

## KUNDENDATEN her oder kein AUSGLEICHANSPRUCH

Bei Beendigung eines Händlervertrages gehen vormalige Händler automatisch vom Bestehen eines Ausgleichsanspruchs gegen den Importeur aus. Gleichzeitig wollen dieselben Händler – vor allem, wenn sie für andere Marken weiterhin tätig sind – „ihre“ Kundendaten alleine verwenden können. Das geht sich rechtlich nicht aus.

Entgegen anderslautenden Gerüchten, die sich in der Händlerschaft hartnäckig halten: Einen *gesetzlichen* Ausgleichsanspruch für Vertragshändler gibt es in Österreich definitiv nicht! Vielmehr wird er von den Gerichten in analoger Anwendung der Bestimmungen für Handelsvertreter nur dann gewährt, wenn das Vertragsverhältnis dem eines Handelsvertreters ausreichend ähnlich ist. Im Handelsvertreterverhältnis schließt der Kunde direkt mit dem Unternehmer einen Vertrag, der vom Handelsvertreter vermittelt wurde. Der Unternehmer ist damit Herr über die Kundendaten. Der Vertragshändler schließt die Verträge mit den Kunden aber selbst ab. Unabdingbare Voraussetzung für die Ähnlichkeit zum Handelsvertretervertrag ist, dass der Unternehmer (Importeur) die Kundendaten kennt und auch verwenden darf, man spricht von der Überlassung des Kundenstamms. Liegt diese Voraussetzung nicht vor, **kann es keinen Ausgleichsanspruch geben**.

Nun haben Vertreter von Händlern, die ihre Kundendaten nach Beendigung des Händlervertrages ausschließlich selbst verwenden wollten, zuletzt häufig angezweifelt, dass der Importeur die personenbezogenen Daten der Endkunden überhaupt zu Zwecken der Information, Werbung und Kontaktpflege nutzen darf, nachdem der Händler diese Daten dem Generalimporteur zugänglich gemacht hat. Begründet wird dies – wie das heute modern ist – unter Berufung auf die DSGVO. Zwar gelten die berechtigten Interessen (Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe f DSGVO) als anerkannte Rechtsgrundlage für die Verarbeitung personenbezogener Daten zu Werbezwecken (solange dabei ohne gesonderte Zustimmung weder Telefonanrufe erfolgen noch E-Mails versendet werden). Gegen die Zulässigkeit der Verarbeitung der Kundendaten ins Treffen geführt wird aber der datenschutzrechtliche Grundsatz der Zweckbindung: Personenbezogene Daten müssen für festgelegte, eindeutige und legitime Zwecke erhoben werden und dürfen nicht in einer mit diesen Zwecken nicht zu vereinbarenden Weise weiterverarbeitet werden (Artikel 5 Absatz 1 Buchstabe b DSGVO).

Diese Zweifel teilen wir nicht. Denn soweit die Weiterverarbeitung der Daten mit dem ursprünglichen Zweck nicht unvereinbar ist, wird der soeben beschriebene Grundsatz der Zweckbindung selbst dann nicht verletzt, wenn die Weiterverarbeitung der Daten im ursprünglichen Zweck keine Deckung mehr findet. Zu prüfen ist in solchen Fällen also, ob die Weiterverarbeitung der Kundendaten durch den Generalimporteur oder Hersteller zu eigenen Zwecken mit jenen Zwecken, zu denen diese Daten ursprünglich erhoben wurden, **vereinbar** (kompatibel) ist.

Ergebnis dieser Vereinbarkeitsprüfung wird wohl im Regelfall sein, dass die Weiterverarbeitung der Kundendaten durch den Importeur nach Ende des Händlervertrages mit dem Zweck, zu dem diese Daten ursprünglich erhoben wurden, durchaus vereinbar ist. Denn ursprünglich erhoben hat der KFZ-Vertragshändler diese Kundendaten wohl zumindest *auch*, damit *er selbst* seinen Kunden Werbung und nützliche Informationen (postalisch) zusenden kann. Und wenn der Vertragshändler aus dem Händlernetz ausscheidet, dann wird es den Kunden nicht überraschen, wenn er postalische Werbung

für „seine“ KFZ-Marke nun direkt vom Importeur erhält. Die Erwartungshaltung des Kunden ist aber für die Vereinbarkeit der Weiterverarbeitung mit dem ursprünglichen Erhebungszweck ganz wesentlich. Für dieses Ergebnis der vorliegenden Vereinbarkeit spricht zudem, dass die Kundendaten in aller Regel wenig sensibel sind und dass es für den Kunden keinen nennenswerten Unterschied bedeutet, ob er „seine“ KFZ-Marke betreffende Informationen und Werbung vom Vertragshändler oder vom Importeur übermittelt bekommt – die Folgen der Weiterverarbeitung seiner Daten durch den Generalimporteur sind somit aus Sicht des betroffenen Kunden überschaubar. Und schließlich liegt auch die Verbindung zwischen dem ursprünglichen Erhebungszweck (Bewerbung der KFZ-Marke durch den Vertragshändler) und der Weiterverarbeitung durch den Generalimporteur (Bewerbung der KFZ-Marke durch den Generalimporteur im Hinblick auf das Ausscheiden des Vertragshändlers aus dem Händlernetz) auf der Hand. **Die Verwendung der Kundendaten durch den Importeur ist somit auf Basis der Rechtsgrundlage seiner berechtigten Interessen zulässig.**

Abschließend geklärt sind diese datenschutzrechtlichen Fragen nicht. Aber klar ist: **Wenn der Importeur die Kundendaten eines Händlers nach dessen Ausscheiden nicht länger nutzen darf, kann es keinen Ausgleichsanspruch geben.** Der Händler, der dagegen kämpft, dass der Importeur seine Kundendaten verwenden darf, kämpft damit stets auch gegen seinen sonst vielleicht möglichen Ausgleichsanspruch.

Von vornherein abwenden kann der Importeur eine Diskussion über die Zulässigkeit der Nutzung der Kundendaten, indem er seine KFZ-Vertragshändler rechtzeitig instruiert, etwa durch entsprechende Pflichten im Händlervertrag, bereits in der ursprünglichen Information der Endkunden über die Datenverarbeitung („Datenschutzhinweis“) die Werbung und Information (auch) durch den Generalimporteur ausdrücklich als einen Zweck der Datenerhebung und Datenverarbeitung zu nennen. Denn dann liegt eine Weiterverarbeitung zu einem anderen Zweck gar nicht vor.

Umgekehrt kann in einem Händlervertrag auch vereinbart werden, dass es dem Importeur **untersagt** ist, die Daten der Kunden des Vertragshändlers nach Ende des Händlervertrages zu nutzen (unter Ausnahme der Nutzung zu Zwecken im Zusammenhang mit der Garantie oder mit Produktrückrufen). Die weitere Nutzung der Kundendaten steht dann ab Vertragsende allein dem Händler zu, **ein Ausgleichsanspruch wird dadurch ausgeschlossen**, was für diese Konstellation in Deutschland auch schon gerichtlich geklärt ist (BGH in seinem Urteil vom 5. Februar 2015, VII ZR 315/13).

Vincent Schneider und Wendelin Moritz

(Die Autoren sind Rechtsanwälte der Schneider & Schneider Rechtsanwalts GmbH, die in Händlerstreitigkeiten regelmäßig auf Seite der Importeure berät und vertritt)