

Nachschlagewerk: ja
BGHZ: nein

HGB § 89 b

Zu den Voraussetzungen einer analogen Anwendung
des § 89 b HGB auf den Ausgleichsanspruch des
(hier: Laborpräparate vertreibenden) Eigenhändlers.

BGH, Urt. v. 3. März 1983 - I ZR 34/81 - OLG Frankfurt a.M.
LG Wiesbaden

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

I ZR 34/81

URTEIL

Verkündet am

3. März 1983

Mehrhof

Justizangestellte

als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

B[REDACTED] Arbeitsgemeinschaft GmbH, gesetzlich vertreten durch ihre Geschäftsführer Klaus J. S[REDACTED] und Margaretha S[REDACTED], A[REDACTED]straße [REDACTED], L[REDACTED]/H[REDACTED],

Klägerin und Revisionsklägerin,

- Prozeßbevollmächtigte: Rechtsanwälte Dr. [REDACTED] und Dr. [REDACTED] -

g e g e n

Firma AP[REDACTED] Labor System GmbH, gesetzlich vertreten durch ihre Geschäftsführer La[REDACTED] und D[REDACTED], Bi[REDACTED]ring [REDACTED], W[REDACTED],

Beklagte und Revisionsbeklagte,

- Prozeßbevollmächtigte: Rechtsanwälte Dr. [REDACTED] und Dr. [REDACTED] -

- 2 -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofes hat auf die mündliche Verhandlung vom 3. März 1983 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Frhr. v. Gamm und die Richter Dr. Merkel, Dr. Zülch, Dr. Piper und Dr. Erdmann

für Recht erkannt:

Auf die Revision der Klägerin wird das Urteil des 10. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Frankfurt am Main vom 28. November 1980 aufgehoben.

Die Sache wird zur anderweiten Verhandlung und Entscheidung, auch über die Kosten des Revisionsverfahrens, an das Berufungsgericht zurückverwiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand

Die Klägerin - eine Herstellerin von Diagnostika für ärztliche und industrielle Labors, die ihre Präparate selber vertreibt - übernahm durch Vertrag vom 1.6.1972 für die Firma AP O Ltd. im Gebiet der Bundesrepublik Deutschland einschließlich des Landes Berlin den Alleinvertrieb von Diagnostika zur biologischen Erkennung von Bakterien. Dieses Vertragsverhältnis endete am 30.9.1976. Es wurde abgelöst durch einen Vertrag vom 1.10.1976 mit der Beklagten - einer in der Zwischenzeit gegründeten Tochtergesellschaft der AP O -, durch den die



[JLaw – Gesetze und Urteile](#)
Kostenlos
Über 200 Gesetze
Über 100.000 Urteile
(mobile App)



Klägerin mit der Fortführung des Alleinvertriebs der AP-Produkte in demselben Verkaufsgebiet betraut wurde.

Nach den Bestimmungen des Vertrages vom 1.10.1976 war es Aufgabe der Klägerin, die AP-Produkte zu den von der Beklagten festgesetzten Einzelhandelspreisen im Namen und auf Rechnung der Klägerin zu verkaufen. Demgemäß oblag ihr auch die Fakturierung, der Versand und die Einziehung von Außenständen. Darüber hinaus sollte die Klägerin ihr Verkaufspersonal ein- bis zweimal jährlich durch die Beklagte unterweisen lassen und mit ihr bei Arbeitsgemeinschaften, Messen und Tagungen - unter Zurverfügungstellung personeller und sächlicher Mittel und Übernahme eines Teils der Kosten - zusammenarbeiten. Außerdem war bestimmt, daß die Klägerin der Beklagten das Auftreten technischer Anwendungsprobleme und Kundenbeschwerden unverzüglich anzuzeigen und ihr fortlaufend über den Stand des Kundenpotentials, über Demonstrationersuchen von Kunden und über Kundenbesuche Bericht zu erstatten habe. Ferner verpflichtete sich die Klägerin, der Beklagten in vierteljährlichen Abständen Verkaufsanalysen - aufgeschlüsselt nach Waren und Kunden - zu übermitteln und die Beklagte bei der Einholung weiterer Marktinformationen zu unterstützen. Die Beklagte ihrerseits verpflichtete sich, der Klägerin für die gelieferten Waren nur 2/3 ihrer Listenpreise zu berechnen, Direktaufträge an die Klägerin weiterzuleiten und die Verkaufstätigkeit der Klägerin durch eigenes Personal, technisches Material sowie von Zeit zu Zeit auch durch Werbung in Zeitschriften zu fördern.

Nach der Beendigung des auf 2 Jahre eingegangenen Vertragsverhältnisses hat die Klägerin gegen die Beklagte analog § 89 b HGB Ausgleichsansprüche erhoben und zur

Begründung geltend gemacht: Aufgrund des Vertrages vom 1.10.1976 sei sie für die Beklagte über den Rahmen einer bloßen Käufer-Verkäufer-Beziehung hinaus in ähnlicher Weise wie ein Handelsvertreter tätig geworden. Das ergebe sich insbesondere daraus, daß ihr von der Beklagten ein bestimmtes Gebiet, die Bundesrepublik Deutschland einschließlich West-Berlin, zum Alleinvertrieb überlassen worden sei und daß ihr, wie einem Handelsvertreter, die Absatzförderung und Berichtspflichten oblegen hätten. Durch die Abrede, daß sie der Beklagten in regelmäßigen Abständen über die Geschäftsabschlüsse zu unterrichten und ihr eine nach Waren und Kunden aufgeschlüsselte Verkaufsanalyse zu übermitteln habe, sei sie auch der Beklagten zur Überlassung ihres Kundenstamms vertraglich verpflichtet gewesen. Diesen habe die Beklagte auch nach Vertragsende für sich nutzen können.

Die Klägerin, die ihren Ausgleichsanspruch im einzelnen mit 110.203,-- DM berechnet hat, hat auf Zahlung dieses Betrages Klage erhoben.

Demgegenüber hat die Beklagte geltend gemacht, eine entsprechende Anwendung des § 89 b HGB komme nicht in Betracht, weil die Klägerin keine für Handelsvertreter typischen Vertragspflichten zu erfüllen gehabt habe und die Vertragsbeziehungen der Parteien über ein Käufer-Verkäufer-Verhältnis nicht hinausgegangen seien. Die Verkaufsförderung sei allein Sache der Beklagten gewesen. Auf das der Klägerin eingeräumte Alleinvertriebsrecht berufe sich diese ohne Erfolg. Soweit die Klägerin am Verkauf von AP-Produkten mitgewirkt habe, habe sie das nur im Rahmen des Vertriebs ihrer eigenen Waren getan. Sie sei im wesentlichen mit der kauf-

männischen Abwicklung der Kundenaufträge befaßt gewesen, nicht mit der Akquisitionstätigkeit eines Handelsvertreters. Vom Gesamtumsatz der Klägerin seien lediglich 10 % auf AP-Produkte entfallen, so daß sich die von ihr entfaltete Werbetätigkeit auf die eigenen Produkte bezogen habe. Schließlich treffe es nicht zu, daß ihr die Klägerin ihren Kundenstamm verschafft habe. Die Berichte der Klägerin an die Beklagte hätten lediglich der Anfertigung von Marktanalysen und Verkaufskontrollen gedient. Den Kundenstamm habe die Beklagte bereits bei Beendigung des Vertrages der Klägerin mit der Muttergesellschaft der Beklagten gekannt, neue Kunden seien nicht hinzugekommen. Im übrigen sei das Zahlungsbegehren der Klägerin auch bei analoger Anwendung des § 89 b HGB mangels Vorliegens der einzelnen Voraussetzungen dieser Vorschrift unbegründet.

Das Landgericht hat die Klage abgewiesen, weil nach dem Vertrag vom 1.10.1976 die Klägerin im wesentlichen keine für einen Handelsvertreter typischen Pflichten übernommen habe und das Rechtsverhältnis der Parteien über eine Käufer-Verkäufer-Beziehung nicht hinausgegangen sei.

Die Berufung der Klägerin gegen dieses Urteil hat das Oberlandesgericht zurückgewiesen. Mit der Revision verfolgt die Klägerin ihren bisherigen Klageantrag weiter. Die Beklagte beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe

I. Das Berufungsgericht hat ausgeführt: Ausgleichsansprüche nach § 89 b HGB könnten von Eigenhändlern u.a.

nur dann erhoben werden, wenn die gesamte Ausgestaltung der Vertragsbeziehungen eine Erstreckung dieser Vorschrift auf den Vertragshändler im Wege der Analogie zulasse. Insoweit sei nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs - auch soweit sie für die Ausgleichsansprüche des Handelsvertreters eine besondere Schutzbedürftigkeit nicht mehr verlange - zu beachten, daß der Ausgleichsanspruch seinem Wesen nach eine wirtschaftliche Abhängigkeit des Handelsvertreters vom Unternehmer voraussetze. Eine Analogie zugunsten des Vertragshändlers sei daher nur gerechtfertigt, wenn auch dieser, ähnlich wie der Handelsvertreter, in einem wirtschaftlichen Abhängigkeitsverhältnis zum Hersteller stehe. Das sei vorliegend nicht der Fall. Der Vertrag vom 1.10.1976 lasse insgesamt erkennen, daß die Parteien - ohne Eingliederung des Klägers in die Absatzorganisation der Beklagten - die beiderseitigen Rechte und Pflichten partnerschaftlich ausgestaltet hätten. Das stehe der Annahme einer Unterordnung der Klägerin unter die Absatzinteressen der Beklagten und damit der Annahme einer wirtschaftlichen Abhängigkeit der Klägerin von der Beklagten entgegen.

Eine analoge Anwendung des § 89 b HGB scheitere überdies auch daran, daß die Klägerin zur Überlassung des Kundenstamms an die Beklagte nicht verpflichtet gewesen sei. Soweit sie Berichts- und Informationspflichten getroffen hätten, habe dies der Anfertigung von Verkaufsanalysen sowie Absatzförderungs- und Marketingmaßnahmen gedient und nicht der Zurverfügungstellung des Kundenstamms durch die Klägerin und seiner Nutzbarmachung durch die Beklagte.

II. Die gegen diese Beurteilung gerichteten Angriffe der Revision haben Erfolg. Sie führen zur Aufhebung des angefochtenen Urteils und zur Zurückverweisung der Sache in die Berufungsinstanz.

Sinn des Ausgleichsanspruchs nach § 89 b HGB ist es, dem Handelsvertreter für einen auf seine Leistung zurückzuführenden, ihm aber infolge der Beendigung des Vertragsverhältnisses nicht mehr vergüteten Vorteil des Unternehmers, wie er in der Schaffung eines Kundenstammes liegt, eine Gegenleistung zu gewähren, die in ihrer Grundlage und Bemessung weitgehend durch Billigkeitserwägungen bestimmt ist (BGH LM HGB § 89 b Nr. 57 = MDR 1980, 200; NJW 1981, 1961; NJW 1982, 2819; BGH, Urt. v. 2.2.1983 - I ZR 175/80; st. Rspr.). Dem Wesen dieses Anspruchs entspricht es, ihn - in entsprechender Anwendung des § 89 b HGB - auch dem Eigenhändler zuzubilligen, wenn dessen Stellung im Einzelfall der eines Handelsvertreters in den für die Zubilligung des Ausgleichs maßgeblichen Voraussetzungen gleichkommt. Dafür ist erforderlich, daß zwischen dem Eigenhändler und dem Hersteller ein Rechtsverhältnis besteht, das sich nicht in bloßen Käufer-Verkäufer-Beziehungen erschöpft. Der Eigenhändler muß so in die Absatzorganisation des Herstellers eingegliedert sein, daß er wirtschaftlich in erheblichem Umfang Aufgaben zu erfüllen hat, die sonst einem Handelsvertreter zukommen. Dazu gehört, daß er sich für den Vertrieb der Erzeugnisse des Herstellers wie ein Handelsvertreter einzusetzen hat und auch sonst Bindungen und Verpflichtungen unterliegt, wie sie für einen Handelsvertreter typisch sind. Ferner muß der Eigenhändler gegenüber dem Hersteller vertraglich verpflichtet sein, diesem bei der Beendigung des Vertragsverhältnisses seinen Kundenstamm zu überlassen, so daß sich der Hersteller den Kundenstamm des Eigenhändlers

sofort und ohne weiteres nutzbar machen kann. Dabei kommt es nicht darauf an, ob die Verpflichtung zur Überlassung des Kundenstamms erst im Zeitpunkt der Vertragsbeendigung oder schon während der Vertragszeit durch laufende Unterrichtung des Herstellers über Geschäftsabschlüsse und Kundenbeziehungen zu erfüllen ist, vorausgesetzt nur, daß der Hersteller hierdurch tatsächlich in die Lage versetzt wird, den Kundenstamm nach Beendigung des Vertragsverhältnisses weiter zu nutzen (BGHZ 68, 340, 343; BGH LM HGB § 89 b Nr. 57 = MDR 1980, 200; NJW 1981, 1961; NJW 1982, 2819; Urt. v. 2.2.1983 - I ZR 175/80). Diese Voraussetzungen für eine analoge Anwendung des § 89 b HGB auf den Ausgleichsanspruch des Eigenhändlers sind, wie die Revision zutreffend geltend macht, im Streitfall gegeben.

1. Die gegenteilige Annahme des Berufungsgerichts beruht auf der rechtsfehlerhaften Erwägung, daß der Ausgleichsanspruch nach § 89 b HGB eine wirtschaftliche Abhängigkeit des Handelsvertreters vom Unternehmer voraussetze und eine Übertragung der für den Handelsvertreter geltenden Ausgleichsregelung auf den Vertragshändler nur in Betracht komme, wenn sich dieser - wie der Handelsvertreter gegenüber dem Unternehmer - in einem wirtschaftlichen Abhängigkeitsverhältnis zum Hersteller befinde. Nach der Rechtsprechung des BGH kommt es für den Ausgleichsanspruch nach § 89 b HGB auf die Schutzbedürftigkeit des Handelsvertreters grundsätzlich nicht an. Sie kann zwar im Rahmen der Billigkeitserwägungen gem. § 89 b Abs. 1 Nr. 3 HGB Berücksichtigung finden, zählt aber nicht zu den tragenden Grundlagen des Anspruchs. Demgemäß entspricht es auch nicht dem gesetzgeberischen Grundgedanken des § 89 b HGB, die entsprechende Anwendung dieser Vorschrift auf einen wie ein Handelsvertreter in

die Vertriebsorganisation eines Unternehmens eingegliederten Vertragshändler auch noch davon abhängig zu machen, ob und in welchem Umfang er im konkreten Fall schutzbedürftig ist. Zwar hat der Gesetzgeber die Handelsvertreter überwiegend als schutzbedürftig und wirtschaftlich abhängig angesehen und dem dadurch Rechnung getragen, daß er die Ausgleichsregelung des § 89 b HGB und weitere Vorschriften des Handelsvertreterrechts (§§ 84 ff HGB) in bestimmtem Umfang für unabdingbar erklärt hat (BGHZ 69, 340, 344, 345). Dennoch zählt Schutzbedürftigkeit des Handelsvertreters nicht zu den Voraussetzungen des Ausgleichsanspruchs. Auch dem nicht schutzbedürftigen Handelsvertreter, der vom Unternehmer wirtschaftlich nicht abhängig ist, steht dieser Anspruch unabdingbar zu. Gehört aber die Schutzbedürftigkeit des Handelsvertreters nicht zu den tragenden Grundgedanken des Ausgleichsanspruchs nach § 89 b HGB, kann auf diesen Gesichtspunkt bei Prüfung der Frage, ob und unter welchen Voraussetzungen § 89 b HGB auf Eigenhändler entsprechend anwendbar ist, nicht abgestellt werden. Dem widerspricht es, wenn das Berufungsgericht die wirtschaftliche Abhängigkeit des Eigenhändlers, die dessen Schutzbedürftigkeit gegenüber dem Hersteller lediglich näher umschreibt und eingrenzt (vgl. BGHZ 69, 340, 345), zur Voraussetzung der analogen Anwendung des § 89 b HGB auf Eigenhändler macht.

Für die entsprechende Anwendung des § 89 b HGB auf den Ausgleichsanspruch der Klägerin kommt es danach allein darauf an, ob das Rechtsverhältnis der Parteien über eine reine Käufer-Verkäufer-Beziehung hinausgegangen war und der Klägerin eine dem Handelsvertreter vergleichbare Stellung zugewiesen hatte. Das ist nach den vom Berufungsgericht getroffenen Feststellungen zum Vertrag vom

1.10.1976 zu bejahen. Dafür spricht, daß der Klägerin ein bestimmtes Vertragsgebiet zugewiesen war. Wie sich aus der Vereinbarung eines Alleinvertriebs durch die Klägerin und dem Verbot von Direktverkäufen durch die Beklagte ergibt, hatte die Klägerin in diesem Verkaufsgebiet auch Gebietsschutz. Hinzu kommt, daß sie verpflichtet war, die Interessen der Beklagten in vielfacher Hinsicht - einschließlich Verkaufswerbung, Kundenbetreuung und -beratung - zu fördern. So hatte sie geworbene und potentielle Kunden zu besuchen, diese zu Demonstrationen zu sich einzuladen und zur Vorführung von AP--Waren ihre Laboreinrichtungen zur Verfügung zu stellen. Zur besseren Förderung des Absatzes der Beklagten war sie ferner zur Schulung ihres Personals durch die Beklagte und zur Zusammenarbeit mit dieser auf Arbeitsseminaren, Messen und Tagungen verpflichtet. Wie einen Handelsvertreter trafen sie zahlreiche Berichtspflichten, so über technische Probleme, Kundenbeschwerden, Kundenbesuche, Kundenzahl, Vertragsanalysen unter Aufschlüsselung nach Waren und Kunden, und unstreitig ist, daß die Klägerin der Beklagten seit Juni 1977 ständig Abschriften sämtlicher Kundenrechnungen erteilt hat. Darüber hinaus zeigt sich die starke Einbindung der Klägerin in die Absatzorganisation der Beklagten auch darin, daß sie zu einer gemeinsamen Marktpolitik mit der Beklagten verpflichtet war und auf Tagungen und Messen ihren Stand neben dem der Beklagten aufzustellen hatte. Demgemäß verwiesen auch die Werbeprospekte für AP--Produkte die Interessenten auf die Belieferung durch die Klägerin. Des weiteren war die wirtschaftliche Selbständigkeit der Klägerin entscheidend dadurch eingeschränkt, daß sie an die von der Beklagten in ihren Preislisten jeweils festgesetzten Einzelhandelspreise gebunden war und damit eigene Preise

für APQ-Produkte nicht kalkulieren und festsetzen konnte. Das Gesamtbild dieser Verpflichtungen zeigt, daß die Klägerin einem Handelsvertreter vergleichbar in die Absatzorganisation der Beklagten eingebunden war und weitgehend Aufgaben zu erfüllen hatte, wie sie sonst einen Handelsvertreter treffen.

2. Das Berufungsgericht hat weiter gemeint, ein Ausgleichsanspruch der Klägerin scheitere auch deshalb, weil sie der Beklagten zur Überlassung ihres Kundenstamms nicht verpflichtet gewesen sei. Auch diese Annahme begegnet durchgreifenden rechtlichen Bedenken. Nach den Feststellungen des Berufungsgerichts bestand eine Verpflichtung der Klägerin, die Beklagte fortwährend über den Kundenbestand und die Kundenbesuche zu unterrichten und alle drei Monate eine nach Waren und Kunden aufgeschlüsselte Verkaufsanalyse zu erteilen. Unstreitig hat die Klägerin diese Verpflichtung erfüllt, seit Juni 1977 auch durch Übersendung von Abschriften sämtlicher Kundenrechnungen. Damit war die Beklagte, ohne daß es weiterer Angaben bedurft hätte, tatsächlich in die Lage versetzt, wie ein Unternehmer beim Ausscheiden des Handelsvertreters den Kundenstamm der Klägerin sofort nach Beendigung des Vertrages und ohne Unterbrechung für sich zu nutzen. Es ist rechtsirrig, wenn das Berufungsgericht demgegenüber meint, daß es auf die von der Klägerin übernommenen und erfüllten Informationspflichten nicht ankomme, weil die Beklagte die ihr übermittelten Informationen zur Erfüllung eigener Aufgaben - zur Disposition für Marktanalysen, zur Gestaltung des Vertriebssystems, zur Gestaltung der Sortiments- und Preispolitik und zur Durchführung des Marketings - benötigt und verwendet habe und weil eine vertragliche Regelung, die lediglich darauf abziele, dem

Unternehmer Grundlagen für seine Absatzförderungsmaßnahmen zu verschaffen, nicht als vom gesetzgeberischen Zweck des § 89 b HGB umfaßt angesehen werden könne. Insoweit hat das Berufungsgericht nicht hinreichend berücksichtigt, daß nach der Rechtsprechung von einer vertraglichen Verpflichtung des Eigenhändlers zur Überlassung des Kundenstamms als Voraussetzung für die Anwendbarkeit des § 89 b HGB auch dann auszugehen ist, wenn die Parteien mit der Vereinbarung, aus der sich die Pflicht zur Namhaftmachung der Kunden und damit zur Überlassung des Kundenstamms ergibt, weitere Absichten und Ziele verfolgt haben sollten, vorausgesetzt nur, daß der Hersteller - wie im Streitfall - tatsächlich in die Lage versetzt wird, den Kundenstamm nach Beendigung des Vertragsverhältnisses weiter zu nutzen (BGHZ 68, 340, 343; BGH LM HGB § 89 b Nr. 57 = MDR 1980, 200). Es ist daher für die Frage der entsprechenden Anwendung des § 89 b HGB auch unerheblich, ob die Beklagte, wie sie behauptet, den Kundenstamm bereits bei Beendigung des Vertrages zwischen der Klägerin und der API gekannt habe und ob es zutrifft, daß neue Kunden nicht hinzugekommen seien. Die tatsächliche Möglichkeit zur Nutzung der in den Verkaufsanalysen und Rechnungskopien enthaltenen Angaben der Klägerin über ihre Kunden hat auch die Beklagte nicht in Abrede gestellt. Auf die Frage, ob und in welchem Umfang der Beklagten aus dem Kundenstamm der Klägerin Vorteile tatsächlich zugeflossen sind, wird bei Prüfung der Einzelvoraussetzungen des § 89 b HGB einzugehen sein.

3. Gegenüber dem Ausgleichsanspruch der Klägerin kann sich die Beklagte auch nicht mit Erfolg auf die Vorschrift des § 92 b Abs. 1 Satz 1 HGB berufen. Nach dem Vertrag der Parteien vom 1.10.1976 fehlt es vorliegend

an einer Erklärung der Beklagten, wie sie nach § 92 b Abs. 2 HGB im Verhältnis des Unternehmers zum Handelsvertreter für das Vorliegen einer lediglich nebenberuflichen Handelsvertretertätigkeit unabdingbare Voraussetzung ist.

III. Danach kommt es nunmehr auf die Prüfung an, ob und inwieweit die Voraussetzungen des § 89 b HGB im Streitfall erfüllt sind. Dafür bedarf es weiterer durch den Tatrichter zu treffender Feststellungen.

Demgemäß war die Sache unter Aufhebung des Berufungsurteils zur weiteren Verhandlung und Entscheidung, auch über die Kosten der Revision, an das Berufungsgericht zurückzuverweisen.

v. Gamm

Zülch

Merkel

Piper

Erdmann