

Kaiser-Wilhelm-Ring 26 (neu)
50672 Köln
Tel.: 0221-922 955 25 (neu)
Fax: 0221-789 22 52

Wolperather Weg 10
53819 Neunkirchen
Tel.: 02247-3830
Fax: 02247-3884

Mandanten- Newsletter

vom 09.01.2012

Sehr geehrte Damen und Herren,

zunächst möchten wir Ihnen ein gesundes wie ebenso erfolgreiches Jahr 2012 wünschen!
Auf dass sich all Ihre persönlichen und geschäftlichen Vorstellungen realisieren lassen.

Für uns hat das Jahr 2012 mit Änderungen begonnen: Wir sind mit unserer Kölner Kanzlei umgezogen und dürfen Sie nun mehr unter o.g. Adresse im Kaiser-Wilhelm-Ring 26 begrüßen!

Nun aber viel Spaß beim Lesen des ersten Newsletters 2012!

Mit besten Grüßen

Dr. Susanne Creutzig

Prof. Dr. Jürgen Creutzig

01/12 Bundesgerichtshof: „Neue“ Kunden beim Ausgleichsanspruch

Vom Handelsvertreter „neu“ geworbene Kunden sind die Basis für seinen Ausgleichsanspruch nach § 89b HGB. Wann Kunden neu sind, hatte der Bundesgerichtshof (BGH) in seinem jetzt veröffentlichten Urteil vom 26.10.2011 zu entscheiden (VIII ZR 222/10).

In dem Urteilsfall war ein Unternehmen, das seine Produkte über einen Handelsvertreter vertrieb, insolvent geworden. Eine neue Firma wurde gegründet. Diese übernahm sowohl die Kunden als auch den bisherigen Handelsvertreter des insolvent gewordenen Unternehmens. Zwei Jahre später kündigte die neue Firma den Vertrag mit dem Handelsvertreter. Dieser machte seinen Ausgleichsanspruch geltend. Die Frage war, ob der Anspruch sich auch auf die von dem insolventen Unternehmen mitgebrachten Kunden bezog, m.a.W. ob sie „neue“ Kunden waren.

„Neue Kunden“, so der BGH, „die der Handelsvertreter geworben hat, sind alle Kunden, die mit dem Unternehmer noch nicht in geschäftlicher Beziehung standen, sondern erstmals unter Einschaltung des Handelsvertreters ein Geschäft mit dem Unternehmer abgeschlossen haben. Das gilt auch für Kunden, die der Handelsvertreter aus einer früheren Vertretung in das neue Vertragsverhältnis einbringt“.

Dementsprechend waren alle früheren Kunden des insolvent gewordenen Unternehmens „neue“ Kunden des neu gegründeten Unternehmens. Denn die neu gegründete Gesellschaft hatte noch keine Alt- oder Bestandskunden. Der Kläger war hier Handelsvertreter der ersten Stunde, der notwendigerweise immer Neukunden wirbt.

Ein zweites Argument musste der BGH behandeln: Die neue Firma hatte dem Handelsvertreter den Kundenstamm der insolventen Firma zur Verfügung gestellt und meinte, deshalb sei ein Ausgleichsanspruch ausgeschlossen. Mitnichten, urteilte der BGH. Denn es waren nur die Informationen über die Kundenbeziehungen, die der Handelsvertreter erhalten hatte, nicht aber die Kunden selbst. Sie eröffneten nur die Chance, dass die Stammkunden des insolventen Unternehmens eine Geschäftsbeziehung mit der neuen Gesellschaft eingehen werden. Das wiederum hängt von einer erfolgreichen Tätigkeit des Handelsvertreters ab.

Der BGH sieht jedoch in der Aushändigung der Informationen einen Ansatz für eine Prüfung, ob und inwieweit die Zahlung eines Ausgleichsanspruchs der Billigkeit entspricht. Sie kann also zu einer Kürzung des Ausgleichsanspruchs führen.

Praxistipp: Das Urteil gibt eine wichtige Interpretation für die Frage, wann ein Kunde „neu“ im Sinne des § 89b Abs. 1 HGB ist. Es gilt entsprechend auch für den Ausgleichsanspruch des Vertragshändlers.

02/12 Bundesgerichtshof definiert Neuwagen im Sinne der Pkw-Energieverbrauchskennzeichnungsverordnung (Pkw-EnVKV)

Wann ein Neuwagen ein Neuwagen ist, regeln die Gesetze und die Rechtsprechung leider nicht einheitlich. Im Kaufrecht gilt ein anderer Begriff als beispielsweise im Umsatzsteuerrecht. Auch bei der Energieverbrauchskennzeichnungsverordnung (Pkw-EnVKV) gilt eine eigene Definition. Sie ist jetzt durch den Bundesgerichtshof (BGH) in seinem Urteil vom 21.12.2011 – Az. I ZR 190/10 – festgelegt worden. Danach ist ein Neuwagen ein Kraftfahrzeug, das noch zu keinem anderen Zweck als dem des Weiterverkaufs oder der Auslieferung verkauft worden ist. Ob und wann das auf einen Vorführwagen zutrifft, hängt von objektiveren Umständen ab. Als objektiven Umstand sieht der BGH die Laufleistung an.

Bietet der Händler das Fahrzeug mit einer geringen Kilometerleistung (bis 1000 km) an, ist davon auszugehen, dass er dieses Fahrzeug zum Zwecke des Weiterverkaufs erworben hat. Liegt die Kilometerleistung darüber, spricht dies dafür, dass der Händler das Fahrzeug (auch) zu einem anderen Zweck als dem des Weiterverkaufs – nämlich für die nicht ganz unerhebliche Eigennutzung – erworben hat.

Im Urteilsfall hatte der Händler geworben: „Vorführfahrzeug... EZ 3/2009, 500 km“. Angaben zum Kraftstoffverbrauch und zu den CO₂-Emissionen, wie sie § 1 der Pkw-EnVKV für die Werbung für „neue Personenkraftwagen“ vorsieht, enthielt die Werbung nicht. Die Werbung wurde deshalb untersagt.

03/12 Bundesgerichtshof: Zur Klagebefugnis eines Händlerverbandes

Ein Händlerverband kann gegen seinen Hersteller oder Importeur klagen, wenn die Rechtsverfolgung der satzungsgemäßen Wahrnehmung der geschäftlichen Belange seiner Mitglieder entspricht. Dabei kann auch eine Klage, die der Verband im Namen einzelner Mitglieder erhebt, diesem Zweck dienen, die geschäftlichen Belange aller Mitglieder oder wenigstens der Mehrheit der Mitglieder zu verfolgen. Dies hat der Bundesgerichtshof in dem jetzt veröffentlichten Urteil vom 21.09.2011 – VIII ZR 118/10 – entschieden.

Im Streitfall hatte der Importeur Citroen die Margen, die nicht im Händlervertrag geregelt waren, bei bestimmten Modellen einseitig gekürzt. Verhandlungen des Händlerverbandes über die Erhöhung der Händlermargen blieben ohne Ergebnis. Darauf wurde der Kläger, der Händlerverband, in eigens dazu berufenen Mitgliederversammlungen einstimmig beauftragt, die „notwendigen rechtlichen Schritte einzuleiten, um eine Rückgängigmachung der Margenreduzierungen zu erreichen“.

Weil der beklagte Importeur seine Händlerverträge zum 31. Mai 2011 gekündigt hat, hat der klagende Händlerverband in der Berufungsinstanz vor dem Oberlandesgericht Köln seinen Klageantrag geändert. Er hat nunmehr die Beklagte auf Unterlassung der vorgenannten Margenkürzungen für den Zeitraum bis zum 31.05.2011 in Anspruch genommen. Das OLG äußerte prozessuale Bedenken: Der Kläger habe die betroffenen Verbandsmitglieder nicht ausreichend offengelegt und deshalb müsse die Klage, wenn der Kläger sie nicht ändere, als unzulässig abgewiesen werden.

Der Kläger hat daraufhin das einzig Richtige getan: Er hat in einem prozessualen Hilfsantrag seinen Unterlassungsantrag auf neun namentlich benannte Mitgliedsunternehmen beschränkt, deren Geschäftsführer dem Vorstand des Klägers angehören. Er hat damit vermieden, alle Mitglieder des Händlerverbandes namhaft zu machen.

Trotzdem hat das Oberlandesgericht diese Anträge als unzulässig angesehen und die Klage abgewiesen. Dieser Rechtsansicht hat nun der Bundesgerichtshof einen Riegel vorgeschoben.

Danach kann jeder Händlerverband gerichtlich gegen seinen Hersteller oder Importeur vorgehen, wenn zum Einen die formalen Voraussetzungen gegeben sind, also dies in der Satzung festgeschrieben ist und eine entsprechende Mitgliederversammlung möglichst einstimmig einen entsprechenden Beschluss gefasst hat. Dann ist zum Anderen erforderlich, dass der Verband selbst ein eigenes schutzwürdiges Interesse an der Durchsetzung des geltend gemachten Anspruchs hat.

Es dürfe sich also nicht um die Geltendmachung nur von Einzel-Interessen handeln. Das war im Streitfall nicht der Fall: Eine satzungsgemäße Wahrnehmung der geschäftlichen Belange der Mitglieder setzt nämlich, so der BGH, nicht zwingend voraus, dass rechtliche Schritte für alle oder zumindest für die Mehrheit der Mitglieder eingeleitet werden. Vielmehr kann auch eine auf einzelne Mitglieder beschränkte Klage dem Zweck dienen, die geschäftlichen Belange sämtlicher oder wenigstens der Mehrheit der Mitglieder zu verfolgen.

Damit hat der BGH die Voraussetzungen für die sogenannte gewillkürte Prozessstandschaft eines Händlerverbandes gegenüber seinem Hersteller oder Importeur geklärt. Entscheidend für das schutzwürdige Interesse des Klägers – und damit die Zulässigkeit einer Klage des Verbandes, wobei nur einige Mitglieder namentlich aufgeführt werden – ist daher nicht die Anzahl der Mitglieder, für die er einen Zivilprozess führt, sondern ob das Klageziel auch die

geschäftlichen Interessen der übrigen Mitglieder berührt und sich nicht in der – vom Satzungszweck nicht gedeckten – Durchsetzung von Individualinteressen erschöpft.

Diese Voraussetzungen lagen hier vor, die Klage durfte also nicht wegen Unzulässigkeit abgewiesen werden. Der BGH hat den Prozess an das OLG Köln zurückverwiesen. Dieses muss nun entscheiden, ob die Margenkürzung berechtigt war oder nicht.

Fazit: Das Urteil stellt eine wichtige Entscheidung zugunsten der Händlerverbände dar. Es hievt sie auf Augenhöhe mit ihren Herstellern und Importeuren. Dass dies angesichts des leider immer wieder festzustellenden nicht partnerschaftlichen Verhaltens von Herstellern oder Importieren dringend nötig ist, braucht nicht besonders betont zu werden. Außerdem sind die Händlerverbände nicht gezwungen, die Namen ihrer Mitglieder preiszugeben. Die Preisgabe der Namen war bisher eine „beliebte“ Forderung von Herstellern und Importeuren – und damit eine praktische Bremse, gegen sie Klage zu erheben. Dies ist nun beendet.

04/12 BGH: Kein Vertragsrücktritt bei Bagatell-Mängeln

Der Käufer eines hochwertigen Gutes kann vom Kaufvertrag nicht zurücktreten, wenn dieses mit Mängeln behaftet ist, die behebbar sind und wenn die Kosten der Mängelbeseitigung ein Prozent des Kaufpreises nicht überschreiten. Das hat der Bundesgerichtshof am 29.06.2011 – Az VIII ZR 202/10 – entschieden.

Bei der Beantwortung der Frage, unter welchen Voraussetzungen ein Rücktritt vom Kaufvertrag wegen Unerheblichkeit der Pflichtverletzung nach § 323 BGB ausgeschlossen ist, spielten – so der BGH – sowohl grundsätzlich die Kosten der Mängelbeseitigung im Vergleich zum Kaufpreis als auch das Ausmaß der Funktionsbeeinträchtigung eine ausschlaggebende Rolle. Bei behebbaren Mängeln sei nur auf die Kosten der Mängelbeseitigung und nicht auch noch auf das Ausmaß der Funktionsbeeinträchtigung abzustellen.

Gegenstand des Rechtsstreits war ein exklusives Wohnmobil, das der Käufer für € 134.000,00 erworben hatte. Wegen diverser Mängel war das Wohnmobil insgesamt viermal zu Nachbesserungsarbeiten in der Werkstatt des Verkäufers. Nach dem letzten Werkstattaufenthalt erklärte der Käufer den Rücktritt vom Kaufvertrag. Ein Sachverständiger schätzte die Kosten für die Beseitigung der anschließend noch vorliegenden Mängel auf rund € 1.200,00. Damit betragen sie weniger als ein Prozent des Kaufpreises. Der BGH lehnt deshalb einen Rücktritt des Käufers ab.

05/12 BMW Händler gegen DEKRA

DEKRA haftet den BMW Händlern schon dem Grunde nach nicht wegen der Erstellung vermeintlich falscher Bewertungsgutachten. Das hat das Oberlandesgericht (OLG) Stuttgart am 20.12.2011 entschieden. Für eine Haftung nach den Grundsätzen des Vertrages mit Schutzwirkung zugunsten Dritter fehle es an der Schutzbedürftigkeit der Händler. Eine Haftung wegen vorsätzlicher sittenwidriger Schädigung komme nicht in Betracht, weil diese nach durchgeführter Beweisaufnahme nicht ersichtlich sei.

Die Revision zum Bundesgerichtshof (BGH) wurde nicht zugelassen. Die Kläger können hiergegen die sog. Nichtzulassungsbeschwerde zum BGH einlegen. Dies wird aber erst entschieden, wenn die schriftlichen Urteilsgründe vorliegen.

06/12 Schriftgröße bei der Pkw-Energieverbrauchskennzeichnungsverordnung (EnVKV)

Die Pkw-Energieverbrauchskennzeichnungsverordnung (EnVKV) schreibt bekanntlich Angaben zum Verbrauch und zu Emissionen vor. Die Frage stellt sich, in welcher Schriftgröße diese Angaben zu erfolgen haben. Dazu gibt es bisher eine Reihe untergerichtlicher Entscheidungen. Sie lassen sich wie folgt zusammenfassen:

Verbrauchs- und Emissionsangaben müssen auch bei flüchtigem Lesen leicht verständlich, gut lesbar und nicht weniger hervorgehoben sein als der Hauptteil der Werbebotschaft. Eine 4-Punkt-Schrift oder eine Schrift, die man fast nur mit der Lupe lesen kann, reicht nicht aus. Auch Sternchenhinweise verbieten sich.

Wer sicher gehen will, druckt die Verbrauchs- und Emissionsangaben in gleicher Größe und Druckart wie den überwiegenden übrigen Text, insbesondere den Hauptteil der Werbebotschaft. Das ist die Beschreibung des Fahrzeugs, insbesondere die Angaben zu Ausstattungsdetails und zur Motorisierung.

Die Verbrauchs- und Emissionsangaben sollten als separater Textblock in unmittelbarer Nähe zu den Angaben zur Motorisierung abgedruckt werden, keineswegs in einem Fließtext mit anderen Angaben vermischt, und auch nicht unterhalb der Angaben zur Firma.

07/12 Rechtsschutzversicherung für Vertragshändler und autorisierte Werkstätten - Wartefristen beim Versicherungsschutz beachten!

Die Gesellschaft zur Förderung des Kraftfahrzeuggewerbes (GFK), eine 100%ige Tochter des Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbes (ZDK) weist aus gegebenem Anlass erneut auf die GFK-Rechtsschutzversicherung für Vertragshändler und autorisierte Werkstätten hin. Gerade in den jetzigen unruhigen Zeiten in der Automobilbranche kann eine derartige Versicherung von existenzieller Bedeutung sein!

So haben einige Hersteller und Importeure aufgrund der zum 31. Mai 2010 ausgelaufenen GVO 1400/2002, die jeweiligen Händler-, Service- und/oder Ersatzteilverträge gekündigt.

Jeder Kfz-Unternehmer fragt sich in dieser Situation: Was passiert mit meinem Unternehmen in Zukunft? Erhalte ich überhaupt einen neuen Vertrag oder zumindest einen Ausgleichsanspruch? Kann ich möglicherweise die Rechtmäßigkeit der Kündigung meines Vertrages in Frage stellen?

Die GFK unterstreicht:

„Mit einer GFK-Rechtsschutzversicherung sind Sie auf diese stürmischen Zeiten bestens vorbereitet!“

Es steht Ihnen ein Vertragsprodukt zur Seite, das Ihnen die notwendige Sicherheit in den Verhandlungen mit dem Hersteller oder Importeur gibt, weil im Falle einer gerichtlichen Auseinandersetzung die finanzielle Rückendeckung bereitsteht.

Diesen Schutz bietet Ihnen kein anderes Vertragsprodukt auf dem Markt!

*Sofern Sie noch keine Versicherung abgeschlossen haben, sollten Sie insbesondere die so genannte **Wartefrist** beachten. Diese Wartefrist besagt, dass der Versicherungsschutz der GFK-Rechtsschutzversicherung erst nach Ablauf von **drei Monaten nach Versicherungsbeginn** besteht.*

Zögern Sie daher nicht und sichern Sie Ihren Betrieb bereits jetzt ab!“

Alle weiteren Informationen zur GFK-Rechtsschutzversicherung entnehmen Sie bitte der Internetseite

www.gfk-rechtsschutzversicherung.de

Wenn Sie Fragen zur Versicherung haben, steht Ihnen zudem Frau Velten (Tel.-Nr. 0228-9127-222; E-Mail: velten@kfzgewerbe.de) von der GFK jederzeit gerne zur Verfügung.