# Provisionsanspruch bei angestellten Reisenden

Das Thüringer Landesarbeitsgericht stellt in einer aktuellen Entscheidung die gesetzlichen Grundregeln der Verprovisionierung bei angestellten Reisenden dar.

Provisionsstreitigkeiten gehören zu den häufigsten vertriebsrechtlichen Auseinandersetzungen. Vorbeugend wirken klare, verständliche Zuständigkeits- und Provisionsregelungen im Vertrag. Eine aktuelle Entscheidung des Thüringer Landesarbeitsgerichts (LAG) vom 14. Dezember 2021 – 1 Sa 177/20 zeigt allerdings auf, dass trotz Bemühen um klare Regelungen Streit entstehen kann. Dies gilt vor allem dann, wenn Geschäfte bekannt werden, die am Außendienstmitarbeiter vorbei mit gebietszugehörigen oder geschützten Kunden zustande gekommen sind.

Zugrunde lag ein Fall, in dem ein angestellter Vermittler einer Papierwarenfabrik mit seinen Kollegen zunächst langjährig deutschlandweit ohne jede Gebietsbegrenzung tätig war und Geschäfte über Etiketten vermittelte. Anfang des Jahres 2010 wurde dann per Vertragszusatz („Kundenschutzvereinbarung“) eine Aufteilung in Vertriebsgebiete vorgenommen, in denen die Außendienstmitarbeiter künftig nur noch tätig werden sollten. Bislang geworbene, namentlich in einer Anlage aufgeführte Kunden außerhalb des Gebietes wurden für den jeweils betreuenden Mitarbeiter auch weiterhin geschützt.

In den Folgejahren wurden Geschäfte bekannt, in denen geschützte oder gebietsangehörige Kunden über Drittfirmen beliefert wurden oder in denen selbstständige Handelsvertreter/Makler Geschäfte mit diesen Kunden vermittelten. Der klagende Außendienstmitarbeiter verlangte daraufhin einen Buchauszug, über dessen Reichweite das LAG zu entscheiden hatte. Maßgeblich dafür war die Frage, was nach den getroffenen Vereinbarungen und den gesetzlichen Grundlagen provisionspflichtig war und was nicht. Nach Gesetz und Vertrag kamen mehrere Varianten in Betracht:

## Kompakt

- Der Verweis in § 65 HGB verschafft dem angestellten Reisenden ohne anderslautende Vereinbarung einen Anspruch auf Vermittlungsprovision sowie Provision für Folgegeschäfte der gleichen Art mit geworbenen Kunden.
- Ein Bezirksprovisionsanspruch gemäß § 87 Abs. 2 HGB wird bei Arbeitnehmern allein durch Zuweisung eines bestimmten Vertriebsgebietes nicht begründet.
- Ein vertraglich vereinbarter Kundenschutz erfasst nicht ohne weiteres Konstellationen des Erstverkaufs an einen Zwischenhändler, der seinerseits an geschützte Kunden weiterverkauft.

## I. Ausgangspunkt: Vermittlungsprovision

§ 65 HGB verweist bei Provisionsberechtigung von Angestellten weitgehend auf die für Handelsvertreter geltenden Vorschriften der Absätze 1 und 3 des § 87 HGB. Gemäß § 87 Abs. 1 Satz 1 Var. 1 HGB hat der Angestellte danach in erster Linie Anspruch auf Provision für alle während der Vertragslaufzeit abgeschlossenen Geschäfte, die auf seine Tätigkeit zurückzuführen sind. Diese so genannte Vermittlungsprovision stand nicht im Streit. Sie betrifft nach ständiger Rechtsprechung alle Geschäfte, an deren Zustandekommen der Reisende/Handelsvertreter zumindest mitursächlich beteiligt war.

## II. Provision für Folgegeschäfte gleicher Art

§ 87 Abs. 1 Satz 1 Var. 2 HGB bestimmt darüber hinaus, dass Anspruch auf Provision auch für Geschäfte besteht, die mit Kunden ohne konkrete Mitwirkung des Vermittlers zustande gekommen sind, wenn der Vermittler diese Kunden für Geschäfte der gleichen Art geworben hat. Das Gesetz enthält insoweit nach Ansicht des LAG einen gesetzlichen Kundenschutz. Sinn der Regelung sei es, dass solche Geschäfte provisionspflichtig sein sollen, bei denen die bei der Werbung des Kunden entfaltete Tätigkeit des Vermittlers jedenfalls mitwirke. Diese Alternative war aus Sicht des Gerichts bei sämtlichen Bestandskunden laut Kundenschutzvereinbarung einschlägig. Bei einem Geschäftsabschluss mit diesen Kunden wirke die ursprüngliche Kundenwerbung noch nach. Zwar sei es nicht untersagt gewesen, Geschäfte auch

unmittelbar mit diesen Kunden – gegebenenfalls nach der Vermittlung durch freie Handelsvertreter oder Handelsagenturen – abzuschließen. Die gesetzliche Regelung führe jedoch dazu, dass das Unternehmen für diese Geschäfte Provision schulde.

**Wichtig:** Dieser gesetzliche Kundenschutz kann vertraglich abbedungen werden. Dafür bedarf es jedoch ausdrücklicher vertraglicher Regelungen.

Zusätzlich leitete das LAG dies auch aus einer ergänzenden Auslegung der Kundenschutzvereinbarung her: Auch bei einer Vermittlung durch freie Handelsvertreter finde der für eine Provisionszahlung ausschlaggebende Geschäftsabschluss direkt zwischen dem Unternehmen und dem vom Vermittler geworbenen Bestandskunden statt. Das Unternehmen nehme unmittelbar Einfluss auf das Geschäft mit dem Bestandskunden. Es liege daher ein Umgehungsgeschäft vor: Mit Einschaltung eines Handelsvertreters umgehe das Unternehmen aktiv den vereinbarten Kundenschutz. Würde bei einem solchen Umgehungsgeschäft keine Provision fällig, widerspräche dies dem in § 87 Abs. 1 HGB vom Gesetzgeber leitbildartig vorgesehenen Kundenschutz.

## III. Bezirksprovision

Eine Bezirksprovision im Sinne des § 87 Abs. 2 HGB für alle Geschäfte mit gebietsansässigen Kunden sei hingegen nicht geschuldet. Sie könne nicht allein deshalb beansprucht werden, weil dem Reisenden ein nach Postleitzahlen konkretisiertes Vertragsgebiet zugewiesen worden sei.

**Wichtig:** Die Regelung des § 87 Abs. 2 HGB gilt nicht für Arbeitsverhältnisse. § 65 HGB nimmt nur auf § 87 Abs. 1 und 3 HGB Bezug. Die Zuweisung eines bestimmten Bezirks allein führt beim Arbeitnehmer daher nicht zum Entstehen eines Anspruchs auf Bezirksprovision. Hierzu sind vielmehr weitere Abreden erforderlich. Solche gesonderten Vereinbarungen zu einer Bezirksprovision vermochte das LAG in der Kundenschutzvereinbarung nicht zu erkennen. Auch aus dem dort verwendeten Wort „exklusiv" folge nicht ohne weiteres die Vereinbarung eines Bezirksschutzes. Zwar gebe es Rechtsprechung, die besage, dass es sich in der Regel um einen Bezirksschutz handele, wenn ein bestimmtes Gebiet „exklusiv" zugewiesen werde. Diese Rechtsprechung betreffe jedoch Handelsvertreter, nicht Arbeitnehmer.

## IV. Kundenschutzprovision

Denkbar ist des Weiteren noch eine Provisionsberechtigung des Vermittlers durch besondere Vereinbarung, die von den gesetzlich vorgesehenen Varianten abweicht oder über sie hinausgeht. Diese kann beispielsweise alle in einer Kundenschutzvereinbarung aufgeführten Kunden erfassen. Dies gilt unabhängig davon, ob der Vermittler sie ursprünglich einmal geworben hat, ob Geschäfte der gleichen Art betroffen oder ob die Kunden in einem bestimmten Gebiet ansässig sind. Im Falle des Thüringer LAG war dies zu prüfen.

Eine solche Vereinbarung hatten die Parteien im Streitfall getroffen. Das Gericht prüfte, ob darunter auch Dreiecksgeschäfte fielen, in denen Etiketten zunächst an ein nicht geschütztes Zwischenhandelsunternehmen verkauft wurden, das seinerseits an geschützte Kunden weiterverkaufte. Das LAG kam dabei zu dem Ergebnis, dass eine Provision nicht geschuldet sei. Der Wortlaut der Vereinbarung und der von den Parteien mit ihr verfolgte Zweck sprächen dafür, dass mit der Kundenschutzvereinbarung ausschließlich ein Schutz der Außendienstmitarbeiter untereinander bezweckt worden sei. Anhaltspunkte für einen umfassenderen Kundenschutz bestünden nicht.

Dazu komme man auch nicht im Wege der ergänzenden Vertragsauslegung: Die Drittfirmen seien Kunden des Unternehmens. Der maßgebliche Geschäftsabschluss finde zwischen der Drittfirma und dem Unternehmen statt. Diese Drittfirmen habe der Vermittler auch vor Abschluss der Kundenschutzvereinbarung als Kunden werben können. Die Fallgestaltung des Ankaufs durch Drittfirmen unterscheide sich nicht von anderen, zuvor nicht vom Vermittler geworbenen Neukunden. Der Umstand, dass diese Drittfirmen ihrerseits die Etiketten an Bestandskunden weiterveräußern würden, entferne sich zu weit von dem auch nach dem Gesetz für eine Provisionspflicht vorausgesetzten direkten Geschäftsabschluss.

Von einem Umgehungsgeschäft, ohne dessen Erfassung die Kundenschutzvereinbarung leerliefe, könne nicht gesprochen werden, weil nicht erkennbar sei, dass die Konstellation des Weiterverkaufs mit Blick auf eine Belieferung des geschützten Endkunden vom Unternehmen initiiert worden sei. Darauf, was die Kunden mit der erworbenen Ware tun, habe das Unternehmen als Erstverkäufer in aller Regel keinen Einfluss. Eine echte Gefahr für den mit der Kundenschutzvereinbarung verfolgten Zweck sei ebenfalls nicht erkennbar, weil keine ins Gewicht fallende Umstellung des Vertriebssystems hin zu einem Weiterverkauf durch Drittfirmen festzustellen sei. ■

**Autor**

**Dr. Michael Wurdack**

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