

TE OGH 1990/10/11 6Ob644/90

JUSLINE Entscheidung

🕒 Veröffentlicht am 11.10.1990

Kopf

Der Oberste Gerichtshof hat als Revisionsgericht durch den Senatspräsidenten des Obersten Gerichtshofes Dr.Samsegger als Vorsitzenden und durch die Hofräte des Obersten Gerichtshofes Dr.Schobel, Dr.Schlosser, Dr.Redl und Dr.Kellner als weitere Richter in der Rechtssache der klagenden Partei L*** Gesellschaft mbH & Co KG, Donaulände 34, 3504 Krems, vertreten durch Dr.Helmut Krenn, Rechtsanwalt in Wien, wider die beklagte Partei H*** A*** Gesellschaft mbH, Richard-Strauß-Straße 10, 1232 Wien, vertreten durch Dr.Kurt Heller, Dr.Heinz H.Löber, DDr.Georg Bahn, Dr.Werner Huber, Dr.Günther Horvath, Dr.Willibald Plessner und Dr.Maria Th.Pflügl, Rechtsanwältinnen in Wien, wegen S 322.517 sA infolge Revision der klagenden Partei gegen das Urteil des Oberlandesgerichtes Wien als Berufungsgerichtes vom 5.April 1990, GZ 2 R 18/89-36, womit infolge Berufung der klagenden Partei das Urteil des Handelsgerichtes Wien vom 14.September 1989, GZ 29 Cg 246/87-32, bestätigt wurde, in nichtöffentlicher Sitzung den Beschluß

gefaßt:

Spruch

Der Revision wird Folge gegeben.

Die Urteile der Vorinstanzen werden aufgehoben. Die Rechtssache wird zur neuerlichen Verhandlung und Entscheidung an das Erstgericht zurückverwiesen.

Die Kosten des Rechtsmittelverfahrens sind weitere Verfahrenskosten.

Text

Begründung:

Seit 1979 werden Personenkraftwagen der Marke Honda nach Österreich exportiert. Die klagende Partei war seit damals Vertragshändler des Generalimporteurs. Seit 1982 ist die beklagte Partei Generalimporteur für Fahrzeuge dieser Marke. Sie schloß mit der klagenden Partei am 23.4.1982 einen Händlervertrag, in dem es unter anderem heißt:

"§ 1

Rechtsstellung des Händlers und Lieferpflicht von Honda 1. Honda Überträgt dem Händler das Recht und die Pflicht, in dem in § 2 beschriebenen Vertragsgebiet verzollte Honda-Automobile und Honda-Teile für Automobile (nachstehend Vertragsware genannt) zu vertreiben und einen den Richtlinien des Herstellers entsprechenden Kundendienst durchzuführen.

Hondateile sind alle von Honda angebotenen Aggregate und Ersatzteile.

.....

3. Der Händler ist ein selbständiger Kaufmann, der sein Handelsgewerbe unter seiner eigenen Firma und in eigener

Verantwortung betreibt. Er kauft und verkauft die Vertragsware im eigenen Namen und auf eigene Rechnung.

.....

5. Honda hat den Händler entsprechend den von der Belieferung durch die Herstellerwerke und der Nachfrage auf dem gesamten österreichischen Markt bestimmten Möglichkeiten mit Vertragsware zu beliefern. Als Dispositionsgrundlage für Honda gilt gegebenenfalls der mit dem Händler abgestimmte und von beiden Vertragsparteien unterzeichnete Abnahmeplan. Alle Lieferverträge kommen jedoch erst mit der schriftlichen Auftragsbestätigung durch Honda zustande.....

§ 2

Vertragsgebiet 1. Das Vertragsgebiet umfaßt: Mag.d.Stadt K*** BH Krems 2. Der Händler darf Vertragsware auch an Endabnehmer verkaufen, die außerhalb seines Vertragsgebiets ansässig sind. Jedoch ist es dem Händler untersagt, außerhalb seines Vertragsgebietes Niederlassungen zu unterhalten oder Vermittler einzusetzen.

.....

§ 3

Direktverkäufe durch Honda 1. Honda ist berechtigt, selbst unmittelbar oder mittelbar Vertragsware zu verkaufen an:

a) Großabnehmer, b) Behörden oder gleichzusetzende nationale oder internationale Organisationen, c) VIP's (Personen des öffentlichen Lebens), d) von Honda anerkannte aktive Lizenzfahrer, e) Mitarbeiter sämtlicher Honda-Tochter- und Beteiligungsgesellschaften zu deren eigenem Gebrauch.....

§ 4

Vertrieb von Konkurrenzfabrikaten 1. Durch diesen Vertrag wird der Händler nicht gehindert, folgende Konkurrenzfabrikate zu vertreiben:

S***

2. Im übrigen ist der Händler ohne schriftliche Einwilligung von Honda nicht berechtigt, mit Honda-Automobilen im Wettbewerb stehende Fabrikate direkt oder indirekt zu vertreiben oder deren Vertrieb zu fördern. Als indirekter Vertrieb im Sinne dieser Regelung ist es insbesondere anzusehen, wenn der Händler (Inhaber, die Geschäftsführung bestimmende Gesellschafter oder gesetzliche Vertreter) sich an Unternehmen, welche die Konkurrenzfabrikate vertreiben, als ein die Geschäftsführung bestimmter Gesellschafter oder Kapitalgeber beteiligt, für ein solches Unternehmen als vertretungsberechtigtes Organ oder Mitglied des Aufsichtsrates oder Beirates tätig ist oder einem solchen Unternehmen die Mitbenutzung seiner Betriebsräume gestattet.....

§ 5

Lieferungs- und Zahlungsbedingungen Falls nicht anderes schriftlich vereinbart wird, unterliegt der gesamte Geschäftsverkehr zwischen Honda und dem Händler den Lieferungs- und Zahlungsbedingungen von Honda in der jeweils gültigen Fassung, denen sich der Händler ausdrücklich unterwirft.

Abänderungen der Lieferungs- und Zahlungsbedingungen, welche die Rechtsstellung des Händlers nach diesem Vertrag beeinträchtigen, bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der schriftlichen Zustimmung des Händlers.

§ 7

Wechselseitige Informationspflichten 1.

2. Honda ist berechtigt, von dem Händler jederzeit, jedoch in dem Geschäftsbetrieb des Händlers zumutbaren Zeitabständen, die für eine effiziente Vertriebsorganisation notwendigen Lageberichte über die Verkaufs- und Werkstatteergebnisse sowie über die jeweilige Lagerbestände zu verlangen.

Vorgänge, welche auf eine erhebliche Verschlechterung der Vermögensverhältnisse des Händlers schließen lassen, berechtigten Honda, von dem Händler Einsicht in die Geschäftsbücher zu verlangen.....

§ 8

Verkaufsorganisation, Kundendienst und Teiledienst 1. Der Händler hat im Vertragsgebiet eine leistungsfähige Verkaufs- und Kundendienstorganisation zu unterhalten. Dazu gehört insbesondere ein Geschäfts- und

Werkstattbetrieb, dessen Ausstattung und technische Einrichtung sowie kaufmännische und technische Leistungen den zur Erreichung des Vertragszweckes notwendigen Anforderungen von Honda gerecht werden. Honda ist berechtigt, die Geschäfts-, Werkstatt- und Lagerräume des Händlers jederzeit zu den üblichen Geschäftsstunden zu besichtigen. Für den Einsatz von Vertragswerkstätten bedarf der Händler der schriftlichen Einwilligung von Honda.

2. Der Händler hat ständig ein dem Honda-Verkaufsprogramm entsprechendes und der Marktlage in seinem Vertragsgebiet angemessenes Lager an Vertragsware zu unterhalten. Dazu gehört auch eine angemessene Anzahl von Vorführfahrzeugen. Der Händler hat sich ferner in einem der Marktsituation in seinem Vertragsgebiet entsprechenden Umfang an der Einführung neuer Honda-Modelle zu beteiligen.

3. Der von dem Händler übernommene Kundendienst umfaßt die Übernahme der Vertragsware vom jeweiligen Transportunternehmen, ihre Lagerung und Auslieferung an den Käufer, die Garantie- und Wartungsarbeiten, Reparaturen sowie die Beteiligung an Änderungen, bei denen die betroffenen Honda-Automobile nach Weisung von Honda überprüft werden müssen.

Der Händler ist verpflichtet, alle Kundendienstleistungen nach den von Honda herausgegebenen Vorschriften und Richtlinien zu erbringen. Die Verpflichtung gilt für jedes Honda-Automobil gleich von welchem Verkäufer der Kunde das Fahrzeug erworben hat und welche zum Honda-Konzern gehörende Gesellschaft das Kundendienstheft bzw. die Garantieurkunde ausgefertigt hat.

4. Der Händler verpflichtet sich, bei Vertragsbeginn eine von Honda im Hinblick auf den zu erwartenden Geschäftsumfang bestimmte Erstausrüstung von Ersatzteilen und Spezialwerkzeugen auf seine Kosten zu übernehmen.

Der Händler hat ferner die Pflicht, ständig ein Ersatzteillager zu unterhalten, welches eine der Marktlage in seinem Vertragsgebiet und den Bedürfnissen der Honda-Kundschaft angemessene Ersatzteilbevorratung ermöglicht. Der Händler ist verpflichtet, im Rahmen seines Kundendienstes keine anderen als von Honda bzw. Honda-Ersatzteilstützpunkten bezogene Honda-Teile (Aggregate, Ersatzteile und Zubehörgegenstände) zu verwenden.

§ 9

Honda-Garantie

2. Für jedes gelieferte Fahrzeug erhält der Händler von Honda eine Garantie-Urkunde, auf der die jeweils geltenden Garantiebestimmungen abgedruckt sind. Bei der Auslieferung des Fahrzeuges an den Endabnehmer ist die Garantie-Urkunde vollständig auszufüllen und mit der Unterschrift des Händlers (der die Garantie-Urkunde in Vollmacht von Honda unterzeichnet) und des Endabnehmers zu versehen. Sodann muß der Händler eine Kopie der vollständig ausgefüllten Garantie-Urkunde innerhalb von zwei Tagen an Honda zurückgeben.

.....

§ 10

Werbung 1.

Der Händler hat für eine Markenwerbung im Vertragsgebiet zu sorgen und sich dabei an die von Honda herausgegebenen Werberichtlinien zu halten.....

.....

§ 11

Dauer und Kündigung des Vertrages 1. Der Vertrag wird auf unbestimmte Zeit geschlossen und kann von beiden Parteien unter Einhaltung einer zwölfmonatigen Kündigungsfrist zum Ende eines jeden Kalendermonats gekündigt werden. Für die Wahrung der Kündigungsfrist genügt die Aufgabe zur Post.

2. Liegt ein wichtiger Grund vor, können beide Parteien den Vertrag ohne Einhaltung einer Kündigungsfrist auflösen. Als wichtiger Grund für eine sofortige Kündigung durch Honda ist es insbesondere anzusehen, wenn a) der Händler gemäß § 4 Ziffer 2 ohne schriftliche Einwilligung von Honda Konkurrenzfabrikate vertreibt

f) der im Abnahmeplan vorgesehene vom Händler geforderte Marktanteil in einem bestimmten Kalenderjahr nicht erreicht wurde, g) die Bestimmungen dieses Vertrages nicht erfüllt werden.....

Abwicklung nach Beendigung des Vertrages

5. Nach Beendigung des Vertrages hat der Händler unverzüglich sämtliche Honda-Werbereinrichtungen zu entfernen und an Honda zurückzugeben. Vom Zeitpunkt der Vertragsbeendigung an hat sich der Händler jeder Art von Honda-Werbung sowie jeder Verwendung von Honda-Zeichen - gleichgültig in welcher Form - zu enthalten.

.....

8. Etwaige über die vorstehenden Regelungen hinausgehende Schadenersatzansprüche aus Anlaß der Vertragsbeendigung stehen dem Händler nur unter der Voraussetzung zu, daß Honda Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit zur Last fallen.

....."

Die klagende Partei beehrte nach Ausdehnung ihres ursprünglichen Begehrens die Verurteilung der beklagten Partei zur Zahlung von S

322.517 sA und brachte hiezu vor, die beklagte Partei habe das Vertragsverhältnis aufgekündigt, ohne daß wichtige Gründe vorgelegen seien. Die beklagte Partei könne den von der klagenden Partei geschaffenen Kundenstamm sofort nutzen. Die Vertriebsfunktion der klagenden Partei sei wirtschaftlich der beklagten Partei zuzurechnen gewesen, weil diese deren Vertriebstätigkeit maßgeblich bestimmt habe und somit der wirtschaftlich maßgebliche Partner gewesen sei. Der klagenden Partei stehe in Analogie zu § 25 HVG ein Ausgleichsanspruch zu, der auch darauf gestützt werde, daß der Vertrag zwischen den Streitparteien nicht dem Mustervertrag der Bundeswirtschaftskammer entsprochen habe. Der dort vorgesehene Ausgleichsanspruch von 50 % der in den letzten zwölf Monaten erworbenen Ansprüche an Händlerspannen sei Handelsbrauch im Sinne des § 346 HGB. In den beiden letzten Jahren der Geschäftsverbindung hätte die klagende Partei um 50 % mehr Honda-Fahrzeuge verkaufen können, doch habe sich die beklagte Partei geweigert, sie mit der erforderlichen Stückzahl zu beliefern. Von 1983 bis 1986 sei ein Roherlös von S 799.629 erzielt worden. Werde einem Drittel des Erlöses die Umsatzsteuer (32 %) hinzugerechnet, errechne sich ein Bruttobetrag von S 351.836. Davon sei ein Zwölftel für einen Monat abzuziehen. Das ergebe S 322.517. Das frühere Vertragsgebiet werde von der Honda-Vertragshändlerin Manfred H*** Gesellschaft mbH & Co KG in St.Pölten beliefert, die bisher zehn Fahrzeuge der Marke Honda verkauft habe. Die Käufer seien vorher Kunden der klagenden Partei gewesen. Diese Gesellschaft habe das Adressenmaterial von der beklagten Partei erhalten. Zwischen den Streitparteien seien bei Überschreitungen des Zahlungszieles Verzugszinsen in banküblicher Höhe vereinbart gewesen. Von einer Kündigung des Händlervertrages in diesem Zusammenhang sei nie die Rede gewesen. Soweit die klagende Partei Ersatzteile nicht bei der beklagten Partei gekauft habe, habe sie diese ständig von der S*** Gesellschaft mbH in Salzburg bezogen. Dieses Unternehmen sei ein Handelsbetrieb, das Kraftfahrzeugwerkstätten mit Originalersatzteilen beliefere. Die klagende Partei habe dort 1986

Ersatzteile um S 500, 1987 um S 10.400 und 1988 um S 12.200 bezogen. Die beklagte Partei bestritt eine Vereinbarung, wonach die Haupttätigkeit der klagenden Partei in der Markterschließung für Honda-Fahrzeuge im Vertragsgebiet und in der Erwerbung eines Kundenstammes hätte liegen sollen, und wendete ein, die der klagenden Partei im Vertrag zugewiesenen Pflichten seien wirtschaftlich den Aufgaben eines Handelsvertreters nicht vergleichbar. Der klagenden Partei sei es frei gestanden, auch Fahrzeuge der Marke Saab zu vertreiben. Geschäftsräumlichkeiten der klagenden Partei seien zur Förderung der eigenen selbständigen Gewebetätigkeit errichtet worden. Der klagenden Partei sei kein Anspruch auf Gebietsschutz, wohl aber sei der beklagten Partei das Recht eingeräumt gewesen, im Vertragsgebiet jederzeit weitere Händler einzusetzen oder das Vertragsgebiet einseitig einzuschränken. Die klagende Partei sei in die Organisation der beklagten Partei nicht eingegliedert gewesen. Dem Vertrag könne weder eine Abnahme- noch eine Lieferverpflichtung entnommen werden. Die klagende Partei sei nicht auf Provisionsbasis entlohnt worden, sondern habe ihre Verkaufspreise unabhängig und eigenverantwortlich festgelegt. Das kaufmännische Risiko sei allein bei der klagenden Partei gelegen. Wegen der "Sogwirkung der Marke Honda" sei die Angleichung der Werbestrategien und der Gebrauch der von der beklagten Partei überlassenen Werbemittel vorwiegend im Interesse der klagenden Partei gelegen. Da Kraftfahrzeuge für sich würben, trete das Bemühen des Händlers in den Hintergrund. Die Käufer seien von der klagenden Partei daher nicht durch eigene Anstrengung zugeführt worden. Der beklagten Partei gereiche die zugeführte Stammkundschaft nicht zum Vorteil, weil sie nicht selbst an Endverbraucher verkaufe. Die klagende Partei sei nicht verpflichtet gewesen, der beklagten Partei die Kartei ihrer Stammkunden zugänglich zu machen. Die von ihr

erbrachten Leistungen seien der klagenden Partei durch die gewährten Mengenpreisrabatte wirtschaftlich abgegolten worden. Schon deshalb sei ein Ausgleichsanspruch nicht gerechtfertigt. Selbst bei günstigster Berechnung könne der klagenden Partei höchstens ein Betrag von S 244.331,09 zustehen. Der Vertrag sei gelöst worden, weil die klagende Partei das Zahlungsziel von 90 Tagen ständig überschritten habe. Mangels ausreichender Aktivitäten seien von ihr auch nicht genug Kraftfahrzeuge verkauft worden. Die klagende Partei habe sich insofern schuldhaft verhalten, als sie in Honda-Fahrzeuge entgegen ihrer vertraglichen Verpflichtung Fremtteile eingebaut, den im Abnahmeplan vorgesehenen Marktanteil nicht erreicht und deshalb im Zusammenhalt mit dem "chronischen" Zahlungsverzug vertragswidrig gehandelt habe.

Das Erstgericht wies das Klagebegehren ab. Es stellte fest:

Die Betriebsräumlichkeiten der klagenden Partei sind in einem denkmalgeschützten Gebäude in Krems an der Donau untergebracht. Ein eigener Verkaufsraum zur Ausstellung von Neufahrzeugen stand ihr nicht zur Verfügung. Beim Vertragsabschluß verlangte die beklagte Partei keine Verbesserung dieser Raumsituation, auch später beanstandete sie die Betriebsstätte nicht. Erst im Mai 1986 forderte die beklagte Partei eine Verkaufshalle, doch sah sich die klagende Partei hiezu außerstande.

Während der Vertragsdauer übersandte die beklagte Partei der klagenden Partei mehrmals ihre im § 5 des Händlervertrages genannten Liefer- und Zahlungsbedingungen. Darin ist unter anderem festgehalten, daß der Händlerrabatt vom empfohlenen Endverbraucherpreis ohne Umsatzsteuer 18 %, in einigen Ausnahmefällen 16 % oder 20 % beträgt. Die von der beklagten Partei gelegten Rechnungen waren innerhalb von 90 Tagen fällig. Dabei war der Typenschein nur Zug um Zug gegen Barzahlung auszufolgen (Dokumenteninkasso). Die klagende Partei war auch zur Haltung von Vorführwagen berechtigt. In diesem Fall wurde der Typenschein zwar zum Zweck der behördlichen Anmeldung ohne Inkasso herausgegeben, mußte aber binnen fünf Tagen zurückgestellt werden. Bei Vorführwagen betrug das Zahlungsziel 180 Tage. In einigen Fällen stellte die klagende Partei den "Vorführwagenantrag" erst nach Ablauf des 90-tägigen Zahlungszieles, was dessen Verlängerung um weitere 90 Tage bewirkte. Der Sohn der Geschäftsführerin der klagenden Partei hat Vorführwagen gelegentlich für private Zwecke benützt. Dies wurde aber nach Beanstandungen durch die beklagte Partei abgestellt.

Der im § 1 Ziffer 5 des Händlervertrages genannte Abnahmeplan wurde der klagenden Partei nur einmal - für das Jahr 1985 - ausgefolgt. Dieser Plan sah vor, daß die klagende Partei 35 Pkw verkaufe. Tatsächlich verkaufte diese 1982 27 (1,24 %), 1983

30 (1,16 %), 1984 30 (1,37 %), 1985 30 (1,08 %) und 1986 21 Fahrzeuge (1,15 %). Die beklagte Partei verkaufte österreichweit 1982 3.168 (1,50 %), 1983 4.568 (1,62 %), 1984 3.986 (1,85 %), 1985

4.844 (1,96 %) und 1986 5.757 Fahrzeuge (2,11 %). Der in Klammern beigefügte Hundertsatz drückt den Marktanteil im Vertragsgebiet beziehungsweise im Bundesgebiet, bezogen auf die Zulassungszahlen, aus.

Bei Erörterungen zwischen den Streitteilen über die Frage, weshalb die klagende Partei ihre Verkaufsziffern nicht zu steigern imstande war, hob diese hervor, in dieser Gegend sei das nicht möglich, zumal ein Nissan-Händler wesentlich überhöhte Preise für Eintauschfahrzeuge bot, aber deshalb erst 1986 in Konkurs geriet. Die beklagte Partei drohte der klagenden Partei nie die Kündigung des Vertragsverhältnisses für den Fall an, daß diese ihre Verkaufszahlen nicht erhöhe. Vom 30.11.1983 bis 30.11.1986 kaufte die klagende Partei bei der beklagten Partei Fahrzeuge um insgesamt S 10.964.408,24 und verkaufte diese um S 11.998.010,- (jeweils brutto) weiter. Der Roherlös von S 1.051.601,76 entspricht einem durchschnittlichen Aufschlag von 9,6 %. Die klagende Partei verkaufte daneben damals jährlich etwa drei bis fünf Fahrzeuge der Marke Saab. Von den in ihrer Werkstätte durchgeführten Reparaturen entfiel auf Honda-Fahrzeuge ein Anteil von rund 70 %. Dem in St.Pölten ansässigen Honda-Händler waren die Bezirke St.Pölten, Lilienfeld und ein Teil von Melk zugewiesen. Das Vertragsgebiet der klagenden Partei ist seit der Aufkündigung "freies Gebiet", in dem jeder Honda-Händler tätig werden kann. Mindestens fünf, möglicherweise aber sogar sieben Kunden haben seinerzeit bei der klagenden Partei ein neues oder gebrauchtes Honda-Fahrzeug und in der Folge beim Vertragshändler in St.Pölten wieder ein solches gekauft.

Die beklagte Partei war nicht in der Lage, ständig sämtliche Modell- und Ausstattungswünsche der Händler beziehungsweise deren Kunden zu erfüllen. Insbesondere ab 1985 kam es zu Lieferschwierigkeiten. Mehrere Modelle waren auch längerfristig nicht in ausreichenden Mengen lieferbar. Die klagende Partei mußte einmal einen Wagen

sogar von einem Innsbrucker Händler beschaffen, um einen Kundenwunsch erfüllen zu können. 1986 verkaufte die beklagte Partei österreichweit fast 6.000 Fahrzeuge, hätte aber bei ausreichender Belieferung durch den Erzeuger rund 12.000 Fahrzeuge verkaufen können. Deshalb hat auch die klagende Partei damals mindestens acht Kunden abweisen müssen.

Die klagende Partei hat zwischen 11.1.1983 und 14.11.1986 bei 109 gekauften Fahrzeugen in insgesamt 27 Fällen das 90- beziehungsweise 180-tägige Zahlungsziel nicht eingehalten. Der Verzug betrug zwischen vier und 129 Tagen, die durchschnittliche Verzugsdauer knapp mehr als 34 Tage. Die beklagte Partei berechnete in der Zeit vom 1.1.1985 bis 30.6.1985 5 % und sodann 10 %

Verzugszinsen. Wegen der Verzüge kam es immer wieder zu schriftlichen Mahnungen durch die beklagte Partei. Sie hat aber niemals angedroht, die Zahlungsverzögerungen zum Anlaß einer Kündigung zu nehmen. Die Zahlungsziele hielten auch andere Händler vielfach nicht ein, darunter der Vertragshändler in St.Pölten. Die Zahlungsverzögerungen waren bei der klagenden Partei allerdings im Verhältnis zu ihrem geringen Umsatz im Vergleich zu anderen Händlern überdurchschnittlich hoch. Die vorgeschriebenen Verzugszinsen hat die klagende Partei stets bezahlt. Die Werbeaktivitäten der klagenden Partei, insbesondere in den Printmedien, waren der beklagten Partei jedoch zu gering. Dies wurde auch beanstandet. Die klagende Partei wurde auch aufgefordert, mehr Eintauschfahrzeuge zurückzunehmen, um ihre Neuwagenverkäufe zu erhöhen. Bei Reparaturen baute die klagende Partei grundsätzlich Originalersatzteile der beklagten Partei ein. Diese waren aber relativ teuer, so daß bei ausdrücklichem Kundenwunsch gelegentlich auch auf dem freien Markt erhältliche Nachbauteile beziehungsweise Teile von Originalteil-Zulieferern eingebaut wurden. "Maximal 3 % des Umsatzes mit Ersatzteilen fielen auf solche von der beklagten Partei stammende Ersatzteile".

Ein in München beziehungsweise Salzburg ansässiges Unternehmen verkauft Ersatzteile, die sie anstelle der Originalersatzteile des jeweiligen Autoherstellers in ihrem Katalog mit deren Vergleichsnummer anbietet. Diese Ersatzteile kauft sie zum Teil bei den Lieferanten, die selbst die Autohersteller beliefern, teils aber auch von anderen Herstellern. Bei diesem Unternehmen hat die klagende Partei 1986 Waren im Wert von S 500 gekauft. Die Kündigung erfolgte ohne jegliche Vorwarnung. Bei der beklagten Partei entschloß man sich deshalb zur Kündigung, weil leitende Angestellte der Ansicht waren, daß das äußere Erscheinungsbild der Geschäftsräume der klagenden Partei den Anforderungen der beklagten Partei nicht entspreche, vor allem, weil kein Verkaufsraum vorhanden war, die Verkaufsziffer nicht erhöht, zu wenig Werbung betrieben wurde und schließlich auch, weil zu große Zahlungsverzögerungen auftraten. Zuzufolge eine IMAS-Umfrage haben die Befragten mehrere Gründe angegeben, weshalb sie ein Honda-Fahrzeug kauften: 88 % gaben an, das Fahrzeug selbst sei entscheidend gewesen; für 32 % war der zuverlässige Händler ausschlaggebend. Zwei Drittel der Kunden würden den Honda-Händler, bei dem sie gekauft haben, weiterempfehlen. 87 % der Befragten erklärten, als nächstes Fahrzeug wieder ein solches der Marke Honda kaufen zu wollen.

Rechtlich meinte das Erstgericht, die klagende Partei sei in die Vertriebsorganisation der beklagten Partei eingegliedert gewesen. Das zeige sich nicht nur darin, daß die beklagte Partei empfohlene Endverbraucherpreise für ihre Rabatte heranziehe und dem Einzelhändler nur einen kleinen Spielraum in der Preisgestaltung lasse. Gerade die Umstände, die die beklagte Partei zur Kündigung veranlaßt hätten, zeigten deutlich, wie straff die klagende Partei in die Vertriebsorganisation der beklagten Partei eingegliedert gewesen sei. Sie sei auch zur Überlassung des Kundenstammes verpflichtet gewesen, weil sie die vollständig ausgefüllten Garantiekunden der beklagten Partei habe übermitteln müssen. Das vorliegende Vertragsverhältnis ähnele dem Agenturverhältnis derart, daß Analogie zu § 25 HGB geboten sei. Der Anspruch nach dieser Gesetzesstelle sei aber ausgeschlossen, wenn ein schuldhaftes Verhalten des Vertreters - also ein erheblicher Grund, der hart an der Grenze zu § 22 HVG liege - Anlaß zur Kündigung gegeben habe. Demgemäß seien weder die Verstöße gegen das Zahlungsziel, noch die Nichterfüllung des Abnahmeplanes 1985 begründeter Anlaß gewesen. Der Vorwurf, die klagende Partei habe vertragswidrig Fremtteile verkauft, sei dagegen gewichtig. Auf den Umfang komme es da nicht an, weil beteiligte Verkehrskreise erwarteten, daß Markenhändler ausschließlich Markenprodukte führten. Daß dieser Grund erst im nachhinein geltend gemacht worden sei, schade nicht, wenn er nur vor der Auflösungserklärung verwirklicht worden sei.

Das Gericht zweiter Instanz bestätigte dieses Urteil und sprach aus, daß die Revision zulässig sei. Es übernahm die Feststellungen des Erstgerichtes mit der Maßgabe, daß maximal 3 % der Umsätze mit Ersatzteilen nicht auf solcher von der beklagten Partei bezogenen Teile entfallen seien. In Erledigung der Rechtsrüge führte das Berufungsgericht aus,

werde § 25 HVG analog angewendet, entfalle der dort geregelte Ausgleichsanspruch bei jedem schuldhaften Verhalten des Vertragshändlers, das seinem Vertragspartner begründeten Anlaß zur Beendigung des Vertragsverhältnisses gebe, also insbesondere dann, wenn der Vertragshändler das Vertrauen seines Vertragspartners verwirkt habe. Der Verkauf oder Einbau von Fremdteilen anstelle von Originalersatzteilen sei bei gegenteiliger vertraglicher Verpflichtung ein solches Verhalten. Baue nämlich ein Vertragshändler auf Wunsch markenfremde Teile ein, schmälere er damit nicht nur das Ersatzteilgeschäft des Importeurs, sondern lasse möglicherweise andere Kunden befürchten, anstatt der erwarteten Originalteile Fremdteile zu den Preisen eingebaut zu erhalten, die für Originalteile verrechnet würden. Dem daraus entstehenden Mißtrauen Vertragswerkstätten gegenüber wiege der von der klagenden Partei ins Treffen geführte Vorteil wenig, daß durch die Möglichkeit des Einbaues billigerer Fremdteile der Wettbewerbsnachteil ausgeglichen werde, der Fahrzeuge außereuropäischer Herkunft ihrer teureren und schwerer beschaffbaren Ersatzteile wegen gegenüber Autos europäischer Herkunft treffe. Je mehr sich eine Automarke wegen der damit verbundenen Qualitätsvorstellung durchsetze, desto größer werde die Zahl der Kunden sein, die darauf Wert legten, daß nur Originalersatzteile eingebaut würden. Es schade daher dem Image einer Marke, habe der Kunde keine Gewißheit, daß in Vertragswerkstätten Fremdteile nicht unterschoben würden. Gerade deshalb dürfe der Importeur darauf Wert legen, daß die Verlässlichkeit seiner Vertragshändler insoweit über jeden Zweifel erhaben sei. Die beklagte Partei habe diesen Vertragsverstoß zwar erst im Verfahren, aber doch noch rechtzeitig geltend gemacht. Der Importeur müsse dem Eigenhändler auch schuldhaftes Verhalten entgegenhalten können, das er in der Kündigung noch nicht angeführt habe beziehungsweise sogar jenes, das überhaupt erst nach Lösung des Vertragsverhältnisses bekannt geworden sei. Andernfalls wäre jener Eigenhändler bevorzugt, der sein vertragswidriges Verhalten so verschleiern könne, daß es seinem Vertragspartner erst nach Beendigung des Vertragsverhältnisses bekannt werde. Der Vertragshändler sei auch nicht schützwürdig, weil ohnedies nur die zumindest fahrlässig begangene erhebliche Vertragsverletzung begründeten Anlaß zur Vertragsauflösung geben und damit den Ausgleichsanspruch nach § 25 HVG ausschließen könne. Ihm müsse daher bekannt sein, daß und aus welchem Grund seinem Vertragspartner eine Fortsetzung des Vertragsverhältnisses nicht zuzumuten sei. Die klagende Partei habe ihren Anspruch ausdrücklich auf analoge Anwendung des § 25 HVG und auf einen Handelsbrauch gestützt. Die Revision der klagenden Partei ist zulässig, weil zur Frage, ob und inwieweit dem Vertragshändler trotz begangener Verstöße gegen die im Händlervertrag übernommene Verpflichtung, ausschließlich vom Vertragspartner bezogene Ersatzteile zu verwenden, ein Ausgleichsanspruch in Analogie zu § 25 HVG zuzubilligen ist, Rechtsprechung des Obersten Gerichtshofes fehlt. Sie ist im Ergebnis aber auch berechtigt.

Rechtliche Beurteilung

Die von der klagenden Partei geltend gemachte Mangelhaftigkeit des Berufungsverfahrens liegt allerdings, wie der Oberste Gerichtshof geprüft hat, nicht vor (§ 510 Abs 3 ZPO).

In rechtlicher Hinsicht erkannte das Erstgericht der klagenden Partei als Vertragshändlerin einen Ausgleichsanspruch in Analogie zu § 25 HVG zwar grundsätzlich zu, hielt diesen Anspruch aber im vorliegenden Fall angesichts der festgestellten Verstöße gegen die Vertragspflicht, nur von der beklagten Partei bezogene Ersatzteile zu verwenden, für verwirkt. Das Gericht zweiter Instanz setzte sich mit der Frage der Analogiefähigkeit des § 25 HVG erst gar nicht auseinander, weil es der Auffassung des Erstgerichtes beitrug, daß der klagenden Partei ein diesen Ausgleichsanspruch ausschließendes Verschulden zur Last falle.

Es erscheint folgerichtig, zunächst die Frage aufzuwerfen, ob die klagende Partei ein solches Verschulden trifft. Die klagende Partei bestreitet noch in der Revision die Berechtigung der beklagten Partei, die erst durch die Aussage des Zeugen Mag.Karl L*** hervorgekommenen Vertragsverstöße dem Ausgleichsanspruch entgegenzuhalten, übersieht dabei jedoch, daß der Geschäftsherr der Entschädigungsklage des Handelsvertreters auch solches schuldhaftes Verhalten einwenden kann, das er in der Kündigung noch nicht angeführt hat (RSpr 1933/302) oder das sogar überhaupt erst nach Lösung des Vertragsverhältnisses bekannt geworden ist (6 Ob 506/85; BGHZ 40, 13).

Gemäß § 25 Abs 1 HVG gebührt dem Handelsvertreter die dort näher umschriebene Entschädigung nur dann, wenn der Geschäftsherr das Vertragsverhältnis mit ihm gelöst hat, ohne daß der Handelsvertreter durch schuldbares Verhalten dem Geschäftsherrn begründeten Anlaß zur vorzeitigen Lösung oder Kündigung des Vertragsverhältnisses gegeben hat. Solches schuldbares Verhalten ist zwar nach der Rechtsprechung (HS 7576/45; 6 Ob 506/85 ua) nicht erst bei Vorliegen eines Auflösungsgrundes im Sinne des § 22 HVG anzunehmen, sondern ganz allgemein in solchem schuldhaften, also selbst fahrlässigen Verhalten zu erblicken, das dem Geschäftsherrn die Fortsetzung des

Vertragsverhältnisses nicht mehr zumutbar erscheinen läßt, doch darf nicht übersehen werden, daß der Geschäftsherr gemäß § 22 Z 2 HVG zur vorzeitigen Lösung des Vertragsverhältnisses gerade dann berechtigt ist, wenn sich der Handelsvertreter einer Handlung schuldig macht, die ihm des Vertrauens des Geschäftsherrn unwürdig erscheinen läßt. Diese Gegenüberstellung nötigt zu dem Schluß, daß das "schuldbare Verhalten" im Sinne des § 25 HVG einem der im § 22 HVG beispielhaft aufgezählten Gründe an Gewicht jedenfalls ganz nahe kommen muß (so auch Jabornegg, HVG, 495).

Der klagenden Partei liegen - selbst nach dem von der beklagten Partei im Revisionsverfahren eingenommenen Standpunkt - nur mehr insofern Verstöße gegen ihre im Händlervertrag übernommenen Verpflichtungen zur Last, als sie zufolge dessen § 8 Ziffer 4 verpflichtet war, im Rahmen ihres Kundendienstes keine anderen als von Honda beziehungsweise Honda-Ersatzteilstützpunkten bezogene Honda-Teile zu verwenden, aber - nach Berichtigung der dem Erstgericht unterlaufenen, auf einer offenbaren Unrichtigkeit beruhenden Aktenwidrigkeit - festgestellt ist, daß die klagende Partei bei ausdrücklichem Kundenwunsch gelegentlich, jedoch in einem 3 % des Umsatzes nicht übersteigenden Umfang auf dem freien Markt erhältliche Nachbauteile beziehungsweise Originalteile von Zulieferern von Honda einbaute. Darin erblickte das Gericht zweiter Instanz nicht bloß Einbußen der beklagten Partei im Ersatzteilgeschäft, sondern auch ein insofern vertrauensschädigendes Verhalten, als andere Kunden "möglicherweise" befürchten müßten, daß ihnen Fremtteile zu Originalteilpreisen verrechnet würden. Dieses Mißtrauen wiege ungleich schwerer als der damit bewirkte Ausgleich des Wettbewerbsvorteiles europäischer Marken bei der Ersatzteilbeschaffung. Das Berufungsgericht unterstellt damit Auswirkungen des vertragswidrigen Verhaltens auf das Image der Automarke, die durch die Feststellungen des Erstgerichtes keineswegs gedeckt sind: Die klagende Partei hat die - auch nur in äußerst geringem Umfang betriebene - vertragswidrige Ersatzteilbeschaffung auf dem freien Markt nur auf ausdrücklichen Kundenwunsch vorgenommen. Daß sich aber der Kunde, der solches wünscht, die vom Berufungsgericht unterstellte unkorrekte Preisverrechnung gefallen ließe, muß wohl bezweifelt werden. Das Berufungsgericht bleibt für die angeblich mißtrauensbildende Wirkung dieser - nur auf ausdrücklichen Wunsch - vorgenommenen Ersatzteilbeschaffung jede Begründung schuldig. Es steht nämlich weder fest, daß Kunden, die solche Wünsche nicht äußern, befürchten, daß trotzdem "Fremtteile" eingebaut werden, noch daß überhaupt die auf dem freien Markt beschafften Ersatzteile, namentlich wenn sie ohnehin von den Zulieferern des Fahrzeugproduzenten herrühren, von minderer Qualität sind. Der ganz geringfügigen Einbuße der beklagten Partei im Ersatzteilgeschäft standen jedenfalls die Vorteile gegenüber, die dem Ruf, auf Kundenwünsche einzugehen sowie Kundendienst- und Reparaturarbeiten rasch und problemlos abzuwickeln, nicht bloß für den Vertragshändler, sondern auch für die von diesem repräsentierte Automarke verbunden sein können. So wie der Oberste Gerichtshof in einem Fall, in dem ein Franchisenehmer, dessen Rechtsstellung jener des Vertragshändlers durchaus vergleichbar ist (vgl. Jabornegg, aaO, 67 ff), durch entschuldbare Fehleinschätzung der Nachfrageentwicklung genötigt, vertragswidrig Fremdware im geringen Ausmaß zugekauft hat, einen derart schwerwiegenden Verstoß, der objektiv geeignet gewesen wäre, das Vertrauen zwischen den Vertragsteilen zu zerstören, verneint hat (ÖBl 1987, 152), kann auch der nach Art und Umfang ganz geringfügige Verstoß der klagenden Partei gegen ihre vertragliche Bezugsverpflichtung nicht als solches schuldbares Verhalten im Sinne des § 25 HVG beurteilt werden, das den dort vorgesehenen Entschädigungsanspruch verwirkt erscheinen läßt.

War demnach kein schuldbares Verhalten der klagenden Partei (im Sinne des § 25 HVG) Anlaß für die Kündigung des Vertragsverhältnisses durch die beklagte Partei, so stellt sich die weitere Frage, ob die Gestaltung des vorliegenden Händlervertrages die analoge Anwendung des § 25 HVG rechtfertigt.

Peter Ulmer definiert den Vertragshändler als Kaufmann, der in die Vertriebsorganisation eines Herstellers von Markenwaren in der Weise eingegliedert ist, daß er es durch Vertrag mit dem Hersteller (oder einem von diesem eingeschalteten Zwischenhändler) ständig übernimmt, im eigenen Namen und auf eigene Rechnung die Vertragswaren im Vertragsgebiet zu vertreiben und deren Absatz zu fördern, die Funktionen und Risiken seiner Handelstätigkeit daran auszurichten und im Geschäftsverkehr das Herstellerzeichen neben der eigenen Firma herauszustellen. Vertragswaren sind dabei jene vom Hersteller erzeugten oder zugekauften und mit seinem Zeichen versehenen Waren, deren Vertrieb Gegenstand des Händlervertrages ist (Der Vertragshändler, 206). So oder ähnlich wird die Rechtsstellung des Vertragshändlers auch im übrigen Schrifttum umschrieben (Griß-Reiterer in Straube, HGB, § 383 Rz 6; Jabornegg, aa, 67; Baumbach-Duden-Hopf, HGB28, 257; Karsten Schmidt, HGB3 672; Küstner, Handbuch des gesamten Außendienstes II, Der Ausgleichsanspruch des Handelsvertreters⁴, 49 f, Rz 44; vgl. auch die in der Entscheidung EvBl

1990/96 zitierte Rechtsprechung). Obgleich sich die Rechtsstellung des Vertragshändlers von jener des Handelsvertreters (und des Kommissionärs) insofern deutlich unterscheidet, als jener die Handelstätigkeit im eigenen Namen und auf eigene Rechnung entfaltet (vgl Jabornegg aaO 68), so weist der Händlervertrag, wie das schon der weiter oben wiedergegebenen Definition entnommen werden kann, doch auch Dienstleistungselemente auf, die ihn dem Agenturverhältnis ähnlich erscheinen lassen. Der Vertragshändler hat aus wirtschaftlicher Sicht in erheblichem Umfang dem Handelsvertreter vergleichbare Aufgaben zu erfüllen (vgl die Nachweise in EvBl 1990/96). Demgemäß stellt sich auch die Frage, ob und inwieweit Handelsvertreterrecht auf die Rechtsstellung des Vertragshändlers analog anzuwenden ist. Das gilt vor allem für den dem Handelsvertreter unabdingbar eingeräumten Ausgleichsanspruch gemäß § 25 HVG (beziehungsweise für den deutschen Rechtsbereich § 89 b HGB).

Der deutsche Bundesgerichtshof hat in nun ständiger Rechtsprechung (vgl die Nachweise in BGHZ 93, 29, 59) den dem Handelsvertreter bei Vertragsbeendigung gebührenden Ausgleichsanspruch in sinngemäßer Anwendung des § 89 b HGB auch dem Vertragshändler zugebilligt, sofern zwischen ihm und dem Hersteller (Zwischenhändler) ein über die bloße Käufer-Verkäufer-Beziehung hinausgehendes Rechtsverhältnis besteht, vermöge dessen der Vertragshändler derart in die Absatzorganisation seines Lieferanten eingegliedert ist, daß er wirtschaftlich in erheblichem Umfang dem Handelsvertreter vergleichbare Aufgaben zu besorgen und seinem Vertragspartner bei Vertragsbeendigung seinen Kundenstamm zu überlassen hat. Letzterem stehe es gleich, wenn es dem Vertragspartner bloß tatsächlich ermöglicht sei, den vom Vertragshändler erworbenen Kundenstamm auch nach Auflösung des Vertragsverhältnisses kontinuierlich zu nützen. Es genüge somit, daß der Hersteller (Zwischenhändler) - etwa durch Berichte des Vertragshändlers - vom Kundenstamm Kenntnis erlange. Es sei auch nicht erforderlich, daß der Vertragshändler wie ein Handelsvertreter schutzbedürftig sei. Diese Grundsätze wendet der Bundesgerichtshof auch auf den Kraftfahrzeug-Vertragshändler an (WM 1982, 1125 = NJW 1982, 2819; WM 1983, 1102 = NJW 1983, 2877). Diese Auffassung wird im Schrifttum überwiegend (aA insbesondere Brüggemann im GroßkommHGB4, vor § 84 Rz 7, 27 ff) gebilligt (vgl die Nachweise in EvBl 1990/96; daneben noch Capelle-Canaris, HGB21, 214). Aus der österreichischen Literatur ist vor allem die Stellungnahme von Jabornegg (aaO, 69) hervorzuheben, der die Tätigkeit des Vertragshändlers im eigenen Namen und auf eigene Rechnung als doch markanten Unterschied wertet und meint, die analoge Anwendung des § 25 HVG sei nur dann möglich, wenn der Vertragshändler besonderer Umstände wegen ausnahmsweise als arbeitnehmerähnlich zu beurteilen sei. Holzhammer (Handelsrecht, I2, 60) will dagegen, freilich ohne nähere Begründung, die Schutzvorschriften des Handelsvertretergesetzes auf den Vertragshändler sinngemäß anwenden (vgl auch Nowotny in RdW 1986, 265 und Huber in RdW 1989, 294 ff). In der Entscheidung SZ 46/109 = JBl 1975, 34 (mit Anm. von Bydliński) hielt der Oberste Gerichtshof die analoge Anwendung des Handelsvertreterrechtes auf Vertragshändler dann für gerechtfertigt, wenn die Rechtsbeziehungen zum Hersteller (Zwischenhändler), wie in Agenturverträgen üblich, ausgestaltet seien. Das gelte vor allem für Fälle, in denen dem Vertragshändler das Alleinverkaufsrecht für einen bestimmten Bezirk eingeräumt sei. In der (teilweise in IPRE 1/4 und HS 11739) veröffentlichten Entscheidung vom 28.11.1979, 6 Ob 637/79, präzierte der Oberste Gerichtshof diesen Standpunkt noch näher dahin, daß die deutsche Lehre und Rechtsprechung zu analogen Anwendbarkeit des § 89 b HGB auch bei nach österreichischem Recht zu beurteilenden Händlervertragsverhältnissen berücksichtigt werden könnten, weil die Unterschiede zwischen § 25 HVG und § 89 b HGB nicht diese Frage betreffen.

In der Entscheidung vom 29.11.1989, 1 Ob 692/89 (= EvBl 1990/96 = ecolx 1990, 22 = RdW 1990, 284) hat der Oberste Gerichtshof -

nach eingehender Darlegung des Meinungsstandes - noch weiter differenziert: Der Gesetzgeber habe (in Österreich wie in der Bundesrepublik Deutschland) der Gewährung einer angemessenen Entschädigung eine typische gegebene, daher vermutete Äquivalenzstörung zugrunde gelegt. Diese sei eine besondere Vergütung für die das Vertragsverhältnis überdauernden Vorteile und demnach ein erfolgsabhängiges weiteres Entgelt des Handelsvertreters. An diese Wertung habe jede Analogie zu § 25 HVG anzuknüpfen. Beim Vertragshändler müsse die Frage gestellt werden, ob und inwieweit dessen Rechtsstellung im Innenverhältnis jener des Handelsvertreters angenähert gewesen sei. Maßgeblich sei dabei auch, ob die dem Vertragshändler zugestanden Handelsspannen nach der konkreten Vertragsgestaltung bei Überlassung eines kontinuierlichen Kundenstammes auch schon die Werterhöhung des Unternehmens des Vertragspartners abgegolten hätten. Die analoge Anwendung des § 25 HVG auf

das Vertragsverhältnis des Vertragshändlers sei dann gerechtfertigt, wenn sein Vertrag den wesentlichen Merkmalen des Handelsvertretervertrages derart angenähert sei, daß dessen Elemente überwögen und die Verwehrung des Ausgleichsanspruches den Zielsetzungen des Gesetzes zuwiderliefe.

Diesen Erwägungen ist - losgelöst von der engen Sicht Jaborneggs, dem zu erwidern ist, daß der Ausgleichsanspruch nach § 25 HVG auch dem Handelsvertreter zusteht, dem keine arbeitnehmerähnliche Stellung zugebilligt werden kann - zu folgen.

Nach dem auf einem, von der beklagten Partei verwendeten Vertragsformblatt ausgefertigten Händlervertrag vom 23.4.1982 (Beilage 1) ist mit dem Erstgericht davon auszugehen, daß die klagende Partei in die von der beklagten Partei einheitlich gestaltete Absatzorganisation wirtschaftlich wie ein Handelsvertreter eingegliedert war:

Der klagenden Partei war ein bestimmtes Vertragsgebiet zugewiesen (§ 2 Ziffer 1), ohne daß ihr allerdings auch Gebietsschutz gewährt worden wäre (§ 2 Ziffer 2 und § 3). Sie war zur Absatzförderung dadurch verpflichtet, daß sie im Vertragsgebiet eine leistungsfähige Verkaufs- und Kundendienstorganisation mit Geschäfts- und Werkstattbetrieb in Honda-Standard zu unterhalten (§ 8 Ziffer 1), das Vertragsgebiet zu erschließen (§ 1 Ziffer 1), ein angemessenes Vertragswaren- und Ersatzteillager sowie eine angemessene Zahl von Vorführwagen zu unterhalten und sich an der Einführung neuer Honda-Modelle zu beteiligen hatte (§ 8 Ziffer 2 und 4). Ihre Vertragspflicht war es ferner auch, die anfallenden Garantie- und Kundendienstleistungen nach den von der beklagten Partei herausgegebenen Weisungen, Vorschriften und Richtlinien zu erbringen, gleichgültig von welchem Verkäufer der Kunde das Fahrzeug erworben hatte (§ 8 Ziffer 3 und § 9 Ziffer 3). Sie hatte - einem Abnahmeplan (§ 1 Ziffer 5) entsprechend - eine Mindestanzahl von Neufahrzeugen abzunehmen. Ihre Selbständigkeit war aber auch durch ein weitgehendes Konkurrenzverbot (§ 4 - das gestattete Konkurrenzfabrikat spielt eine nur sehr untergeordnete Rolle) sowie durch Empfehlung von Listenpreisen (§ 6) stark eingeeengt. Die straffe Einbindung in die Absatzorganisation der beklagten Partei zeigte sich vor allem auch in der Verpflichtung der klagenden Partei, der beklagten Partei jederzeit den Zutritt zu den Geschäftsräumlichkeiten und letztlich nach deren Ermessen auch die Einsicht in ihre Geschäftsbücher zu gestatten, über Aufforderung jederzeit Lageberichte über Verkaufs- und Werkstatteergebnisse zu erstatten (§ 7 Ziffer 2 und § 8 Ziffer 1) sowie sich an der Werbung entsprechend zu beteiligen (§ 10 Ziffer 1).

Angesichts dieses Pflichtenkataloges kann nicht bezweifelt werden, daß die klagende Partei gleich einem Handelsvertreter in die Absatzorganisation der beklagten Partei eingegliedert war und daher Aufgaben zu erfüllen hatte, die sonst von Handelsvertretern wahrgenommen werden. Eine solche straffe Einbindung unterstellte letztlich in Wahrheit auch die beklagte Partei selbst in ihrem Kündigungsschreiben (Beilage C), in dem sie die Vertragsbeendigung damit begründete, daß die Anstrengungen der klagenden Partei in deren Marktverantwortungsgebiet kaum zu Hoffnungen berechtigten, die künftigen Ziele der beklagten Partei erfüllen zu können. Auch die tatsächlich (vgl. Beilage G) erzielte Handelsspanne der klagenden Partei von nicht einmal 10 % (vgl. ON 32, S 15 = AS 169) unterscheidet sich von den üblichen Provisionssätzen für Handelsvertreter keineswegs signifikant. Berücksichtigt man, daß dem Vertragshändler durch seine weitreichenden vertraglichen Verpflichtungen beträchtliche Investitionen aufgebürdet werden, die sich der Hersteller (Zwischenhändler) durch die Händlerverträge gerade ersparen möchte und von welchen der Handelsvertreter naturgemäß nicht betroffen ist, so kann von einer völligen Abgeltung des gesamten Einsatzes des Vertragshändlers - so aber Brüggemann (aaO), der diese Abgeltung als Argument gegen die Analogiefähigkeit des § 89 b HGB in Bezug auf Händlerverträge ins Treffen führt - im Vergleich zu einem an seiner Stelle eingesetzten Handelsvertreter gewiß keine Rede sein. Die analoge Anwendung des § 25 HVG auf Händlerverträge der Art wie den vorliegenden erscheint demnach grundsätzlich als gerechtfertigt.

Die Frage, ob allein die vertragliche Verpflichtung zur Bekanntgabe des Kundenstammes dem Merkmal der Kundenzuführung gerecht wird oder ob es - wie nach der neueren Rechtsprechung in der Bundesrepublik Deutschland (vgl. auch hiezu die Nachweise in EvBl 1990/96) - genügt, daß der Hersteller (Zwischenhändler), etwa durch Berichte des Vertragshändlers, Kenntnis vom Kundenstamm erlangt und diese nach Vertragsbeendigung wirtschaftlich nutzen kann, muß im vorliegenden Fall nicht abschließend beantwortet werden. Das Erstgericht hat zutreffend erkannt, daß die klagende Partei nach § 9 Ziffer 2 des Händlervertrages verpflichtet war, der beklagten Partei in jedem Verkaufsfall die vollständig ausgefüllte Garantieurkunde zu übermitteln. Diesen Urkunden konnte die beklagte Partei alle wesentlichen Daten entnehmen (vgl. Beilagen 7 und 14). Ob und wie weit sie hievon zur weiteren Betreuung dieser Kunden Gebrauch macht, ist unerheblich (Graf von Westphalen in "Der Betrieb", Beilage Nr 24/84 zu Heft Nr 47 vom 23. November 1984, Seite 3).

Welche Vorteile der beklagten Partei aus dem von der klagenden Partei akquirierten Kundenstamm im einzelnen zugeflossen sind, ist im Rahmen der Anspruchsbemessung zu prüfen. Dem Geschäftsherrn erwachsen durch die Zuführung neuer Kunden dann Vorteile, wenn durch die Chance, den neu geschaffenen Kundenstock auch weiterhin zu nützen, eine Wertsteigerung seines Unternehmens eingetreten ist (SZ 49/83; 6 Ob 506/85; Künstler, aaO, Rz 156). Vorteil ist alles, was der Geschäftsherr nach dem gewöhnlichen Verlauf der Dinge erwarten kann. Der Vorteil ist deshalb abstakt zu berechnen, ohne daß die tatsächlichen Auswirkungen der entrierten Geschäftsverbindungen auf die konkrete Unternehmensentwicklung abzuwarten wären (HS 415/36 uva). Das Gesetz geht dabei von der Annahme aus, daß der Geschäftsherr Vorteile aus den Geschäftsbeziehungen mit den neuen Kunden über die Beendigung des Agenturverhältnisses hinaus zu nützen imstande ist (Brüggemann, aaO, § 89 b Rz 39). Der Geschäftsherr bleibt aber in seinen Dispositionen ungebunden, er kann vielmehr aus betriebswirtschaftlich vertretbaren Gründen umdisponieren und auf diese Weise der weiteren Verwertung des Kundenstockes den Boden entziehen (BGHZ 49, 39, 42; Brüggemann, aaO). Es trifft demnach den Geschäftsherrn die Behauptungs- und Beweislast dafür, daß die ihm durch den Handelsvertreter geschaffenen Verdienstchancen im Einzelfall über die Beendigung des Vertragsverhältnisses hinaus keinen Bestand haben oder haben werden (6 Ob 506/85; 1 Ob 659/85; Brüggemann, aaO, Rz 118).

Das Erstgericht hat zwar angenommen, daß die Handelstätigkeit der klagenden Partei, die PKW der Marke Honda schon seit deren Einführung auf dem Markt in Österreich vertrieben hat, überwiegend in der Neuzuführung von Kunden bestand, hat aber im einzelnen keine die Ausmessung des Ausgleichsanspruches ermöglichenden Feststellungen getroffen, weil es gleich dem Berufungsgericht den Anspruch als verwirkt ansah. Die erforderlichen Feststellungen wird es deshalb im fortgesetzten Verfahren nachzutragen haben. In diesem Zusammenhang bleibt noch zu erörtern, daß dem von der beklagten Partei gegen den eingeklagten Entschädigungsanspruch ins Treffen geführte Argument, in der Kraftfahrzeugbranche scheidet ein Vorteil des Herstellers (Zwischenhändlers) schon deshalb aus, weil Autokäufer offensichtlich der "Sogwirkung der Marke" folgten und deshalb im Verhältnis zwischen den Vertragspartnern des Händlervertrages gar kein Kundenstamm entstehen könne, in dieser Allgemeinheit nicht gefolgt werden kann. Der deutsche Bundesgerichtshof hielt solchen Einwendungen entgegen, daß selbst bei Bejahung der Markentreue der Autokäufer die Kunden jedenfalls zunächst einmal hätten geworben worden sein müssen und der Kraftfahrzeughändler erfahrungsgemäß dazu beigetragen habe, den Kunden zuzuführen. Außerdem liege es in der Kraftfahrzeugbranche nahe, daß neben der Marke auch die Werbungs-, Betreuungs- und Serviceleistungen des Vertragshändlers bei der Entscheidung über den Kauf eines Neuwagens nicht völlig bedeutungslos seien (WM 1982, 1125 = NJW 1982, 2819). Dieser Auffassung ist - schon im Hinblick auf die vom Erstgericht festgestellten Umfragedaten - auch für den vorliegenden Fall beizutreten. Darauf wird das Erstgericht bei der Ergänzung des Verfahrens Bedacht zu nehmen haben.

Der Kostenvorbehalt beruht auf § 52 Abs 1 ZPO.

Anmerkung

E22409

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:1990:0060OB00644.9.1011.000

Dokumentnummer

JJT_19901011_OGH0002_0060OB00644_9000000_000

Quelle: Oberster Gerichtshof (und OLG, LG, BG) OGH, <http://www.ogh.gv.at>

© 2024 JUSLINE

JUSLINE® ist eine Marke der ADVOKAT Unternehmensberatung Greiter & Greiter GmbH.

www.jusline.at