

Hinweise für den Abschluss von Verlagsvertre- tungsverträgen

Ausgearbeitet von der Arbeitsgemeinschaft Verlagsvertretungen und dem Verleger-Ausschuss des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels e.V.

Vorbemerkung

Diese Hinweise für den Abschluss von Verlagsvertretungs-Verträgen sollen dazu dienen, Verlagen und Verlagsvertretern bei der Formulierung neuer Verträge oder bei der Neufassung bestehender Verträge behilflich zu sein. Sie engen die vorhandene Vertragsfreiheit nicht ein, sondern liefern einen Katalog jener Vertragspunkte, die nach gegenwärtiger Praxis erfahrungsgemäß zu Missverständnissen und Auseinandersetzungen führen können und über die deshalb Vereinbarungen getroffen werden sollten.

Eingerückte Textpassagen stellen Alternativen dar, damit verschiedenen Gegebenheiten Rechnung getragen werden kann.

Bestehende Verträge sowie die Möglichkeiten für weitere Vereinbarungen bleiben unberührt, soweit die am 1.1.1990 in Kraft getretenen Änderungen des Handelsvertreterrechts, die auf einer entsprechenden EG-Richtlinie vom 18.12.1986 beruhen, nicht Abweichendes regeln.

Der Vertreter ist selbstständiger Handelsvertreter im Sinne der §§ 84 ff HGB. Steuern und Sozialversicherung gehen daher ausschließlich zu Lasten des Vertreters.

1. Gegenstand eines Verlagsvertretungs-Vertrags

1.1 Es ist üblich, dass der Verlagsvertreter die Vertretung eines Verlags in Alleinvertretung mit Kundenschutz für einen bestimmten, vertraglich festgelegten Kundenkreis übernimmt. Dieser Kundenkreis (zu dem gehören können: Sortimentsbuchhandel, Bahnhofsbuchhandel, Reise- und Versandbuchhandel, Barsortimente, Warenhäuser sowie verlagspezifische Sondermärkte) sollte in einer dem Vertrag gesondert beizufügenden Liste aufgeführt und

- halbjährlich
- jährlich

gemeinsam auf den neuesten Stand gebracht werden. Anstelle eines solchermaßen festgelegten Kundenkreises kann dem Verlagsvertreter auch ein bestimmtes Tätigkeitsgebiet zugewiesen werden. Die geografischen Grenzen dieses Gebiets können sich aus einem Kartenausschnitt ergeben, der dem Vertrag ebenfalls beigelegt werden sollte (Gebietsschutz). Sind im geografisch abgegrenzten Gebiet mehrere Verlagsvertreter tätig, sollte dies im Vertrag vermerkt werden. Dem Vertreter sollte das Recht zugestanden werden, in die Kundenliste des Verlags ohne Vertreterzuordnung Einsicht zu nehmen.

1.2 Im Vertrag sollte darauf hingewiesen werden, dass der Verlagsvertreter als Repräsentant des Verlags die Aufgabe hat, dessen Interessen hinsichtlich des übertragenen Kundenkreises mit der Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns wahrzunehmen und zu fördern. Auch erscheint der Hinweis angebracht, dass der Verlagsvertreter seine Tätigkeit zwar in eigener Verantwortung, aber in ständiger Fühlungnahme mit dem Verlag auszuüben hat.

1.3 Für die Durchführung dieser Aufgaben müsste dem Verlagsvertreter Vermittlungsvollmacht erteilt werden. Es sollte dabei festgelegt werden, dass der Verlag nicht zur Annahme der ihm vom Verlagsvertreter vermittelten Aufträge verpflichtet ist, sofern sachlich gerechtfertigte Gründe vorliegen; der Verlagsvertreter wäre jedoch vom Verlag gemäß Ziff. 4.3 zu unterrichten. Ferner sollte vereinbart werden, dass der Verlagsvertreter zum Inkasso

- nicht
- nur nach vorheriger Absprache mit dem Verlag

berechtigt ist.

1.4 In der Regel wird dem Verlagsvertreter bei Tätigkeitsbeginn eine Liste der im Rahmen des übertragenen Kundenkreises bereits bestehenden Geschäftsverbindungen ausgehändigt, in der auch die in den letzten drei Geschäftsjahren vor Tätigkeitsbeginn mit den betreffenden Kunden erzielten Umsätze angegeben sind. Es sollte vereinbart werden, dass diese Liste im Hinblick auf den bei Tätigkeitsbeginn vorhandenen Altkundenstamm und den Umsatz verbindlich ist. Ferner sollte im Vertrag vermerkt werden, dass die Liste dem Verlagsvertreter zur qualitativen Beurteilung des übertragenen Kundenkreises und beiden Vertragsparteien als Hilfsmittel zur Errechnung eines möglichen Ausgleichsanspruchs gemäß § 89 b HGB dient.

2. Pflichten des Verlagsvertreters im Außenverhältnis

2.1 Es sollte vereinbart werden, dass der Verlagsvertreter alle in der Kundenliste aufgeführten Kunden in der Regel zweimal jährlich zu besuchen hat. Ausnahmen hiervon sollten in der Kundenliste vermerkt werden. Warenhäuser werden in der Regel zwei- bis sechsmal besucht. Die Reisettermine für die Frühjahrs- und Herbstreise (Beginn, Dauer und Ende) werden üblicherweise zwischen dem Verlagsvertreter und dem Verlag jeweils rechtzeitig abgestimmt. Der Verlagsvertreter sollte verpflichtet werden, sich vor Reiseantritt über die Neuerscheinungen sowie über die lieferbaren und in Vorbereitung befindlichen Titel des Verlags so umfassend zu informieren, dass er die Kunden seines Reisegebiets gründlich beraten und die lieferbaren Titel optimal anbieten kann. Vor Reiseantritt sollte die Kundenliste auf den neuesten Stand gebracht werden.

2.2. Der Verlagsvertreter sollte verpflichtet werden, verkaufsfördernde Maßnahmen des Verlags bei seinen Kunden zu propagieren.

2.3 Der Verlagsvertreter ist zu verpflichten, sich bei seiner Vermittlungstätigkeit an die Allgemeinen Lieferungs- und Zahlungsbedingungen des Verlags, insbesondere die Rabattstaffeln und Zahlungsziele, zu halten. Zweckmäßig erscheint eine Klarstellung, dass von diesen Geschäftsbedingungen abweichende Vereinbarungen nur unter dem Vorbehalt ausdrücklicher Zustimmung des Verlags getroffen werden können. Ein Exemplar der Lieferungs- und Zahlungsbedingungen sollte dem Vertrag beigelegt werden; es ist jeweils durch die neueste Fassung zu ersetzen.

2.4 Es sollte vereinbart werden, dass dem Verlagsvertreter bekannt werdende Verstöße gegen die Preisbindungsmodalitäten des Verlags diesem unverzüglich mitzuteilen sind. Ein Revertext des Verlags müsste dem Verlagsvertreter ausgehändigt werden.

3. Pflichten des Verlagsvertreters im Innenverhältnis

3.1 In der Regel übt der Verlagsvertreter seine Tätigkeit persönlich aus. Er sollte nur mit schriftlicher Zustimmung des Verlags berechtigt sein, Untervertreter oder Reisende zu beschäftigen.

3.2. Es sollte festgelegt werden, dass der

- Verlagsvertreter seine Tätigkeit ausschließlich in den Dienst des Verlages stellt.
- Verlag Kenntnis davon hat und damit einverstanden ist, dass der Verlagsvertreter gleichzeitig auch für andere Verlage tätig ist. Zweckmäßigerweise werden diese Verlage in dem Vertrag namentlich aufgeführt.

Auch sollte vorgesehen werden, dass die Übernahme weiterer Vertretungen des Verlagsvertreters der ausdrücklichen schriftlichen Zustimmung des Verlags bedarf. Diese Zustimmung könnte nur aus wichtigem Grund versagt werden.

Ist der Verlag damit einverstanden, dass der Verlagsvertreter gleichzeitig auch andere Verlage vertritt, so erscheint eine Bestimmung sinnvoll, dass der Verlagsvertreter in gleicher Weise der Zustimmung des Verlags bedarf, wenn die Vertretung eines gemäß Satz 2 im Vertrag aufgeführten Verlags entfällt und der Verlagsvertreter die weggefallene Vertretung durch eine neue Vertretung ersetzen möchte.

Es ist üblich, dass die Zustimmung als erteilt gilt, wenn sich der Verlag nicht innerhalb von 30 Tagen erklärt.

3.3 Der Verlagsvertreter sollte sich um einen ständigen intensiven Kontakt zum Verlag bemühen, der dem Erfahrungs- und Gedankenaustausch dienen soll und der auch die verabredete Berichterstattung umfaßt. Diese könnte beinhalten: Alle wichtigen und besonderen Vorkommnisse (insbesondere personelle Veränderungen im Kundenkreis); Lageberichte; Einkaufsverhalten. Der Verlagsvertreter sollte verpflichtet werden, mit jedem Reiseauftrag bzw. in zu vereinbarenden Abständen Berichte zu übersenden. Die Berichterstattung könnte ggf. auf vorgedruckten Formularen erfolgen. Zur Kontaktpflege gehören üblicherweise auch individuelle Anregungen für das Programm und den Ausbau der Geschäftsbeziehungen zwischen dem Verlag und dem übertragenen Kundenkreis. Der Verlagsvertreter müsste auch verpflichtet werden, an den Vertreterkonferenzen des Verlags teilzunehmen. Bei der Festsetzung der Termine sollte die Interessenlage beider Vertragsparteien berücksichtigt werden. Es sollte vereinbart werden, wer die Kosten für den Besuch dieser Konferenzen zu tragen hat. Üblicherweise übernimmt der Verlag die Reisekosten für die Herbst- und Frühjahrskonferenz.

3.4 Es ist üblich, dass der Verlagsvertreter dem Verlag auf dessen Messestand bei der Frankfurter Buchmesse zur Verfügung steht, wobei ggf. der Tatsache Rechnung zu tragen ist, dass der Verlagsvertreter mehrere Verlage vertritt. Die Messtätigkeit des Verlagsvertreters ist normalerweise Bestandteil der Reise-tätigkeit. Der Verlagsvertreter sollte verpflichtet werden, an den Vertreterbörsen in seinem Reisegebiet teilzunehmen, sofern der Verlag das wünscht. Die Teilnahmegebühren trägt üblicherweise der Vertreter.

3.5 Der Verlagsvertreter sollte im Rahmen der ihm zu Gebote stehenden Möglichkeiten die Zahlungsfähigkeit der Kunden überprüfen und die Bemühungen des Verlags zur Feststellung der Zahlungsfähigkeit unterstützen. Er sollte sich verpflichten, den Verlag zu informieren, sobald Zweifel an der Zahlungsfähigkeit eines Kunden entstehen.

3.6 Der Verlagsvertreter sollte ferner die Verpflichtung eingehen, über alle Geschäftsgeheimnisse, Verlagspläne und andere Interna, die ihm während und auf Grund seiner Tätigkeit bekannt werden, Dritten gegenüber Stillschweigen zu bewahren. Dies sollte auch für die Zeit nach Beendigung des Vertrags vereinbart werden.

4. Pflichten des Verlags

4.1 Es sollte geregelt werden, dass der Verlag die Tätigkeit des Verlagsvertreters im Rahmen der ihm zu Gebote stehenden Möglichkeiten und der üblichen Gepflogenheiten zu unterstützen hat und ihm die für seine Tätigkeit erforderlichen Unterlagen (Mustermappen, Titelfotos, Umschlagsandrucke, Fahnenabzüge, Prospekte, Kataloge, Verkaufshilfen, Auftragsblocks, Kundenstatistiken, Programmvorschaue usw.) unentgeltlich so rechtzeitig übersendet, dass sich der Verlagsvertreter noch vor dem verabredeten Reiseantritt ausreichend informieren kann. Der Verlag sollte sich verpflichten, den Verlagsvertreter über vergebene Taschenbuchlizenzen, Buchgemeinschaftsausgaben, geplante Neuauflagen oder Verramschungen usw. rechtzeitig zu unterrichten. Es erscheint angemessen, dass der Verlagsvertreter bei Neuerscheinungen (d. h. auch bei inhaltlich oder ausstattungsmäßig veränderten Neuauflagen) sofort jeweils ein kostenloses Belegexemplar erhält; für bibliophile, limitierte und besonders wertvolle Ausgaben – insbesondere aus wissenschaftlichen Programmen – können besondere Vereinbarungen getroffen werden. Dem Verlagsvertreter soll die Möglichkeit gegeben werden, auf Wunsch weitere Exemplare zum Eigenbedarf mit einem zu vereinbarenden Höchststrabatt zu beziehen.

Ist eine elektronische Bestellerfassung (Laptop, Notebook) vorgesehen, so sollten Hard- und Software vom Verlag zur Verfügung gestellt werden. Vertritt der Vertreter mehrere Verlage, so sollten die anteiligen Kosten der beteiligten Verlage im Vertrag festgelegt werden. Die Verlage sollten möglichst einheitliche Programme einsetzen, mindestens aber solche, die mit nur einem Erfassungsgerät zu bedienen sind. Es ist dem Vertreter nicht zuzumuten, mehrere verschiedene Geräte auf die Reise mitzunehmen und einzusetzen. Die Dateien sind vom Verlag möglichst wöchentlich auf dem Laufenden zu halten und dem Vertreter zur Verfügung zu stellen.

4.2 Ist gemäß Ziff. 1 der Kundenkreis festgelegt, so darf der Verlag ohne Abstimmung mit dem Verlagsvertreter weder selbst noch durch beauftragte Dritte gegenüber diesem Kundenkreis in einer Weise tätig werden, die zu einer mit den Rechten des Verlagsvertreters aus Ziff. 1 kollidierenden Überschneidung der jeweiligen Aufgabenbereiche führt.

4.3 Es sollte vereinbart werden, dass der Verlag dem Verlagsvertreter stets die erforderlichen Nachrichten zu geben und ihn über den Stand der Produktion laufend zu unterrichten hat. Die Ablehnung eines vermittelten Geschäfts sollte dem Verlagsvertreter unverzüglich angezeigt werden. Entsprechendes hätte zu gelten, wenn der Verlag ein Geschäft nur in erheblich geringerem Umfang abschließen kann oder will. Der Verlagsvertreter sollte auch informiert werden, wenn der Verlag vereinbarte Liefertermine nicht einhalten kann. Es erscheint gerechtfertigt, dass der Verlagsvertreter stets über außergewöhnliche Geschäfte mit Kunden des gemäß Ziff. 1 festgelegten Kundenkreises unterrichtet wird, die ohne seine Mitwirkung abgeschlossen werden.

4.4 Der Verlag wäre dazu anzuhalten, den Verlagsvertreter laufend über Kunden mit zweifelhafter Bonität zu informieren. Dem Verlagsvertreter sollten Kopien von solchen Mahnungen übersendet werden, die gerichtliche Schritte androhen.

4.5 Es sollte vertraglich sichergestellt werden, dass der Verlagsvertreter über eine bevorstehende vollständige oder teilweise Veräußerung des Verlags frühzeitig unterrichtet wird, in jedem Fall, bevor die Öffentlichkeit hierüber informiert wird.

Entsprechendes sollte für geplante Fusionen bzw. für eine vollständige oder teilweise Liquidierung von Verlagsprogrammen vereinbart werden. Ebenso sollte der Verlagsvertreter über wichtige Personalveränderungen im Verlag, die von öffentlichem Interesse oder im Hinblick auf den gemäß Ziff. 1 festgelegten Kundenkreis bedeutsam sind, informiert werden. Dabei muss bedacht werden, dass andererseits in diesen Fällen Vertraulichkeitspflichten oder andere Belange des Verlags einer solchen Unterrichtung des Verlagsvertreters entgegenstehen können. Im Kollisionsfall sind die beiderseitigen Interessen gegeneinander abzuwägen.

5. Provisionsanspruch des Verlagsvertreters

5.1 In der Regel wird vereinbart, dass der Verlagsvertreter Anspruch auf Provision hat für alle Geschäfte

- a) mit Kunden der Liste gemäß Ziff. 1
- b) aus Reiseaufträgen mit Kunden der Liste gemäß Ziff. 1
- c) mit Kunden, die in dem ihm gemäß Ziff. 1 möglicherweise zugewiesenen Bezirk ansässig sind.
- d) die innerhalb von 6 Monaten nach der Vertragsbeendigung zustande kommen und überwiegend auf die vor der Vertragsbeendigung ausgeübte Tätigkeit des ausgeschiedenen Verlagsvertreters zurückzuführen sind.

5.2 Standing-Order-Umsätze und Fortsetzungsaufträge für Reihen sind in der Regel provisionspflichtig. Das gleiche gilt für Aufträge, die unkündbare Fortsetzungswerke – z. B. Lexika – betreffen, und zwar grundsätzlich bis zum Erscheinen des letzten Bands. Für Aufträge über kündbare Fortsetzungswerke bzw. Loseblattausgaben wird hingegen oftmals vereinbart, dass die Provisionspflicht 12 Monate nach der Vertragsbeendigung endet. Auch in Fällen sonstiger Fortsetzungsaufträge sowie von Standing-Order-Umsätzen empfiehlt es sich festzulegen, wieviele Monate nach der Vertragsbeendigung die Provisionspflicht endet. Anstelle einer solchen Festlegung kann auch vereinbart werden, die Provisionsansprüche des Verlagsvertreters aus derartigen Geschäften durch einmalige Pauschalzahlungen abzugelten.

5.3. Üblicherweise wird die Provisionspflicht ausgeschlossen für:

- Exportgeschäfte
- Ramschverkäufe
- Kollegenbestellungen
- Rohbogenverkäufe
- Sonderauflagen für Industrie- und Behördenkunden und dgl. sowie ggf. für weitere Arten von Geschäften.

Ferner kann darauf hingewiesen werden, dass dem Verlagsvertreter Provisionsansprüche für solche Ge-

schäfte nicht zustehen, die nach den gesetzlichen Bestimmungen einem ausgeschiedenen Verlagsvertreter zu verprovisionieren sind (§ 87 Abs. 3 HGB).

5.4 Können aus Geschäftsabschlüssen des Verlags erwachsende Provisionsansprüche nicht zweifelsfrei nur einem Verlagsvertreter zugeordnet werden, so führt dies zwischen den Vertragsparteien häufig zu Unstimmigkeiten. Für solche Fälle sollte deshalb eine Regelung über die Aufteilung der Provision aus solchen Geschäftsabschlüssen getroffen werden.

5.5 Die Provisionssätze können unterschiedlich vereinbart werden. In Betracht kommt eine Differenzierung nach

- a) Umsätzen des Sortiments
- b) Umsätzen des Barsortiments, von Grossisten und von zentraleinkaufenden Filialunternehmen (s. 5.6)
- c) nachgesandten Aufträgen
- d) Gesamtumsätzen ("Mischprovisionen" für Umsätze des Sortiments und von Grossisten).

Die Provision wird dem Verlagsvertreter in der Regel zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer geschuldet.

5.6 Die Provisionierung der Umsätze und die Kundenkategorisierung gem. Ziff. 5.5 b sollte zweifelsfrei definiert werden. Das Provisionsaufkommen aus diesen Umsätzen steht dabei nicht ausschließlich den Vertretern zu, in deren Gebiet die in 5.5 b genannten Unternehmen (zufällig) ihren Sitz haben, sondern sollte zwischen allen Vertretern des Verlags aufgeteilt werden, und zwar im Verhältnis der Umsatzanteile der einzelnen Vertreter am Gesamtumsatz, vermindert um die Umsätze mit den in 5.5 b genannten Unternehmen.

5.7 Als Bemessungsgrundlage für die Provision sollte der Rechnungsbetrag nach Abzug der Mehrwertsteuer und der Versandkosten (=Nettoabgabepreis) festgelegt werden.

5.8 Es sollte eine Vertragsbestimmung aufgenommen werden, dass der Provisionsanspruch

- mit der Ausführung des provisionspflichtigen Geschäfts durch den Verlag entsteht.
- entsteht, sobald und soweit der Kunde den Kaufpreis gezahlt hat. In diesem Fall hat der Verlagsvertreter mit der Auslieferung durch den Verlag einen gesetzlichen Anspruch auf angemessenen Vorschuß (§ 87 a Abs. 1 HGB), der spätestens am Ende des Monats fällig werden sollte, in dem die Auslieferung erfolgt.

5.9 Ferner könnte vereinbart werden, dass der Verlagsvertreter monatlich erhält

- einen – ggf. rückzahlbaren – Provisionsvorschuss in bestimmter Höhe,
- eine garantierte Mindestprovision in bestimmter Höhe – unabhängig vom erzielten Umsatz. Ergeben sich mit Rücksicht auf die erzielten provisionspflichtigen Umsätze Provisionen, die die garantierte Mindestprovision überschreiten, sind diese Provisionen zusätzlich zur garantierten Mindestprovision auszuführen.

5.10. In Bezug auf den Wegfall von Provisionsansprüchen werden häufig folgende Regelungen getroffen:

5.10.1 Der Provisionsanspruch entfällt, wenn feststeht, dass der Kunde nicht zahlt und der Verlag die Forderung als uneinbringbar ausgebucht hat, oder wenn der Kunde von dem ihm eingeräumten Rückgabeberechtigt Gebrauch macht; bereits auf den betreffenden Geschäftsabschluss geleistete Provisionszahlungen sind dann zurückzubelasten bzw. zurückzuzahlen. Der Provisionsanspruch mindert sich entsprechend, wenn der Kunde nur teilweise zahlt. Der Provisionsanspruch entfällt auch, wenn und soweit die Nichtausführung eines vom Verlag angenommenen Geschäfts auf Umständen beruht, die vom Verlag nicht zu vertreten sind, insbesondere wenn ihm die Ausführung ohne eigenes Verschulden unmöglich wird oder ihm – etwa wegen Zahlungsunfähigkeit des Kunden – nicht zugemutet werden kann. Die im letzten Satz vorgeschlagene Regelung beruht auf zwingendem Gesetzesrecht (§ 87 a Abs. 3 HGB).

5.10.2 Nach der Vertragsbeendigung vorzunehmende Provisionsrückbelastungen für Remittenden sollten so gehandhabt werden, dass

innerhalb eines bestimmten Zeitraums nach der Vertragsbeendigung erfolgende Remittenden zu Lasten des ausgeschiedenen Verlagsvertreters gehen.

innerhalb eines bestimmten Zeitraums nach der Vertragsbeendigung erfolgende Remittenden in zu bestimmenden Anteilen zu Lasten des ausgeschiedenen Verlagsvertreters gehen. Mit dem verbleibenden Anteil könnte der neue, an die Stelle des alten tretende Verlagsvertreter belastet werden.

nach der Vertragsbeendigung erfolgende Remittenden dem ausgeschiedenen Verlagsvertreter mit einem auf Erfahrungsgrundsätzen beruhenden Pauschsatz belastet werden.

5.11 Der Verlag sollte sich verpflichten, über die dem Verlagsvertreter zustehenden Provisionen

- monatlich
- vierteljährlich

abzurechnen; ein Abrechnungszeitraum von höchstens drei Monaten entspricht zwingendem Gesetzesrecht (§ 87 c Abs. 1 HGB). Die Abrechnung (sowie die Zahlung der Provision) muss (müssen) nach der (den) zwingenden Regelung(en) des § (der §§ 87 a Abs. 4 und) 87 c Abs. 1 HGB spätestens bis zum Ende des Monats erfolgen, der dem vereinbarten Abrechnungszeitraum folgt.

Die monatlichen à-conto-Zahlungen müssten bei der Abrechnung berücksichtigt werden; Überzahlungen wären auszugleichen.

Der Verlagsvertreter hat keinen Anspruch auf Provision für Werbemittel und Verkaufshilfen, die mit Kostenvergütung an das Sortiment abgegeben werden. Der Verlagsvertreter kann Mitteilung über alle Umstände verlangen, die für den Provisionsanspruch, seine Fälligkeit und seine Berechnung wesentlich sind.

5.12 Über die Provisionszahlungen hinaus hätte der Verlag dem Verlagsvertreter entsprechend den hierüber zu treffenden Vereinbarungen die Kosten zu erstatten, die dem Verlagsvertreter im Zusammenhang mit der Ausführung ihm vom Verlag zusätzlich übertragener Tätigkeiten entstehen, die nicht zu seinem vertraglich festgelegten Aufgabenkreis gehören.

6. Krankheit des Verlagsvertreters

6.1 Im Vertrag sollte darauf hingewiesen werden, dass der Verlagsvertreter den Verlag unverzüglich zu unterrichten hat, wenn er aus krankheitsbedingten Gründen an der Ausübung seiner Tätigkeit gehindert ist.

6.2. Bei einer zu befürchtenden längeren Krankheitsdauer sollte der Verlagsvertreter die Möglichkeit haben, sich durch Einsatz anderer Personen vertreten zu lassen. Hinsichtlich der Auswahl und des Einsatzes dieser Personen sollte sowohl dem Verlagsvertreter als auch dem Verlag ein Vorschlagsrecht eingeräumt werden; die Beauftragung dürfte aber nur in Abstimmung mit der anderen Vertragspartei erfolgen.

6.3 Für den Fall, dass die Krankheit die Dauer von 6 Wochen überschreitet, sollte klargestellt werden, dass die durch die Bearbeitung des dem Verlagsvertreter übertragenen Bezirks oder Kundenkreises durch Dritte entstehenden Kosten in angemessener Höhe, jedoch nicht über 50% der vom Verlagsvertreter aus seiner Vermittlungstätigkeit für den Verlag in einem vergleichbaren Zeitraum durchschnittlich erzielten Provisionsannahmen hinaus, zu Lasten des Verlagsvertreters gehen. Dies sollte allerdings auf den Zeitraum von der 7. Woche bis zum Ablauf von 6 Monaten nach dem Krankheitsbeginn beschränkt werden. Nach Ablauf der 6 Monate müsste eine Regelung getroffen werden, die der dann gegebenen Situation Rechnung trägt. Ggf. sind die privaten Versicherungsverhältnisse des Verlagsvertreters zu bedenken.

7. Verjährung

Üblicherweise wird vereinbart, dass alle Ansprüche aus dem Vertragsverhältnis 2 Jahre nach ihrer Fälligkeit verjähren. Für Ansprüche des Verlags auf Rückzahlung von Provisionen sollte als Beginn der Verjährungsfrist der Zeitpunkt festgelegt werden, in dem der Verlag von den Umständen Kenntnis erlangt, die den Rückzahlungsanspruch rechtfertigen.

8. Dauer des Vertrags, Kündigung

8.1 Der Vertrag sollte auf unbestimmte Zeit abgeschlossen werden. Er endet durch Kündigung, durch Aufhebungsvertrag oder durch den Tod des Verlagsvertreters.

8.2 Es empfiehlt sich die Aufnahme einer Bestimmung, wonach die ordentliche Kündigung unter Einhaltung einer Kündigungsfrist von

6 Monaten

12 Monaten

nur zum 31. Mai oder zum 31. Dezember eines jeden Jahrs erfolgen kann. Die Kündigung sollte durch eingeschriebenen Brief erklärt werden. Der Kündigungstermin kann auch in der Weise festgelegt werden, dass er in Einklang mit den Reiseternen des Verlagsvertreters steht. Er sollte in diesem Fall auf das Ende eines Quartals unter Wahrung der Kündigungsfristen des § 89 HGB bezogen werden.

8.3 Das Recht beider Vertragsparteien zur Kündigung aus wichtigem Grund ohne Einhaltung einer Kündigungsfrist wäre durch eine Regelung gemäß Ziff. 8.2 nicht berührt.

8.4 Der Verlagsvertreter sollte verpflichtet werden, nach der Vertragsbeendigung die ihm vom Verlag gemäß Ziff. 4.1 zur Verfügung gestellten Unterlagen unverzüglich und unaufgefordert zurückzugeben, sofern diese nicht bestimmungsgemäß verbraucht sind. Belegstücke sollten von der Rückgabepflicht ausgenommen werden.

8.5 Der Verlag sollte sich verpflichten, die Schlussabrechnung spätestens innerhalb von 3 Monaten nach der Vertragsbeendigung vorzunehmen.

9. Schlussbestimmungen

9.1 Es ist üblich, darauf hinzuweisen, dass ergänzend zu dem Vertrag die allgemeinen Vorschriften der §§ 84 ff. HGB gelten. Sollte eine Vertragsbestimmung unwirksam sein, so hätte dies nicht die Unwirksamkeit des gesamten Vertrags zur Folge. Die unwirksame Bestimmung wäre durch eine Regelung zu ersetzen, die dem Vertragszweck und dem ausdrücklichen oder mutmaßlichen Willen beider Vertragsparteien am nächsten kommt.

9.2 In der Regel wird für alle Ansprüche sowie für alle Streitigkeiten aus dem Vertragsverhältnis ein Erfüllungsort bzw. ein ausschließlicher örtlicher Gerichtsstand vereinbart. In Betracht kommt hierfür der

Sitz des Verlags.

Wohnsitz des Verlagsvertreters.

9.3 Ferner sollte festgelegt werden, dass mündliche Nebenabreden zu dem Vertrag nicht bestehen, und dass Änderungen und Ergänzungen des Vertrags oder eine Vereinbarung über dessen Aufhebung der Schriftform bedürfen. Auf die Formerfordernis könnte dann ebenfalls nur durch schriftliche Vereinbarung verzichtet werden.

September 1994