

Rechtsanwalt Dr. Wendelin Moritz*

Beendigungsansprüche eines Vertragshändlers in Österreich – eine Bestandaufnahme

Der Vertragshändler erwirbt Waren von seinem Lieferanten¹ und vertreibt diese im Anschluss daran an Einzelhändler oder Endverbraucher aufgrund einer getroffenen Rahmenvereinbarung, dem Händlervertrag. Er macht dies – anders als der in Vertretung abschließende oder überhaupt nur vermittelnde Handelsvertreter – auf eigene Rechnung und im eigenen Namen. Der Händlervertrag ist ein Dauerschuldverhältnis. Als solches kann er entweder befristet abgeschlossen werden und durch Zeitablauf enden oder unbefristet abgeschlossen werden und durch ordentliche Kündigung enden.

Die vorliegende Bestandaufnahme dient der Übersicht über jene unabdingbaren, also zwingenden Ansprüche, die einem Vertragshändler nach österreichischem Recht anlässlich der Beendigung seines Händlervertrages² zustehen können. Dies sind – je nach den Umständen des Einzelfalles –

- ein Ausgleichsanspruch, dazu Punkt I.,
- ein Anspruch auf Investitionsersatz, dazu Punkt II.,
- ein Anspruch auf Rückverkauf, dies aber nur im Kfz-Sektor, dazu Punkt III.

I. Ausgleichsanspruch

Der auf Grundlage eines Rahmenvertriebsvertrags und im eigenen Namen tätige Vertragshändler wurde vom österreichischen Gesetzgeber lange nicht beachtet.³ Judikatur und Beratungspraxis behelfen sich mit den allgemeinen zivilrechtlichen Bestimmungen über Dauerschuldverhältnisse und über den Kauf, mit der geltenden Privatautonomie und mit der fallweisen analogen Anwendung von Bestimmungen des Handelsvertretergesetzes. Letzteres gilt insbesondere für den Ausgleichsanspruch bei Vertragsende, denn einen solchen gewährt das österreichische positive Recht (§ 24 Handelsvertretergesetz) nur Handelsvertretern, nicht hingegen Vertragshändlern.

In diesem Punkt I. geht dieser Beitrag den Voraussetzungen nach, unter denen die österreichische Bestimmung über den Ausgleichsanspruch (§ 24 Handelsvertretergesetz) auf Vertragshändlerverhältnisse analog anzuwenden ist (*Analogievoraussetzungen*). Nicht beschäftigen wird sich dieser Beitrag hingegen mit den Tatbestandsmerkmalen des § 24 Handelsvertretergesetz selbst (*Anspruchsvoraussetzungen*) und der Höhe eines allfälligen Ausgleichsanspruchs.

1. Historische Entwicklung

a) Das österreichische Höchstgericht auf den Spuren des BGH

15 Jahre nach dem deutschen Bundesgerichtshof⁴ hielt der österreichische Oberste Gerichtshof (OGH) eine analoge

Anwendung des Handelsvertreterrechtes auf Eigenhändler für gerechtfertigt, „wenn die Auslegung der vereinbarten Vertragsbeziehungen ergibt, dass es sich tatsächlich und wirtschaftlich um die Begründung von Rechtsbeziehungen handelt, die denen zwischen Unternehmer und Handelsvertreter entsprechen“⁵. Er verwies dabei darauf, dass diese Rechtsansicht auch im deutschen Rechtsbereich vertreten werde, insbesondere bei Einräumung von Gebietsschutz.

In der Folgeentscheidung⁶ ließ sich der OGH zu einem recht pauschalen Verweis hinreißen: Die deutsche Rechtsprechung und Lehre könne bei nach österreichischem Recht zu beurteilenden Handelsvertreterverhältnissen berücksichtigt werden. Bis zur analogen Anwendung des Ausgleichsanspruchs des Handelsvertreters auf Vertragshändler war es dann nicht mehr weit.⁷

b) Wie reagierte der österreichische Gesetzgeber?

Die Vorbereitung des österreichischen EU-Beitritts (1.1. 1995) erforderte Anfang der 90er-Jahre u.a. eine Neukodifikation des österreichischen Handelsvertreterrechtes, um die Europäische Handelsvertreter-Richtlinie⁸ umzusetzen. Das Handelsvertretergesetz 1921 wurde durch das Handelsvertretergesetz 1993 abgelöst. Für den Gesetzgeber bot sich dabei die Gelegenheit, auf die Anwendung des Handelsvertreterrechtes auf Vertragshändler durch die Gerichte zu reagieren, diese etwa ausdrücklich anzuordnen oder auszuschließen.

Im Zuge dessen billigte der österreichische Gesetzgeber die von den Gerichten in Gang gesetzte Entwicklung, Handelsvertreterrecht analog auf andere Vertriebsverhältnisse anzuwenden, zwar informell, wagte es aber nicht, eine entsprechende gesetzliche Grundlage zu schaffen: Aufgrund der großen Gefahr einer unvollständigen Regelung erscheine es zweckmäßig, die damit im Zusammenhang stehenden Fragen „der in Fluss befindlichen Rechtsprechung zu überlassen“⁹.

Gestützt vor allem auf diese Aussage hat der OGH seine Rechtsprechung über die analoge Anwendung von Handelsvertreterrecht auf Vertragshändlerverhältnisse auch nach dem Inkrafttreten des Handelsvertretergesetzes 1993 aufrecht erhalten.¹⁰

c) Voraussetzungen für eine Analogie

Heute wird die grundsätzliche Analogiefähigkeit der Bestimmung des § 24 Handelsvertretergesetz über den Ausgleichsanspruch in ständiger Rechtsprechung bejaht: „Die analoge Anwendung (...) auf das Dauerschuldverhältnis

* Der Verfasser ist Rechtsanwalt bei Schneider & Schneider in Wien (www.schneiderschneider.at), schwerpunktmäßig im Vertriebs- und Wettbewerbsrecht tätig und Urheber des Blogs „Wir vermessen Vertriebsrecht.“ (www.vertriebsrecht-vermessen.at).

1 Dieser Beitrag verwendet für den Vertragspartner des Vertragshändlers in der Folge den Begriff des „Lieferanten“. Das kann sein ein Hersteller, ein Importeur, eine Vertriebsgesellschaft, etc.
 2 Nicht eingegangen wird auf die vorzeitige Auflösung des Vertrags aus wichtigem Grund (außerordentliche Kündigung), welche die Ansprüche zum Teil zunichte macht.
 3 Jene Bestimmungen, deren Wortlaut weit genug gefasst wurde, um auch Vertragshändler mit einzuschließen, sind vergleichsweise jung (§ 454 Unternehmensgesetzbuch, dazu Punkt II.; Kraftfahrzeugsektor-Schutzgesetz, dazu Punkt III.).
 4 BGH, Urt. v. 11.12.1958 – II ZR 73/57 (BGHZ 29, 83).

5 OGH 24.10.1973, 5 Ob 157/73; mittlerweile ständige Rechtsprechung: RIS-Justiz RS0018335.

6 OGH 28.11.1979, 6 Ob 637/79.

7 OGH 29.11.1989, 1 Ob 692/89.

8 Richtlinie 86/653/EWG des Rates vom 18. Dezember 1986 zur Koordinierung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten betreffend die selbständigen Handelsvertreter.

9 Vgl. die in der Regierungsvorlage des Handelsvertretergesetzes enthaltenen Erläuterungen zu § 1, Seite 10 unten, abrufbar unter https://www.parlament.gv.at/PAKT/VHG/XVIII/ME/ME_00128/infma_me_506736.pdf.

10 OGH 17.12.1997, 9 Ob 2065/96h; OGH 30.6.1998, 1 Ob 342/97v; jeweils mit ausdrücklichem Verweis auf die in FN 9 erwähnten Erläuterungen.

eines Vertragshändlers ist geboten, wenn sein Vertrag so sehr den Wesensmerkmalen eines Handelsvertretervertrages angenähert war; dass dessen Elemente überwiegen, oder das Nichtgewähren des Anspruches den Gesetzesintentionen widerspräche.“¹¹

- Diese Voraussetzung sieht der OGH als erfüllt an, wenn der Vertragshändler
- derart in die Absatzorganisation seines Lieferanten eingegliedert ist, dass er wirtschaftlich in erheblichem Umfang dem Handelsvertreter vergleichbare Aufgaben zu besorgen hat (dazu später Punkt 3.), und
- dem Lieferanten bei Vertragsbeendigung seinen Kundenstamm zu überlassen hat (dazu sogleich Punkt 2.).¹²

2. Überlassung des Kundenstamms

a) Wann ist ein Kundenstamm „überlassen“?

Da der Vertragshändler seine Kunden kaum zwingen kann, auch nach seinem Ausscheiden aus der Vertriebsorganisation des Lieferanten weiterhin die Waren des Lieferanten zu beziehen, ist mit der Analogievoraussetzung der Überlassung des Kundenstammes keine „Übertragung“ oder „Überbindung von Verträgen“ im zivilrechtlichen Sinne gemeint, zumal auch ein Handelsvertreter nicht sicherstellen kann, dass die von ihm gewonnenen Kunden dem Unternehmer treu bleiben.

Allerdings muss der Vertragshändler den Lieferanten in jene Lage versetzen, in der sich Letzterer als Unternehmer eines beendeten Handelsvertreterverhältnisses befände: Der Lieferant muss mit den Kunden des Vertragshändlers also weiterhin aktiv Geschäfte abwickeln können, was die Kenntnis der dafür notwendigen Informationen voraussetzt.¹³ Der Kundenstamm wird somit im Gewand der Kundendaten überlassen. Was der Lieferant aus diesen Informationen macht und machen kann, bleibt ihm überlassen und ist erst bei der Bemessung der Höhe des Ausgleichsanspruchs zu berücksichtigen.

Nicht erforderlich ist zwar, dass *sämtliche* Kundendaten überlassen werden, schließlich ist dies für die Abwicklung von Folgegeschäften gar nicht notwendig. Dennoch ist beim *Umfang* der überlassenen Kundendaten Vorsicht geboten: So hat etwa der OGH die Rechtsansicht (des OLG Wien als Berufungsgericht) ausdrücklich als vertretbar beurteilt, dass für eine kontinuierliche Nutzung des Kundenstocks allein die Information über Namen und Adressen der Kunden nicht ausreiche, sondern dass zusätzlich auch Informationen über Ansprechpartner und Lieferbedingungen erforderlich seien.¹⁴

b) Reicht die tatsächliche Überlassung des Kundenstammes?

Auf den ersten Blick mag sich die österreichische Rechtsprechung zur analogen Anwendung von Handelsvertreterrecht auf Vertragshändler von der deutschen Rechtsprechung kaum unterscheiden, zumal sich der OGH von Beginn an¹⁵ auf die Rechtsentwicklung in Deutschland¹⁶ gestützt hat. Ein für die Praxis bedeutsamer Unterschied liegt allerdings in der Antwort der Gerichte auf die Frage,

ob die tatsächliche Überlassung des Kundenstamms für eine Analogie schon ausreicht, oder ob eine entsprechende vertragliche Verpflichtung des Vertragshändlers notwendig ist:

Während die deutsche Rechtsprechung dazu von Beginn an die Auffassung vertrat, der Vertragshändler müsse vertraglich *verpflichtet* sein, dem Lieferanten den Kundenstamm bei Ausscheiden aus der Absatzorganisation zu überlassen¹⁷, wurde dies in Österreich von Beginn an weniger streng gesehen: Schon in seiner ersten Entscheidung über die analoge Anwendung des Ausgleichsanspruchs auf Vertragshändler¹⁸ erachtete es der OGH ausdrücklich als ausreichend, dass der Lieferant – etwa durch entsprechende Berichterstattung des Vertragshändlers – vom Kundenstamm tatsächlich Kenntnis erhalte und den Kundenstamm aufgrund dieser Kenntnis nach Händlervertragsende nutzen könne. In zweiter Instanz war dies noch anders gesehen worden.

In der darauf folgenden Entscheidung konnte der OGH die Frage, ob nun eine Pflicht zur Überlassung des Kundenstammes notwendig sei oder ob auch die bloß tatsächliche Überlassung ausreiche, zwar ausdrücklich offenlassen.¹⁹ Schon bald legte er sich aber fest: Erforderlich sei zwar eine Pflicht zur Überlassung des Kundenstammes. Dem stehe es aber gleich, wenn es dem Lieferanten bloß tatsächlich ermöglicht werde, den vom Vertragshändler erworbenen Kundenstamm auch nach Auflösung des Vertragsverhältnisses kontinuierlich zu nutzen.²⁰ Diese mittlerweile ständige Rechtsprechung²¹ ist schon insofern konsequent, als es für die Ähnlichkeit zwischen Handelsvertreter- und Vertragshändlerverhältnis und für die Möglichkeiten des Lieferanten, aus dem Kundenstamm des Vertragshändlers weiterhin Vorteile ziehen, selbstverständlich nicht darauf ankommt, ob der Vertragshändler diesen Kundenstamm freiwillig oder aufgrund einer Vertragspflicht überlassen hat. Im Interesse des Lieferanten zur „Markentreue“ zwingen kann der scheidende Vertragshändler seine Kunden ohnedies nicht, er kann es dem Lieferanten durch entsprechende Überlassung der Kundendaten nur *erleichtern*, den Kunden zur Markentreue anzuhalten.

c) Was macht der Vertragshändler, der seine Kunden nicht kennt?

In vielen Fällen wird der Vertragshändler dem Lieferanten die Daten seiner Kunden gar nicht überlassen können, weil er diese nicht kennt (sog. „anonymes Massengeschäft“).²² Für diese Fälle stellt sich die Frage, ob es für die Überlassung des Kundenstammes bereits ausreicht, wenn die gewonnenen Kunden „faktisch“ entweder auf den Nachfolger des Vertragshändlers²³ oder den Lieferanten selbst überge-

11 RIS-Justiz RS0062580, zuletzt OGH 25.03.2014, 4 Ob 217/13k.

12 RIS-Justiz RS0109284, zuletzt OGH 24.05.2016, 8 ObA 59/15g.

13 Ähnlich *Nocker*, Handelsvertretergesetz 1993² § 24, Rz 130.

14 OGH 22.4.2009, 3 Ob 44/09f.

15 OGH 24.10.1973, 5 Ob 157/73; OGH 28.11.1979, 6 Ob 637/79.

16 Ausgehend von BGH, Urt. v. 11.12.1958 – II ZR 73/57 (BGHZ 29, 83).

17 Wobei an dieses Kriterium zum Teil so geringe Anforderungen gestellt werden, dass davon kaum noch etwas übrig bleibt, vgl. dazu *Van der Moolen* in Martinek/Semler/Flohr, Vertriebsrecht⁴, § 27 Rn 14 ff; BGH, Urt. v. 12.1.2000 – VIII ZR 19/99, VersR 2000, 487; BGH Urt. v. 6.10.1993 – VIII ZR 172/92, BB 1993, 2401.

18 OGH 29.11.1989, 1 Ob 692/89.

19 OGH 11.10.1990, 6 Ob 644/90.

20 OGH 17.12.1997, 9 Ob 2065/96h „*Mazda*“; OGH 24.11.1998, 1 Ob 251/98p; OGH 30.3.1999, 10 Ob 61/99i.

21 RIS-Justiz RS0109284 [T2], zuletzt etwa OGH 5.5.2009, 1 Ob 10/09s; im Ergebnis zustimmend auch die österreichische Lehre, vgl. etwa *Nocker*, Handelsvertretergesetz 1993² § 24 Rz 148.

22 Für Handelsvertreter, die im anonymen Massengeschäft tätig sind, kann sich das Problem in selber Weise stellen, freilich (mangels Erfordernis einer Analogie) nicht auf der Ebene der Analogievoraussetzungen, sondern erst beim Nachweis der gewonnenen Stammkunden.

23 In diesem Fall ist freilich der Ausschlussgrund gemäß § 24 Abs 3 Z 3 Handelsvertretergesetz zu berücksichtigen: Es besteht kein Anspruch

gangen sind. Der OGH hat dies bejaht:²⁴ Die Anonymität der Kunden stehe dem Ausgleichsanspruch nicht entgegen und sei als Argument, dass eine Überbindung unbekannter Personen nicht möglich sei, verfehlt.

Nocker hält dies für nicht überzeugend, und zwar aufgrund der folgenden Befürchtung: Seiner Ansicht nach führe dies konsequent weitergedacht zum Ergebnis, dass der Vertragshändler (und auch der Handelsvertreter) nicht mehr nachweisen müsse, dem Lieferanten (bzw. Unternehmer) neue Stammkunden überhaupt zugeführt zu haben.²⁵ Vielmehr werde dann die zentrale Anspruchsvoraussetzung des Ausgleichsanspruchs als „faktischer“ Übergang von Stammkunden *vermutet*.

Nach hier vertretener Auffassung ergibt sich dieses (zugegeben unbillige) Ergebnis aber nicht zwangsläufig: Denn es ist eine auf der tatsächlichen Ebene und im Rahmen der Beweiswürdigung zu klärende Frage („Tatfrage“), ob der Vertragshändler Stammkunden zugeführt hat. Und wenn der Vertragshändler seine Kunden nicht namentlich kennt, dann wird dieser ihm obliegende Nachweis mit mehr Mühen verbunden sein als sonst, ist aber dennoch möglich (Kundenumfragen, Sachverständigengutachten, Statistische Erhebungen, etc.). Die Befürchtung von *Nocker* ist dann aber unbegründet.

Hingegen ist es eine Rechtsfrage, welche Bedeutung es für die Prüfung der Analogievoraussetzungen des § 24 Handelsvertretergesetz hat, wenn der Vertragshändler keine Kundendaten weitergeben kann. Und da sich diese Rechtsfrage im Zuge der Prüfung einer Analogie zum *Handelsvertreterrecht* stellt, liegt es auf der Hand, die Parallele zur Situation des *Handelsvertreter* zu ziehen: In jenen Branchen²⁶, in denen die Endabnehmer namentlich nicht bekannt sind, steht auch einem Handelsvertreter ein Ausgleichsanspruch zu – sofern er den in solchen Fällen besonders herausfordernden Nachweis zu erbringen vermag, überhaupt Stammkunden zugeführt zu haben –, obwohl der Unternehmer die ihm zugeführten Stammkunden nicht beim Namen kennt und deshalb auch keine gezielten Anstrengungen unternehmen kann, zu Folgegeschäften zu gelangen. Für den Vertragshändler kann daher in solchen Branchen nichts anderes gelten, schließlich soll die Analogievoraussetzung des „Überlassens des Kundenstammes“ ja nur *den Gleichklang zwischen Handelsvertreter und Vertragshändler herstellen*. Insofern ist dem OGH²⁷ beizupflichten: Im anonymen Massengeschäft scheidet die Analogie zu § 24 Handelsvertretergesetz nicht bereits daran, dass der Vertragshändler mangels Kenntnis keine Kundendaten weitergeben kann.²⁸ Das heißt jedoch nicht, dass dem Vertragshändler nicht dennoch der Nachweis obliegt, Stammkunden zugeführt zu haben.

auf Ausgleich, wenn „der Handelsvertreter gemäß einer aus Anlass der Beendigung des Vertragsverhältnisses getroffenen Vereinbarung mit dem Unternehmer, die Rechte und Pflichten, die er nach dem Vertrag hat, einem Dritten überbindet.“ In solchen Fällen wird angenommen, dass der Handelsvertreter die Abgeltung für den Kundenstamm bereits von seinem Nachfolger erhält.

24 OGH 30.8.2006, 7 Ob 122/06a; anders der BGH, Urt. v. 5.2.2015, Az. VII ZR 109/13, Rn. 23 ff.

25 *Nocker*, Handelsvertretergesetz 1993², § 24 Rz 144 (zum Vertragshändler), Rz 175 ff (zum Handelsvertreter).

26 Man denke an die als Handelsvertreter tätigen Tankstellenpächter.

27 OGH 30.8.2006, 7 Ob 122/06a.

28 Gegenteilig zum Franchisenehmer unlängst der BGH, Urt. v. 5.2.2015, Az. VII ZR 109/13, Rn. 23 ff; allerdings ist zu beachten, dass der OGH – anders als der BGH – für eine analoge Anwendung des Ausgleichsanspruchs keine vertragliche Pflicht zur Überlassung des Kundenstammes voraussetzt, sondern eine tatsächliche Überlassung ausreichen lässt. Insofern sind die Entscheidungen des OGH und des BGH nicht zwangsläufig nicht vereinbar.

d) Besonderheiten beim Kfz-Vertrieb?

Nocker erkennt bei der Prüfung der Analogievoraussetzung der Überlassung des Kundenstammes für den Bereich des Kraftfahrzeug-Vertriebs eine Besonderheit: Die Beziehung zwischen dem Kfz-Hersteller (bzw. seiner Marke) und dem Kunden des Vertragshändlers (Endverbraucher) sei in dieser Branche noch enger, als dies bei anderen „analogiefähigen“ Vertragshändlerverhältnissen schon der Fall sei. Beim Kauf eines Kraftfahrzeugs komme die dauerhafte Geschäftsverbindung von vornherein nicht zwischen Endverbraucher und Vertragshändler, sondern nur zwischen Endverbraucher und Hersteller zustande. Daher sei eine Überlassung des Kundenstammes in dieser Branche weder möglich noch erforderlich.²⁹

Diese Überlegung, die auf einer Betrachtung aus dem Jahr 1984 – also aus Zeiten, in denen der Kfz-Exklusivvertrieb Standard war – beruht, kann in ihrer Pauschalität allerdings nicht überzeugen und beruht auf zweifelhaften Prämissen: Denn die Praxis zeigt, dass Kfz-Händler, die nach Vertragsende eine andere Marke übernehmen oder von vornherein mehrere Marken führen, ihre Kunden im Falle einer Vertragsbeendigung häufig ohne Probleme zu ihrer neuen Marke „mitnehmen“ oder einer ihrer anderen Marken zuführen. Ganz besonders gilt dies erfahrungsgemäß für den ländlichen Raum, wo persönliche Beziehungen noch immer ein ganz wesentlicher Faktor bei der Kaufentscheidung sind. Freilich wird es den einen oder anderen Kunden geben, dem die Person des Händlers egal ist, solange nur die Kfz-Marke stimmt, aber diese Kunden finden sich in jeder Branche. Schlussendlich ist es eine auf tatsächlicher Ebene in jedem Einzelfall zu klärende Frage, zu welchem Anteil die Kunden des Vertragshändlers diesem oder aber der Marke des Lieferanten treu bleiben werden. Pauschalvermutungen für einzelne Branchen sind weder notwendig noch sachgerecht und kleiden eine klassische Tatfrage in das Gewand einer Rechtsfrage.

Aber ganz abgesehen von den Zweifeln an ihrer *Richtigkeit* kann die Annahme, Kfz-Kunden würden der Produktmarke und nicht dem Vertragshändler treu bleiben, selbst wenn sie zuträfe, bei der Prüfung der Analogiefähigkeit *nicht von Bedeutung sein*: Entscheidend ist dabei vielmehr, ob der Lieferant des Vertragshändlers nach Vertragsende in einer dem Unternehmer eines Handelsvertreterverhältnisses vergleichbaren Lage ist, also den Kundenstamm (sei es nun sein eigener [Handelsvertreterverhältnis] oder jener des im eigenen Namen tätigen Vertragshändlers) durch aktive Ansprache nutzen kann: Und nach ständiger – und im Übrigen völlig zutreffender – Rechtsprechung³⁰ liegt eine solche vergleichbare Lage in aller Regel³¹ erst vor, wenn der Lieferant die Daten der gewonnenen Kunden auch tatsächlich kennt. Dass es zur weiteren Vorteilsziehung womöglich gar nicht notwendig wäre, die Daten der Kunden zu kennen, weil diese womöglich ohnehin der Produktmarke treu bleiben, gilt auch für andere Branchen und führt nach dieser Rechtsprechung noch nicht dazu, dass eine Weitergabe der Kundendaten obsolet wäre: Denn in dieser „Sogwirkung“ der Marke liegt ja der Hauptgrund für die Annahme begraben, der Lieferant werde aus den Kunden des Vertragshändlers,

29 *Nocker*, Handelsvertretergesetz 1993², § 24 Rz 128, unter Berufung auf Ergebnisse der Untersuchung bei *Berchthold*, Rechtstatsachen zum Ausgleichsanspruch des Automobil-Händlers, BB 1984, 1262.

30 RIS-Justiz RS0109284 [T2], zuletzt etwa OGH 5.5.2009, 1 Ob 10/09s.

31 Das „anonyme Massengeschäft“ muss insofern als Ausnahmefall betrachtet werden, aber auch hier wieder sowohl für Handelsvertreter- als auch für Vertragshändlerverhältnisse.

also aus *fremden* Kunden (vgl. den Unterschied zum Handelsvertreter), *überhaupt noch Vorteile ziehen können*. Wenn diese „Sogwirkung“ nun im selben Atemzug dazu führen soll, dass Kundendaten nicht weitergegeben werden müssen, dann hätte sich diese Analogievoraussetzung insgesamt und ganz grundsätzlich erübrigt. Der OGH sieht dies aber offenbar anders, und zwar völlig zurecht: Die Lage eines Lieferanten, der nur darauf vertrauen und hoffen kann, dass die Kunden des Vertragshändlers nicht diesem, sondern der Produktmarke treu bleiben, unterscheidet sich wesentlich von der Lage eines Lieferanten, der die Kunden des Vertragshändlers aktiv ansprechen und dadurch den zu erwartenden „Mitnahmebestrebungen“ des Vertragshändlers zuvor kommen kann.

Auch im Kfz-Bereich muss somit sorgfältig geprüft werden, ob dem Lieferanten gleich einem Unternehmer nach einem beendeten Handelsvertreterverhältnis ermöglicht wird, mit den Kunden aktiv in Kontakt zu treten.

3. Einbindung in die Absatzorganisation

Ob ein Vertragshändler als in die Absatzorganisation des Unternehmers eingebunden zu qualifizieren ist, hängt von zahlreichen Kriterien ab, die der OGH in Form eines beweglichen Systems anwendet.³² Bei einer Gesamtschau der verschiedenen Rechte und Pflichten des Vertragshändlers entscheidet das Gesamtbild. Generelle Aussagen sind daher kaum möglich und wenig sinnvoll.

Dennoch können die in der Folge aufgezählten Merkmale als besonders wichtig eingeordnet werden, weil sie von der Rechtsprechung bei der Vornahme dieser Gesamtschau herangezogen werden:³³

- Pflicht des Vertragshändlers zur Wahrung der Interessen des Vertragspartners.
- Umfassende Pflicht zur Absatzförderung und Warenabnahme³⁴,
- Umfassende Berichtspflicht und Kontrollrechte (Recht auf Einsicht in Geschäftsbücher und auf Zutritt zu den Geschäftsräumlichkeiten),
- Weisungsrecht, zum Beispiel ein Zustimmungsvorbehalt bei der Auswahl der gewerblich tätigen Abnehmer,
- Verbot des Vertriebs von Konkurrenzprodukten³⁵,
- Verpflichtung zur Unterhaltung einer Verkaufs- und Kundendienstorganisation,
- Angemessene Lagerhaltung,
- Beteiligung an der Einführung neuer Modelle.

³² Ausdrückliche Betonung dieses Grundsatzes bei OGH 5.5.2009, 1 Ob 10/09s: „Das Fehlen einzelner Elemente führt nicht zum Verlust eines Ausgleichsanspruchs. Maßgeblich ist im Sinn eines beweglichen Systems (8 Ob 4/07g mwN) das Überwiegen der Elemente des Handelsvertretervertrags (2 Ob 155/06t mwN).“

³³ Vgl. zur nun folgenden Liste an Merkmalen insbesondere OGH 18.12.2002, 3 Ob 85/02z, sowie OGH 5.5.2009, 1 Ob 10/09s, und die dort genannten weiteren Fundstellen in der Rsp. Freilich sind aber auch diese Merkmale alle für sich betrachtet nicht unentbehrlich: „Das Fehlen einzelner Elemente führt nicht zum Verlust eines Ausgleichsanspruchs.“ (OGH 5.5.2009, 1 Ob 10/09s).

³⁴ OGH 18.12.2002, 3 Ob 85/02z; OGH 5.5.2009, 1 Ob 10/09s, wo das Fehlen der Pflicht zur Warenabnahme allein an der Einbindung in die Absatzorganisation aber nichts änderte.

³⁵ Das Fehlen eines Wettbewerbsverbotes war in OGH 25.8.1999, 3 Ob 10/98m (neben dem Fehlen von Weisungs- und Kontrollrechten) ein wesentlicher Grund dafür, die Einbindung des Vertragshändlers in die Absatzorganisation zu verneinen.

Klassische Indizien, keinesfalls aber unabdingbare Tatbestandsmerkmale, sind die Zuweisung eines bestimmten Verkaufsgebiets, eventuell mit Gebietsschutz (Alleinvertriebsrecht), sowie das Vorliegen von unverbindlich empfohlenen Listenpreisen.

4. Niedrige Handelsspanne als weitere Analogievoraussetzung?

Bereits in seiner ersten Entscheidung zur analogen Anwendung des Ausgleichsanspruchs auf Vertragshändler hat der OGH als zusätzliche Analogievoraussetzung auch die Höhe der Handelsspanne des Vertragshändlers beim Erwerb und Verkauf der Vertragsware herangezogen: Es sei „auch maßgeblich, ob die konkrete Vertragsgestaltung derart war, daß die dem Vertragshändler zustehende Handelsspanne auch bereits die Werterhöhung des *good will* beim Hersteller (Zwischenhändler) bei Überlassung eines kontinuierlichen Kundenstammes abgegolten hat. Ob dies zutrifft, kann nur nach Lage des einzelnen Falles unter Berücksichtigung betriebswirtschaftlicher Grundsätze auf Grund eines Vergleiches der in dieser Sparte üblichen Provisionsätze für Handelsvertreter im Vergleich mit der erzielten (oder vorgeschriebenen) Handelsspanne des Vertragshändlers, wenn auch unter Bedachtnahme auf das jeweils sehr unterschiedliche Unternehmerrisiko, beurteilt werden.“³⁶

Dieser Prüfungsmaßstab ist freilich recht vage. Wie soll die Höhe einer Handelsspanne in einer Branche beurteilt werden, die keine Handelsvertreter kennt? Und liegt nicht die Annahme nahe, dass höhere Handelsspannen ein von den Verhandlungsparteien zumindest ex ante als höher beurteiltes Unternehmerrisiko ausgleichen sollen? Im Nachhinein lässt sich eine Handelsspanne leicht als „hoch“ einstufen, vor Aufnahme der Tätigkeit ist es häufig das vom Vertragshändler eingegangene Unternehmerrisiko, das „hoch“ erscheint.

Dennoch hat der OGH auch in späteren Entscheidungen bei der Prüfung der Analogievoraussetzungen zum Teil implizit die Annahme zugrunde gelegt, eine sehr hohe Handelsspanne sei ein Anzeichen dafür, dass jene nach Vertragsende beim Lieferanten eintretende Werterhöhung des „goodwill“, die auf der Überlassung des Kundenstammes beruhe, bereits abgegolten worden sei.³⁷

Diese Praxis ist abzulehnen:

- Es bleibt unklar, weshalb nicht auch ein Handelsvertreter eine hohe Provision erhalten kann. Wie ist die Höhe der Handelsspanne eines Vertragshändlers einzuordnen, wenn in der betroffenen Branche keine Handelsvertreterverhältnisse existieren?
- Die Vermutung, dass die Parteien mit der Handelsspanne etwas anderes abgelten wollten als die laufende Tä-

³⁶ OGH 29.11.1989, 1 Ob 692/89. In der Folgeentscheidung OGH 11.10.1990, 6 Ob 644/90, wird darauf Bezug genommen.

³⁷ Vgl. etwa OGH 25.8.1999, 3 Ob 10/98m: „... die vom Beklagten erzielte Handelsspanne (nach Abzug derjenigen Unkosten, die ein Handelsvertreter nicht zu tragen hat) entsprach ungefähr der Provision eines Handelsvertreters ...“; dies wurde zugunsten des Klägers und der schlussendlich dann aber doch vermeinten Analogie ins Treffen geführt. So auch OGH 18.12.2002, 3 Ob 85/02z: „...Vielmehr muss nicht generell, sondern für die betreffende Branche ermittelt werden, ob eine Abdeckung des Wertzuwachses mit der Handelsspanne tatsächlich erfolgt ist.“ Ähnlich unlängst OGH 22.4.2009, 3 Ob 44/09 f: „Entscheidend für den Zuspruch einer Entschädigung an den Vertragshändler analog § 24 HVVertrG 1993 ist auch, ob dessen Tätigkeit zu einer Werterhöhung des Unternehmens des Herstellers (Zwischenhändlers) im Bereich des *good will* geführt hat, die nicht bereits durch die dem Vertragshändler eingeräumte Handelsspanne sowie sonstige Leistungen, zB Investitions- und Werbekostenzuschüsse, gedeckt sind.“

tigkeit des Vertragshändlers und das von ihm dabei eingegangene Unternehmerwagnis, ist rein hypothetisch. Wenn die Parteien tatsächlich die Werterhöhung des „goodwill“ nach Vertragsende berücksichtigen würden, dann müsste die Handelsspanne mit der Dauer der Vertragslaufzeit sinken, wofür Anhaltspunkte fehlen. Auch müsste dann bei jedem Handelsvertreterverhältnis geprüft werden, ob nicht bereits die Provisionen als teilweise Vorauszahlung auf den (nicht abdingbaren) Ausgleichsanspruch zu werten sind.

- Aber selbst wenn eine hohe Handelsspanne eine Abgeltung für die Überlassung des Kundenstamms nach Vertragsende bereits enthalten sollte, wird dies nicht im Zuge der Prüfung der Analogievoraussetzungen, sondern im Rahmen eines Billigkeitsabschlages bei der Bemessung der Höhe des Ausgleichsanspruchs zu berücksichtigen sein.³⁸ Die Aussagen in der jüngeren Rechtsprechung des OGH weisen darauf hin, dass dies auch der OGH erkannt hat.³⁹ Eine ausdrückliche Judikaturwende lässt sich allerdings nicht ausmachen.

Im Ergebnis bedeutet diese schwankende Spruchpraxis für den Vertragshändler ein zusätzliches Risiko, während sie dem Lieferanten zusätzlichen Argumentationsspielraum verschafft.

5. Ergebnis

Ein Vertragshändler wird eine Analogie zu § 24 Handelsvertretergesetz und einen Ausgleichsanspruch dem Grunde nach dann erfolgreich behaupten können, wenn – neben den Anspruchsvoraussetzungen des § 24 Handelsvertretergesetz selbst – eine Einbindung des Vertragshändlers in die Absatzorganisation des Lieferanten vorliegt, die der Einbindung eines Handelsvertreters nahekommt, und wenn der Vertragshändler spätestens bei Vertragsende dem Lieferanten seine Kundendaten überlässt.

Bei hoher Handelsspanne wird der Lieferant womöglich behaupten, damit sollte „ein Ausgleichsanspruch bereits mit abgegolten sein“. Ob dieses Argument greift, ist zweifelhaft, aber nicht ausgeschlossen. Die Rechtsprechung dazu ist zum einen nicht einheitlich und zum anderen unscharf.

II. Anspruch auf Investitionersatz

§ 454 Abs 1 des österreichischen Unternehmensgesetzbuches⁴⁰ bestimmt Folgendes: „Ein Unternehmer, der an einem vertikalen Vertriebsbindungssystem als gebundener Unternehmer oder als selbständiger Handelsvertreter

(§ 1 HVertrG) teilnimmt, hat bei Beendigung des Vertragsverhältnisses mit dem bindenden Unternehmer Anspruch auf Ersatz von Investitionen, die er nach dem Vertriebsbindungsvertrag für einen einheitlichen Vertrieb zu tätigen verpflichtet war, soweit sie bei der Vertragsbeendigung weder amortisiert noch angemessen verwertbar sind.“

Damit sollte Handelsvertretern und „gebundenen Unternehmern“ das Risiko abgenommen werden, dass aufwendige Investitionen durch eine Beendigung des Vertriebsvertrages frustriert sind. Vertragshändler, die einer vertraglichen Pflicht zur Vornahme von Investitionen unterliegen, werden schon aufgrund dieser Pflicht, die noch dazu selten „alleine kommt“, in der Regel als „gebundene Unternehmer“ anzusehen sein.

1. Vertragliche Verpflichtung zur Investition

Der Anspruch bezieht sich ausschließlich auf jene Investitionen, zu denen der Vertragshändler vertraglich verpflichtet war. Damit gemeint ist eine Vertragspflicht im engsten Sinne des Wortes. Nicht ausreichend ist nach herrschender Ansicht im Schrifttum „faktischer“ Druck auf den Vertragshändler, Investitionen zu tätigen (z.B. aufgrund „unverbindlicher Empfehlungen“, informeller Nebenbemerkungen, unmissverständlicher Verweise auf andere Vertragshändler und deren umfangreiche Investitionen, etc.).⁴¹

Diese Einschränkung auf vertraglich vorgeschriebene Investitionen unter ausdrücklicher Ausklammerung der klassischen Drucksituationen ist bemerkenswert. Sie wird als Resultat der Bemühungen der Industriellenvereinigung während des Gesetzgebungsprozesses, den Anwendungsbereich für den Anspruch auf Investitionersatz begrenzt zu halten, gesehen.⁴² Dennoch kommt ein umsichtiger Rechtsanwender wohl kaum umhin, die herrschende Ansicht in Zweifel zu ziehen. Denn dass der Normzweck auch jene Fälle umfasst, in denen der Lieferant ohne vertragliche Verpflichtung Druck ausübt, liegt auf der Hand.⁴³ Außerdem könnte die an sich zwingende Bestimmung des § 454 UGB unter Zugrundelegung der im Schrifttum vorherrschenden Rechtsansicht vom Lieferanten allzu leicht umgangen werden, indem er die Pflicht zur Vornahme von Investitionen in den „außervertraglichen Bereich der faktischen Druckausübung“ verlagert. Dem Gesetzgeber kann dies kaum zugesonnen werden, mit dem Normzweck wäre dies unvereinbar. Im Übrigen wird aber im Einzelfall ohnehin zu prüfen sein, ob nicht auch ohne schriftliche Vereinbarung einzelne Investitionen, zu denen der Vertragshändler vom Lieferanten gedrängt wurde, als auf einer entsprechenden stillschweigenden Übereinkunft beruhend anzusehen sein können.

2. Einheitlicher Vertrieb

Der Anspruch bezieht sich ausschließlich auf Investitionen für einen einheitlichen Vertrieb. Es geht um produkt- und markenspezifische Investitionen (einheitliches Erscheinungsbild, Produktionsanlagen, Mitarbeiterkleidung, Schulungen, EDV-Systeme, Software, Werkzeuge, etc.).

³⁸ Dies betont zutreffend *Nocker*, Handelsvertretergesetz 1993², § 24 Rz 158.

³⁹ Vgl. OGH 12.10.2011, 7 Ob 182/11g, zur Höhe des geschuldeten Ausgleichs: „Der Ausgleichsbetrag lässt sich nicht aus einer einfachen Provisionsberechnung ermitteln. Vielmehr muss nach ständiger Rechtsprechung darauf abgestellt werden, inwieweit die dem Kfz-Vertragshändler zustehende Handelsspanne die Werterhöhung des Unternehmens des Herstellers/Zwischenhändlers (hier die Beklagte als Generalimporteur) durch die Überlassung des Kundenstamms deckt oder nicht.“ So schon OGH 5.5.2009, 1 Ob 10/09s: „Nach Auffassung des erkennenden Senats lässt die Gestaltung der Vertragsbeziehungen nach dem beweglichen System die Beurteilung zu, dass die Stellung der Klägerin jener eines Handelsvertreters ausreichend angenähert war, um die analoge Anwendung des § 24 HVertrG zu rechtfertigen. Zur Frage, ob durch die der Klägerin zugekommene Handelsspanne bereits eine Abgeltung der Werterhöhung des good-will beim Unternehmen der Beklagten erfolgte, fehlen allerdings Feststellungen, was die Klägerin bereits in ihrer Berufung gerügt und worauf sie in ihrer Revision abermals hingewiesen hat. Im fortgesetzten Verfahren wird das Erstgericht entsprechende Feststellungen zu treffen und somit die Höhe des Ausgleichsanspruchs zu prüfen haben.“

⁴⁰ In Kraft getreten am 21. August 2003.

⁴¹ *Bergmann* in Straube/Ratka/Rauter, UGB⁴ § 454 Rz 38; *Hohenecker*, Der neue § 454 UGB, 180. Mangels höchstgerichtlicher Rechtsprechung kann bei der Auslegung von § 454 UGB nur auf die Erläuterungen in der Regierungsvorlage und auf die Literatur zurück gegriffen werden. Die Erläuterungen gehen auf die besondere Bedeutung der „vertraglichen Verpflichtung“ in Abgrenzung zu Drucksituationen jedoch nicht ein (59 BlgNR 22. GP, 303 f, abrufbar unter https://www.parlament.gv.at/PAKT/VHG/XXII/II_00059/imfname_003115.pdf).

⁴² Details zum Gesetzgebungsprozess liefert *Hohenecker*, Der neue § 454 UGB, 174 ff, insbes. 180.

⁴³ So auch *Hohenecker*, Der neue § 454 UGB, 180.

Der Gesetzgeber hat in seinen Erläuterungen klargestellt, dass vom Ersatzanspruch nur die Differenz zwischen den tatsächlich entstandenen Kosten und den fiktiven Kosten im Falle einer nicht vorgeschriebenen Ausstattung umfasst sein.⁴⁴ Dies mindert den Anspruch insbesondere für jene Investitionen, die auch ohne vertragliche Vorgabe – wenngleich kostengünstiger – getätigt worden wären. Diese Einschränkung ist konsequent, schließlich bestand nur insoweit eine Ursächlichkeit der vertraglichen Vorgaben des Lieferanten zur Vereinheitlichung des Vertriebs. In der Literatur wird diese Einschränkung dennoch angezweifelt.⁴⁵

3. Keine Amortisation oder Verwertbarkeit

Der Anspruch bezieht sich ausschließlich auf jene Investitionen, die bei der Vertragsbeendigung noch nicht amortisiert sind und die auch nicht angemessen verwertbar sind.

Die Amortisation tritt nach herrschender Ansicht dann ein, wenn die Kosten der Investition durch den daraus erwirtschafteten Ertrag zumindest gedeckt sind.⁴⁶ Dabei ist dem Vertragshändler wohl aber schon von Beginn an ein angemessener und branchenüblicher Gewinn zugestehen, den er insbesondere nicht erst dann erwirtschaften darf, wenn alle getätigten Investitionen amortisiert sind. Dieser laufende Gewinn ist den Kosten hinzuzufügen und erst wenn der erwirtschaftete Ertrag diese Summe abdeckt, kann eine Amortisation eintreten. Andernfalls würde der Vertragshändler bis zum Eintritt der Amortisation erst recht wieder das gesamte Risiko alleine tragen, weil ihm bis zu diesem Zeitpunkt nicht erlaubt wird, einen Gewinn zu lukrieren.

Vom Vertragshändler verschuldete Ertragseinbußen können zum Entfall des Anspruchs führen, soweit ohne sie eine Deckung der Kosten bereits eingetreten wäre. Eine teilweise Amortisation mindert den Ersatzanspruch.

Verwertbar ist eine Investition, wenn sie veräußert oder vermietet werden kann. Den Vertragshändler bzw. Handelsvertreter trifft die Obliegenheit, sich im zumutbaren Rahmen um eine Verwertung zu bemühen (vgl. den Gesetzeswortlaut „*angemessen verwertbar*“).

4. Parallelen zum Ausgleichsanspruch

Die Ausschlussgründe (§ 454 Abs 2 UGB), die Verfallsfrist (§ 454 Abs 3 UGB) und der (zugunsten des Vertragshändlers einseitig) zwingende Charakter (§ 454 Abs 4 UGB) des Anspruchs auf Investitionsersatz sind der Bestimmung des § 24 Handelsvertretergesetz über den Ausgleichsanspruch nachempfunden.⁴⁷ Insoweit verlaufen der Anspruch auf Ausgleich und jener auf Investitionsersatz parallel. Eine gemeinsame Geltendmachung ist üblich.

⁴⁴ Vgl. die Erläuterungen (59 BlgNR 22. GP 304): „In Summe sollen damit künftig vor allem markenspezifische Aufwendungen und Investitionen abgeltbar werden, die am Markt entweder gar nicht oder nicht zu einem Preis verwertbar sind, der der nicht amortisierten Differenz gegenüber der Anschaffung einer nicht-markenspezifischen Ausstattung entspricht.“

⁴⁵ Vgl. die Nachweise bei Bergmann in Straube/Ratka/Rauter, UGB⁴ § 454 Rz 36.

⁴⁶ Schauer in Krejci, RK UGB § 454 Rz 14.

⁴⁷ Nach überwiegender Ansicht ist § 454 UGB auch international zwingend, also Eingriffsnorm im Sinne des Internationalen Privatrechts. Zum Teil wird dies auf eine Interpretation von § 454 UGB als „Schadenersatzanspruch“ gemäß Art 17 Abs 3 Handelsvertreter-RL gestützt (vgl. Bergmann in Straube/Ratka/Rauter, UGB⁴ § 454 Rz 70; Schauer in Krejci, RK UGB § 454 Rz 22; vgl. zu diesem Thema EuGH 9.11.2000, Rs C-381/98, *Ingmar/Eaton*, Rn 25, und die einschlägige Literatur und deutsche Rsp.).

5. Ergebnis

Der Anspruch auf Investitionsersatz hat in der Beratungspraxis große Bedeutung, höchstgerichtliche Rechtsprechung liegt aber noch keine vor. Er umfasst nur jene Investitionen, zu deren Vornahme der Vertragshändler zur Vereinheitlichung des Vertriebs vertraglich verpflichtet war und die weder amortisiert noch angemessen verwertbar sind.

III. Anspruch auf Rückverkauf von Vertragswaren im Kfz-Sektor

Für „*Vertriebsbindungsvereinbarungen über den Kauf oder Verkauf neuer Personenkraftwagen⁴⁸ und leichter Nutzfahrzeuge⁴⁹ und von Ersatzteilen für solche Kraftfahrzeuge sowie für Instandsetzungs- oder Wartungsdienstleistungen für Kraftfahrzeuge, die im Rahmen solcher Vertriebsbindungsvereinbarungen verkauft worden sind*“, also de facto für Händlerverträge und Werkstattverträge im Kraftfahrzeugbereich, gilt in Österreich das Kraftfahrzeugsektor-Schutzgesetz.

In Kraft getreten ist dieses österreichische Unikum am 1. Juni 2013 als Ergebnis intensiver Bemühungen des Kraftfahrzeughandels, verschiedene Rechte der Kfz-Vertragshändler aus der mit 31. Mai 2013 ausgelaufenen Kfz-Gruppenfreistellungsverordnung Nr. 1400/2002 ins österreichische zwingende Recht zu übernehmen. Damit begnügte sich der Kraftfahrzeughandel aber nicht, vielmehr wurde zum Teil noch über das Schutzniveau der Kfz-GVO hinaus gegangen: Insbesondere gewährt das Kraftfahrzeugsektor-Schutzgesetz in § 3 Abs 2 dem Vertragshändler das Recht, bei Auflösung der Vertriebsbindungsvereinbarung Waren, die der Vertriebsbindung unterliegen, an den bindenden Unternehmer zurück zu verkaufen.

Die Bestimmung regelt auch den Rückverkaufspreis: Dieser habe sich am Nettoeinkaufspreis abzüglich von Abschlägen für die Abnutzung unter Berücksichtigung der Marktgängigkeit zu orientieren.

⁴⁸ Vgl. die Definition gemäß § 1 Abs 3 KraSchG: „*Ein Personenkraftwagen im Sinn dieses Gesetzes ist ein Kraftfahrzeug, das der Beförderung von Personen dient und zusätzlich zum Fahrersitz nicht mehr als acht Sitze aufweist.*“ Diese Definition entspricht Art 1 Abs 1 lit o der GVO Nr. 1400/2002 („Kfz-GVO alt“), was gemäß den Erläuterungen in der Regierungsvorlage zum KraSchG beabsichtigt war. Bemerkenswert ist, dass der Begriff der „Kraftfahrzeugs“ gemäß § 2 Abs 1 Z 1 Kraftfahrzeuggesetz auch Motorräder umfasst – im KraSchG selbst findet sich keine Definition des „Kraftfahrzeugs“ –, wohingegen der Begriff des „Kraftfahrzeugs“ gemäß Art 1 Abs 1 lit n GVO Nr. 1400/2002 zumindest drei Räder voraussetzt. Der österreichische Gesetzgeber wollte nun den Begriff des Personenkraftwagens zwar aus der Kfz-GVO alt übernehmen, hat dabei aber den fundamentalen Unterschied in der Definition des „Kraftfahrzeugs“ übersehen. Ein „legistischer Unfall“: Im österreichischen Sprachgebrauch umfasst der Begriff des Kraftfahrzeugs – wie auch im Kraftfahrzeuggesetz – selbstverständlich auch Motorräder. Der Gesetzeswortlaut spricht somit dafür, dass auch der Motorradvertrieb unter das KraSchG fällt. Die Intention des Gesetzgebers war zwar eine andere, methodisch dürfte es angesichts der Legaldefinitionen in § 1 KraSchG und § 2 Kraftfahrzeuggesetz aber nicht leicht werden, dieser Intention zum Durchbruch zu verhelfen.

⁴⁹ Vgl. die Definition gemäß § 1 Abs 4 KraSchG: „*Ein leichtes Nutzfahrzeug im Sinn dieses Gesetzes ist ein Kraftfahrzeug, das der Beförderung von Waren und Personen dient und dessen zulässige Gesamtmasse 3,5 Tonnen nicht überschreitet; werden von einem leichten Nutzfahrzeug auch Ausführungen mit einer zulässigen Gesamtmasse von mehr als 3,5 Tonnen verkauft, gelten sämtliche Ausführungen dieses Fahrzeugs als leichte Nutzfahrzeuge.*“ Diese Definition entspricht weitestgehend Art 1 Abs 1 lit p der GVO Nr. 1400/2002 („Kfz-GVO alt“). Allerdings hieß es dort statt dem in Fettdruck gesetzten „und“ „oder“. Den Erläuterungen in der Regierungsvorlage lässt sich nicht entnehmen, ob dies beabsichtigt war und wenn ja, welche Überlegung dem zugrunde lag. Dort heißt es nur: „*Die Begriffe „Personenkraftwagen“ und „leichte Nutzfahrzeuge“ sind im Sinn des Art. 1 Abs. 1 lit. o und p der Verordnung zu verstehen.*“

Geltend zu machen ist das Rückverkaufsrecht bis zum Ende der Vertragslaufzeit, bei vorzeitiger Kündigung aus wichtigem Grund binnen vier Wochen nach Zugang der Kündigungserklärung. Es ist bemerkenswert, dass dieses Recht – anders als Anspruch auf Ausgleich oder Investitionersatz – offenbar auch dann bestehen soll, wenn der Vertrag berechtigterweise vorzeitig aufgelöst wird.

IV. Fazit

Bei Beendigung eines dem österreichischen Recht unterliegenden Vertragshändlerverhältnisses sind Ansprüche

auf Ausgleich (gemäß § 24 Handelsvertretergesetz analog) und auf Investitionersatz (gemäß § 454 Unternehmensgesetzbuch) zu prüfen.

Die Voraussetzungen für eine analoge Anwendung des Ausgleichsanspruchs sind die einem Handelsvertreterverhältnis gleichende Einbindung des Vertragshändlers in die Absatzorganisation des Lieferanten und eine tatsächliche Überlassung des Kundenstamms an diesen.

Kfz-Vertragshändlern kann zudem ein Anspruch auf Rückverkauf von Vertragswaren durch den Lieferanten zustehen. ■