

SOGWIRKUNG DER MARKE UND AUSGLEICHANSPRUCHS DES HÄNDLERS

Die Berechnung des Ausgleichanspruches der einem Vertragshändler bei Beendigung des Vertrages zusteht, ist komplex. Im Zuge der Berechnung berücksichtigt die Rechtsprechung die Sogwirkung der Marke als Abzugsposition. Dies erfolgt im Zuge der Billigkeitsprüfung in Form eines Prozentbetrages, um den der Anspruch gemindert wird. Die Begründung liegt in überregionalen Werbemaßnahmen von Hersteller / Importeur, die auf die Kaufentscheidung Einfluss haben können. Es handelt sich um keine fixe Größe, zumal der Einzelfall entscheidend ist. Zum Nachweis der Sogwirkung wären Gutachten geeignet. Zudem besteht die Möglichkeit, dass der Richter den Prozentbetrag nach freier Überzeugung festsetzt. Der Marktanteil spielt dafür keine Rolle. Als Beispiel mag das obere Luxussegment dienen, der etwa bei Rolls Royce oder Bentley marginal ist. Ungeachtet dessen können auch hier Kaufgründe des Kunden vorliegen, die auf den Hersteller / Importeur zurückzuführen und nicht händlerbezogen sind.

Wird allerdings die Sogwirkung der Marke als Abzugsfaktor berücksichtigt, ist im Rahmen der Billigkeitsprüfung auch zu berücksichtigen, inwieweit, sie bereits Niederschlag in der Höhe der Handelsspanne gefunden hat. Die den Händlern zugestandenen Margen sinken seit Jahrzehnten kontinuierlich und verlagern sich derart von fixen zu variablen Positionen, dass KFZ-Betriebe heute nicht mehr von der Grundmarge leben können. Hersteller / Importeure von Marken mit größerer Sogwirkung sind sich dieser Sogwirkung bewusst und sie gewähren geringe Margen. Hersteller / Importeure, die auf den Markt drängen oder Marktanteile gewinnen wollen, gewähren in der Regel attraktivere Margen. Dies ist ein Indiz dafür, dass der Beitrag des Herstellers / Importeurs zum Absatz der Fahrzeuge bereits angemessen berücksichtigt wurde. In solchen Fällen ist damit unter dem Titel Sogwirkung der Marke nur ein sehr geringer Abzug gerechtfertigt.

Im Fall von Ford wurde die Sogwirkung 2007 einmal mit 20 % (6 Ob 248/07z) und einmal mit 10 % (4 Ob 189/07h) angesetzt. Darüber liegende Prozentsätze bedürfen meines Erachtens jedenfalls einer fundierten Begründung respektive eines urkundlichen Nachweises.



Dr. Johannes Öhlböck LL.M.

Rechtsanwalt in Wien und seit 20 Jahren für Händler und Händlerverbände tätig.

