

Verkündet
am 26. November 1959
Pfauf, Justizangestellter
als Urkundsbeamter der
Geschäftsstelle

I m N a m e n d e s V o l k e s

In dem Rechtsstreit

der Firma Autohaus Eduard S. [REDACTED], T. [REDACTED]
([REDACTED]), A. [REDACTED] R. [REDACTED] Str. [REDACTED]
Klägerin und Revisionsklägerin,
- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt [REDACTED] -

gegen

die Firma Adam O. [REDACTED] Aktiengesellschaft in
R. [REDACTED], gesetzlich vertreten durch ihren
Vorstand Edward Z. [REDACTED], H. Lee B. [REDACTED], Gaston A. de W. [REDACTED],
Dr.ing.e.h. Karl S. [REDACTED] und Gunard W. [REDACTED],
Beklagte und Revisionsbeklagte,
- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

hat der II. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs auf die
mündliche Verhandlung vom 26. November 1959 unter Mitwir-
kung des Senatspräsidenten Dr. Nastelski und der Bundes-
richter Dr. Nörr, Dr. Haidinger, Liesecke und Hill

für Recht erkannt:

Auf die Revision der Klägerin wird das Urteil
des Oberlandesgerichts in Frankfurt (Main), Zivil-
senat in Darmstadt, vom 27. März 1958 aufgehoben.

Die Sache wird zur anderweiten Verhandlung und
Entscheidung an das Berufungsgericht zurückverwiesen,
dem auch die Entscheidung über die Kosten der Revision
übertragen wird.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

Die Beklagte vertreibt die von ihr hergestellten Kraftfahrzeuge entweder durch ihre Filialen B [REDACTED] und D [REDACTED] oder durch Händler, die sie im eigenen Namen und auf eigene Rechnung verkaufen. Mit diesen Händlern, zu denen die Klägerin gehört hat, schließt die Beklagte von ihr entworfene, formulärmäßige sog. Großhändlerverträge ab, denen ihre Lieferungsbedingungen für den Verkauf von Kraftfahrzeugen und die Richtlinien im Verkehr mit ihren Großhändlern als Bestandteil beigelegt sind. Durch den Vertrag überträgt die Beklagte dem Großhändler grundsätzlich und vorbehaltlich gewisser Ausnahmen das ausschließliche Verkaufsrecht für ihre neuen Kraftfahrzeuge in einem bestimmten Bezirk. Der Großhändler erhält auf die Listenpreise einen Rabatt von 10 bis 18 %. Er ist verpflichtet, ein der Größe seines Bezirks entsprechendes Lager in neuen Wagen der Beklagten, Vorführwagen, ein ausreichendes Lager an Ersatzteilen und einen gut eingerichteten Kundendienst für die Fahrzeuge der Beklagten zu unterhalten. Andere fabrikneue Kraftfahrzeuge als die der Beklagten darf der Großhändler nicht verkaufen. In den Richtlinien ist bestimmt, daß der Großhändler verpflichtet ist, überall in seinem Bezirk auf Verlangen der Beklagten Händler einzustellen und Werkstätten zu verpflichten. Er muß einen vollständigen Satz der Spezialwerkzeuge der Beklagten für die Kundendienstwerkstatt zur Verfügung halten. Eine weitergehende Gewährleistung als sie in den Lieferungsbedingungen der Beklagten enthalten ist, darf er seinen Kunden nicht einräumen. Den Wünschen der Beklagten über die Abgabe von zehntägigen, in allen Einzelheiten ausgefüllten Verkaufsberichten, Lageberichten und sonstigen Erhebungen zu statistischen Zwecken hat er nachzukommen. Für den Händler-Werbefonds hat er einen Beitrag zu leisten. Die Beklagte behält sich

das Recht vor, den Vertrag mit verbindlicher Wirkung für den Händler zu ändern, falls behördliche oder gesetzliche Maßnahmen mit den vertraglichen Bestimmungen in Widerstreit treten.

Die Klägerin ist seit etwa 30 Jahren für die Beklagte im Bezirk T[REDACTED] als Großhändlerin tätig gewesen. Die Vertragsbeziehungen wurden letztmalig am 20. Dezember 1948 in einem Großhändlervertrag niedergelegt. Im § 8 des Vertrages ist über die Dauer bestimmt, daß er vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 1949 laufen solle und daß beide Parteien verpflichtet seien, auf eine Anfrage bis 1. November verbindlich zu antworten, ob sie den Vertrag um ein Jahr verlängern wollen. Der Vertrag wurde jeweils um ein Jahr verlängert. Am 28. September 1955 teilte jedoch die Beklagte der Klägerin mit, daß sie das Vertragsverhältnis über den 31. Dezember 1955 hinaus nicht verlängern werde.

Die Klägerin hat nach ihren Angaben in den Jahren 1951 bis 1955 700 Fahrzeuge der Beklagten verkauft. Die Rabatte haben, wie sie angibt, 812 201 DM betragen. Als Rabatte für Ersatzteile werden von der Klägerin 257 387,96 DM genannt. Die gesamten Rabatte haben sich in den Jahren 1951 bis 1955 danach auf 1 069 579,96 DM belaufen.

Die Klägerin hat von der Beklagten gemäß § 89 b HGB einen Ausgleich verlangt und mit der Klage einen Teilbetrag von 5 000 DM beansprucht. Sie hat geltend gemacht, daß ihre Stellung der eines Handelsvertreters entsprochen habe. Die Beklagte habe aus den Mitteilungen der Verkäufe die Kunden für Fahrzeuge der Beklagten entnommen und deren Liste dem nunmehr im Bezirk T[REDACTED] tätigen Großhändler überlassen.



Die Beklagte habe auch einige Tage vor Eingang der Mitteilung, daß der Vertrag nicht verlängert werde, die Neuwageninteressentenkartei der Klägerin eingesehen. Das Verkaufs-, Lager- und Werkstattpersonal der Klägerin sei vom Nachfolger übernommen worden. Sie habe bis zum 31. Dezember 1954 etwa 480.000 DM in ihren auf den Absatz der Erzeugnisse der Beklagten ausgerichteten Betrieb investiert. Ein großer Teil sei durch die Beendigung des Vertrages entwertet. An Kosten der Werbung für die Erzeugnisse der Beklagten seien von 1951 bis 1955 etwa 27.000 DM aufgewendet worden.

Die Beklagte hat beantragt, die Klage abzuweisen. Im Wege der Widerklage hat sie die Feststellung begehrt, daß der Klägerin ein Ausgleichsanspruch auch über den von ihr eingeklagten Teilbetrag hinaus nicht zustehe. Sie hat ausgeführt, daß ein Ausgleichsanspruch für Großhändler der Automobilbranche nicht in Betracht kommen könne. Für die Nichtverlängerung des Vertrages mit der Klägerin hätten zudem wichtige Gründe infolge schuldhaften Verhaltens der Klägerin vorgelegen. Ferner hat die Beklagte bestritten, daß sie dem Nachfolger der Klägerin Kundenlisten ausgehändigt habe.

Das Landgericht hat die Klage abgewiesen. Das Oberlandesgericht hat die Berufung zurückgewiesen und auf die Anschlußberufung die mit der Widerklage begehrte Feststellung getroffen. Mit der Revision verfolgt die Klägerin ihren Klageantrag und den Antrag auf Abweisung der Widerklage unter Verzicht auf einen 120.000 DM etwa übersteigenden Ausgleichsanspruch weiter. Die Beklagte beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe:

I. Der erkennende Senat hat sich mit der Frage der entsprechenden Anwendung des § 89 b HGB auf Eigenhändler (Vertragshändler) bereits in seinem Urteil vom 11. Dezember 1958 - II ZR 73/57 - (BGHZ 29, 83 = NJW 1959, 144 = LM HGB § 89 b Nr. 6 mit Anm. Haager; vgl. ferner Ur. v. 4. Juni 1959 - II ZR 119/58 -, VersR 59, 787) befaßt und die Möglichkeit bejaht, daß dem durch einen Rahmenvertrag in die Verkaufsorganisation des Herstellers eingegliederten Eigenhändler ein Ausgleichsanspruch im Hinblick auf die Gleichheit der Interessenlage, die dem § 89 b HGB zugrundeliegt, erwachsen kann. An dieser Auffassung hält der Senat auch gegenüber den von Schuler, NJW 1959, 649 ff geäußerten Bedenken fest. Nur für die Fälle der Schutzbedürftigkeit des Eigenhändlers im konkreten Fall trotz seiner an sich bestehenden rechtlichen Selbständigkeit und Entscheidungsfreiheit hat der Senat gemäß dem Grundgedanken des § 89 b HGB, der von der schwächeren Stellung des Handelsvertreters bei der Festsetzung des Vertragsinhaltes ausgeht, eine entsprechende Anwendung grundsätzlich zugelassen. Die Ausgestaltung der Rahmenverträge, insbesondere durch Konkurrenzverbote, Preisbindungen, Vorschriften über die Lieferbedingungen beim Weiterverkauf, Anordnungen über die Einrichtung des Betriebes und die Geschäftsführung (vgl. z.B. von Brunn, Die Händlerverträge der Kraftfahrzeugwirtschaft 1949) ist derart, daß nicht schlechthin gesagt werden kann, der Eigenhändler sei infolge größerer wirtschaftlicher Selbständigkeit in der Lage, ihm nachteiligen Vereinbarungen entgegenzutreten, und daher nicht ähnlich schutzbedürftig, wie dies vom Gesetzgeber beim Handelsvertreter angenommen worden ist, indem er eine zwingende Vorschrift

über den Ausgleich bei Beendigung des Vertragsverhältnisses für nötig gehalten hat. Auch die Schwierigkeit, den Kreis der für eine entsprechende Anwendung geeigneten Fälle genügend genau zu bestimmen, und die dadurch hervorgerufene Unsicherheit lassen es nicht zu, von einer an sich nach allgemeinen Rechtsgrundsätzen gebotenen Gesetzesanalogie abzusehen, mögen auch im Ergebnis überhaupt nur wenige Fälle dafür in Frage kommen. Bereits die Möglichkeit, daß § 89 b HGB in Ausnahmefällen zu erheblichen Ansprüchen auf Ausgleich führen kann, wird dem tatsächlichen Gleichgewicht der gleichberechtigten Partner der Rahmenverträge förderlich sein.

Dem Eigenhändler kann auch nicht, wie das angefochtene Urteil meint, ein Ausgleichsanspruch bereits deshalb versagt werden, weil hier keine Vorteile entstehen, wie sie für den Handelsvertreter durch die Gewinnung eines Dauerkunden auch ohne weitere eigene Tätigkeit in Gestalt von Provisionsansprüchen bei Nachbestellungen erwachsen. Der Anspruch aus § 89 b HGB soll allgemein die durch die Provision noch nicht voll vergütete Schaffung eines Kundenstammes zugunsten des Unternehmers ausgleichen (BGHZ 24, 214, 222; NJW 1958, 23). Es sind daher auch nicht nur die Provisionen aus Nachbestellungen zu berücksichtigen, die der Handelsvertreter bei Vertragsende verliert, sondern auch solche, die aus Geschäften infolge weiterer Tätigkeit des Handelsvertreters hätten gewonnen werden können (BGH vom 13. Mai 1957 - II ZR 19/57 - NJW 1957, 1028). Auch dem Eigenhändler entgeht unter Umständen durch die Beendigung des Vertrages die Möglichkeit, durch die weitere Verbindung mit den von ihm gewonnenen Kunden weitere Geschäfte mit ihnen zustandezubringen.

II. Das angefochtene Urteil hatte von seinem Standpunkt

aus keine Veranlassung, eine Prüfung des Klaganspruchs unter dem vom Senat in seinem Urteil vom 11. Dezember 1958 für maßgeblich erachteten Gesichtspunkten vorzunehmen. Für eine abschließende Beurteilung bedarf es zunächst weiterer tatsächlicher Erörterungen.

1. Zwar läßt der in allen Einzelheiten von der Beklagten festgelegte Großhändlervertrag erkennen, daß die Klägerin in die von der Beklagten einheitlich gestaltete Verkaufsorganisation derart eingegliedert worden ist, daß ihr keine Möglichkeit blieb, eine andere Vertragsgestaltung durchzusetzen und etwa Ansprüche wegen des Kundenstammes festlegen zu lassen. Die gesamte Tätigkeit der Klägerin wurde an die Erzeugnisse der Beklagten gebunden, für deren Absatz und Kundendienst sowie die Werbung erhebliche Aufwendungen zu machen waren. Ein Wechsel in den Besitzverhältnissen der Firma oder in ihrer Leitung bedurfte der Genehmigung der Beklagten. Die Klägerin hatte jederzeit der Beklagten Einblick in ihre Einrichtungen und finanziellen Verhältnisse zu geben. Die für eine entsprechende Anwendung des § 89 b HGB auf Eigenhändlerverträge nötige Schutzbedürftigkeit wird hiernach nicht verneint werden können.

2. Es wird aber einer eingehenden Prüfung bedürfen, ob die Klägerin in Erfüllung vertraglicher Pflichten einen von ihr geworbenen Kundenstamm der Beklagten zur weiteren Nutzung überlassen hat. Dabei werden die besonderen Verhältnisse der Automobilbranche zu berücksichtigen sein. Nach dem Vortrag der Parteien ist anzunehmen, daß die Klägerin der Beklagten in ihren Verkaufsberichten oder durch Übermittlung der sog. Wagenkarten auch die Person der Käufer anzugeben hatte. Die Beklagte hatte behauptet, sie habe sich diese

Angaben nur aus statistischen Gründen und als Unterlage für ihre Werbung machen lassen. Sie seien nicht für den Nachfolger des Großhändlers bestimmt gewesen und seien auch tatsächlich nicht dem Nachfolger der Klägerin im Bezirk Traunstein übermittelt worden. Dieser habe keine Kundenliste des Bezirks von ihr erhalten. Er habe vielmehr die Interessenten, Besitzer und Werkstattkunden selbständig ermittelt und unabhängig von irgendwelchen Unterlagen der Beklagten entsprechende Karteien angefertigt. Durch den Adressendienst seien im übrigen alle Halter von Kraftfahrzeugen nebst Angabe der Marke erfaßt und ihre Anschriften jedermann zugänglich. Die Klägerin hatte andererseits behauptet, die Beklagte habe einige Tage vor dem Eingang des Schreibens über die Nichtverlängerung des Vertrages sämtliche Karteiunterlagen bei ihr eingesehen und insbesondere aus der Kartei der Interessenten für Neuwagen die angebotenen oder bereits schwebenden Geschäfte entnommen. Das wäre mit lediglich statistischen Zwecken nicht zu erklären, sondern würde darauf hindeuten, daß es der Beklagten darauf angekommen wäre, Besitz von dem Kundenstamm der Klägerin zu ergreifen. Die Beklagte hatte ferner geltend gemacht, von einem von der Klägerin geworbenen Kundenstamm könne nach den Verhältnissen der Automobilbranche überhaupt nicht gesprochen werden. Maßgebend für den Absatz seien die Leistungen und die Werbung der Beklagten. Der Kunde kaufe eine bestimmte Fahrzeugmarke unabhängig von den Beziehungen zu einem bestimmten Großhändler. Die Klägerin hatte andererseits vorgetragen, daß der Vertragshändler durch seine Einzelwerbung, die er mit Hilfe von Vertretern durchführe, überhaupt erst die Kundenbeziehung herstelle und sie durch den Werkstattdienst aufrechterhalte und pflege. Auf diese Weise bilde sich in dem Bezirk ein fester Kundenkreis, der

auch bei Neuanschaffungen regelmäßig auf den Bezug durch den Vertragshändler zurückgreife. Die Sogwirkung der Marke der Beklagten trete demgegenüber angesichts der Konkurrenz mit anderen, ebenso zugkräftigen Autmarken zurück. Ob die Klägerin im Sinne der Rechtsprechung des Senats der Beklagten einen Kundestamm gemäß dem Rahmenvertrage überlassen hat und dieser von der Beklagten infolge Überleitung auf den Nachfolger der Klägerin noch weiter genutzt wird, bedarf hiernach weiterer tatsächlicher Erörterungen unter Berücksichtigung des Vorbringens und der Beweiserbieten der Parteien.

3. Bei der Prüfung, ob die Zahlung eines Ausgleiches unter Berücksichtigung aller Umstände der Billigkeit entspricht (§ 89 b Abs. 1 Nr. 3 HGB), würde auch der Vortrag der Klägerin über ihre Aufwendungen für den Absatz der Erzeugnisse der Beklagten und die behauptete Entwertung der Einrichtungen durch die Beendigung des Vertragsverhältnisses gegebenenfalls Beachtung finden können.

4. Ein Anspruch der Klägerin entsprechend § 89 b HGB entfiere überhaupt, wenn, wie die Beklagte behauptet hat, ein wichtiger Grund zur Kündigung wegen schuldhaften Verhaltens des Inhabers der Klägerin vorgelegen hat, als das Vertragsverhältnis nicht verlängert wurde. § 89 b Abs. 3 Satz 2 HGB schließt in diesem Falle auch bei Vertragsende ohne Kündigung durch Nichtverlängerung den Anspruch aus (BGHZ 24, 30).

III. Das angefochtene Urteil war hiernach aufzuheben und die Sache zur anderweiten Verhandlung und Entscheidung an das Berufungsgericht zurückzuverweisen. Die Entscheidung

über die Kosten der Revision war dem Berufungsgericht zu übertragen, weil sie vom Ausgang der Sache abhängt.

Dr.Nastelski Dr.Haidinger Dr.Nörr Liesecke Hill