VIII ZR 214/83 - EVERS.OK LS 46 - Opel 1 -; RG, 02.03.1926 - VI 365/25 - EVERS.OK LS 1.
- 4 BGH, 14.05.2014 - VII ZR 328/12 - EVERS.OK LS 19.
- 5 Zu den 5 Schranken vgl. EVERS.OK Anm 53.1 zu BGH, 26.11.1984 - VIII ZR 214/83 - Opel 1 -.



**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](mailto:info@vga-koeln.de)  
Internet: [www.vga-koeln.de](http://www.vga-koeln.de)

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

