Sbírka soudních rozhodnutí

STANOVISKO GENERÁLNÍHO ADVOKÁTA
MACIEJE SZPUNARA
přednesené dne 10. září 2015 [1]

Věc C-315/14

Marchon Germany GmbH
proti
Yvonne Karaszkiewicz

[žádost o rozhodnutí o předběžné otázce podaná Bundesgerichtshof (Německo)]

„Směrnice 86/653/EHS — Článek 17 — Nezávislí obchodní zástupci — Zánik smlouvy — Nárok obchodního zástupce na odškodnění — Pojem ‚noví zákazníci'"

I – **Úvod**

1. Můžete koláč mít a zároveň ho sníst? Taková otázka mi tane na mysli v projednávané věci, ve které chce předkládající soud vědět, zda stávající zákazníci zmocnitele mohou být pro účely ustanovení unijního sekundárního práva za určitých okolností považováni za „nové zákazníky"?

2. Podle čl. 17 odst. 2 písm. a) první odrážky směrnice Rady 86/653/EHS ze dne 18. prosince 1986 o koordinaci právní úpravy členských států týkající se nezávislých obchodních zástupců [2] má obchodní zástupce nárok na odškodnění po zániku jeho smlouvy, jestliže „zmocniteli přivedl nové zákazníky nebo podstatně zvýšil objem obchodu se stávajícími zákazníky". Předkládající soud chce zjistit, zda pojem „noví zákazníci" může za určitých okolností rovněž zahrnovat *stávající zákazníky* zmocnitele, tedy zákazníky, kteří již dříve měli obchodní vztah se zmocnitelem, ale předtím nekupovali určité značky z celkové nabídky výrobků zmocnitele.

3. Vztahuje se tak pojem „noví zákazníci" v podstatě na totožnost zákazníků, nebo na výrobky, které nakupují?

4. Projednávaná žádost o rozhodnutí o předběžné otázce, kterou podal Bundesgerichtshof (Spolkový soudní dvůr) (Německo) v průběhu řízení, ve kterém Yvonne Karaszkiewicz podala žalobu na společnost Marchon Germany GmbH, výrobce a velkoobchodníka s různými značkami brýlových obrub, s cílem dosáhnout vyplacení náhrady škody za vypovězení smlouvy o obchodním zastoupení, poprvé Soudnímu dvoru poskytuje příležitost vyložit pojem „noví zákazníci" v článku 17 směrnice.

5. Navrhuji, aby Soudní dvůr odpověděl tak, že článek 17 směrnice za určitých okolností nevylučuje uplatnění ustanovení vnitrostátního práva, podle kterého mohou být „novými zákazníky" rovněž zákazníci získaní obchodním zástupcem, kteří dříve měli obchodní vztah se zmocnitelem.

1 — Původní jazyk: angličtina.

2 — Úř. věst. L 1986, L 382, s. 17; Zvl. vyd. 06/01, s. 177 (dále jen „směrnice").

6. Vzhledem k tomu, že takový výklad vede k tomu, že zmocnitel musí zaplatit odškodnění, jsem toho názoru, že článek 17 směrnice má za následek to, že zmocnitel nemůže koláč zároveň mít a zároveň ho sníst.

II – **Právní rámec**

A – *Unijní právo*

7. Druhý bod odůvodnění směrnice uvádí:

„[…] rozdíly vnitrostátních právních předpisů v oblasti obchodního zastoupení značně ovlivňují podmínky hospodářské soutěže a výkon tohoto povolání uvnitř Společenství a poškozují úroveň ochrany obchodních zástupců v jejich vztazích se zmocniteli a bezpečnost obchodů; […] tyto rozdíly mimo jiné mohou značně omezovat uzavírání a plnění smluv o obchodním zastoupení mezi zmocnitelem a obchodním zástupcem usazenými v různých členských státech;“

8. Ustanovení čl. 1 odst. 2 směrnice stanoví:

„Pro účely této směrnice se obchodním zástupcem rozumí osoba, která je jako nezávislý zprostředkovatel trvale pověřena sjednávat prodej a nákup zboží pro jinou osobu (dále jen ‚zmocnitel‘) nebo sjednávat a uzavírat tyto obchody jménem a na účet zmocnitele.“

9. Článek 3 odst. 2 směrnice zní:

„Obchodní zástupce je povinen zejména

a) vynaložit potřebné úsilí na sjednávání a popřípadě na uzavírání obchodů, kterými je pověřen;

[…]“

10. Článek 17 směrnice stanoví:

„1. Členské státy přijmou opatření nezbytná, aby obchodní zástupce po zániku smlouvy získal odškodnění podle odstavce 2 nebo náhradu škody podle odstavce 3.

2.

a) Obchodní zástupce má nárok na odškodnění, jestliže

   — zmocniteli přivedl nové zákazníky nebo podstatně zvýšil objem obchodu se stávajícími zákazníky a zmocnitel má i nadále podstatné výhody z obchodu s těmito zákazníky, a

   — zaplacení této odměny je spravedlivé s ohledem na všechny okolnosti, zejména na provize, o které obchodní zástupce přichází a které vyplývají z obchodu s těmito zákazníky. Členské státy mohou stanovit, že mezi tyto okolnosti náleží rovněž použití či vyloučení konkurenční doložky ve smyslu článku 20;

b) Výše odškodnění nesmí překročit částku rovnající se ročnímu odškodnění vypočítanému z průměrné roční odměny pobírané obchodním zástupcem během pěti posledních let, a pokud smlouva trvá dobu kratší než pět let, je odškodnění počítáno z průměru za dotčené období trvání smlouvy;

c) Poskytnutí odškodnění nezbavuje obchodního zástupce možnosti žalovat na náhradu škody.

3. Obchodní zástupce má právo na náhradu škody, která mu vznikne v důsledku zániku vztahů se zmocnitelem.Tato škoda vzniká zejména, dojde-li k jejich zániku za okolností,

— které zbavují obchodního zástupce provizí, které by při řádném plnění smlouvy získal, a za okolností, které zmocniteli poskytují značné výhody spojené s činností obchodního zástupce, nebo

— které obchodnímu zástupci neumožní umořit náklady a výdaje, které vynaložil na splnění smlouvy na doporučení zmocnitele.

4. Nárok na odškodnění podle odstavce 2 nebo na náhradu škody podle odstavce 3 rovněž vzniká, jestliže k zániku smlouvy dojde v důsledku úmrtí obchodního zástupce.

5. Obchodní zástupce ztrácí nárok na odškodnění podle odstavce 2 nebo nárok na náhradu škody podle odstavce 3, jestliže zmocniteli neoznámí ve lhůtě jednoho roku od zániku smlouvy, že hodlá svůj nárok uplatnit.

6. Komise podá Radě do osmi let po oznámení této směrnice zprávu o provádění tohoto článku, a popřípadě jí předloží návrhy na změny.“

11. Článek 18 směrnice stanoví:

„Odškodnění nebo náhrada podle článku 17 se nevyplatí,

a) jestliže zmocnitel vypoví smlouvu z důvodu neplnění povinností ze strany obchodního zástupce, které by podle vnitrostátních právních předpisů opravňovalo k okamžitému zániku smlouvy;

b) jestliže smlouvu vypoví obchodní zástupce, ledaže důvodem této výpovědi jsou okolnosti na straně zmocnitele, vysoký věk, choroba nebo nemoc obchodního zástupce, a z těchto důvodů na něm nelze spravedlivě požadovat, aby nadále vykonával své činnosti;

c) jestliže obchodní zástupce po dohodě se zmocnitelem postoupí práva a povinnosti vyplývající ze smlouvy o obchodním zastoupení třetí osobě.“

B – *Německé právo*

12. Ustanovení § 89b odst. 1 Handelsgesetzbuch (obchodní zákoník) (dále jen „HGB“) stanoví:

„Obchodní zástupce může po zániku smluvního vztahu od zmocnitele požadovat přiměřené odškodnění, pokud

1. zmocnitel má z objemu obchodu s novými zákazníky, které získal obchodní zástupce, i po zániku smluvního vztahu nadále podstatné výhody a

2. zaplacení tohoto odškodnění je spravedlivé s ohledem na všechny okolnosti, zejména na ztrátu provize obchodního zástupce z obchodu s těmito zákazníky.

Se získáním nového zákazníka je rovnocenné, pokud obchodní zástupce rozšířil objem obchodu se stávajícím zákazníkem natolik významně, že je z obchodního hlediska srovnatelný se získáním nového zákazníka.“

III – **Skutkové okolnosti, původní řízení a předběžná otázka**

13. Yvonne Karaszkiewicz, žalobkyně v původním řízení, pracovala od září 2008 do června 2009 jako obchodní zástupkyně společnosti Marchon Germany, výrobce a velkoobchodníka s různými značkami brýlových obrub, žalované v původním řízení. Účastnice řízení jsou ve sporu ohledně nároku na odškodnění Y. Karaszkiewicz po zániku její smlouvy.

14. Společnost Marchon Germany spolupracuje s řadou obchodních zástupců, přičemž každému z nich přidělí pouze kolekce brýlových obrub určitých značek, a nikoliv celou nabídku svých výrobků. Yvonne Karaszkiewicz byla pověřena prodejem kolekcí brýlových obrub značek C. K. a F. Konkurovala tak ostatním oblastním obchodním zástupcům společnosti Marchon Germany, kterým byl svěřen prodej jiných kolekcí značek brýlových obrub.

15. Společnost Marchon Germany poskytla Y. Karaszkiewicz seznam zákazníků zahrnující optiky, kteří již od společnosti Marchon Germany koupili kolekce brýlových obrub jiných značek.

16. Po zániku své smlouvy se Y. Karaszkiewicz domáhala odškodnění obchodního zástupce podle § 89b odst. 1 HGB, jehož vyplacení společnost Marchon Germany odmítla. Yvonne Karaszkiewicz mimo jiné tvrdila, že optici, kteří v důsledku jejího úsilí koupili brýlové obruby značek C. K. a F. poprvé, musí být považováni za „nové zákazníky“, i když byli předtím zákazníky společnosti Marchon Germany, ale v případě jiných značek brýlových obrub.

17. Landgericht München I (Zemský soud Mnichov I) byl toho názoru, že zákazníci získaní Y. Karaszkiewicz, kteří předtím koupili od společnosti Marchon Germany jiné kolekce, mají skutečně být považováni za „nové zákazníky“. Odškodnění však přiměřeně snížil o 50 % vzhledem k seznamu zákazníků, který společnost Marchon Germany poskytla Y. Karaszkiewicz, jelikož prodej brýlí je pro obchodního zástupce snazší, pokud již zákazník zná svého smluvního partnera.

18. Společnost Marchon Germany se odvolala k Oberlandesgericht München (Vrchní zemský soud Mnichov). Odvolací soud odvolání zamítl.

19. Společnost Marchon Germany poté podala k Bundesgerichtshof opravný prostředek „Revision“, ve kterém tvrdila, že nárok obchodního zástupce na náhradu škody je třeba zamítnout.

20. Vzhledem k tomu, že Bundesgerichtshof byl toho názoru, že výsledek vnitrostátního řízení o náhradu škody závisí na výkladu první odrážky čl. 17 odst. 2 písm. a) směrnice, a zejména pojmu „noví zákazníci“, řízení přerušil a Soudnímu dvoru na základě čl. 267 odst. 1 písm. b) SFEU položil následující předběžnou otázku:

„Musí být čl. 17 odst. 2 písm. a) první odrážka směrnice vykládán v tom smyslu, že brání použití vnitrostátní právní úpravy, podle které mohou být ‚novými zákazníky‘ i zákazníci získaní obchodním zástupcem, kteří sice již se zmocnitelem obchodují v souvislosti s jím prodávanými výrobky z jeho nabídky, ale nikoliv v souvislosti s takovými výrobky, jejichž výhradním prodejem zmocnitel pověřil obchodního zástupce?“

21. Písemná vyjádření předložily Marchon Germany, německá a česká vláda a Evropská komise. Jednání se uskutečnilo dne 4. června 2015.

IV – **Analýza**

22. Účastnice řízení jsou ve sporu ohledně toho, zda má obchodní zástupce po zániku smlouvy nárok na odškodnění od zmocnitele podle § 89b odst. 1 HGB, který provádí čl. 17 odst. 2 směrnice.

A – *Předběžná otázka v kontextu*

1. Cíle směrnice

23. Článek 17 směrnice musí být vykládán ve světle cílů, které směrnice sleduje, a systému, který zavádí [3].

24. Je nesporné, že cílem této směrnice je koordinace právní úpravy členských států, pokud jde o právní vztahy mezi stranami smlouvy o obchodním zastoupení [4], a to bez ohledu na jakýkoliv přeshraniční prvek [5]. Z druhého bodu odůvodnění směrnice vyplývá, že cílem směrnice je mimo jiné sjednotit podmínky hospodářské soutěže uvnitř Evropské unie, odstranit omezení výkonu činností obchodních zástupců a zvýšit bezpečnost obchodních transakcí [6]. Soudní dvůr nadto při četných příležitostech objasnil, že cílem směrnice je zejména ochrana obchodních zástupců v jejich vztazích s jejich zmocniteli, a za tímto účelem stanoví mimo jiné pravidla upravující uzavírání a zánik smluv o obchodním zastoupení (články 13 až 20 směrnice) [7]. Směrnice stanoví kogentní pravidla [8], která stanoví požadavky na minimální ochranu obchodního zástupce [9]

25. Pravidla pro poskytování náhrady škody obchodním zástupcům při zániku smluvního vztahu se zmocnitelem, zakotvená v článku 17 směrnice, proto musí být chápána tak, že jejich cílem je ochrana obchodních zástupců [10].

2. Režim odškodnění nebo náhrady škody zavedený článkem 17 směrnice

26. Článek 17 směrnice vyžaduje, aby členské státy zavedly mechanismus pro poskytování odškodnění obchodním zástupcům po zániku smlouvy. Členské státy mohou volit mezi dvěma možnostmi: odškodněním podle kritérií stanovených v čl. 17 odst. 2 směrnice nebo náhradou škody podle kritérií stanovených v čl. 17 odst. 3 směrnice [11]. Německo zvolilo zavedení mechanismu odškodnění upraveného v čl. 17 odst. 2 směrnice [12].

3 — Rozsudky ve věcech Honyvem Informazioni Commerciali (C-465/04, EU:C:2006:199, bod 17), a Semen (C-348/07, EU:C:2009:195, bod 13). Viz rovněž Thume, K.-H., „Grenzüberschreitende Vertriebsverträge“, *Internationales Handelsrecht 2009*, s. 141-153, na s. 142.

4 — Viz rozsudky ve věcech Bellone (C-215/97, EU:C:1998:189, bod 10); Centrosteel (C-456/98, EU:C:2000:402, bod 13); Honyvem Informazioni Commerciali (C-465/04, EU:C:2006:199, bod 18); Semen (C-348/07, EU:C:2009:195, bod 14), a Unamar (C-184/12, EU:C:2013:663, bod 36). Viz rovněž například Fock, T., *Die europäische Handelsvertreter-Richtlinie*, Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden, 2001, s. 25.

5 — Viz rozsudek ve věci Centrosteel (C-456/98, EU:C:2000:402, bod 13). Pro další informace týkající se různých právních kontextů vybraných členských států před vstupem směrnice v platnost, viz například historický přehled T. Focka uvedený v *Die europäische Handelsvertreter-Richtlinie*, Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden, 2001, s. 43 a násl.

6 — Viz rozsudky ve věcech Bellone (C-215/97, EU:C:1998:189, bod 17); Ingmar (C-381/98, EU:C:2000:605, bod 23); Honyvem Informazioni Commerciali (C-465/04, EU:C:2006:199, bod 19), a Unamar (C-184/12, EU:C:2013:663, bod 37).

7 — Viz rozsudky ve věcech Bellone (C-215/97, EU:C:1998:189, bod 13); Ingmar (C-381/98, EU:C:2000:605, body 20 a 21); Honyvem Informazioni Commerciali (C-465/04, EU:C:2006:199, body 19 a 22); Chevassus-Marche (C-19/07, EU:C:2008:23, bod 22), a Semen (C-348/07, EU:C:2009:195, bod 14). Viz rovněž Macgregor, L., „Case Comment Compensation for commercial agents: an end to plucking figures from the air?“ v *Edinburgh Law Review 2008*, s. 86-93, na s. 87.

8 — Viz rozsudky ve věcech Ingmar (C-381/98, EU:C:2000:605, body 21 a 22); Honyvem Informazioni Commerciali (C-465/04, EU:C:2006:199, body 22 a 34), a Unamar (C-184/12, EU:C:2013:663, bod 40).

9 — Viz rozsudek ve věci Unamar (C-184/12, EU:C:2013:663, bod 52). Viz rovněž Rott-Pietrzyk, E., „Agent Handlowy – Regulacje Polskie i Europejskie“, *C. H. Beck*, Varšava, 2006, s. 68.

10 — Viz rozsudek Ingmar (C-381/98, EU:C:2000:605, bod 24).

11 — Pro vysvětlení těchto dvou možností viz například Rott-Pietrzyk, E., „Komentarz do Dyrektywy Rady nr 86/653 z 18 grudnia 1986 roku w sprawie harmonizacju praw państw członkowskich dotyczących niezależnych agentów handlowych“, M. Pazdan (editor), *Problemy Prawne Handlu Zagranicznego*, sv. 19/20, Katowice, 2000, s. 235-294, na s. 275; McGee, A., „Termination of a commercial agency – the agent's rights“, v *Journal of Business Law 2011*, s. 782-799, na s. 786; Carr, B., „Legislative Comment – The UK Commercial Agents Regulation 1993 (Council Directive 86/653/EC)“, *International Business Law Journal 1995*, s. 51-62, s. 59; Gardiner, C., „The EC (Commercial Agents) Directive: twenty years after its introduction, divergent approaches still emerge from Irish and UK courts“, *Journal of Business Law 2007*, s. 412-441, s. 426.

12 — Viz rozsudek ve věci Semen (C-348/07, EU:C:2009:195, bod 16). Viz rovněž Stellhorst, U., Der Ausschluß des Ausgleichs gemäß §89b Abs 3 HGB, v I. Saenger a R. Schulze (editoři), *Der Ausgleichsanspruch des Handelsvertreters*, Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2000, s. 17.

27. Takové odškodnění představuje pokračující výhody, které zmocniteli dále plynou v důsledku úsilí obchodního zástupce [13]. Tento režim odškodnění byl normotvůrcem Společenství považován za nezbytný, jelikož obchodní zástupce dostává provizi – která zpravidla neodráží hodnotu goodwillu generovaného pro zmocnitele – pouze po dobu trvání smlouvy [14].

28. Obchodnímu zástupci je tudíž nutné poskytnout odškodnění za hodnotu goodwillu generovaného pro zmocnitele z obchodování se zákazníky. V důsledku toho nemusí být žádné odškodnění vyplaceno, pokud goodwill nebyl generován nebo pokud existuje skupina zákazníků, ze kterých pro zadavatele neplynou žádné výhody [15]. Podle čl. 17 odst. 2 směrnice má obchodní zástupce nárok na odškodnění, *pokud* a v *rozsahu, v němž* je splněno několik následujících podmínek. Článek 17 odst. 2 směrnice tedy stanoví podmínky, za kterých se odškodnění poskytne, i metodu použitou pro výpočet takového odškodnění [16].

29. Mechanismus odškodnění se řídí pěti podmínkami uvedenými v čl. 17 odst. 2 směrnice.

30. Zaprvé, aby se na smlouvu vztahovala působnost článku 17 směrnice, musí *smlouva* mezi obchodním zástupcem a zmocnitelem *zaniknout*.

31. Zadruhé obchodní zástupce musel zmocniteli přivést „nové zákazníky“ nebo „podstatně zvýšit objem obchodu se stávajícími zákazníky“ (článek 17 odst. 2 písm. a) první odrážka směrnice).

32. Zatřetí zmocnitel musí mít i nadále podstatné výhody z obchodu s těmito zákazníky (článek 17 odst. 2 písm. a) první odrážka směrnice).

33. Začtvrté částka stanovená na základě výše uvedených kritérií musí být přiměřená, a to s ohledem na všechny okolnosti, zejména na provizi, kterou obchodní zástupce ztrácí a která vyplývá z obchodů s těmito zákazníky (článek 17 odst. 2 písm. a) druhá odrážka směrnice).

34. Zapáté výše odškodnění nesmí přesáhnout horní hranici rovnající se ročnímu odškodnění vypočtenému z průměrné roční odměny obchodního zástupce za předchozí roky (nejvýše pět let) (čl. 17 odst. 2 písm. b) směrnice) [17].

35. Kromě toho se odškodnění při zániku smlouvy nevyplatí, pokud se uplatní jedna z okolností uvedených v článku 18 směrnice (vypovězení smlouvy zmocnitelem z důvodu neplnění povinností obchodním zástupcem; vypovězení smlouvy obchodním zástupcem, ledaže je výpověď smlouvy odůvodněna okolnostmi vypočtenými v tomto článku; postoupení práv a povinností obchodního zástupce třetí osobě po dohodě se zmocnitelem), která musí být – jako výjimka z nároku obchodního zástupce na odškodnění – vykládána restriktivně [18].

36. Dotčená věc se týká výlučně druhé podmínky popsané výše, konkrétně pojmu „noví zákazníci“. Netýká se druhé alternativy v první odrážce čl. 17 odst. 2 písm. a) směrnice („podstatně zvýšil objem obchodu se stávajícími zákazníky“) nebo metod pro výpočet odškodnění.

13 — Viz například Guski, R., „Der Ausgleichsanspruch des Handelsvertreters und seine Verwirkung: zur prinzipienorientierten Teleologie des Gemeinschaftsprivatrechts“, *Zeitschrift für Gemeinschaftsprivatrecht 2009*, s. 286-296, s. 288. Viz Ball, W., Rechtsnatur und Funktion des Ausgleichsanspruchs nach §89b HGB unter besonderer Berücksichtigung der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs, I. Saenger and R. Schulze (editoři), *Der Ausgleichsanspruch des Handelsvertreters*, Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2000, s. 17.

14 — Viz Zpráva Evropské komise o uplatňování článku 17 směrnice o koordinaci právní úpravy členských států týkající se nezávislých obchodních zástupců (86/653/EHS), Brusel, 23.7.1996 COM(96) 364 final, s. 1.

15 — Tamtéž.

16 — Viz rozsudky ve věcech Honyvem Informazioni Commerciali (C-465/04, EU:C:2006:199, body 33 až 35), a Semen (C-348/07, EU:C:2009:195, bod 18).

17 — Tato výše vymezená analýza týkající se systému stanoveného v čl. 17 odst. 2 písm. a) směrnice doplňuje dvě fáze do analýzy, která již byla uvedena v rozsudku ve věci Semen (C-348/07, EU:C:2009:195, bod 19), jelikož uvedený rozsudek odkazoval pouze na *výhody, přiměřenost a horní hranici*, které jsou srovnatelné s mými fázemi 3, 4 a 5.

18 — Viz rozsudek ve věci Volvo Car Germany (C-203/09, EU:C:2010:647, bod 42).

B – *Pojem „noví zákazníci“*

1. Argumenty účastnic řízení

37. Společnost Marchon Germany zdůrazňuje, že by byla narušena spravedlivá rovnováha zájmů mezi obchodním zástupcem a zmocnitelem, pokud by směrnice vyžadovala, aby zmocnitel hradil odškodné i v případě, pokud by práce obchodního zástupce vedla pouze k rozšíření jeho nabídky výrobků. Dále tvrdí, že se projednávaná věc týká výrobků téhož druhu, které jsou pouze označeny jinou značkou. Podle názoru společnosti Marchon Germany tak bylo vyplacení řádné provize [19] dostatečné, jelikož navzdory zvýšení prodeje výrobků Marchon Germany nezískala žádné pokračující výhody.

38. Yvonne Karaszkiewicz zastává názor, že společnost Marchon Germany vykládá pojem „noví zákazníci“ příliš úzce. Tvrdí, že stávající zákazníci mohou být považováni za „nové zákazníky“, pokud byli získáni v souvislosti s novými výrobky, a tím došlo ke kvalitativnímu rozšíření obchodních vztahů mezi zmocnitelem a zákazníky.

39. Německá vláda obdobně upřednostňuje široký výklad pojmu „noví zákazníci“ a uvádí, že vše závisí na obchodech, jimiž byl obchodní zástupce pověřen. Za okolností, kdy zmocnitel obchodnímu zástupci svěří pouze část své celkové nabídky výrobků, může obchodní zástupce získat „nové zákazníky“ i tím, že stávajícím zákazníkům zmocnitele prodá nové výrobky, jelikož došlo k navázání nových obchodních vztahů pro zmocnitele.

40. Česká republika je naproti tomu toho názoru, že v takové situaci, jako je situace dotčená v původním řízení, by byla relevantnější druhá alternativa první odrážky čl. 17 odst. 2 písm. a) směrnice, protože tato alternativa zahrnuje *kvantitativní* i *kvalitativní* aspekty. Česká vláda poukazuje na německé [20] a francouzské [21] znění, která jsou podle jejího názoru ve své působnosti širší, nežli anglické znění [22].

41. Komise tvrdí, že je nutné zohlednit strukturu prodeje zvolenou zmocnitelem – pojem „noví zákazníci“ může dokonce zahrnovat ty zákazníky, kteří byli získáni obchodním zástupcem, kteří měli dříve obchodní vztah se zmocnitelem, ale nyní poprvé kupují výrobky, jejichž prodej je výlučně svěřen obchodnímu zástupci.

2. Navrhovaná odpověď na předběžnou otázku

42. Je zjevné, že Yvonne Karaszkiewicz v projednávané věci nezískala „nové zákazníky“ podle čl. 17 odst. 2 písm. a) směrnice, je-li tento pojem chápán tak, že označuje pouze ty zákazníky, kteří dříve se zmocnitelem vůbec neobchodovali, ale poprvé uzavřeli obchod se zmocnitelem prostřednictvím obchodního zástupce.

43. Nemyslím si však, že by pojem „noví zákazníci“ v čl. 17 odst. 2 písm. a) měl být vykládán takto úzce.

44. Vyjdeme-li ze znění článku 17 směrnice, toto ustanovení sice rozlišuje mezi „novými zákazníky“ a „stávajícími zákazníky“, ale nikde pojem „noví zákazníci“ dále nedefinuje [23].

19 — Viz článek 7 směrnice.

20 — „oder die Geschäftsverbindung mit vorhandenen Kunden wesentlich erweitert hat“.

21 — „ou développé sensiblement les opérations avec les clients existants“.

22 — „significantly increased the volume of business with the existing customers“.

23 — Nečiní tak mimochodem ani zpráva Komise, na kterou je odkazováno výše.

45. Podle ustálené judikatury [24] potřeba jednotného uplatňování unijního práva vyžaduje, aby znění ustanovení unijního práva, které výslovně neodkazuje na právo členských států za účelem vymezení smyslu a dosahu takového pojmu, bylo vykládáno autonomním a jednotným způsobem v celé Evropské unii, a to s přihlédnutím ke kontextu tohoto ustanovení a k cíli sledovanému dotčenou právní úpravou [25].

46. Vzhledem k tomu, že Soudní dvůr rozhodl, že „výklad článku 17 by bylo možné přijmout pouze tehdy, pokud by bylo vyloučeno, že takový výklad poškodí obchodního zástupce“ [26], není možné uvedené ustanovení vykládat příliš úzce.

47. Směrnice v zásadě sleduje přístup založený na obchodu, a nikoliv na osobě. Podle čl. 3 odst. 2 písm. a) směrnice tak je „obchodní zástupce povinen zejména vynaložit potřebné úsilí na sjednávání a […] uzavírání *obchodů* [27], kterými je pověřen“.

48. Pojem „noví zákazníci“ je třeba nahlížet v tomto světle, a nikoliv jej omezovat na fyzickou nebo právnickou osobu, která může být zákazníkem. Naopak, je třeba, aby byl chápán jako pojem, který zahrnuje určité aspekty samotné obchodní transakce (Geschäftsabschluss) mezi zákazníkem a zmocnitelem [28].

49. Kromě toho, jak německá vláda zdůraznila ve svém písemném vyjádření, pojem, který má být vyložen, sestává ze dvou částí, a to „noví“ a „zákazníci“. Pojem „zákazník“ je třeba nahlížet v kontextu konkrétního obchodního vztahu (Geschäftsbeziehung) a kupující se tím, že koupí konkrétní výrobek, nutně nestává zákazníkem zmocnitele obecně.

50. Rozsah práce obchodního zástupce je určován smluvním ujednáním mezi obchodním zástupcem a zmocnitelem. Tento konkrétní rozsah musí být vzat v úvahu při rozhodování, zda mají být zákazníci považování za „nové zákazníky“. Toto smluvní ujednání, a tudíž i konkrétní rozsah závisí na struktuře prodeje cíleně zvolené zmocnitelem, jež tak rovněž musí být vzata v úvahu.

51. Společnost Marchon Germany se cíleně rozhodla pověřit výlučně Y. Karaszkiewicz prodejem pouze dvou kolekcí výrobků ze své celkové nabídky, konkrétně brýlových obrub značek C. K. a F. Tím omezila možnost prodeje Y. Karaszkiewicz podle kategorií, které tato společnost sama vytvořila. Yvonne Karaszkiewicz byla úmyslně vyloučena z prodeje ostatních konkurenčních výrobků.

24 — Rozsudek ve věci A (C-184/14, EU:C:2015:479, body 31 a 32 citovaná judikatura).

25 — Jsem si velmi dobře vědom skutečnosti, že systém odškodňování směrnice byl původně vytvořen podle ustanovení HGB [i když byl §89b HGB následně změněn v návaznosti na rozsudek Soudního dvora, viz rozsudek ve věci Semen, (C-348/07, EU:C:2009:195)]. Viz například Genzow, C., „§89 HGB Die Falschberechnung des Ausgleichsanspruchs“, v *Internationales Handelsrecht 2014*, s. 133-136; Balke, M., Groot, S., „Der Handelsvertreterausgleich nach §89b HGB im Umbruch“, *Neue Juristische Online-Zeitschrift 2010*, s. 1551-1556; Christoph, M., „Muss der Handelsvertreterausgleich neu berechnet werden?“, *Neue Juristische Wochenschrift 2010*, s. 647-651; Steinhauer, M., „Auswirkungen der Neufassung des §89bI HGB“, *Europäische Zeitschrift für Wirtschaftsrecht 2009*, s. 887-889; Emde, R., „Das Handelsvertreterausgleichsrecht muss neu geschrieben werden – Folgen des EuGH-Urteils vom 26.3.2009, C-348/07“, *Deutsches Steuerrecht*, 2009, s. 1478-1486. Je zjevné, že jakmile se směrnice uplatní, vnitrostátní soud je vázán judikaturou Soudního dvora v této oblasti, a nikoliv opačně.

26 — Viz rozsudek ve věci Semen (C-348/07, EU:C:2009:195, bod 21).

27 — Kurziva provedena autorem stanoviska.

28 — Řada představitelů právní vědy takový přístup podporuje. Viz například Busche, J., v H. Oetker (editor), *Handelsgesetzbuch*, C. H. Beck, 4. vydání, Mnichov 2015, §89b HGB, bod 12; Roth, W.-H., v I. Koller, P. Kindler, W.-H. Roth a W. Morck (editoři), *HGB*, C. H. Beck, 8. vydání, Mnichov 2015, §89b HGB, bod 5a; Löwisch, G., v C. Ebenroth, K. Boujong, D. Joost a L. Strohn (editoři), *Handelsgesetzbuch*, C. H. Beck, 3. vydání, Mnichov 2014, §89b HGB, bod 82; Hoyningen-Huene, G., v K. Schmidt, (editor), *Münchener Kommentar zum HGB*, C. H. Beck, 3. vydání, Mnichov 2010, §89b HGB, bod 59.

52. Pokud zmocnitel takto rozčlení celkovou nabídku svých výrobků podle charakteristik značky, vysílá tím signál svým obchodním zástupcům, že se prodej musí uskutečňovat pro každou značku samostatně. Zmocnitel takovým jednáním rovněž dává najevo, že při prodeji má být zvláštní úsilí směřováno k přesvědčení zákazníka, aby si koupil konkrétní značku, jejímž prodejem je obchodní zástupce pověřen. Zmocnitel využívá služeb obchodního zástupce za účelem dosažení prospěchu z jeho strategie, přístupu a schopností přesvědčit zákazníky ke koupi zmocnitelových výrobků. Pokud se zmocnitel rozhodl rozdělit prodejní kanály, je třeba tyto prodejní kanály posuzovat samostatně.

53. Jinými slovy, z prodejní strategie společnosti Marchon Germany vyplývá, že „novým zákazníkem“ je jakýkoliv zákazník kupující od společnosti Marchon Germany konkrétní značku, který dříve tuto značku nekupoval [29].

54. Při určování „nového zákazníka“ se tak přikláním k funkčnímu přístupu – rozhodující je, zda kategorie výrobku byla poprvé prodána obchodním zástupcem. Pojem „noví zákazníci“ je tak třeba chápat ve vztahu k „nové kategorii výrobků“ – zákazník je nový, pokud poprvé kupuje novou kategorii výrobku.

55. Závěrečná úvaha: obtíže v projednávané věci podle mého názoru vyplývají ze skutečnosti, že výrobky, které společnost Marchon Germany nakupuje a prodává – brýlové obruby – jsou srovnatelné. Brýlové obruby značky A mohou být srovnávány s obrubami značky B. Pokud například firma prodává automobily a obuv, nedomnívám se, že by bylo na místě váhat s kvalifikací zákazníka, který dříve nakupoval pouze automobily, ale nyní nakupuje obuv, jako „nového“. V takové situaci se zákazník stává „novým“ zákazníkem z důvodu objektivního prvku spočívajícího v tom, že dotčené výrobky nejsou srovnatelné. Odměňuje se však strategie, přístup a schopnost obchodního zástupce, který pro zmocnitele vytvořil goodwill, pokud jde o novou kategorii výrobků.

56. Neshledávám žádný důvod pro to, aby s takovou věcí, jako je dotčená věc, bylo zacházeno odlišně. Koneckonců to byla obchodní zástupkyně, která byla na základě rozhodnutí zmocnitele pověřena prodejem pouze dvou značek, kdo prostřednictvím své strategie, přístupu a schopností dokázal prodat výrobky zákazníkovi, který tyto výrobky dříve nekupoval.

57. Pokud tak obchodní zástupce poprvé prodá výrobky náležející do určité kategorie, kterou zmocnitel vytvořil pro rozdělení trhu (jako jsou v projednávané věci „značky“), obchodní zástupce ve smyslu čl. 17 odst. 2 písm. a) směrnice získá pro zmocnitele „nové zákazníky“ – bez ohledu na to, zda měl zmocnitel dříve s kupujícím takových výrobků obchodní vztah.

V – **Závěry**

58. Ve světle výše uvedených úvah navrhuji zodpovědět otázku položenou německým Bundesgerichtshof takto:

„Článek 17 odst. 2 písm. a) první odrážka směrnice 86/659/EHS ze dne 18. prosince 1986 o koordinaci právní úpravy členských států týkající se nezávislých obchodních zástupců musí být vykládán v tom smyslu, že nevylučuje uplatnění vnitrostátní právní úpravy, podle které mohou být ‚novými zákazníky‘ rovněž zákazníci získaní obchodním zástupcem, kteří dříve měli obchodní vztah se zmocnitelem v souvislosti s výrobky prodávanými zmocnitelem z nabídky výrobků, ale nikoliv v souvislosti s výrobky, jejichž výhradním prodejem zmocnitel pověřil obchodního zástupce.“

29 — Pro podobný přístup viz například Hopt, K., v A. Baumbach/K. Hopt (editoři), *Handelsgesetzbuch*, C. H. Beck, 36. vydání, Mnichov 2014, §89b HGB bod 12.