

**RS OGH 1998/4/1 9ObA44/98f,  
8ObA299/01f, 8ObA290/01g,  
6Ob170/02x, 6Ob204/05a,  
7Ob122/06a, 9ObA24/08g**

JUSLINE Entscheidung

© Veröffentlicht am 01.04.1998

## Norm

HVertrG 1993 §24 Abs1

## Rechtssatz

Die Zuführung neuer Kunden durch die werbende Tätigkeit des Handelsvertreters setzt die Ursächlichkeit seiner Tätigkeit voraus, wobei Mitursächlichkeit des Handelsvertreters in Form einer objektiven Mitwirkung genügt. Bei einer mehrgliedrigen Vertreterorganisation kann auch einem organisatorisch übergeordneten Handelsvertreter (Generalvertreter) ein Ausgleichsanspruch erwachsen, wenn er mittelbar für die erfolgreiche Kundenzuführung eines anderen "unechten Untervertreeters" an den Unternehmer ursächlich ist, weil er diese Untervertreterorganisation aufbaut, unterstützt, weiterbildet, er daher damit betraut ist, für die Erweiterung der Umsätze des Unternehmers zu wirken.

## Entscheidungstexte

- 9 ObA 44/98f  
Entscheidungstext OGH 01.04.1998 9 ObA 44/98f  
Veröff: SZ 71/65
- 8 ObA 299/01f  
Entscheidungstext OGH 28.03.2002 8 ObA 299/01f  
nur: Die Zuführung neuer Kunden durch die werbende Tätigkeit des Handelsvertreters setzt die Ursächlichkeit seiner Tätigkeit voraus, wobei Mitursächlichkeit des Handelsvertreters genügt. (T1); Beisatz: Hier: Allein das Offenhalten und Betreiben der Tankstelle stellt ein Zuführen neuer Kunden im Sinne des § 24 Abs 1 Z 1 HVertrG dar. (T2)
- 8 ObA 290/01g  
Entscheidungstext OGH 28.03.2002 8 ObA 290/01g  
nur T1; Beis wie T2
- 6 Ob 170/02x  
Entscheidungstext OGH 20.02.2003 6 Ob 170/02x  
Auch
- 6 Ob 204/05a  
Entscheidungstext OGH 03.11.2005 6 Ob 204/05a  
Auch
- 7 Ob 122/06a  
Entscheidungstext OGH 30.08.2006 7 Ob 122/06a  
Vgl auch; nur T1; Beisatz: Hier: Tankstellenshop. (T3)
- 9 ObA 24/08g  
Entscheidungstext OGH 01.04.2009 9 ObA 24/08g  
Auch; nur T1; Beisatz: An der entscheidenden Mitursächlichkeit des Handelsvertreters ändert die eigene Werbetätigkeit des Unternehmers nichts. (T4)
- 6 Ob 54/16h  
Entscheidungstext OGH 26.04.2016 6 Ob 54/16h  
Auch; nur T1; Beis wie T2; Beisatz: Die Frage der Kausalität des Handelsvertreters für die Neukundenzuführung ist von der Frage der „Neuheit“ der Kunden für den Unternehmer zu unterscheiden. Dabei ist die Frage der „Neuheit“ jener der Ursächlichkeit logisch vorgelagert. (T5)

## European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:1998:RS0109607

## Im RIS seit

01.05.1998

## Zuletzt aktualisiert am

18.05.2016

**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](http://www.jusline.at)