
Neukundeneigenschaft trotz Produktfortführung und Bekanntheit der bisherigen Kundendaten bei neu gegründeter Gesellschaft

Für eine neu gegründete Gesellschaft sind alle Kunden als Neukunden anzusehen auch wenn die neue Gesellschaft in bestehende Verträge einer anderen Gesellschaft eintritt und diese fortführt. Die an den Handelsvertreter erfolgte Übersendung von Namen und Anschriften von Inserenten in Zeitschriften, die vormals von dieser anderen Gesellschaft herausgegeben wurden, macht die betreffenden Kunden nicht zu "Altkunden" der neu gegründeten Gesellschaft, die die Herausgabe der Zeitschriften übernommen hat. Denn Kenntnis von Namen und Anschriften von Kunden allein führt nicht zu einer Geschäftsbeziehung mit der neugegründeten Gesellschaft, es bedarf vielmehr des Anstoßes durch die Tätigkeit des Handelsvertreters, um bei den potentiellen Kunden Vertrauen in die neue Vertragspartnerin zu schaffen.

OLG München, Beschluss vom 17. Juli 2006 Aktenzeichen 7 U 1553/06

Im entschiedenen Rechtsstreit hatte der klagende Handelsvertreter mit dem beklagten Verlagsunternehmen in dessen Gründungsstadium einen Handelsvertretervertrag abgeschlossen. Inhalt sollte die Vermittlung von Anzeigenkunden sein. Die Beklagte gab die zuvor von ihrer Muttergesellschaft herausgegebene und bereits lange am Markt eingeführte Zeitschriften heraus. Dem Handelsvertreter wurden die Adressen der Altkunden der Muttergesellschaft mitgeteilt. Er war auch bereits als Handelsvertreter für die Muttergesellschaft tätig gewesen. Nach Kündigung des Handelsvertreterverhältnisses durch die Beklagte machte der Handelsvertreter für alle Kunden, die er auch für das neu gegründete Verlagsunternehmen geworben hatte seinen Handelsvertreterausgleich geltend unabhängig davon, ob diese bereits zuvor zur Muttergesellschaft in Vertragsbeziehungen gestanden hatten.

Das beklagte Verlagsunternehmen hat die Auffassung vertreten, dem Kläger stehe kein Ausgleichsanspruch zu, da es an einem Unternehmervorteil fehle. Die von dem Kläger als von ihm geworbene Neukunden dem Ausgleichsanspruch zugrunde gelegten Neukundenumsätze seien bei Altkunden angefallen, die bereits mit der Muttergesellschaft Verträge abgeschlossen hätten. Er habe die Kunden nicht neu als Anzeigenkunden für die Zeitschriften geworben. Es sei nicht verständlich, dass nur wegen der Neugründung der Beklagten alle Kunden als „rechtlich neu gewonnene“ anzusehen seien, obwohl die zuvor von ihrer Muttergesellschaft herausgegebenen Zeitschriften bereits seit langem im Markt eingeführt worden seien und die Kunden in diesen bereits geworben hätten.

Das Landgericht hatte der Klage stattgegeben und die Beklagte zur Zahlung verurteilt. Die Berufung der Beklagten wurde durch einstimmigen Beschluss des OLG München zurückgewiesen, da sie keine Aussicht auf Erfolg hatte.

Das Landgericht hatte festgestellt, dass die Beklagte unstreitig zum Zeitpunkt des Abschlusses des Handelsvertretervertrages noch im Gründungsstadium war, sie wurde erst danach eingetragen. Dies hatte nach Auffassung des Landgerichts zur Folge, dass sämtliche vom Kläger geworbenen Kunden letztlich für sie und den Kläger Neukunden waren. Damit sei jedes Geschäft, das der Kläger mit einem Kunden vermittelt hatte, für die Beklagte ein Erstkunde, für dessen Zuführung zur Beklagten der Kläger zunächst einmal Vertrauen schaffen musste, dass dieser Kunde bereit war, Anzeigen in den nun von der Beklagten vertriebenen Zeitschriften zu veröffentlichen.

Schon diese Tätigkeit sei jedenfalls mitursächlich für den Geschäftserfolg, denn der Kläger musste in jedem Falle erst einmal bei dem Kunden Vertrauen schaffen, mit der Beklagten, die bis dahin noch nicht existierte, zusammen zu arbeiten. Nur und ausschließlich durch die Tätigkeit des Klägers sei dieser Kunde der Beklagten als Erstkunde zugeführt worden.

Wenn dem Kläger von dritter Seite wie hier eine Adressenliste zugesandt worden sollte, die auch solche Kunden, die der Kläger als Erstkunden beansprucht, beinhaltet, bedeute dies noch nicht, dass insoweit Altkunden der Beklagten vorlagen. Denn die Kenntnis von Namen und Anschriften von Kunden allein führe nicht zu einer Geschäftsbeziehung mit der neugegründeten Beklagten, es bedurfte vielmehr des Anstoßes durch die Tätigkeit des Klägers, dass dieser Kunde auch für die Beklagte gewonnen werden konnte. Wie der Kläger Kundenname und Anschrift gewinne, um diesen Kunden dann zu bearbeiten und einen Auftrag einzuholen, liege allein in seinem Verantwortungsbereich. Jedenfalls könne die Beklagte sich nicht mit Erfolg darauf berufen, ein Dritter habe dem Kläger bestimmte Namen von Kunden genannt; diese seien dem Kläger im übrigen wohl aufgrund seiner vorherigen Tätigkeit sowieso bekannt gewesen.

Im Vertrag der Parteien sei nicht aufgenommen worden, dass dem Kläger bereits eine Kundenliste zur Verfügung gestellt werde, die sozusagen Altkunden gleichgestellt werden. Wenn dies die Parteien bei Vertragsschluss gewollt hätten, hätten sie eine entsprechende Regelung in den Vertrag aufnehmen müssen.

Die unaufgeforderte Übersendung einer Kundenliste durch Dritte könne jedenfalls nicht einen Handelsvertreterausgleichsanspruch entfallen lassen. Das Landgericht wies ausdrücklich darauf hin, dass ein Ausgleichsanspruch auch dann geschuldet ist, wenn die Geschäftsverbindung zwischen der Beklagten und ihren Kunden durch die Tätigkeit des Klägers wesentlich erweitert wurde. Nachdem die Beklagte vor Gründung und vor Tätigkeit durch den Kläger überhaupt keine Geschäftsverbindung mit den jeweiligen Kunden hatte, sei in jedem Falle auch diese Variante von § 89 b Abs. 1 am Ende HGB erfüllt. Dass sich die Beklagte irgendwelche Kundenverbindungen eines Dritten zueignen darf, entspreche nicht der Regelung des § 89 b HGB. Danach komme es allein auf die Kundenverbindung der Beklagten an und diese habe allein der Kläger geschaffen. Somit seien sämtliche Kunden, die der Kläger der Beklagten zugebracht hatte, als Neukunden i.S.v. § 89 b HGB zu werten.

In der Berufungsinstanz wies das OLG München darauf hin, dass dem Landgericht zuzustimmen sei, dass aufgrund der Neugründung der Beklagten die Kunden als "rechtlich neu gewonnen" anzusehen seien und verwies insofern auf das vorangegangene Urteil vom 26.6.2002 unter dem Aktenzeichen 7 U 5310/01.

Das Berufungsgericht stellte heraus, dass die Mitteilung von Kunden- und Adressenlisten kein Nachweis dafür sei, diese als Altkunden der Beklagten anzusehen. Allein die Übersendung von Namen und Anschriften von Inserenten in Zeitschriften, die vormals von einer anderen Firma herausgegeben wurden, macht diese nicht zu "Altkunden" der neuen Firma, die die Herausgabe der Zeitschriften übernommen hat. Zutreffend sehe das Landgericht auch eine fehlende Regelung im Handelsvertretervertrag, der mit keinem Wort auf einen bestehenden Kundenstamm bzw. die Übergabe einer Kundenliste eingeht, als Indiz dafür, dass dem Kläger, der in dieser Funktion keinen "Vorgänger" hatte, keine "Altkunden" zur Verfügung gestellt worden seien.

In der Begründung des die Berufung zurückweisenden Beschlusses hielt der Senat an dieser Rechtsauffassung fest. Maßgeblich sei – wie auch vom Landgericht in den Urteilsgründen ausgeführt – dass der Kläger als Handelsvertreter der Beklagten auch bei Anzeigenkunden, die bereit vorher in den Zeitschriften Anzeigen geschaltet hatten, Vertrauen in die neue Vertragspartnerin geschaffen werden musste, zumal die Beklagte als neugegründete Gesellschaft bislang keinerlei Geschäftsaktivitäten entfaltet hatte. Der Vortrag der Beklagten, mit Eintragung sei sie in alle bestehenden Verträge eingetreten und durch die Muttergesellschaft mit dem bestehenden Altkundenstamm ausgestattet worden, überzeuge nicht. Der Senat führte aus, die vorgetragene Vertragsübernahme binde, so weit sie sich auf abgeschlossene Verträge mit Anzeigenkunden erstrecke, die Vertragspartner nicht, sondern setzt zu ihrer Wirksamkeit die Zustimmung aller Beteiligten voraus (vgl. Palandt, BGB 65. Aufl. § 398 Rn. 38a). Dies bedeute, dass Kunden, die zwar als Vertragspartner der Muttergesellschaft bereits in den Zeitschriften Anzeigen geschaltet hatten, nunmehr für die neue Herausgeberin zu gewinnen waren, ein "automatischer" Übergang auf die Beklagte finde insofern nicht statt. Aus diesen Gründen sei es auch bei "wirtschaftlicher Betrachtung" entgegen der Ansicht der Beklagten nicht gerechtfertigt, von Altkunden der Beklagten zu sprechen.

Die Beratung im Vertriebsrecht insbesondere auch die Vertragsprüfung ist eine der wesentlichen Leistungen der CDH Organisation für Mitglieder. Nähere Informationen unter:

www.cdh.de/leistungen/beratung

Das Urteil ist für eine Veröffentlichung in der Rechtsprechungssammlung HVR-Online vorgesehen, die unter www.cdh-wdgbh.de bestellt werden kann.