

Standardisierte Kontaktverbote in Kündigungsschreiben

Kündigungshilfe kann nach der Rechtsprechung nur in den Grenzen des Wettbewerbsrechts geleistet werden. Enthält ein vorformuliertes Kündigungsschreiben standardisiert ein Kontaktverbot, ist das unzulässig.

Unternehmen und deren Vermittler stehen im Wettbewerb um Kunden. Zum Wesen des Wettbewerbs gehört es, dass Kunden abgeworben werden. Besteht die Geschäftsbeziehung zum Kunden aus Dauerschuldverhältnissen wie etwa Versicherungs- oder Stromlieferungsverträgen, hat eine erfolgreiche Abwerbung regelmäßig zur Folge, dass der bestehende Vertrag mit dem alten Unternehmen gekündigt und ein neuer Vertrag mit dem abwerbenden Unternehmen geschlossen wird.

Um den Kunden bei diesem Anbieterwechsel zu unterstützen, bieten Vermittler oft so genannte Kündigungshilfe an: Dem Kunden wird ein vorformuliertes Kündigungsschreiben zur Verfügung gestellt, das nur noch um wenige Daten ergänzt, unterschrieben und abgesandt werden muss. Zur Absicherung der neu begründeten Geschäftsbeziehung sind in der Praxis in den vergangenen Jahren vermehrt Kontaktverbote in solche vorformulierten Schreiben aufgenommen worden, sinngemäß nach folgendem Muster:

„Außer der Kündigungsbestätigung bitte ich von weiteren Kontaktaufnahmen abzusehen. Etwaige erteilte Einwilligungen in Telefonanrufe, E Mails bzw. Vertreterbesuche widerrufe ich mit sofortiger Wirkung. Ferner widerrufe ich etwaige Einzugsermächtigungen und Datenschutz Einwilligungserklä-

rungen. Insbesondere unter sage ich Ihnen hiermit, personenbezogene Daten jeglicher Art Dritten (einschließlich selbständigen Vermittlern Ihres Unternehmens) mitzuteilen oder zugänglich zu machen.“

Die Verwendung derartiger vorformulierter Kontaktverbote durch abwerbende Unternehmen bzw. Vermittler ist jedoch in mehreren oberlandesgerichtlichen Entscheidungen als wettbewerbsrechtlich unlauter angesehen worden (OLG Dresden, Urteil vom 14. Juli 2015 – 14 U 584/15; OLG Oldenburg, Urteil vom 29. Mai 2017 – 6 U 208/16; Urteil vom 28. Mai 2019 – 6 U 27/18; OLG Thüringen, Urteil vom 27. März 2019 – 2 U 397/18):

Zulässigkeit von Kündigungshilfe

Alle Entscheidungen gehen dabei von dem Grundsatz aus, dass aus wettbewerbsrechtlicher Sicht grundsätzlich kein Anspruch auf den Fortbestand eines einmal begründeten Vertragsverhältnisses besteht. Das Abwerben von Kunden sei zulässiger Teil des Wettbewerbs, auch wenn die Kunden noch an den Mitbewerber gebunden seien. Es gehöre gerade zum Wesen des Wettbewerbs, dass Kunden abgeworben würden. Kunden zur ordnungsgemäßen Vertragsauflösung unter Beachtung der gesetzlichen oder vertraglichen Kündigungsfristen zu bestimmen, sei – auch nach der Rechtsprechung des BGH – grundsätzlich zulässig.

Deshalb sei zunächst die Leistung von Kündigungshilfe durch bloße Hinweise auf Notwendigkeit, Frist und Form einer Kündigung grundsätzlich wettbewerbskonform. Ein solches Verhalten sei ohne Hinzutreten besonderer Umstände wettbewerbsrechtlich weder eine unangemessene unsachliche Einflussnahme auf Verbraucher noch eine unlautere gezielte Behinderung eines Mitbewerbers.

Entsprechendes gelte auch, wenn einem vertraglich noch anderweitig gebundenen Kunden ein vorbereitetes Kündi-

Kompakt

- Die Abwerbung von Kunden ist im Wettbewerb erlaubt und erwünscht.
- Zum Zwecke der Abwerbung kann auch Kündigungshilfe durch vorformulierte Kündigungsschreiben geleistet werden.
- Enthält ein solches Kündigungsmuster allerdings auch ein umfassendes Kontaktverbot, stellt das eine unzulässige gezielte Behinderung des Mitbewerbers dar.

gungsschreiben zur Verfügung gestellt werde, dass nach Einfügung des Kündigungstermins nur noch zu unterschreiben sei. Ein durchschnittlich informierter und verständiger Verbraucher werde allein durch eine solche Dienstleistung nicht unsachlich zum Abschluss eines Vertrages mit einem Mitbewerber veranlasst.

Ferner sei es zulässig, sich zur Versendung des Kündigungsschreibens bevollmächtigen zu lassen. Die Kündigungshilfe dürfe auch unaufgefordert angeboten werden, solange der Kunde nicht irregeführt, überrumpelt oder sonst in seiner Entscheidungsfreiheit erheblich beeinträchtigt werde.

Unlauterkeit von Kontaktverboten

Allerdings führt der Einsatz von unlauteren Mitteln nach Ansicht der Gerichte zur Unlauterkeit der grundsätzlich zulässigen Kündigungshilfe. Als ein solches Mittel werden die vorformulierten Kontaktverbote in den Kündigungsmustern angesehen:

Damit behindere der Verwender gezielt die Möglichkeit des alten Unternehmens, ehemalige Kunden oder sogar noch bestehende Kunden während laufender Kündigungsfrist anzusprechen und diese zu einer (Wieder-)Aufnahme der Vertragsbeziehung zu veranlassen. Diese Möglichkeit, die Kunden anderer Wettbewerber zu kontaktieren und abzuwerben, sei aber gerade Wesen des Wettbewerbs und begründe in umgekehrter Richtung auch das Recht des neuen Unternehmens/Vermittlers, seinerseits Kunden abzuwerben und ihnen vorgefertigte Kündigungsschreiben vorzulegen.

Hierin liege eine Beeinträchtigung der wettbewerblichen Entfaltungsmöglichkeiten der Mitbewerber, die über die mit jedem Wettbewerb verbundene Beeinträchtigung hinausgehe und Unlauterkeitsmerkmale aufweise. Das Verwenden vorformulierter Kontaktverbote sei bei objektiver Würdigung der Umstände primär auf die Beeinträchtigung der wettbewerblichen Entfaltung des Mitbewerbers und nicht auf die Förderung des eigenen Wettbewerbs gerichtet. Unlauter sei auch eine gezielte Behinderung, die dazu führe, dass der beeinträchtigte Mitbewerber seine Leistung am Markt durch eigene Anstrengung nicht mehr in angemessener Weise zur Geltung bringen könne.

Ein rechtfertigender Grund für solche vorformulierten Kontaktverbote sei nicht ersichtlich. Im Gegenteil schotte der Verwender solcher Klauseln die angeworbenen Kunden gegenüber dem Wettbewerb unzulässig ab. Zugleich könne ein solches Vorgehen schon bloße Nachfragen verhindern und damit die Interessen der Verbraucher beeinträchtigen. Damit gestehe der Verwender seinen Mitbewerbern dasjenige

nicht zu, was er bei der Kündigungshilfe für sich selbst in Anspruch nehme: die im Grundsatz zulässige Abwerbung von Kunden durch Offerierung besserer Konditionen als der Mitbewerber.

Gilt auch für Handelsvertreter

Diese Grundsätze gelten nach Ansicht des OLG Thüringen auch im Verhältnis von im Wettbewerb stehenden Vermittlern, im konkreten Streitfall Handelsvertretern, untereinander. Zwar seien die Interessen dort teilweise anders zu beurteilen als im Verhältnis der Wettbewerbsunternehmen selbst: Der Vermittler werde regelmäßig nicht Partei des Vertrags mit dem Kunden. Es bestünden aber auch auf Seiten eines Handelsvertreters, der sich der Abwerbung „seines“ Kunden ausgesetzt sieht, berechtigte Gründe, Kontakt mit dem Kunden aufnehmen zu können.

Dies gelte zum einen bei noch bestehenden Verträgen, zum anderen aber auch für den Fall, dass eine Stornoabwehrmaßnahme notwendig werde. Zwar könne das Unternehmen die Stornoabwehr auch selbst durchführen und sei nicht allein darauf verwiesen, den Handelsvertreter durch Stornogefahrmitteilungen zur Nachbearbeitung aufzufordern. Das schließe aber nicht aus, dass der Handelsvertreter selbst zur Stornoabwehr tätig werden könne, wenn er von einem Nachbearbeitungsbedarf erfahre.

Unter Berücksichtigung dieser Grundsätze habe der Handels- beziehungsweise Versicherungsvertreter ein berechtigtes Interesse, mit den Kunden, deren Vertrag noch bestehe oder aber stornogefährdet sei, in Kontakt zu treten: Gelingen es dem Vertreter selbst, durch Gespräche mit dem Kunden den Vertrag zu erhalten, müsse er den Verlust seiner Provision und damit einen Rückzahlungsanspruch des Unternehmens nicht befürchten.

Fazit: Von der Verwendung vorformulierter Kontaktverbote im Rahmen der Kündigungshilfe kann angesichts der OLG-Entscheidungen nur abgeraten werden. Wünscht der Kunde ausdrücklich und von sich aus, vom alten Unternehmen nicht mehr kontaktiert zu werden, sollte der Kunde das auch eigenständig formulieren. ■



Autor

Dr. Michael Wurdack ist Rechtsanwalt und Partner der auf Vertriebsrecht spezialisierten Kanzlei Küstner, v. Manteuffel & Wurdack in Göttingen. Telefon: +49 551 499960, Kanzlei-Homepage: www.vertriebsrecht.de E-Mail: kanzlei@vertriebsrecht.de