

Möglichkeiten der Markterschliessung im Vergleich

Kriterien für die Wahl der geeigneten Vertriebsform

(von RA Dr. Andreas M. Dubler, Dubler Anwaltskanzlei, Zollikon-Zürich)

Mäkler-, Agentur-, Kommissions-agentur-, Alleinvertriebsvertrag, Franchising

Für den Absatz von Waren über Vertriebspartner bietet sich eine Vielzahl von Vertragstypen. Die Wahl des für den einzelnen Fall geeigneten Vertrages ist nicht leicht und bedarf einer sorgfältigen Prüfung.

Voraussetzung für die erfolgreiche Vermarktung einer Ware oder einer Dienstleistung ist nicht nur ein hervorragendes Produkt, sondern auch eine schlagkräftige Vertriebsorganisation. Fehlt diese, lässt sich häufig auch ein noch so gutes Produkt nur schwer verkaufen.

Die Erschliessung neuer Märkte im In- und im Ausland durch den Unternehmer selbst ist eine zeitraubende und kostspielige Angelegenheit. Mangelnde Marktkennntnis und falsches Vorgehen können zu Misserfolgen führen. Dies muss nicht sein.

Durch den Einsatz eines Vertriebspartners bzw. Absatzmittlers mit einer bereits bestehenden Absatzorganisation bietet sich dem Unternehmer die Möglichkeit schnell, ohne Kapitaleinsatz und ohne grosses Risiko neue Märkte zu erschliessen.

Optimaler Einsatz juristischer Instrumente

Steht für den Hersteller oder Unternehmer der Entscheid zugunsten selbständiger Absatzmittler fest, hat er in einem zweiten Schritt die Wahl des geeigneten Vertriebsvertragstyps zu treffen. Die Unterschiede der einzelnen Vertragstypen sind für den Nichtjuristen auf den ersten Blick kaum erkennbar. Dennoch kann die Wahl der einen oder anderen Vertragsform für den Unternehmer unter Umständen weitreichende und kostspielige Folgen haben. Dem Entscheid sollte daher eine sorgfältige Evaluation vorausgehen.

Die unbesehene Verwendung von fertigen Musterverträgen wird den auf dem Spiele stehenden Interessen und Risiken oft nicht gerecht. Erst wenn die Wahl des Vertragstyps getroffen ist, lässt sich der Vertrag selbst im Detail ausarbeiten. Neben dem Vertragsrecht sind dabei auch EU-wettbewerbsrechtliche Vorschriften und das Produkthaftungsrecht zu berücksichtigen.

Für den Entscheid über den geeigneten Vertriebsvertrag hat sich der Unternehmer als erstes darüber klar zu werden, ob er eine dauerhafte vertragliche Bindung mit dem Vertriebspartner eingehen oder ob er auf der Basis von Einzelgeschäften seine Produkte im Markt absetzen lassen will.

Einzelgeschäfte

Wenn in einem Markt nur wenige Verkaufsabschlüsse mit einer zahlenmässig kleinen Kundschaft zu tätigen sind, was vor allem für Investitionsgüter der Fall sein kann, so sind dem Unternehmer das Beziehungsnetz des Vertriebspartners und dessen Marktkenntnisse wichtiger als eine intensive Marktbearbeitung. Der Vertriebspartner seinerseits erwartet einen möglichst hohen Gewinn aus dem einzelnen Geschäft und ist in der Regel nicht an einer langfristigen Bindung zum Hersteller oder Unternehmer interessiert. Für diese Fälle eignen sich der Mäkler-, der Kommissions- und der Trödelvertrag. All diesen Verträgen ist eigen, dass sie jederzeit kündbar sind.

Mäkler-, Kommissions- und Trödelvertrag

Im Mäklervertrag beschränkt sich die Tätigkeit des Absatzmittlers, des Mäklers, auf den Nachweis oder die Vermittlung von Geschäftsabschlüssen. Im Erfolgsfalle hat er Anspruch auf eine Provision.

Bei der Kommission schliesst der Kommissionär gegen eine Provision Kaufverträge im eigenen Namen aber für Rechnung des Unternehmers ab. Den Kommissionär treffen keine Absatzförderungspflichten, er handelt meist für viele verschiedene Auftraggeber. Der Unternehmer bleibt im Hintergrund. Wie beim Mäklervertrag trägt er aber dennoch das Risiko des Geschäftes, insbesondere das Zahlungsrisiko.

Ein sogenannter Trödelvertrag wird abgeschlossen, wenn der

Vertriebspartner Waren des Herstellers in Konsignation übernimmt und sich verpflichtet, entweder die Waren im eigenen Namen und auf eigene Rechnung zu verkaufen und dem Unternehmer den vereinbarten Preis zu bezahlen oder aber die Ware zurückzugeben.

Dauerhafte vertragliche Bindung

Sucht der Hersteller eine starke Marktposition für seine Produkte, was für Konsumgüter und Güter des Industriebedarfs regelmässig der Fall ist, so ist er darauf angewiesen, dass sein Vertriebspartner im Markt Aufbauarbeit leistet und Absatzförderungsmassnahmen trifft und hierfür unter Umständen erhebliche Auslagen und Zeit investiert. Dazu wird der Vertriebspartner regelmässig nur bereit sein, wenn er die Gewähr hat, dass er den Vertrieb der Produkte für eine gewisse Dauer übernehmen und so einen Gewinn realisieren kann. Für diese Fälle wird eine dauerhafte vertragliche Beziehung begründet, welche sich nicht ohne weiteres auflösen lässt.

Dauerhafte Vertriebsverträge sind der Agentur-, der Kommissionsagentur- und der Alleinvertriebsvertrag.

Agenturvertrag

Strebt der Unternehmer eine möglichst starke eigene Stellung im Zielmarkt an und sucht er eine direkte vertragliche Beziehung zum Kunden, dann wählt er den Agenturvertrag. Der Agent vermittelt Geschäfte oder schliesst solche als Vertreter des Unternehmers in dessen Namen und auf dessen Rechnung ab. Der Unternehmer bestimmt die Verkaufskonditionen und den Preis. Das Risiko aus dem Geschäft liegt alleine bei ihm. Der

Agent ist dem Hersteller gegenüber zur Sorgfalt und Loyalität verpflichtet. Als Gegenleistung für seine Dienste erhält er eine Provision. Aufgrund der relativ starken Abhängigkeit des Agenten vom Unternehmer bestehen verschiedene zwingend anwendbare gesetzliche Schutzbestimmungen. Immer wieder zu Auseinandersetzungen Anlass gibt der Anspruch des Agenten auf eine Kundschaftsentschädigung bei der Vertragsbeendigung.

Kommissionsagenturvertrag

Will der Unternehmer gegenüber den Kunden unbekannt bleiben, aber dennoch einen massgeblichen Einfluss auf seinen Vertriebspartner und die Verkaufskonditionen ausüben können, dann bietet sich der dem Agenturvertrag ähnliche Kommissionsagenturvertrag an. Der wesentliche Unterschied besteht darin, dass der Kommissionsagent zwar auf Rechnung des Unternehmers aber im eigenen Namen im Markt auftritt und die Geschäfte abschliesst. Der Kommissionsagent besitzt damit eine grössere Eigenständigkeit im Markt und bedarf deshalb auch nicht des gleichen Schutzes wie der Agent. Ein Anspruch auf Kundschaftsentschädigung besteht in der Regel nicht.

Alleinvertriebsvertrag

Beim Alleinvertriebsvertrag entsteht keine direkte vertragliche Beziehung des Herstellers zum Kunden. Hier kauft der Alleinvertreter die Waren vom Hersteller zum Zweck des Weiterverkaufs im eigenen Namen und auf eigene Rechnung. Das Risiko aus dem Vertrag mit dem Kunden liegt in diesem Falle alleine beim Alleinvertreter.

Der Alleinvertreter genießt in der Regel Exklusivität für ein bestimmtes Verkaufsgebiet oder Kundenkreis. Als Gegenleistung für dieses Exklusivrecht ist er gewöhnlich zur Abnahme von Mindestmengen verpflichtet. Der Verdienst des Alleinvertreters besteht in dessen Gewinnmarge zwischen An- und Verkaufspreis. Bei Vertragsbeendigung besteht in der Regel kein Anspruch auf Kundschaftsentschädigung.

Lizenzvertrag

Von den eigentlichen Vertriebsverträgen zu unterscheiden sind die Lizenz- und Franchiseverträge. Mit beiden Verträgen kann auch der Absatz von Produkten des Lizenz- oder Franchisegebers verbunden sein, dieser steht jedoch nicht unbedingt im Vordergrund. Für die Ausgestaltung von Lizenz- und Franchiseverträgen bestehen vielseitige Möglichkeiten.

Mit dem Lizenzvertrag räumt der Lizenzgeber dem Lizenznehmer das Recht ein, gegen Bezahlung einer Lizenzgebühr Immaterialgüterrechte wie Patente und Marken oder Know-how oder eine Kombination derselben zur Herstellung oder zum Vertrieb von Waren in einem bestimmten Gebiet zu gebrauchen. Der Lizenzvertrag bietet dem Lizenzgeber die Möglichkeit, aus Marken, Patenten oder Know-how finanziell zu profitieren, ohne selbst zu produzieren.

Franchisevertrag

Mit dem Franchisevertrag wird gegen Bezahlung einer Franchisegebühr ein ganzes Geschäftskonzept zum Zwecke des Verkaufs von Waren oder Dienstleistungen zur Nutzung übergeben. Gegenstand des Geschäftskonzeptes sind die Idee, die

Art und Weise deren Realisierung, bestehende Schutzrechte wie Marken, Warenausstattung, Geschäftsbezeichnungen, die Überlassung von Geschäftsgeheimnissen wie Rezepte etc., das Erscheinungsbild bis hin zur Geschäftseinrichtung. Zusätzlich zur Überlassung des Geschäftskonzeptes kommt der laufende Support durch Beratung, Schulung etc. des Franchisenehmers durch den Franchisegeber.

Individuell evaluieren

Aus dieser Gegenüberstellung zeigt sich, dass eine generelle Wertung der

einzelnen Vertragstypen nicht möglich ist. Vielmehr ist der geeignete Vertriebsvertrag aufgrund der Bedürfnisse und der Philosophie der Vertragsparteien, der Art der Produkte und des Marktes nach Berücksichtigung aller Vor- und Nachteile für jeden konkreten Fall individuell zu evaluieren. Hierfür müssen auch die rechtlichen Möglichkeiten und Schranken bekannt sein. Denn nur, wenn die juristischen Instrumente für die unternehmerischen Bedürfnisse optimal eingesetzt werden, besteht die bestmögliche Ausgangslage für eine erfolgreiche Vermarktung über Vertriebspartner.