
Datum: 09.12.2016
Gericht: Landgericht Köln
Spruchkörper: 9. Kammer für Handelssachen
Entscheidungsart: Urteil
Aktenzeichen: 89 O 32/16
ECLI: ECLI:DE:LGK:2016:1209.89O32.16.00

Tenor:

Die Klage wird abgewiesen.

Die Kosten des Rechtsstreits trägt die Klägerin.

Das Urteil ist gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 110% des zu vollstreckenden Betrages vorläufig vollstreckbar.

Tatbestand

1

Die Klägerin war für die Beklagten als Handelsvertreterin auf der Grundlage des Vertriebspartnergrundvertrages vom 7.4.2011 (im Folgenden: Vertrag) mit dem Vertrieb von TV-, Internet-, Telefonie- und weiteren Multimedia-Diensten der Beklagten betraut. Aufgrund dieses Vertrages eröffnete die Klägerin in Absprache mit den Beklagten in V, N-Straße 00, einen V1-Shop.

2

Am 17.4.2015 wurden zwischen den Parteien mit der Zusatzvereinbarung „Servicevergütung“ zum Vertriebspartnergrundvertrag der Klägerin – zunächst befristet bis zum 30.6.2015 - eine Vergütung für Aufgaben im Bereich des Kundenservice zugesagt, nach der bis dahin seitens der Klägerin kostenlos erbrachte Serviceleistungen nunmehr vergütet worden sind. Diese Zusatzvereinbarung wurde am 25.6.2015 in leicht abgeänderter Form bis zum 30.9.2015 verlängert.

3

Am 23.5.2015 wurde in V, C-Strasse 00, von einem anderen Vertriebspartner der Beklagten, der U UG, ein weiterer V1-Shop eröffnet. Die Entfernung der beiden Shops zueinander betrug ca. 130 Meter.

4

Die Klägerin kündigte den Vertrag mit Schreiben vom 2.7.2015 außerordentlich zum 31.8.2015. Bereits am 28.4.2015 hatte sie den Mietvertrag bezüglich der Räumlichkeiten, in denen sie den V1-Shop betrieben hat, zum 31.10.2015 gekündigt.

5

Die Klägerin schloss mit der Vermieterin der Räume, in denen der V1-Shop betrieben wurde, am 29.9.2015 eine Aufhebungsvereinbarung zum 30.9.2015.	6
Die Klägerin ist der Ansicht, dass ihr ein Handelsvertreter-Ausgleichsanspruch zustehe, wobei sie einen solchen mit 60.000,00 € beziffert. Darüber hinaus ist sie der Ansicht, dass ihr ein Schadensersatzanspruch gegen die Beklagten zustehe, den sie hinsichtlich einer Umsatzdifferenz mit 15.606,00 € und hinsichtlich Rechtsanwaltskosten im Zusammenhang mit der Beendigung des Mietverhältnisses mit 2.465,77 € beziffert. Dazu behauptet sie u.a., dass sich zwei Shops in V nicht wirtschaftlich betreiben ließen. Außerdem hätten die Beklagten im Rahmen von Promotionen den neuen Shop demjenigen der Beklagten bevorzugt behandelt. Schließlich sei bekannt gewesen, dass die Klägerin, nachdem nunmehr eine Servicevergütung gezahlt wurde, an einem Wechsel des Standortes in die C-Straße interessiert gewesen sei.	7
Die Klägerin beantragt,	8
die Beklagten gesamtschuldnerisch zu verurteilen, 78.071,77 € nebst 8 % Zinsen über dem Basiszinssatz ab Rechtshängigkeit an sie zu zahlen.	9
Die Beklagten beantragen,	10
die Klage abzuweisen.	11
Die Beklagten sind der Ansicht, dass der Klägerin weder ein Ausgleichsanspruch noch ein Schadensersatzanspruch zustehe. Insbesondere hätten sie sich nicht pflichtwidrig verhalten.	12
Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf die gewechselten Schriftsätze und die zur Akte gereichten Urkunden und Unterlagen Bezug genommen.	13
Entscheidungsgründe	14
Die zulässige Klage hat in der Sache keinen Erfolg.	15
Der Klägerin steht gegen die Beklagten zunächst kein Handelsvertreter-Ausgleichsanspruch nach § 89b HGB zu.	16
Zwar scheidet ein solcher nicht schon nach § 89b Abs. 3 Nr. 1 HGB aus, weil die Klägerin den Vertrag mit der Beklagten selbst gekündigt hat. Denn auch in diesen Fällen ist ein Ausgleichsanspruch nicht ausgeschlossen, wenn ein Verhalten des Unternehmers begründeten Anlass für die Kündigung gegeben hat, wobei der Begriff „Verhalten“ weit zu verstehen ist, so dass insoweit alle Umstände ausreichen, die dem Unternehmer zuzurechnen sind. Das ist hier der Fall. In der mit Wissen, Billigung und Unterstützung der Beklagten in einer Entfernung von 130 Meter von dem Shop der Klägerin erfolgten Eröffnung eines weiteren Shops liegt ein Umstand vor, der der Klägerin einen begründeten Anlass zur Kündigung gegeben hat. Dabei kann dahinstehen, ob sich durch die Eröffnung eines weiteren Shops in der Innenstadt von V der Shop der Klägerin nicht mehr wirtschaftlich betreiben lässt, da alleine die nunmehr geschaffene Konkurrenzsituation in unmittelbarer Nähe einen begründeten Anlass für die Kündigung gibt. Es kommt auch nicht darauf an, ob dieser Umstand tatsächlich ursächlich für die Kündigung war. Das objektive Bestehen dieses Umstandes reicht aus.	17
Ein Ausgleichsanspruch ist aber von der Klägerin nicht schlüssig dargetan. Unabhängig davon, dass die Klägerin ihrer aufgrund des Hinweises der Kammer vom 6.7.2016	18

modifizierten Berechnung sämtliche verdienten Provisionen zugrunde legt, ohne danach zu differenzieren, welche Provisionen mit Stammkunden verdient worden sind, scheitert ein Ausgleichsanspruch jedenfalls gemäß § 89 b Abs. 1 Nr. 2 HGB daran, dass die Zahlung eines Ausgleichs unter Berücksichtigung aller Umstände, insbesondere der dem Handelsvertreter entgehenden Provisionen, nicht der Billigkeit entspricht. Im Rahmen der Billigkeitsprüfung sind alle Umstände des konkreten Falles zu berücksichtigen, wobei den Provisionsverlusten des Handelsvertreters, wie sich aus der ausdrücklichen Hervorhebung dieses Kriteriums in der Norm ergibt, eine besondere Bedeutung zukommt. Die Klägerin hat entsprechende Provisionsverluste im Prognosezeitraum weder dargelegt, noch sind diese sonst konkret feststellbar. Die Beklagten haben sich darauf berufen, dass der Klägerin aufgrund der vertraglichen Vereinbarungen zwischen den Parteien nur eine Einmalprovision zustehe. Dem ist die Klägerin nicht entgegen getreten. Damit gehen der Klägerin durch die Beendigung des Vertrages keine Provisionen mit von ihr geworbenen Kunden verloren. Ohne Provisionsverluste entspricht ein Ausgleichsanspruch nach § 89 b Abs. 1 Nr. 2 HGB regelmäßig nicht der Billigkeit. Das entspricht auch dem Sinn und Zweck des handelsvertreterrechtlichen Ausgleichsanspruchs, wonach der Handelsvertreter gerade dafür eine Kompensation erhält, dass der Unternehmer aus den gewonnenen Kundenbeziehung weitere Vorteile erzielt, der Handelsvertreter aber durch die Vertragsbeendigung gleichzeitig die ihm zustehenden Vorteile nicht mehr realisieren, den von ihm geworbenen Kundenstamm also nicht mehr nutzen kann.

Die Kammer verkennt dabei nicht, dass die Provisionsverluste des Handelsvertreters anders als nach früherem Recht, als diese ausdrücklich als eigene Anspruchsvoraussetzung ausgestaltet waren, nunmehr nur noch einen im Rahmen der nach § 89 b Abs. 1 Nr. 2 HGB vorzunehmenden Billigkeitsprüfung zu berücksichtigenden, wenn auch besonders hervorgehobenen und wesentlichen Umstand darstellen. Danach ist nach der geltenden Gesetzeslage ein Ausgleichsanspruch bei fehlenden Provisionsverlusten des Handelsvertreters aus dem geworbenen Kundenstamm zwar nicht mehr von vorneherein ausgeschlossen, aber auch nach der geltenden Gesetzeslage entspricht ein Ausgleichsanspruch in den Fällen, in denen der Handelsvertreter durch die Beendigung des Handelsvertretervertrages keine Provisionsverluste aus geworbenen Kundenbeziehungen erleidet, grundsätzlich nicht der Billigkeit. Danach kommt ein Ausgleichsanspruch trotz fehlender Provisionsverluste der Klägerin allenfalls ausnahmsweise in Betracht. Besondere Umstände, die dies rechtfertigen könnten, liegen aber nicht vor. Alleine der Umstand, dass hier nach den vertraglichen Vereinbarungen der Parteien die Vergütung für die Vermittlung von Dauerschuldverhältnissen durch Einmalprovision geschuldet ist, kann einen solchen Ausnahmefall nicht darstellen. Sonstige Umstände werden von der Klägerin weder vorgetragen, noch sind sie sonst ersichtlich. 19

Soweit die Klägerin in dem nicht nachgelassenen Schriftsatz vom 25.11.2016 ausführt, dass gewonnene Kunden eher dazu neigen auch andere Produkte zu erwerben, ist dieser Vortrag schon nach § 296a ZPO verspätet und damit unbeachtlich. Er gibt auch keinen Anlass die mündliche Verhandlung wiederzueröffnen. Denn die Klägerin sagt auch in diesem Schriftsatz nichts Konkretes dazu, dass ihr für Folgegeschäfte, mit den von ihr gewonnenen Kunden, eine Provision zugestanden hätte, die sie wegen der ausgesprochenen Kündigung nun verliert. 20

Auch der begehrte Schadensersatzanspruch steht der Klägerin gegen die Beklagten schon dem Grunde nach nicht zu. 21

Ein Schadensersatzanspruch kann dem Handelsvertreter nach §§ 280 Abs. 1, 241 Abs. 2, 242 BGB i.V.m. § 86a HGB zustehen, wenn der Unternehmer die ihm obliegenden Rücksichtnahme- und Treuepflichten rechtswidrig und schuldhaft verletzt hat und dem Handelsvertreter daraus ein Schaden entstanden ist. Diese Voraussetzungen liegen hier allerdings nicht vor.

Es fehlt schon daran, dass die Beklagten die ihnen gegenüber der Klägerin obliegenden Rücksichtnahme- und Treuepflichten verletzt haben. 23

Soweit die Klägerin die Verletzung dieser Pflichten darin sieht, dass die Beklagten die Eröffnung eines zweiten Shops in der Innenstadt von V betrieben und unterstützt haben, kann dem nicht gefolgt werden. Zwar folgt aus der Regelung in § 86a HGB und der vertraglichen Treue- und Loyalitätspflicht die Verpflichtung der Beklagten zur Unterstützung und zur Rücksichtnahme gegenüber der Klägerin als Handelsvertreterin und ihrer schutzwürdigen Belange. Diese Rücksichtnahmepflicht findet ihre Grenze aber in dem Recht des Unternehmers auf freie Entscheidung über die Art und Weise der Führung seines Geschäftsbetriebes. Dazu gehört grundsätzlich auch die Freiheit, neben einem Handelsvertreter, der nicht zum Alleinvertreter bestellt ist, andere Personen mit der Vermittlung und dem Abschluss von Geschäften zu beauftragen, auch wenn sich dadurch das Arbeitsfeld des Handelsvertreters praktisch verkleinert (vgl. OLG Düsseldorf, Urteil vom 14.9.2012, I-16 U 77/11, zitiert nach juris). Dieses Recht des Unternehmers findet seinerseits wiederum dort seine Grenze, wenn eine Entscheidung willkürlich und ohne einen vertretbaren Grund zum Nachteil des Handelsvertreters getroffen wird, insbesondere um ihn mit Schädigungsabsicht auszuschalten (vgl. BGH in NJW 1997, 3304; OLG Düsseldorf, a.a.O., m.w.Nw.). 24

Nach den konkreten Umständen des vorliegenden Falles kann in der den Beklagten zuzurechnenden Eröffnung des zweiten Shops in der Innenstadt von V in 130 Meter Entfernung zum Shop der Klägerin eine solche nicht mehr zulässige Unternehmerentscheidung nicht gesehen werden. Anhaltspunkte dafür, dass sich die Beklagten damit willkürlich und ohne vertretbaren Grund über die schutzwürdigen Belange der Klägerin hinweggesetzt oder sogar mit Schädigungsabsicht gehandelt haben, sind nicht vorgetragen und auch sonst nicht ersichtlich. Für die Entscheidung, in enger räumlicher Nähe zu einem bestehenden Shop einen weiteren Shop zu eröffnen, können eine Vielzahl von Erwägungen ausschlaggebend sein, wobei die Bewertung der Umstände – im Rahmen der oben aufgezeigten Grenze - grundsätzlich dem unternehmerischen Ermessen vorbehalten bleibt. Diese Grenze ist hier nicht überschritten. Daran ändert auch der Umstand nichts, wenn sich der Shop der Klägerin in einer 1b-Lage und der Shop des anderen Betreibers in einer 1a-lage in V befinden. 25

Die Beklagten haben vorgetragen, dass sie mit einem Shop auf der C-Strasse vertreten sein wollten, da dort auch Konkurrenzunternehmen präsent sind. Zudem halten die Beklagten einen zweiten Shop in V für wirtschaftlich sinnvoll. Dass diese Annahme völlig abwegig und daher nur als vorgeschoben angesehen werden kann und bei der vorzunehmenden Bewertung außen vorbleiben muss, ist nicht ersichtlich. Die Beklagten haben unbestritten vorgetragen, dass nach Einführung der Servicepauschale für Leistungen, die die Klägerin zuvor kostenfrei erbracht hat, die Einkünfte in der Zeit, in der der zweite Shop bereits betrieben wurde, denen entsprach, die die Klägerin auch zuvor mit ihrem Shop erzielt hat. Im Hinblick darauf ist die Ansicht der Beklagten, dass ein zweiter Shop wirtschaftlich betrieben werden kann, jedenfalls nicht völlig unbegründet und willkürlich. Das einzelne, früher zuständige Mitarbeiter der Beklagten zwei Shops für nicht wirtschaftlich führbar gehalten 26

haben, spielt insoweit keine Rolle.

Soweit die Klägerin eine Schädigungsabsicht der Beklagten darin sieht, dass diese sie in der Konkurrenz mit dem neuen Shop nicht ausreichend unterstützt hätten, kann dem ebenfalls nicht gefolgt werden. Soweit sie vorträgt, dass dem neuen Shop eine Promotion spendiert worden sei, die sie nicht gleichberechtigt bekommen habe und der neue Shop eine Promotion bereits bei Eröffnung habe nutzen dürfen, die der Klägerin erst ab Anfang Juni zur Verfügung gestanden habe und eine weitere Promotion durch sie erst verspätet habe genutzt werden können, ist der diesbezügliche Vortrag der Klägerin schon nicht ausreichend substantiiert. Es bleibt nach ihrem Vortrag offen, um welche konkreten Unterstützungshandlungen es insoweit gehen soll. Soweit es eine dreitägige Promotion auf der C-Straße beginnend ab dem 24.6.2015 betrifft, kann darin ein Handeln mit Schädigungsabsicht zum Nachteil der Klägerin nicht gesehen werden. Es verstößt nicht gegen die vertragliche Treue- und Unterstützungspflicht, wenn die Beklagten die Shops in unterschiedlicher Weise mit Promotionen unterstützen, wenn dies nicht willkürlich ist. Hier steht einer Willkür schon entgegen, dass es sich bei dem weiteren Shop, der Nutznießer der Promotion am 24.6.2015 war, um eine Neueröffnung handelte, die bei potenziellen Kunden noch nicht bekannt war. 27

Soweit sich die Klägerin hinsichtlich einer Ungleichbehandlung mit Schädigungsabsicht weiter darauf beruft, dass in einer Postwurfsendung nur der neue Shop genannt worden ist, ist der Vortrag der Beklagten, dass bei allen Neueröffnungen eine solche Aktion erfolgt, unbestritten geblieben. Eine Pflichtverletzung der Beklagten gegenüber der Klägerin kann darin nicht gesehen werden. Soweit die Klägerin weiter auf eine im neuen Shop angebotene Rückvergütung für Kunden abstellt, haben die Beklagten – ebenfalls unbestritten – vorgetragen, dass diese Aktion alleine von dem dortigen Shop-Betreiber initiiert und finanziert worden sei. Soweit die Klägerin schließlich eine Schädigungsabsicht darin sieht, dass dem neuen Shop Werbematerial bereits ab dem 23.5.2015, ihr jedoch erst ab Anfang Juni 2015 zur Verfügung gestanden habe, haben die Beklagten dies nachvollziehbar damit begründet, dass es für die kurze Zeit zwischen Eröffnung des neuen Shops am 23.5. und dem Beginn der Aktion am 1.6. nicht sachgerecht gewesen sei, den neuen Shop zunächst mit anderem Material auszustatten. Zudem ist unstreitig, dass die Aktionsposten auch dort erst ab dem 1.6.2015 gebucht werden konnten. Eine Pflichtverletzung kann auch darin nicht gesehen werden. 28

Soweit die Klägerin weiterhin eine unangemessene und nicht gerechtfertigte Benachteiligung der Klägerin darin sieht, dass keine Freischaltung für die Prämienhotline erfolgt sei und sie aus dem E-Mail-Verteiler des Herrn I genommen worden sei, haben die Beklagten unbestritten vorgetragen, dass die fehlende Freischaltung ihre Ursache in der fehlerhaft hinterlegten Telefonnummer der Klägerin hatte und die Entfernung aus dem Verteiler Folge des gegenüber Herrn I seitens der Klägerin ausgesprochenen Hausverbots war und zudem auf Nachfrage wieder rückgängig gemacht worden ist. Eine Pflichtverletzung der Beklagten ist auch insoweit nicht ersichtlich. 29

Soweit die Klägerin eine Pflichtverletzung der Beklagten schließlich darin sieht, dass diese – entgegen einer von der Klägerin behaupteten Übung – nicht in die Planung einbezogen und nicht gefragt wurde, ob sie den neuen Shop betreiben wolle, stellt auch das keine Pflichtverletzung dar. Zwar mag es als nicht glücklich angesehen werden, wenn der Handelsvertreter, der von der Eröffnung eines weiteren Shops unmittelbar betroffen ist, nicht rechtzeitig informiert und in Planungen einbezogen wird. Das reicht aber nicht aus, um darin eine Pflichtverletzung des Unternehmers zu sehen. Es fällt in die unternehmerische Entscheidungsfreiheit der Beklagten, wen sie in strategische Planungen einbezieht und mit 30

wem sie an welchem Standort zusammenarbeiten will.

Nach alledem liegt eine Pflichtverletzung der Beklagten im Zusammenhang mit der Eröffnung eines weiteren Shops in V nicht vor. Das gilt auch dann, wenn die vorgenannten Umstände in ihrer Gesamtheit betrachtet werden. 31

Die Ausführungen in dem nicht nachgelassenen Schriftsatz der Klägerin vom 25.11.16 geben keinen Anlass für eine Wiedereröffnung der mündlichen Verhandlung. Insoweit wird zunächst auf die obigen Ausführungen Bezug genommen. Auch im Übrigen ist eine Wiedereröffnung nicht veranlasst. Soweit die Klägerin in diesem Schriftsatz erstmals vorträgt, dass die Beklagten sich durch ihren Mitarbeiter I selbst aktiv an der Suche und Anmietung von Räumlichkeiten beteiligt hätten, ändert das an der oben ausgeführten Bewertung nichts. Schließlich gibt auch das nicht nachgelassene Schriftsatz der Beklagten vom 06.12.2016 keinen Anlass für die Wiedereröffnung der mündlichen Verhandlung. 32

Mangels Hauptanspruchs besteht auch der geltende gemachte Zinsanspruch nicht. 33

Die Kostenentscheidung beruht auf § 91 ZPO, die Entscheidung zur vorläufigen Vollstreckbarkeit auf § 709 ZPO. 34

Streitwert: 78.071,77 € 35