

Bundesgericht gewährt Kundschaftsentschädigung bei Beendigung von Alleinvertriebsverträgen

In einem neuen Grundsatzentscheid gewährte das Bundesgericht dem Alleinvertreter, unter bestimmten Voraussetzungen, einen zwingenden Anspruch auf Kundschaftsentschädigung bei Beendigung des Alleinvertriebsvertrags in analoger Anwendung des Agenturvertragsrechts (BGE 134 III 497). Dieser Entscheid ist von grosser praktischer Bedeutung, denn in seiner bisherigen Praxis hatte es das Bundesgericht grundsätzlich abgelehnt, den Anspruch des Agenten auf Kundschaftsentschädigung (Art. 418u OR) auf den Alleinvertreter analog anzuwenden. Die neue Praxis des Bundesgerichts ist auch auf bereits bestehende Alleinvertriebsverträge anwendbar.

1 Voraussetzungen der Kundschaftsentschädigung

Gemäss der geänderten Praxis des Bundesgerichts hat der Alleinvertreter unter den folgenden kumulativen Voraussetzungen einen Anspruch auf Kundschaftsentschädigung:

1.1 Integration in die Absatzorganisation des Lieferanten

Der Alleinvertreter ist in die Absatzorganisation des Lieferanten integriert und hat nur eine begrenzte wirtschaftliche Autonomie, so dass er sich wirtschaftlich in einer Situation befindet, die derjenigen des Agenten ähnlich ist. Entsprechend verfügt der Lieferant über umfassende Weisungs- und Kontrollrechte. Indizien für eine solche Situation sind:

- | Mindestabnahmeverpflichtungen des Alleinvertreters;
- | Recht des Lieferanten, einseitige Anpassungen der Preise und der Lieferbedingungen vorzunehmen;
- | Recht des Lieferanten, neue Verkaufsstellen zu genehmigen;
- | Recht des Lieferanten, die Herstellung und Vertrieb von Vertragsprodukten einzustellen;

- | Pflicht des Alleinvertreters, eine jährliche Summe für Werbemassnahmen auszugeben;
- | Pflicht des Alleinvertreters, ein Mindestlager zu halten;
- | Berichterstattungspflichten des Alleinvertreters, insbesondere die Pflicht zur Übergabe von Verkaufslisten und zur Information über Aktivitäten der Konkurrenz;
- | Pflicht, dem Lieferanten Einsicht in die Geschäftsbücher zu gewähren;
- | Pflicht, dem Lieferanten Absatzzahlen und die Namen der Kunden zu melden.

1.2 Aufbau resp. Erweiterung des Kundenstamms

Der Alleinvertreter hat durch seine Tätigkeit einen Kundenstamm aufgebaut oder einen bereits bestehenden Kundenstamm wesentlich erweitert: Dies ist z.B. der Fall, wenn das betreffende Markenprodukt am Anfang des Alleinvertriebsvertrags wenig bekannt war und die Bekanntheit des Markenprodukts durch die Bemühungen des Alleinvertreters wesentlich gesteigert werden konnte.

1.3 Vorteile für Lieferanten durch Übernahme des Kundenstamms

Der Kundenstamm des Alleinvertreters geht bei Vertragsbeendigung auf den Lieferanten über, so dass ihm erhebliche Vorteile erwachsen. Indizien dafür sind:

- | Die Pflicht des Alleinvertreters, seine Kundenlisten abzugeben; dadurch könne sich der Lieferant bei Vertragsende den Kundenstamm des Alleinvertreters aneignen;
- | Beim Vertrieb von Markenprodukten werden die Kunden in der Regel dem Markenprodukt treu bleiben, und nicht dem Alleinvertreter („Sogwirkung der Marke“).



1.4 Billigkeit

Die Leistung einer Kundschaftsentschädigung erscheint aufgrund der gesamten Umstände als nicht unbillig. Eine Kundschaftsentschädigung wäre z.B. unbillig, falls

- I der Alleinvertreter die Kündigung durch sein Verhalten veranlasst hat, oder falls er ohne begründeten Anlass selber kündigt;
- I die Dauer des Vertragsverhältnisses sowie die Verdienstmöglichkeiten des Alleinvertreters während des laufenden Vertrags gegen eine zusätzliche Entschädigung sprechen: je länger und je mehr der Alleinvertreter vom aufgebauten Kundenstamm selber profitierte, umso weniger lässt sich ein Anspruch auf Kundschaftsentschädigung nach Vertragsbeendigung begründen.

2 Bemessung der Kundschaftsentschädigung

Hinsichtlich der Bemessung der Kundschaftsentschädigung verweist das Bundesgericht in genereller Weise auf die Regelung im Agentenrecht. Danach beträgt die Kundschaftsentschädigung höchstens einen Nettjahresverdienst, berechnet nach dem Durchschnitt der letzten 5 Jahre oder, wenn das Verhältnis nicht so lange gedauert hat, nach demjenigen der ganzen Vertragsdauer (Art. 418u Abs. 2 OR). Bedauerlicherweise hat das Bundesgericht nicht berücksichtigt, dass die Nettoprovision des Agenten wirtschaftlich nicht mit der Nettogewinnmarge des Alleinvertreters gleichgesetzt werden kann, denn die Nettogewinnmarge (also die Differenz zwischen Ein- und Verkaufspreisen) deckt nicht nur die Erweiterung des Kundenstamms, sondern auch das unternehmerische Risiko des Alleinvertreters, der die Ware im eigenen Namen kauft und wieder verkauft. Die Lehre fordert deshalb als Faustregel, dass die Kundschaftsentschädigung des Alleinvertreters maximal ein Drittel seiner jährlichen Nettogewinnmarge betragen sollte, denn der Anteil der Nettogewinnmarge, der nicht auf die Erweiterung des Kundenstamms zurückgeführt werden kann, soll entsprechend auch nicht für die Bemessung der Kundschaftsentschädigung in Betracht gezogen werden.

In seinem neuen Grundsatzentscheid (BGE 134 III 497) hat das Bundesgericht die Entschädigung nicht konkret berechnet, sondern den Fall zur Bemessung der Kundschaftsentschädigung an die Vorinstanz zurückgewiesen. Es bleibt somit abzuwarten, ob die Vorinstanz die Unterschiede zwischen dem Nettjahresverdienst des Agenten und der Nettogewinnmarge des Alleinvertreters berücksichtigen wird. Das Bundesgericht hat sich dagegen für die Berücksichtigung der Sogwirkung der Marke ausgesprochen. Hat der Alleinvertreter beim Vertrieb bereits von der bestehenden Bekanntheit der Marke profitiert, so ist dies auch bei der Bemessung der Entschädigung zu berücksichtigen. Entscheidend ist nämlich, in welchem Ausmass der Lieferant von der Erweiterung des Kundenstamms profitiert, und in welchem Ausmass diese Erweiterung des Kundenstamms auf die Tätigkeit des Alleinvertreters zurückgeführt werden kann resp. anderen Umständen, etwa der Sogwirkung der Marke oder anderen Bemühungen des Lieferanten, zuzuschreiben ist.

3 Zwingender Anspruch

Falls obige Voraussetzungen erfüllt sind, ist der Anspruch des Alleinvertreters zwingend. Dies hat zur Folge, dass ein Ausschluss der Kundschaftsentschädigung im Alleinvertriebsvertrag nicht wirksam wäre. Zu beachten ist, dass die neue Praxis auch auf bereits bestehende Alleinvertriebsverträge anwendbar ist, d.h. dass die in den bestehenden Vertriebsverträgen enthaltenen Verzichtserklärungen allenfalls ungültig und unwirksam sind.

Immerhin ist es zulässig, die Kriterien für die Bemessung der Entschädigung im Voraus im Alleinvertriebsvertrag festzulegen, soweit der Anspruch auf Kundschaftsentschädigung nicht ausgehöhlt wird. In Zukunft wird es deshalb bei der Verhandlung von Alleinvertriebsverträgen wichtig sein, angemessene Kriterien für die Bemessung der Kundschaftsentschädigung festzulegen, falls sich der Alleinvertreter in einer dem Agenten ähnlichen Stellung befindet.

4 Anwendung auf Franchiseverträge noch offen

Noch offen ist die Frage, ob nicht nur Alleinvertreter sondern auch Franchisenehmer einen zwingenden Anspruch auf Kundschaftsentschädigung haben. Da die oben erläuterten Voraussetzungen in der Regel auch bei Franchisenehmern erfüllt sind, ist damit zu rechnen, dass auch ihnen ein zwingender Anspruch auf Kundschaftsentschädigung zugesprochen werden könnte.

Kontakte

Der Inhalt dieses Newsletter stellt keine Rechts- oder Steuerberatung dar und darf nicht als solche verwendet werden. Sollten Sie eine auf Ihre persönlichen Umstände bezogene Beratung wünschen, wenden Sie sich bitte an Ihre Kontaktperson bei Schellenberg Wittmer oder an eine der folgenden Personen:

I In Zürich:

ANDREA MONDINI
andrea.mondini@swlegal.ch

PATRICK ROHN
patrick.rohn@swlegal.ch

I In Genf:

YVES JEANRENAUD
yves.jeanrenaud@swlegal.ch

JEAN JACQUES AH CHOON
jean-jacques.ahchoon@swlegal.ch

Löwenstrasse 19
Postfach 1876
CH-8021 Zürich
Tel. +41 (0) 44 215 5252
Fax +41 (0) 44 215 5200

15bis, rue des Alpes
Postfach 2088
CH-1211 Genf 1
Tel. +41 (0) 22 707 8000
Fax +41 (0) 22 707 8001

www.swlegal.ch