von Rechtsanwältin **Yvonne A. E. Schulten**

Kundenschutzklauseln – wirksamer Schutz vor Kundenklau?

Arbeitet ein Unternehmen mit Subunternehmern bzw. freien Mitarbeiten, externen Beratern, Vertriebs- oder Kooperationspartnern zusammen, haben diese im Rahmen ihrer Tätigkeit in der Regel Zugriff auf die Kundendaten des Unternehmens. Um zu verhindern, dass der Partner die so erlangten Kundendaten für eigene Geschäftszwecke nutzt und zum Konkurrenten wird, werden häufig so genannte Kundenschutzklauseln vereinbart – oft nach dem Motto „Mein Kunde ist mein Eigentum – und zwar für immer"...

Doch auf die Wirksamkeit solcher Klauseln kann sich das Unternehmen nicht verlassen. Hier spielen das Kartellrecht und allgemeine Grundsätze (§§ 138, 242 BGB) sowie das AGB-Recht (sofern es sich nicht um eine individuell ausgehandelte Klausel handelt) eine Rolle.

Liegen die Wirksamkeitsvoraussetzungen nicht vor, kann sich das Unternehmen bei einem Verstoß des Partners nicht auf die Kundenschutzklausel berufen. Dann kann weder Unterlassung, noch Auskunft, Schadensersatz oder eine ggf. vereinbarte Vertragsstrafe verlangt werden. Der Unternehmer hat dann seine Kunden an den Partner verloren und kann sich nicht einmal dagegen wehren.

Eine so genannte geltungserhaltende Reduktion findet bei Fehlen einer Wirksamkeitsvoraussetzung grundsätzlich nicht statt, d.h. die Klausel ist insgesamt nichtig. Nur bei einer unzulässig langen Bindungsdauer des Partners ist die Klausel in der Regel nicht nichtig, sondern die Dauer kann im Wege der geltungserhaltenden Reduktion auf das angemessene Maß reduziert werden. In diesem Fall bleibt die (zeitlich angepasste) Klausel anwendbar.

1. Voraussetzungen für eine wirksame Kundenschutzvereinbarung

Folgende Anforderungen werden an Kundenschutzklauseln gestellt:

- Gegenständliche Beschränkung

Die Klausel muss gegenständlich auf den Schutz der Kunden begrenzt sein, die dem Partner durch seine Tätigkeit für das Unternehmen bekannt werden.

Praxistipp:
Falls es sich um einen bei Beginn der Zusammenarbeit definierbaren Kundenkreis handelt, bietet es sich an, zur gegenständlichen Konkretisierung die Kunden, die unter die Klausel fallen sollen, aufzulisten. Kommen im Laufe der Geschäftsbeziehung weitere Kunden hinzu, können diese zusätzlich aufgenommen werden, idealerweise durch Aktualisierung einer Anlage zum Vertrag, in der die konkreten Kunden benannt sind.

- Örtliche Beschränkung

Hier gilt: So eng wie möglich – wenn das Unternehmen z.B. nur im Umkreis von 200 km seines Sitzes tätig ist, sollte sich eine Kundenschutzklausel auf dieses Gebiet beziehen.

- Zeitliche Beschränkung

Eine zeitliche Einschränkung darf nicht fehlen. Sechs Monate dürften grundsätzlich angemessen sein, im Einzelfall bis zu zwei Jahren nach Vertragsbeendigung.

Hinweis:
Vorsicht bei Verträgen mit kurzer Laufzeit: Als Faustregel gilt, dass die Kundenschutzklausel maximal für einen gleich langen Zeitraum gelten darf, wie das Vertragsverhältnis mit dem Partner vor Vertragsbeendigung bestanden hat.

- Einzelfallabwägung

Immer gilt jedoch: Ob eine konkrete Kundenschutzklausel wirksam vereinbart wurde, hängt vom jeweiligen Sachverhalt ab. Erforderlich ist eine Abwägung im konkreten Einzelfall, um festzustellen, ob eine gewählte Formulierung wirksam und damit durchsetzbar ist.

Zwar besteht auch ohne ausdrückliche schriftliche Regelung eine vertragliche Nebenpflicht, den durch die Zusammenarbeit entstandenen Kontakt zu den Kunden des andern nicht für gleichartige eigene Vertragsbeziehungen mit diesen Kunden zu nutzen. Außerdem genießt die Kundenbeziehung grundrechtlichen Schutz nach Art. 14 GG (Eigentumsfreiheit) zugunsten des Unternehmens.

Allerdings wird auf der anderen Seite durch eine Kundenschutzklausel in das Grundrecht der Berufsfreiheit nach Art. 12 GG des Partners eingegriffen, der durch den Kundenschutz nicht unverhältnismäßig in seiner Berufsausübung eingeschränkt werden darf.

Diese gegensätzlichen, vom Grundgesetz geschützten Positionen und Interessen müssen bei der Formulierung einer Kundenschutzklausel für den jeweiligen Einzelfall in ein angemessenes Verhältnis gebracht werden.

2. Vorsicht bei Abhängigkeitsverhältnissen

Ist das Unternehmen z.B. alleiniger Auftraggeber des Subunternehmers oder ist der freie Mitarbeiter scheinselbständig, kann eine Konstellation vorliegen, die mit einem Arbeitsverhältnis vergleichbar ist, v.a. aufgrund der wirtschaftlichen Abhängigkeit.

Die bei Arbeitnehmern geltende Entschädigungspflicht nach § 74 Abs. 2 HGB kann bei vergleichbaren Abhängigkeitsverhältnissen zum Tragen kommen. In solchen Fällen muss in der Kundenschutzklausel für deren Wirksamkeit ggf. eine Entschädigung für den Partner enthalten sein.

3. Praxistipp: Sanktion

Aus Unternehmersicht sollte vertraglich für den Fall des Verstoßes des Partners gegen die Kundenschutzklausel eine Sanktion vereinbart werden. In Betracht kommt eine Vertragsstrafenregelung oder pauschalierter Schadenersatz.

4. Fazit

Damit aus einem Partner kein Konkurrent wird, ist nicht nur „faktisch“ bei der Wahl des Partners, sondern auch „rechtlich“ bei der Formulierung von Kundenschutzklauseln Vorsicht geboten. Bei der Formulierung von Kundenschutzklauseln ist auf die erforderlichen Beschränkungen zu achten (gegenständlich, örtlich, zeitlich) – und auf die Besonderheiten des Einzelfalles (Interessenabwägung).

Übrigens: Kundenschutzklauseln sind von Wettbewerbsklauseln zu unterscheiden. Kundenschutzklauseln beziehen sich „lediglich“ auf künftige Geschäftsbeziehungen mit aus der Zusammenarbeit erlangten Kundenkontakten. Wettbewerbsklauseln dahingegen reichen weiter. Sie dienen dazu, dem Partner jeglichen Wettbewerb gegenüber dem Unternehmen zu untersagen. Bei Wettbewerbsverboten sind noch strengere Anforderungen zu beachten. So sind z.B. Entschädigungszahlungen regelmäßig Wirksamkeitsvoraussetzung.

Autor:
RAin Yvonne A. E. Schulten
Rechtsanwältin und Fachanwältin für Informationstechnologierecht