

# KUNDSCHAFTSENTSCHÄDIGUNG FÜR ALLEINVERTRIEBSHÄNDLER

## von Dr. Christian Christen

**Seit jeher billigte das Schweizer Recht dem Alleinvertriebshändler bei Beendigung der Geschäftsbeziehung mit dem Lieferanten keinen besonderen Entschädigungsanspruch zu, wenn sich der Kundenkreis für die vertriebenen Produkte durch seine Tätigkeit erweitert hatte. Das Bundesgericht ist nun von dieser Rechtsprechung abgerückt. Schweizer Lieferanten könnten zukünftig gerichtlich verpflichtet werden, ungarische Händler für die Erweiterung des Kundenkreises zu entschädigen, selbst wenn dies im Vertriebsvertrag ausdrücklich ausgeschlossen wurde.**

Im zu beurteilenden Fall (BGE 134 III 497 ff.) vertrieb eine Genfer Firma ihre Kosmetika in Tschechien und der Slowakei über zwei in Prag und Bratislava ansässige Gesellschaften. Das Bundesgericht beleuchtete die betreffenden Alleinvertriebsverträge vorab aus der Optik seiner Rechtsprechung zum Agenturvertrag (Art. 418u OR), wonach dem Agenten dann ein Anspruch auf Kundschaftsentschädigung zusteht, wenn er in die Absatzorganisation des Auftraggebers integriert ist. Es stellte fest, dass den Händlerinnen umfangreiche Pflichten oblagen, so dass sie als Teil der Absatzorganisation der Lieferantin zu betrachten waren.

Hinzu kamen weitere Elemente, welche das Bundesgericht als für die Lieferantin besonders vorteilhaft erachtete, weshalb sich die Zusprechung einer Kundschaftsentschädigung an die Händlerinnen rechtfertigte:

So waren die Händlerinnen verpflichtet, der Lieferantin Namen und Adressen ihrer Kunden bekannt zu geben. Auf diese Weise konnte sich die Lieferantin bei Auflösung des Vertrages den wirtschaftlichen Wert, den die von den Händlerinnen geworbene Kundschaft darstellte, aneignen.

Weiter stellte das Gericht fest, dass es sich bei der von den Händlerinnen gewonnenen Kundschaft um sog. Realkundschaft handle, welche – im Unterschied zur persönlichen Kundschaft – mit dem Wiederverkäufer nicht primär aufgrund des in diesen gesetzten Vertrauens verbunden ist, sondern vor allem vom Bestand einer Marke abhängt. In solchen Fällen erwachse dem Markeninhaber aufgrund der Sogwirkung der Marke bei Beendigung des Alleinvertriebsvertrages fast automatisch der Nutzen aus den Vermarktungsbemühungen des Wiederverkäufers.

Zwar anerkannte das Bundesgericht, dass die Bekanntheit einer Marke den Vertrieb der entsprechenden Produkte auch erleichtert. Diesem Umstand wurde vorliegend jedoch weniger Gewicht zugemessen, da

den besonderen Umständen des Falles Rechnung getragen werden musste. Namentlich war zu berücksichtigen, dass die Händlerinnen kurz nach dem Zusammenbruch des kommunistischen Systems einen jungfräulichen Markt zu bearbeiten hatten, in welchem die Vertragsprodukte noch gar nicht oder nur schwer erhältlich waren, so dass die entstandene Nachfrage nach den Produkten praktisch alleine auf die Marketinganstrengungen der Händlerinnen zurückzuführen war. In dieser Situation wäre es unbillig, wenn die Lieferantin den Vorteil aus diesen Bemühungen ohne Entschädigung einfach abschöpfen könnte.

Aufgrund der zwingenden Natur von Art. 418u OR und aufgrund dessen analoger Anwendung auf den zu beurteilenden Fall konnte die Klausel in den Vertriebsverträgen, wonach kein Agenturvertragsverhältnis vorliege, nicht berücksichtigt werden. Das Bundesgericht wies die Angelegenheit zur Ergänzung des Sachverhalts betreffend die Berechnung der Entschädigungshöhe an die Vorinstanz zurück. Diese wird sich im Rahmen der gesetzlichen Vorgabe von Art. 418u OR bewegen und somit höchstens einen Nettojahresverdienst der Händlerinnen, berechnet nach dem Durchschnitt der letzten fünf Jahre, betragen.

Der Entscheid bedeutet eine Annäherung an das europäische Recht. Mit ihm werden die Möglichkeiten, beim Vertrieb schweizerischer Produkte im Ausland eine Kundschaftsentschädigung durch die Wahl schweizerischen Rechts als auf den Vertriebsvertrag anwendbares Recht wegzubedingen, empfindlich eingeschränkt. Ob kreative Gestaltungen bei der Berechnung und Ausrichtung der Kundschaftsentschädigung zulässig sind, etwa indem sie in laufenden Provisions- oder ähnlichen Zahlungen des Lieferanten an den Händler berücksichtigt wird, muss die zukünftige Rechtsprechung zeigen. Zulässig dürfte jedenfalls eine Regelung der Kundschafts-

entschädigung bereits im Vertriebsvertrag sein, welche dem Lieferanten erlaubt, die Höhe der auf ihn zukommenden Verpflichtungen jederzeit zuverlässig abzuschätzen. Letzteres Bedürfnis dürfte auch für die Frage ausschlaggebend sein, ob bestehende Verträge, welche mit der neuen Rechtslage im Widerspruch stehen, angepasst werden sollen.



**Christian Christen studierte Rechtswissenschaften an der Universität Zürich. 1998 erwarb er das zürcherische Anwaltspatent und promovierte hernach bei Prof. Dr. Peter Forstmoser an der Universität Zürich. Seither ist Christian Christen im Bereich Wirtschaftsrecht als Rechtsanwalt tätig, unterbrochen von einem einjährigen Studienaufenthalt im Ausland (LL.M.-Masterlehrgang an der University of New South Wales/Sydney). Seine bevorzugten Arbeitsgebiete sind das Gesellschafts- und Handelsrecht sowie Prozessführung in Zivil- und Handelssachen. Christian Christen lebt und arbeitet in Zürich. Seine Mutter stammt aus Ungarn.**

#### IMPRESSUM

Herausgeber:

Handelskammer Schweiz-Ungarn

Geschäftsführer: Max Bickel

Tel.: 01 365 58 09

e-mail: m.bickel@osec.ch

Redaktion: Swiss Media Services Budapest

e-mail: papp@swissmedia.hu

Bildredaktion: photoscene.ch Zürich

MAGYAR INFO

erscheint ohne Sonderausgaben

mindestens dreimal im Jahr.