

ARBEITGEBERWECHSEL

Vorsicht bei der Kundenakquise

Der Arbeitgeberwechsel ist perfekt – nun kann die Kundenakquisition losgehen. Doch obacht: Vertriebsmitarbeiter sollten später nachweisen können, dass dafür verwendete Daten und Informationen nicht von dem ehemaligen Arbeitgeber stammen.

Täglich kommt es vor, dass gut am Markt eingeführte Handelsvertreter oder angestellte Reisende zu einem Konkurrenzunternehmen wechseln. Das neue Unternehmen verspricht sich hiervon natürlich auch die Nutzung von Beziehungen, die der Außendienstmitarbeiter bereits zu den in Frage kommenden Kunden aufgebaut hat. Eine solche Zusammenarbeit für den Unternehmer ist aber grundsätzlich nur dann möglich, wenn

- der Außendienstmitarbeiter aus seinem vorherigen Vertragsverhältnis ausgeschieden ist und
- keinem nachvertraglichen Wettbewerbsverbot unterliegt.

Ist dies der Fall, taucht regelmäßig die weitere Frage auf, inwieweit und mit welchen Mitteln eine Ansprache der Kunden rechtlich zulässig ist. Das betrifft insbesondere die Frage der Verwendung von Kundendaten, die dem Außendienstmitarbeiter aus seinem vorherigen Vertragsverhältnis bekannt sind. Oft wird aber

auch nachgefragt, wie sich der Außendienstmitarbeiter gegenüber den Kunden zu seiner früheren Tätigkeit äußern soll.

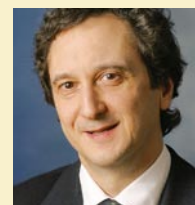
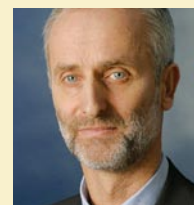
1. Grundsätze

Entgegen einer in der Praxis weit verbreiteten Annahme »gehört« der Kunde nicht dem Außendienstmitarbeiter. Tatsächlich besteht die Geschäftsbeziehung des Kunden nämlich allein zum Unternehmen. Der Mitarbeiter ist lediglich damit betraut, diese Geschäftsverbindungen zu bearbeiten. Deshalb ist der Mitarbeiter grundsätzlich nicht berechtigt, die ihm aus einem vorherigen Vertragsverhältnis bekannten Daten weiter für seine Tätigkeit beim Konkurrenzunternehmen zu verwerten.

Andererseits steht die Rechtsprechung auf dem Standpunkt, dass es zum Wesen des marktwirtschaftlichen Wettbewerbs gehört, dass Kunden abgeworben werden. Niemand hat also Anspruch auf Erhaltung seines Kundenstammes. Auch einem ausgeschiedenen Handelsvertreter kann es grundsätzlich nicht verwehrt werden, dass er die früher für das eine Unternehmen besuchten Kunden nunmehr für das andere abwirbt.

Dieses Spannungsfeld regelt vor allem das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG). Es geht von der zuletzt genannten Grundregel aus und erklärt

UNSERE RECHTSEXPERTEN



Kurt von Manteuffel (links) und Dr. Michael Wurdack arbeiten als Rechtsanwälte ausschließlich im Bereich des gesamten Außendienstrechts. Aktuelle Urteile im Volltext finden Sie unter der Rubrik Rechtsprechung unter www.vertriebsrecht.de.

Anwaltskanzlei Küstner, von Manteuffel & Wurdack • Herzberger Landstr. 48 • 37085 Göttingen • T (05 51) 4 99 96-0
E-Mail: Kanzlei@vertriebsrecht.de • Internet: www.vertriebsrecht.de

Abwerbungsmaßnahmen nur dann für unzulässig, wenn sie mit unlauteren Mitteln erfolgen.

2. Unlautere Mittel

Zu diesen unlauteren Mitteln gehört im Bereich des Vertriebs vor allem die Verwertung von Geschäfts- und Betriebsgeheimnissen des alten Unternehmens. Dazu gehören zum Beispiel Bestandsdaten, Kenntnisse über die Kalkulation, die Bezugsquellen, die Fertigungsmethoden, die Preise und auch die Umsatzdaten einzelner Kunden, die dem Vertreter aus seiner vorherigen Tätigkeit bekannt sind. Ohne dass das Unternehmen dies ausdrücklich genehmigt, ist es dem Vertreter nach Vertragsende untersagt, diese geschützten Daten zu verwerten.

Dies gilt nach der Rechtsprechung auch für solche Kundendaten, die im



Neuer Job, neues Glück
Kundendaten aus einer früheren Tätigkeit dürfen Außendienstmitarbeiter nur dann verwerten, wenn diese allein aus dem Gedächtnis stammen.

Rahmen der geschäftlichen Tätigkeit in die persönlichen Unterlagen des Handelsvertreters gelangt sind.

Unlauter ist des Weiteren etwa die Herabsetzung des ehemals vertretenen Unternehmens durch negative Äußerungen, erst recht, wenn diese ins Blaue hinein erfolgen.

Zu beiden Themenkreisen hat beispielsweise das Oberlandesgericht Köln in einem Urteil vom 25. August 2006 Folgendes entschieden:

Die Verwertung von Informationen aus einer irrtümlich vom alten Unter-

**IRRTUM
SCHÜTZT NICHT
VOR STRAFE.**

nehmen noch Monate nach Vertragsende an den ehemaligen Vertreter übersandten Rechnung ist unlauter. Der Irrtum sei für den Vertreter ohne Weiteres erkennbar gewesen. Dieser Fall sei deshalb wie derjenige zu behandeln, dass der Vertreter die während der Vertragslaufzeit erlangten Kenntnisse über Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse nunmehr unbefugt verwerte.

Des Weiteren hatte der Vertreter, der für das neue wie vormals für das alte Unternehmen gewerbliche Anzeigen

aquirierte, gegenüber dem Kunden eine bestimmte – niedrige – Auflagenzahl des Branchenhandbuchs des alten Unternehmens behauptet. Auch dies hielt das Oberlandesgericht für unlauter, weil diese nicht erweislich wahren Angaben geeignet seien, das alte Unternehmen zu schädigen.

3. Zulässige Verwertung von Kundendaten

Vom Grundsatz der Unlauterkeit der Kundendatenverwertung gibt es Ausnahmen. So darf ein Außendienstmitarbeiter Kundendaten aus einer früheren Tätigkeit nach ganz überwiegender Auffassung dann verwerten, wenn diese allein aus seinem Gedächtnis stammen. Dies wird allerdings spätestens dann unplausibel, wenn der Außendienstmitarbeiter ein Rundschreiben mit einer Auflage von unter Umständen mehreren einhundert Stück versendet und dann behauptet, er habe alle diese Adressen in seinem Gedächtnis gespeichert.

Ebenso darf der Außendienstmitarbeiter Daten verwerten, die bereits in einem Branchenbuch oder sonstigen frei zugänglichen Adresslisten verzeichnet sind. Voraussetzung hierfür ist allerdings, dass die dort enthaltenen Kunden ohne Weiteres Kraft ihrer Branche dem allgemein zugänglichen potenziellen Abnehmer-

kreis zuzurechnen sind. Hieran fehlt es in aller Regel bei Endverbrauchern.

4. Folgen unlauterer Kundenabwerbung

Verstößt der Außendienstmitarbeiter gegen die Regeln des lautereren Wettbewerbs und/oder das Verbot, Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse des alten Unternehmens zu verwerten, drohen zum einen dem Vertreter erhebliche rechtliche Konsequenzen, zum Beispiel in Form von einstweiligen Verfügungen, Auskunfts- oder Schadensersatzansprüchen.

Zum anderen muss aber auch das neue Unternehmen damit rechnen, ebenfalls kostenintensiv auf Unterlassung und eventuelle Beseitigung in Anspruch genommen zu werden. Das UWG sieht nämlich eine »Mithaftung« des vertretenen Unternehmens für die Handlungen seiner Mitarbeiter vor, und zwar sowohl

**DAS UWG SIEHT EINE
»MITHAFTUNG« DES
UNTERNEHMENS VOR.**

für angestellte Reisende als auch für selbstständige Handelsvertreter.

5. Praxistipps

Tritt ein Außendienstmitarbeiter mit einem Kunden des früheren Unternehmens in Kontakt, ist es empfehlenswert, so genau wie möglich zu dokumentieren, dass bei Werbung dieses Kunden keine aus der früheren Tätigkeit bekannten Daten verwendet wurden. Dazu könnten beispielsweise Vermerke über die mit dem Kunden geführten Gespräche angefertigt werden.

Auf diese Weise kann – auch unter Einbeziehung des Kunden als Zeugen – im Streitfall dargelegt werden, dass dem Mitarbeiter die Daten des Kunden allein von diesem mitgeteilt worden sind.

Im Übrigen sollte sich der Außendienstmitarbeiter schon im eigenen Interesse mit negativen Äußerungen über das alte Unternehmen zurückhalten: Damit würde der Vertreter in den Augen des Kunden letztlich oft auch seine eigene Leistung in der Vergangenheit schmälern. ←