

Nachschlagewerk: ja

BGHZ: nein

BHGR: ja

HGB § 89 b

Die Vertragspflicht zur Überlassung des Kundenstamms als Voraussetzung für den Ausgleichsanspruch des Vertragshändlers entsprechend § 89 b HGB erfordert nicht, daß von vornherein eine ganz oder im wesentlichen lückenlose Übermittlung der Kundendaten an den Hersteller sichergestellt ist.

BGH, Urteil vom 6. Oktober 1993 - VIII ZR 172/92 - OLG Köln
LG Köln

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

URTEIL

VIII ZR 172/92

Verkündet am:
6. Oktober 1993
Böhringer-Mangold
Justizobersekretärin
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

Edgar S. [REDACTED], [REDACTED] - [REDACTED] [REDACTED] M. [REDACTED],
[REDACTED] USA,

Kläger und Revisionskläger,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

g e g e n

F. [REDACTED] Werke AG, vertreten durch ihren Vorstand, dieser vertre-
ten durch den Vorstandsvorsitzenden John E. H. [REDACTED],
H. [REDACTED]-F. [REDACTED]-Straße 1, K. [REDACTED],

Beklagte und Revisionsbeklagte,

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

2

- 2 -

Der VIII. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 6. Oktober 1993 durch den Vorsitzenden Richter Wolf und die Richter Dr. Zülch, Dr. Paulusch, Groß und Wiechers

für Recht erkannt:

Auf die Revision des Klägers wird das Urteil des 24. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Köln vom 30. Juni 1992 aufgehoben.

Die Sache wird zur anderweiten Verhandlung und Entscheidung, auch über die Kosten des Revisionsverfahrens, an den 12. Zivilsenat des Berufungsgerichts zurückverwiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

Der Kläger war Inhaber des Autohauses "B[REDACTED]" in L[REDACTED] und in der Zeit vom 1. Juli 1976 bis zum 31. Dezember 1987 Haupthändler der beklagten F[REDACTED]-Werke AG für das Gebiet Lörrach/Inzlingen/Grenzach-Wyhlen. Die Rechtsbeziehungen der Parteien waren in einem mit Wirkung vom 1. No-



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



[JLaw – für Android](#)



[JLaw – für iOS](#)

vember 1976 abgeschlossenen sog. Haupthändlervertrag (im folgenden: HHV) geregelt.

Auf Veranlassung der Beklagten übermittelte der Kläger der Beklagten bis 1979 die persönlichen Daten seiner Kunden mit Hilfe sogenannter Verkaufsmeldekarten. Von 1980 bis Mitte Mai 1985 wurden die Daten der Käufer - nach deren schriftlicher Zustimmung - über Kundenbefragungsblätter an die von der Beklagten mit der Durchführung von Marktanalysen beauftragte Firma M. R. in K. übermittelt. Anschließend wurden die Kundendaten wieder unmittelbar an die Beklagte gesandt und zwar mittels sog. Garantiestammbblätter, später Kundendienststammbblätter genannt. Nach der Behauptung des Klägers ist die Beklagte während der Vertragszeit außerdem über häufig durchgeführte sog. Prämienprogramme, an denen sich der Kläger beteiligte, sowie über die Vergütung von Garantiearbeiten des Klägers in den Besitz der jeweiligen Kundendaten gekommen.

In den letzten Jahren der Vertragslaufzeit kam es zu Meinungsverschiedenheiten der Parteien über nach Ansicht der Beklagten unzureichende Verkaufsergebnisse des Klägers, die sie auf dessen mangelnde Verkaufsanstrengungen zurückführte. Schließlich einigten sich die Parteien unter Aufhebung zweier von der Beklagten aus diesen Gründen ausgesprochener Kündigungen auf eine Vertragsbeendigung zum 31. Dezember 1987.

Der Kläger hat im ersten Rechtszug Schadensersatz wegen unberechtigter Vertragskündigung sowie geschäftsschädigender Indiskretionen der Beklagten in Höhe von

738.649,80 DM sowie Ausgleich gemäß § 89 b HGB in Höhe von 185.611,97 DM verlangt. Das Landgericht hat die Klage abgewiesen. Im Berufungsrechtszug hat der Kläger nur noch den Ausgleichsanspruch geltend gemacht. Das Oberlandesgericht hat die Berufung zurückgewiesen. Mit der Revision verfolgt der Kläger den Ausgleichsanspruch weiter; die Beklagte beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe:

I. Das Berufungsgericht führt aus, ein Ausgleichsanspruch des Klägers bestehe schon dem Grunde nach nicht, weil die Voraussetzungen für eine entsprechende Anwendung von § 89 b HGB nicht gegeben seien. Zwar sei der Kläger wie ein Handelsvertreter in die Absatzorganisation der Beklagten eingegliedert gewesen, es fehle jedoch an einer vertraglichen Verpflichtung des Klägers, der Beklagten bei Vertragsende seinen Kundenstamm zu überlassen.

Den Bestimmungen des HHV sei eine dahingehende Verpflichtung nicht zu entnehmen. Auch eine entsprechende stillschweigende Vertragsergänzung sei nicht erfolgt. Dabei könne unterstellt werden, daß der Kläger der Forderung der Beklagten nach Übermittlung der Kundendaten nachgekommen, also einer dahingehenden Vertragsergänzung stillschweigend zugestimmt habe. Eine Überlassung des Kundenstamms setze aber eine im wesentlichen lückenlose Daten-

Übermittlung voraus. Diese sei hier nicht gewährleistet gewesen, weil die erforderliche Zustimmung der Autokäufer in einer nicht unbedeutenden Zahl von Fällen nicht erteilt worden sei. Daher könne die - unterstellte - Vertragsverpflichtung des Klägers allenfalls im Sinne eines Bemühens um vollständige Datenübermittlung gesehen werden. Ein Erfolg sei aber nicht gewährleistet und daher letztlich auch nicht in Gestalt eines durchsetzbaren Anspruchs geschuldet gewesen.

Davon abgesehen habe die Beklagte aus der Geschäftsverbindung mit dem Kläger nach deren Beendigung auch keine erheblichen Vorteile gehabt, weil die einmal vom Kläger geworbenen Kunden sich weniger wegen der Qualität und der Anstrengungen des Händlers, sondern aufgrund der "Sogwirkung der Marke" zum erneuten Kauf von F--Fahrzeugen entschließen würden.

II. Dies hält den Angriffen der Revision nicht in allen Punkten stand.

1. Rechtlich zutreffend ist der Ausgangspunkt des Berufungsgerichts, wonach ein Vertragshändler in entsprechender Anwendung von § 89 b HGB Ausgleich verlangen kann, wenn das Rechtsverhältnis zwischen ihm und dem Hersteller oder Lieferanten derart ausgestaltet ist, daß es sich nicht in einer bloßen Verkäufer-Käufer-Beziehung erschöpft, sondern ihn so in die Absatzorganisation des Herstellers oder Lieferanten eingliedert, daß er wirtschaftlich in erheblichem Umfang einem Handelsvertreter vergleichbare Aufgaben zu

erfüllen hat, und er verpflichtet ist, dem Hersteller oder Lieferanten bei Vertragsende seinen Kundenstamm zu übertragen, so daß dieser sich die Vorteile des Kundenstamms sofort und ohne weiteres nutzbar machen kann. Dies entspricht der ständigen Rechtsprechung des früher für das Handelsvertreterrecht zuständigen I. Zivilsenats (zusammenfassend: Urteil vom 2. Juli 1987 - I ZR 188/85 = WM 1987, 1462 = ZIP 1987, 1383 mit Anm. Horn ZIP 1988, 137 = NJW 1988, 261), die der erkennende Senat fortgeführt hat (z.B. Urteil vom 10. Februar 1993 - VIII ZR 47/92 = WM 1993, 1464 = LM BGB § 276 Hb Nr. 66 = NJW-RR 1993, 1464).

a) Daß der Kläger vertraglich wie ein Handelsvertreter in die Absatzorganisation der Beklagten eingebunden war, hat das Berufungsgericht unter Würdigung zahlreicher Einzelbestimmungen des Haupthändlervertrages in rechtlich nicht zu beanstandender Weise bejaht; die Revisionserwidernung greift dies auch nicht an.

b) Rechtlichen Bedenken begegnen indessen die weiteren Ausführungen des Berufungsgerichts, mit denen es die Verpflichtung des Klägers zur Übertragung seines in der Vertragszeit gewonnenen Kundenstamms verneint. Es kommt hierbei nicht darauf an, ob diese Verpflichtung erst bei Vertragsbeendigung oder schon während der Vertragszeit durch laufende Übermittlung der Kundendaten an den Hersteller zu erfüllen ist; entscheidend ist, daß der Hersteller dadurch tatsächlich in die Lage kommt, sich den Kundenstamm auch nach Beendigung des Vertragsverhältnisses weiter nutzbar zu machen (Senatsurteil vom 10. Februar 1993 aaO unter II 2 b m.Nachw.).

aa) Das Berufungsgericht unterstellt zugunsten des Klägers dessen Verpflichtung zur laufenden Übermittlung der Kundendaten an die Beklagte. Das Bestehen einer derartigen Verpflichtung des Klägers ist nach dem im Revisionsverfahren zugrundelegenden Sachverhalt zu bejahen:

Die Beklagte hat während der Vertragszeit in Informationsblättern und Rundschreiben gegenüber ihren Vertragshändlern immer wieder auf die Bedeutung der weiteren "Betreuung" der Käufer von F-XXXX-Fahrzeugen hingewiesen, deren Ziel es sei, die Kunden markentreu zu halten und zu gegebener Zeit zum Kauf weiterer Ford-Neufahrzeuge zu veranlassen, und aus diesem Grund die Vertragshändler eindringlich zur sorgfältigen Aufnahme der persönlichen Daten der Kunden sowie der Angaben über das gekaufte Fahrzeug und zur lückenlosen Übermittlung dieser Daten angehalten (z.B. wöchentliche Händler-Informationen Nr. 32/1984 und 24/1985 sowie Rundschreiben vom 4. Februar und 9. Mai 1985).

Unstreitig sind während der gesamten über elfjährigen Vertragszeit regelmäßig die Daten der Kunden des Klägers an die Beklagte oder die von ihr zeitweilig mit Marktforschungsaufgaben beauftragte Firma M. übermittelt worden, und zwar entweder durch den Kläger unmittelbar oder auf seine Veranlassung und mit seiner Mithilfe durch seine Kunden. Nach der im Revisionsrechtszug als richtig zu behandelnden Behauptung des Klägers kam die Beklagte während der Vertragszeit zusätzlich auch über häufig durchgeführte sog. Prämienprogramme, an denen sich der Kläger beteiligte, und über die Vergütung von Garantiewerken des Klägers in den Besitz der Daten der jeweiligen Kunden.

2

Diese regelmäßige Übermittlung der Kundendaten an die Beklagte oder ein von ihr beauftragtes Unternehmen entsprach sicherlich einem, wie es das Landgericht - dem das Berufungsgericht insoweit folgt - ausgedrückt hat, "vom wechselseitigen Nutzen bestimmten Kooperationsinteresse". Eine derart vom gemeinsamen Interesse am Absatz der Erzeugnisse des Herstellers bestimmte Zusammenarbeit ist indessen typisch für das Verhältnis zwischen Vertragshändler und Hersteller. Dies wird auch in den ersten beiden Absätzen der mit "Sinn und Zweck des Vertrages" überschriebenen Einleitung zu dem Haupthändlervertrag zwischen den Parteien hervorgehoben.

Dort ist aber auch bestimmt, daß die Art und Weise der Zusammenarbeit durch wechselseitige Rechte und Pflichten geregelt wird. Entgegen der Annahme des Berufungsgerichts findet die Verpflichtung des Klägers zur Übermittlung der Kundendaten an die Beklagte ihre Grundlage in den Vertragsbestimmungen Nr. 7.8 Abs. 2 - Verpflichtung des Haupthändlers zu Berichten über die Verkaufssituation sowie seine Verkaufs- und Zulassungsergebnisse nach näherer Bestimmung durch die Beklagte -, 7.14 - Verpflichtung des Haupthändlers zur Einführung der notwendigen Karteien und Aufzeichnungen nach Weisung der Beklagten - sowie 10.1 - Verpflichtung des Haupthändlers, die von der Beklagten inhaltlich festgelegten Garantieb Bestimmungen zum Inhalt der Kaufverträge mit seinen Kunden zu machen - (vgl. zu ähnlich allgemein gehaltenen Vertragsbestimmungen die BGH-Urteile vom 3. März 1983 - I ZR 34/81 = WM 1983, 596, 598 = NJW 1983, 1789, 1790, 16. Januar 1986 - I ZR 223/83 = WM 1986, 530, 531 und vom 7. November 1991 - I ZR 51/90 = WM 1992, 825,

828 unter II). Daß auch beide Parteien die genannten Vertragsbestimmungen in diesem Sinne verstanden haben, zeigt ihr Verhalten während der gesamten langjährigen Vertragszeit, in der der Kläger der von Anfang an erhobenen und durch wiederholte und dringliche Mahnungen bekräftigten Forderung der Beklagten nach Übermittlung der Kundendaten regelmäßig nachgekommen ist. Daß er dabei freiwillig und ohne rechtliche Verpflichtung gehandelt hätte und demzufolge ohne vertragliche Sanktionen berechtigt gewesen wäre, die Datenübermittlung an die Beklagte einzustellen, ist bei lebensnaher Betrachtung der gesamten Umstände auszuschließen.

bb) Die Beklagte war auch imstande, sich die ihr übermittelten Daten der Kunden des Klägers während und auch nach der Vertragszeit nutzbar zu machen. Zu Unrecht hält die Beklagte dem entgegen, es sei ihr schon aus Gründen des Datenschutzes (§ 37 BDSG a.F.) verwehrt, die Kundendaten zu anderen als den von der Zustimmung der Kunden umfaßten Zwecken zu verwenden. Die Kunden hätten aber - zumindest seit Verwendung der "Garantiestammbblätter" (ab Mitte Mai 1985) - der Weitergabe ihrer personenbezogenen Daten nur "zum ausschließlichen Zwecke der Kundenbetreuung, Marktforschung sowie für interne Zwecke" zugestimmt, eine Weitergabe dieser Daten an Dritte sei ausdrücklich ausgeschlossen gewesen. Demzufolge habe sie, die Beklagte, diese Daten lediglich zur "Kundenbetreuung" und als Grundlage für Marktanalysen verwendet, letztere seien jedenfalls zeitweise nicht durch sie selbst, sondern das von ihr beauftragte Marktforschungsinstitut M. in K. durchgeführt worden, das dann Adressatin der Kundendaten gewesen sei; eine Weiterga-

be der Daten an Nachfolger von ausgeschiedenen Vertrags-
händlern sei in keinem Falle erfolgt. - Dabei wird überse-
hen, daß es nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofes
nicht darauf ankommt, zu welchem Zweck die Verpflichtung
zur Übermittlung der Kundendaten begründet worden ist, wenn
nur der Hersteller sie tatsächlich auch nach Vertragsende
nutzen kann (zuletzt: Senatsurteil vom 10. Februar 1993 aaO
unter II 2 b). Im übrigen kann unterstellt werden, daß die
Beklagte die Kundendaten nur zu den von der Zustimmung der
Kunden gedeckten Zwecken verwendet. Sowohl Marketing als
auch Kundenbetreuung dienen der Förderung des eigentlichen
Unternehmensziels der Beklagten, nämlich des Absatzes der
von ihr hergestellten Kraftfahrzeuge. Dies räumt auch die
Beklagte selbst ein, wenn sie vorträgt, daß sie die Ergeb-
nisse der - mit Hilfe der Kundendaten durchgeführten -
Marktforschungen ihren Vertragshändlern zum Zwecke der Ver-
kaufsförderung wieder zur Verfügung stellt. Dementsprechend
ist schon seit langem anerkannt, daß die Verwendung der
Kundendaten zu Marketing-Zwecken als deren Nutzbarmachung
im Sinne der Rechtsprechung zur entsprechenden Anwendung
von § 89 b HGB auf Vertragshändler ausreicht (BGH, Urteile
vom 25. März 1982 - I ZR 146/80 = WM 1982, 1125, 1126 f
= NJW 1982, 2819, 2820 unter II 2, vom 3. März 1983 - I ZR
34/81 = WM 1983, 596, 598 unter II 2 = NJW 1983, 1789, 1790
unter II 2 und vom 14. April 1983 - I ZR 20/81 = WM 1983,
1102, 1103 = NJW 1983, 2877, 2879 unter 1 b). Ob die Be-
klagte die Marktanalysen selbst durchgeführt oder damit ein
Spezialunternehmen beauftragt hat, ist rechtlich ohne Be-
lang. Auch wenn der Beklagten nicht gestattet war, die Kun-
dendaten an den Nachfolger eines bisherigen Vertragshänd-
lers weiterzugeben, so stand doch rechtlich nichts im Wege,

die Kunden im Rahmen der ihr gestatteten "Kundenbetreuung" auf einen neuen "zuständigen" Vertragshändler werbend hinzuweisen.

cc) Gleichwohl verneint das Berufungsgericht eine Verpflichtung des Klägers zur Übertragung seines Kundenstamms. Seiner Auffassung, in dem hier von den Parteien praktizierten regelmäßigen Meldesystem während der Vertragszeit liege keine Übertragung des Kundenstammes, weil "eine im wesentlichen lückenlose Datenübermittlung" mangels Zustimmung eines nicht unwesentlichen Teils der Kunden nicht gewährleistet gewesen sei, kann indessen nicht beigetreten werden. Das Erfordernis einer ganz oder im wesentlichen "lückenlosen" Übermittlung der Kundendaten läßt sich der Rechtsprechung zur entsprechenden Anwendung von § 89 b HGB auf Vertragshändlerverträge nicht entnehmen. Hierauf kann es auch nicht ankommen. Eine völlig oder im wesentlichen lückenlose Übermittlung der Kundendaten an den Hersteller ist - einerlei in welcher Form sie erfolgt - praktisch nicht zu verwirklichen, weil nie auszuschließen ist, daß einzelne Kunden der Weitergabe ihrer Daten widersprechen, weil falsche oder unvollständige Angaben gemacht werden, sich Anschriften der Kunden ändern oder aus sonstigen Gründen. Erforderlich und ausreichend ist vielmehr, daß die vertragliche Vereinbarung zwischen Hersteller und Vertragshändler eine möglichst vollständige Übermittlung der Kundendaten zum Ziel hat und daß die gewählte Methode zur Erreichung dieses Ziels nicht ungeeignet ist. Daß dies hier der Fall ist, ergibt sich aus dem Inhalt der bereits erwähnten Rundschreiben und Händlermitteilungen, in denen die Beklagte die Vertragshändler eindringlich zur korrekten Erfassung und voll-

ständigen Übermittlung der Kundendaten anhielt, und der Praxis der Vertragsparteien. Daß die Beklagte an dem vereinbarten System der Meldung von Kundendaten jahrelang, auch noch nach Vertragsende festhielt, zeigt, daß es für den erstrebten Zweck nicht ungeeignet war.

2. Ein Ausgleichsanspruch des Klägers nach der somit entsprechend anwendbaren Vorschrift des § 89 b HGB scheitert entgegen der Ansicht des Berufungsgerichts auch nicht von vornherein daran, daß die Beklagte aus der Geschäftsverbindung der Parteien nach Beendigung des Haupthändlervertrages keine "erheblichen Vorteile" hatte (§ 89 b Abs. 1 Nr. 1 HGB), weil sich die überwiegende Mehrheit der von den Vertragshändlern der Beklagten geworbenen Kunden bei etwaigen weiteren Bestellungen von F███-Kraftfahrzeugen nicht von der Werbung und dem Service des Händlers und seines Reparaturbetriebes, sondern von der Treue zur einmal gewählten Automarke leiten ließe. Der Bundesgerichtshof hat sich mit diesem unter der Bezeichnung "Sogwirkung der Marke" bekannt gewordenen Argument bereits wiederholt befaßt und ausgeführt, daß dieser Gesichtspunkt in aller Regel erst im Rahmen der - hier vom Berufungsgericht noch nicht vorgenommenen - Billigkeitsprüfung gemäß § 89 b Abs. 1 Nr. 3 HGB Berücksichtigung finden könne (z.B. Urteile vom 25. März 1982, 14. April 1983 und 2. Juli 1987 aaO). Das Berufungsgericht vermag keine Gesichtspunkte aufzuzeigen, die - generell oder auch nur bei der Beurteilung des vorliegenden Falles - Anlaß zu einer anderen Beurteilung geben könnten. Für den von ihm herangezogenen Lebenserfahrungssatz fehlt es an hinreichenden Feststellungen (vgl. bereits die vorerwähnten BGH-Urteile). Überdies hat die Beklagte selbst der

"Sogwirkung der Marke" eine Ursächlichkeit für den Kaufentschluß der Kunden von nur 80 % beigemessen und einen Anteil der Händlerleistung von 20 % eingeräumt. Eine nicht ganz unwesentliche Mitursächlichkeit der Betreuungs- und Serviceleistungen des Händlers sowie seiner Werbung für die Kaufentscheidung der Kunden reicht aber für die grundsätzliche Zubilligung eines Ausgleichsanspruchs regelmäßig aus (vgl. auch insoweit die vorerwähnten BGH-Entscheidungen).

III. Da das Berufungsurteil von seiner Begründung nicht getragen wird, zur endgültigen Entscheidung aber weitere Feststellungen nötig sind, war das angefochtene Urteil aufzuheben und die Sache zur erneuten Verhandlung und Entscheidung, auch über die Kosten der Revision, an das Berufungsgericht zurückzuverweisen. Dabei hat der Senat von der Möglichkeit des § 565 Abs. 1 Satz 2 ZPO Gebrauch gemacht.

Wolf

Dr. Zülch

Dr. Paulusch

Groß

Wiechers