

ZH_HANDELSGERICHT HG200177 vom 23. August 2022

Zh Handelsgericht, 2022-08-23, DE

Quelle: https://mcp.opencaselaw.ch/entscheid/zh_handelsgericht_HG200177

FR: ZH_HANDELSGERICHT HG200177 du 23 août 2022

IT: ZH_HANDELSGERICHT HG200177 del 23 agosto 2022

Erwägungen

E. 1

Formelles

E. 1.1

Zuständigkeit Die örtliche Zuständigkeit der zürcherischen Gerichte basiert unbestrittenmassen auf der im Agenturvertrag vom 13./14. November/5. Dezember 2011 enthaltenen Gerichtsstandsvereinbarung (act. 3/4; act. 1 Ziff. I.4; act. 15 Rz. 6). Diese Vereinbarung ist nach Art. 17 Abs. 1 ZPO zulässig und gültig geschlossen worden. Die sachliche Zuständigkeit des Handelsgerichts ergibt sich aus Art. 6 Abs. 2 ZPO i.V.m. § 44 lit. b GOG und wird ebenfalls anerkannt (act. 1 Ziff. I.4; act. 15 Rz. 6).

E. 1.2

Weitere Prozessvoraussetzungen Hinsichtlich der weiteren Prozessvoraussetzungen (Art. 59 ZPO) erübrigen sich Ausführungen; deren Vorliegen wird von den Parteien nicht bestritten. Damit ist auf die Klage einzutreten.

E. 1.3

Ergänzte Klageschrift Mit Eingabe vom 9. Oktober 2020 reichte der Kläger eine «ergänzte Klageschrift» ein, welche um eine Begründung des Zinsenlaufs und der Kostenverteilung erweitert worden ist (act. 6; act. 7). Die Beklagten bringen zu Recht vor, dass eine solche Klageerweiterung prozessual nicht vorgesehen ist. Mit der Klageeinreichung nimmt die klagende Partei die erste der ihr zustehenden zwei Gelegenheiten zur freien Äusserung im Prozess wahr. Die Möglichkeit, in dieser Rechtsschrift versäumtes nachzuholen, bietet sich erst im Rahmen der zweiten Äusserung. Hingegen ist nicht vorgesehen, Versäumnisse mittels freier Eingabe zu korrigieren. Eine Ausnahme besteht einzig im Anwendungsbereich von Art. 132 ZPO. Die Korrektur der Eingabe ist jedoch auch in diesen Fällen nur in einem eng umschriebenen Rahmen und nur nach gerichtlicher Nachfristsetzung zulässig. Ein genereller Anspruch auf eine Verbesserung von Rechtsschriften besteht jedoch nicht. Insbesondere dient die Bestimmung nicht als Grundlage, um eine materiell ungenügende Rechtsschrift zu verbessern (JULIA GSCHWEND, in:

- 5 - SPÜHLER/TENCHIO/INFANGER [Hrsg.], Basler Kommentar Schweizerische Zivilprozessordnung, 3. Aufl., Basel 2017., N 17 f. zu Art. 132 ZPO). Lediglich im Anwendungsbereich von Art. 56 ZPO kann anwaltlich nicht vertretenen Parteien Frist angesetzt werden, um offensichtlich unvollständige Rechtsschriften zu verbessern (THOMAS SUTTER-SOMM/ALAIN GRIEDER, in: SUTTER-SOMM/HASENBÖHLER/LEUENBERGER [Hrsg.], Kommentar zur Schweizerischen Zivilprozessordnung, 3. Aufl., Zürich 2016, N 11 f. zu Art. 56 ZPO). Ein Fehlen der

Begründung von Zinsenlauf und Kostenfolgen ist aber nicht als offensichtlich unvollständig anzusehen. Dem Kläger wurde auch keine entsprechende Frist angesetzt. Nach dem Gesagten war der Kläger nicht dazu berechtigt, eine korrigierte Fassung der Klageschrift nachzureichen. Eine Ergänzung war ihm nur im Rahmen der zweiten Rechtsschrift möglich. Entsprechend ist die «ergänzte Klageschrift» vom 9. Oktober 2020 (act. 7) im vorliegenden Verfahren nicht zu beachten. Dem Kläger gereicht dies nicht zum Nachteil, da er die Begründung in der Replik ohnehin nachgeholt hat (act. 29 Rz. 3 und 59 f.).

E. 1.4

Solidarische Haftung zwischen den Beklagten Der Kläger macht geltend, gestützt auf den Agenturvertrag würden die Beklagten im Sinne von Art. 143 Abs. 1 OR solidarisch für ihre Verpflichtungen haften. Die beiden Beklagten würden im Vertrag einheitlich als «B._____ Suisse» bezeichnet. Auch die Vertragsunterzeichnung sei so erfolgt und es sei für die beiden Gesellschaften nur ein Exemplar unterzeichnet worden. Sodann sei während der Vertragsdauer nie eine Aufteilung der Entschädigung der beiden Beklagten vorgenommen worden. Auch wenn im Vertrag nicht explizit so bezeichnet, sei offensichtlich, dass ein Solidarschuldverhältnis vorliege (act. 1 Ziff. I.3). Die Solidarschuldnerschaft wird von den Beklagten nicht bestritten (act. 15 Rz. 12). Entsprechend ist auch bei einer potentiellen Kundschaftsentschädigung nach Art. 418u OR von einer Solidarschuld der Beklagten im Sinne von Art. 143 Abs. 1 OR auszugehen. Die Beklagten sind in der Folge als Einheit zu behandeln, es sei denn, die Unterscheidung der Parteien sei für die Beurteilung des Sachverhalts relevant.

- 6 -

E. 2

Anspruch auf Kundschaftsentschädigung

E. 2.1

Unbestrittener Sachverhalt und Streitpunkte Unbestritten ist, dass der Kläger von 1995 bis Ende 2019 als Generalagent für die Beklagten (bzw. ursprünglich für die später von den Beklagten übernommene D._____) tätig war. Zuletzt basierte das Vertragsverhältnis auf dem Agenturvertrag für Generalagenten vom 13./14. November/5. Dezember 2011 (act. 3/4). Ebenfalls unbestritten ist, dass dieses Vertragsverhältnis per Ende 2019 aufgrund des Alters des Klägers aufgehoben wurde. Die Auflösungsvereinbarung vom 19. Juli 2019 (act. 3/11) regelte die Abwicklung des Generalagentenverhältnisses, wobei sich die Parteien über den Anspruch auf eine Kundschaftsentschädigung nach Art. 418u OR nicht einigen konnten, weshalb sie diese von der Auflösungsvereinbarung explizit ausnahmen. Uneinig sind sich die Parteien nach wie vor darüber, ob die Voraussetzungen für einen Anspruch auf eine Kundschaftsentschädigung nach Art. 418u OR erfüllt sind. Während der Kläger behauptet, die Voraussetzungen seien erfüllt, weshalb ein Anspruch in der Höhe einer durchschnittlichen Jahresentschädigung bestehe, stellen sich die Beklagten auf den Standpunkt, die Voraussetzungen seien im vorliegenden Fall nicht erfüllt.

E. 2.2

Parteidarstellungen

E. 2.2.1

Kläger Der Kläger macht im Wesentlichen geltend, er habe von seinem Vorgänger F._____ im Juli 1995 ein Nettoportefeuille an Prämien von CHF 18'898'300.– übernommen. Dieses habe er während seiner Tätigkeit stetig ausgebaut und es habe per Ende 2019 rund CHF 105'000'000.– betragen. Damit habe er den Kundenkreis wesentlich erweitert. Selbst seit der letzten Vertragserneuerung 2011 sei das Prämienvolumen nochmals um über 30% gesteigert worden. Bis auf die Agentur F._____ im Jahr 2009 werde eine relevante Übernahme von Portefeuilles während der Agenturtätigkeit bestritten. Wesentlich sei, dass er ein höheres Wachstum erreicht habe, als die Gesamtbranche aufweise. Für die Beurteilung

- 7 - der Erweiterung des Kundenkreises sei im Sinne von Art. 418u Abs. 2 OR ein Zeitraum von fünf Jahren massgebend. Der von den Beklagten gewählte Zeitraum von 2011 bis 2019 sei willkürlich, zumal Policen aus den Jahren 2011 bis 2014 kaum mehr reproduzierbar seien (act. 1 Ziff. II.1.1 ff.; act. 29 Rz. 16 ff.). Sodann sei mit der Ausweitung des Portfolios auch ein erheblicher Vorteil verbunden. Im Bereich Kollektiv-Leben sei der Prozentsatz automatischer Erneuerungen bestehender Policen höher als in jedem anderen Bereich. Das Wachstum sei nicht auf allgemeine Lohnerhöhungen und die Teuerung zurückzuführen. Dieses sei abhängig vom Erfolg der versicherten Unternehmen und der Fähigkeit des Agenten, die erfolgreichen Unternehmer anzuwerben. Bereits die Leistungen des Klägers im Nicht-Lebensbereich seien aber absolut genügend dafür, dass ihm der Maximalanspruch nach Art. 418u OR zustehe. Auch die für den besonderen Vorteil erforderliche Kundentreue sei gegeben. Bestritten werde, dass die kurze Kündigungsfrist bei Motorfahrzeugversicherungen für die Frage der Reproduktionsfähigkeit relevant sei (act. 1 Ziff. II.4; act. 29 Rz. 26 ff.). Schliesslich sei die Ausrichtung einer Kundschaftsentschädigung auch nicht unbillig. Insbesondere sei vereinbart worden, dass das Konkurrenzverbot keinen Einfluss auf die Kundschaftsentschädigung habe. Dieses sei nicht entschädigt worden. Die Funktion des Klägers bei den G._____-Unternehmungen sei ebenfalls irrelevant. Die Beklagten hätten auch keine Leistungen an die berufliche Vorsorge des Klägers erbracht. Der Schluss, bei einem langen Vertragsverhältnis sei keine Entschädigung mehr geschuldet, sei falsch, vielmehr sei diese umso mehr gerechtfertigt. Es gehe nicht an, dem Agenten nach derart langer Vertragsdauer ein unbilliges Verhalten vorzuwerfen (act. 1 Ziff. II.5; act. 29 Rz. 41 ff.).

E. 2.2.2

Beklagte Die Beklagten bestreiten, dass der Kläger das Prämienvolumen wesentlich (im Sinne von Art. 418u OR) gesteigert habe. Die korrekten Prämienvolumina würden nur geringfügig von den Behauptungen des Klägers abweichen. Allerdings seien davon auch Portefeuilles umfasst, welche von den Beklagten eingebracht worden seien (act. 15 Rz. 23 ff.).

- 8 - Die Beklagten stellen für die Berechnung der jährlichen Zuwachsraten auf den Zeitraum ab 2011 bis Ende 2019 ab. Dies weil in Bezug auf diesen Zeitraum das vollständige Zahlenmaterial verfügbar sei und die Reproduktionsfähigkeit nicht für alle Bereiche gleichermassen gegeben sei. Aufgrund der langen Vertragsdauer sei eine Zuordnung der Portefeuillegrössen auf die verschiedenen Bereiche mangels verfügbarer Daten nicht mehr möglich. Im Bereich Motorfahrzeugversicherungen werde die Reproduktionsfähigkeit bestritten, da diese oftmals nur für ein Jahr abgeschlossen würden und entsprechend jährlich neu gewonnen werden müssten. Bestritten werde auch die

Reproduktionsfähigkeit im Bereich Kollektivleben; ohnehin könnten in diesem Bereich die Beklagten keine gewinn- bringenden Geschäfte abschliessen. Ausserdem beruhe der Zuwachs in diesem Bereich zu einem wesentlichen Teil auf Faktoren, die nichts mit der Tätigkeit des Klägers zu tun hätten (act. 15 Rz. 30 ff.; act. 33 Rz. 23 ff., Rz. 42 und Rz. 55 ff.). Die Berechnung der durchschnittlichen Zuwachsraten («Compound Annual Growth Rate», CAGR) habe gestaffelt zu erfolgen, da nur damit die Übertragung weiterer Portefeuilles auf den Kläger abgebildet werden könne. Der so berechnete CAGR liege weit unter dem erforderlichen Wert von 15%. Vielmehr liege dieser in einem Bereich, welcher vom Handelsgericht und vom Bundesgericht in früheren Verfahren als nicht wesentlich bezeichnet worden sei. Ein Vergleich zwischen dem Kläger und anderen Agenten sei für die Beurteilung nach Art. 418u OR nicht geeignet (act. 15 Rz. 51 ff.; act. 33 Rz. 30 ff.). Ein besonderer Vorteil sei aufgrund der fehlenden Reproduktionsmöglichkeit nicht gegeben. Die diesbezügliche Beweislast obliege dem Kläger, diese könne nicht mit dem Stellen von Editionsanträgen auf die Beklagten abgeschoben werden. Zudem lasse der Umstand, dass der Kläger auch über die Unternehmens- gruppe G._____ weiterhin von der erworbenen Kundschaft profitieren könne, die besonderen Vorteile der Beklagten entfallen (act. 15 Rz. 64 ff.; act. 33 Rz. 55 ff.). Im vorliegenden Fall seien sodann verschiedene Umstände erfüllt, welche nach der Praxis bereits einzeln eine Kundschaftsentschädigung unbillig erscheinen lassen würden. Nebst der sehr langen Vertragsdauer habe der Kläger zusätzlich zu den Provisionen sehr grosse Zuschüsse zur Finanzierung des Betriebs er-

- 9 - halten, könne ein Anspruch aus einem Konkurrenzverbot zur Unbilligkeit führen, und schliesslich sei dem Kläger und auch einzelnen Mitarbeitern erlaubt gewesen, parallel für die G._____ Gruppe tätig zu sein. Der Kläger habe so ein ausserordentlich hohes Einkommen generieren können. Somit habe zwischen den Parteien ein Gleichgewicht bestanden und es gebe keinen Grund für einen Ausgleich (act. 15 Rz. 69 ff.; act. 33 Rz. 83 ff.).

E. 2.3

Rechtliches Nach Art. 418u OR hat der Agent, soweit es nicht unbillig ist, Anspruch auf eine angemessene Entschädigung, wenn er den Kundenkreis des Auftraggebers wesentlich erweitert hat und Letzterem aus der Geschäftsverbindung mit der erworbenen Kundschaft auch nach Auflösung des Agenturverhältnisses erhebliche Vorteile erwachsen. Die Kundschaftsentschädigung stellt einen Ausgleich für den Geschäftswert dar, den der Auftraggeber nach Beendigung des Vertrags weiter nutzen kann (BGE 134 III 497 = Pra 98 [2009], Nr. 19 E. 4.1; BGE 122 III 66 E. 3d S. 72; BGE 110 II 280 = Pra. 73 [1984], Nr. 213 E. 3b). Diese Regelung bildet im schweizerischen Recht eine Ausnahme. Das Bundesgericht hat in der Zuspren- chung und Bemessung der Kundschaftsentschädigung für Agenten immer wieder äusserste Zurückhaltung gezeigt (KURT PÄRLI, in: WIDMER LÜCHINGER/OSER [Hrsg.], Basler Kommentar Obligationenrecht I, 7. Aufl., Basel 2020, N 1 zu Art. 418u OR m.w.H). Kein Anspruch auf Kundschaftsentschädigung besteht, wenn das Agenturverhältnis aus einem Grund aufgelöst worden ist, den der Agent zu vertreten hat (Art. 418u Abs. 3 OR; BGE 110 II 280 = Pra 73 [1984], Nr. 213). Eine Kundschaftsentschädigung ist somit geschuldet, wenn folgende Voraussetzungen kumulativ erfüllt sind: (i) Das Agenturverhältnis muss aufgelöst worden sein, und zwar (ii) aus einem Grund, für welchen der Agent nicht einzustehen hat; (iii) der Agent muss durch seine Tätigkeit den Kundenkreis des Auftraggebers wesentlich erweitert haben;

- 10 - (iv) dem Auftraggeber oder seinem Rechtsnachfolger müssen aus den Geschäftsverbindungen mit der erworbenen Kundschaft auch nach Auflösung des Agenturverhältnisses erhebliche Vorteile erwachsen (sein); und (v) die Zusprechung einer Kundschaftsentschädigung darf nicht unbillig sein. Von zentraler Bedeutung ist die Voraussetzung der wesentlichen Erweiterung des Kundenkreises. Der Agent muss, damit ein Anspruch auf Entschädigung entsteht, einen Kundenkreis überhaupt erst geschaffen oder einen bestehenden Kundenkreis wesentlich erweitert haben (THEODOR BÜHLER, Zürcher Kommentar, Der Agenturvertrag, 2. Aufl., Zürich 2000, N 23 zu Art. 418u OR; BEAT MATHYS, in: HUGUENIN/MÜLLER-CHEN [Hrsg.], Handkommentar zum Schweizer Privatrecht,

E. 2.4

Würdigung

E. 2.4.1

Ausgangslage Unbestritten und entsprechend nicht weiter zu prüfen ist, dass das Agenturverhältnis per Ende 2019 gestützt auf die Auflösungsvereinbarung vom 19. Juli 2019 beendet worden ist. Auch wird nicht geltend gemacht, dass es sich beim Grund für die Auflösung um einen vom Kläger zu vertretenden Grund im Sinne von Art. 418u Abs. 3 OR handle, der einen Anspruch auf eine Kundschaftsentschädigung entfallen lassen würde. Diese beiden Voraussetzungen sind folglich erfüllt. Die weiteren Voraussetzungen sind in der Folge zu prüfen, wobei vorab zu bemerken ist, dass eine vollständig getrennte Beurteilung der sich inhaltlich überschneidenden Voraussetzungen nicht möglich ist. Entsprechend geht auch der Vorwurf des Klägers an die Adresse der Beklagten, sie hätten die einzelnen Anspruchsvoraussetzungen vermischt (act. 29 Rz. 15), fehl. Insbesondere kann die Berechnung der relevanten Erweiterung des Kundenkreises nicht erfolgen, ohne zu ermitteln, in welchen Bereichen die Beklagten denn überhaupt einen Vorteil erlangen können.

E. 2.4.2

Erweiterung des Kundenkreises

E. 2.4.2.1

Ausgangslage Wie auch die Beklagten explizit festhalten, wird nicht bestritten, dass der Kläger einen Beitrag zum Erfolg der Beklagten in der Schweiz geleistet hat (act. 15 Rz. 11). Allerdings führt nicht jegliche Erweiterung des Kundenkreises zu einem Entschädigungsanspruch nach Art. 418u OR. Vielmehr muss diese wesentlich sein, was von den Beklagten bestritten wird. Die Differenzen der Parteien resultieren aus einem unterschiedlichen Verständnis, wie und auf welcher Grundlage die Erweiterung des Kundenkreises zu berechnen ist. Zudem sind sie sich nicht darüber einig, welcher Zuwachs für die Annahme einer Wesentlichkeit erforderlich ist. Im Zusammenhang mit der Erweiterung des Kundenkreises ist deshalb zunächst zu prüfen, welcher Zeitraum für die Berechnung massgebend ist (so-

- 14 - gleich E. 2.4.2.2), nach welcher Methode die Berechnung zu erfolgen hat (E. 2.4.2.3), welche Kunden als vom Kläger angeworben gelten (E. 2.4.2.4), welche Geschäftsbereiche zu berücksichtigen sind (E. 2.4.2.5) und welcher Anteil auf die allgemeine Wirtschaftslage zurückzuführen ist (E. 2.4.2.6). Sodann kann auf dieser Grundlage eine Berechnung der massgebenden Erweiterung des Kundenkreises vorgenommen und deren Wesentlichkeit

beurteilt werden (E. 2.4.2.7). Vorab ist festzuhalten, dass beide Parteien ihre Berechnungen auf die Prämienvolumina und nicht auf die Anzahl der Kunden abstellen (act. 1 Ziff. II.3; act. 15 Rz. 23 ff.). Der Wortlaut von Art. 418u OR deutet eher darauf hin, dass eine Zunahme der Kunden an sich entscheidend ist. In der Lehre wird aber zu Recht darauf hingewiesen, dass der geworbene Umsatz bzw. das Umsatzpotential hinsichtlich der zu erwartenden Vorteile, abhängig von der Branche, aussagekräftiger sein kann (PÄRLI, a.a.O., N 6 zu Art. 418u OR). Vorliegend ist mit den Parteien davon auszugehen, dass die Prämienvolumina den Kundenzuwachs im Sinne von Art. 418u OR besser darstellt, und es ist in der Folge alleine damit und nicht mit der Kundenzahl zu rechnen.

E. 2.4.2.2

Relevanter Zeitraum a. Uneinigkeit besteht zwischen den Parteien hinsichtlich des für die Beurteilung des Kundenzuwachses relevanten Zeitraums. Genannt wurden von den Parteien sowohl die gesamte Dauer der Zusammenarbeit (1995-2019; Kläger act. 1 Ziff. I.3) als auch die Zeitspanne, für welche vollständige Daten zur Berechnung zur Verfügung stünden (2011-2019; Beklagte act. 15 Rz. 44 und Rz. 52), was in etwa der Laufzeit des letzten Agenturvertrages zwischen den Parteien entspricht (2012-2019; Beklagte act. 33 Rz. 25), und (maximal) die letzten fünf Jahre des Vertragsverhältnisses (2015-2019; Kläger act. 29 Rz. 17). b. Das Gesetz äussert sich nicht ausdrücklich dazu, welcher Zeitraum für die Beurteilung der Erweiterung des Kundenkreises relevant sein soll. Daraus kann geschlossen werden, dass die gesamte Dauer der vertraglichen Beziehung massgebend ist. So verweist das Gesetz pauschal auf die Tätigkeit des Agenten, was nur als seine gesamte Tätigkeit verstanden werden kann. Auch in Rechtspre-

- 15 - chung und Lehre finden sich keine Hinweise dafür, dass lediglich ein eingeschränkter Zeitraum beurteilt werden sollte. Dafür spricht auch das Konzept von Art. 418u OR. Eine Kundschaftsentschädigung soll dann zugesprochen werden, wenn dies insgesamt angemessen scheint. Bei der Beurteilung der einzelnen Voraussetzungen kommt dem Gericht ein grosses Ermessen zu, zumal unbestimmte Rechtsbegriffe zu beurteilen sind. Sein Ermessen kann das Gericht nur dann pflichtgemäss ausüben, wenn es das Gesamtbild in die Beurteilung mit einbezieht. c. Nicht ersichtlich ist, weshalb sich der Beurteilungszeitraum auf den letzten abgeschlossenen Vertrag zwischen den Parteien beschränken soll. Auch wenn das Agenturverhältnis regelmässig auf eine neue Grundlage gestellt wird, ändert dies nichts daran, dass die Zusammenarbeit zwischen den Parteien länger gedauert hat und der gesamte Zeitraum zu beurteilen ist. Eine Ausnahme würde lediglich dann bestehen, wenn die Parteien im Agenturvertrag eine Regelung über die bisherigen «Neukunden» getroffen hätten. Da dies aus dem Vertrag nicht ersichtlich (act. 3/4) und von keiner der Parteien so behauptet worden ist, kann daraus nicht auf eine kürzere relevante Zeitspanne geschlossen werden. d. Nicht zu überzeugen vermag auch die Argumentation des Klägers, weshalb einzig die letzten fünf Jahre relevant sein sollen. Alleine weil dieser Zeitraum für die Bestimmung der Höhe einer allfälligen Entschädigung gesetzlich verankert ist, kann daraus nichts für die Zeitdauer abgeleitet werden, welche für die Beurteilung des Anspruchs an sich relevant sein soll. Der Gesetzeswortlaut, welcher den relevanten Zeitraum gerade nur im Zusammenhang mit der Entschädigungshöhe festlegt, spricht dagegen, dass dies auch für die Beurteilung gelten soll. Wäre dies die Absicht des Gesetzgebers gewesen, hätte er die Frist in beiden Absätzen des Artikels genannt. Sodann steht die Aussage, die Verträge mit Neukunden der letzten Jahre seien eher mit Neuabschlüssen verbunden (ohne jegliche konkretere Ausführung oder gar einen Beweis;

act. 29 Rz. 17), in einem gewissen Widerspruch zu den Behauptungen zur Reproduktionsfähigkeit der Policen. So rühmt der Kläger in jenem Zusammenhang gerade die Treue «seiner» Kunden (act. 1 Ziff. II.4.1; act. 29 Rz. 29), wobei die Kundentreue derjenigen Kunden, die ihre

- 16 - Verträge bereits einmal verlängert haben, grösser sein dürfte, als diejenige der Kunden, die erst einmalig einen Vertrag abgeschlossen haben. Dies stellt jedenfalls kein Argument dar, um generell auf eine kürzere Zeitspanne abzustellen. e. Dies kann nicht darüber hinwegtäuschen, dass eine pflichtgemässe Ermessensausübung auch die genügende Dokumentation mit den erforderlichen Daten bedingt. Diesbezüglich wird von den Beklagten geltend gemacht, dass einzig für den Zeitraum ab 2011 (bzw. 2010, ohne Ausscheidung der Motorfahrzeugversicherungen) bereichsgenaue Zahlen vorliegen, während ältere Zahlen nicht mehr ohne übermässigen Aufwand reproduziert werden könnten (act. 15 Rz. 24). Wenn auch nicht von der Hand gewiesen werden kann, dass es sich dabei um einen (weitgehend) zufällig gewählten Zeitraum handelt, erhält dieser für die Beurteilung der Wesentlichkeit der Erweiterung des Kundenkreises eine gewisse Relevanz. Der beweisbelastete Kläger legt auch nach dem Einwand der Beklagten keine umfassenderen Zahlen für die Jahre 1995 bis 2010 vor. Vielmehr beschränkt er sich darauf, die Relevanz des Zeitraums (pauschal) zu bestreiten (act. 29 Rz. 16) und zahlreiche Editionsbegehren zu stellen (act. 1 Ziff. II.1.2 und Ziff. II.3.1 ff.; act. 29 Rz. 22 ff.). Dabei verkennt er die Tragweite seiner Beweislast. Zu den vom Kläger zu beweisenden Voraussetzungen zählt insbesondere auch die erhebliche Erweiterung des Kundenkreises. Das Gericht kann aber nur diejenige Entwicklung beurteilen, die ihm auch in genügender Weise dokumentiert wird. Dabei wäre es Sache des Klägers, die für die vollständige Beurteilung erforderlichen Grundlagen in den Prozess einzubringen. Hierzu genügen die gestellten Editionsbegehren nicht. Ein solches dient dazu, die beweisbelastete Partei bei Beweisschwierigkeiten zu unterstützen. Es kann aber nicht zu einer Umkehr oder Abschwächung der Beweis- oder Behauptungslast führen (ERNST F. SCHMID, in: SPÜHLER/TENCHIO/INFANGER, BSK ZPO, a.a.O., N 11 zu Art. 160 ZPO). Die Beklagten dürften über die vom Kläger zur Edition beantragten Daten verfügen. Unklar ist dabei, in welcher Form diese vorliegen und herausgegeben werden könnten. Aus den Ausführungen des Klägers ergibt sich aber auch, dass er selbst über die nämlichen Daten verfügen konnte. So hat er selbst ausgeführt, dass die «ARO-Statistiken» den Generalagenten je-

- 17 - weils zugestellt worden sind (act. 1 Ziff. II.1.2). Ausserdem hatte der Kläger nach eigenen Angaben als Generalagent Zugriff auf das «Data Warehouse» (act. 1 Ziff. II.4.1) und damit auch Kenntnis von der Datenstruktur und vom Inhalt desselben. Dass sein Anspruch von den Beklagten bestritten wird, wusste er spätestens im Juni 2019, also noch vor Beendigung des Agenturverhältnisses. Diese Umstände sind bei den Anforderungen an die Behauptungsdichte zu berücksichtigen. Ob darüber hinaus die frühere Zugriffsmöglichkeit auf die Daten ein Editionsbegehren per se ausschliesst - wie dies die Beklagten geltend machen (act. 33 Rz. 53) -, kann offen bleiben, zumal die Begehren ohnehin abzuweisen sind. Eine Edition bedingt, dass die beantragende Partei die Urkunden genügend umschreibt und substantiierte Angaben zu deren Inhalt macht. Pauschale Editionsbegehren, welche ein Ausforschen möglicher Beweismittel zum Inhalt haben, sind dagegen nicht zulässig (SVEN RÜETSCHI, in: HAUSHEER/WALTER [Hrsg.], Berner Kommentar Schweizerische Zivilprozessordnung, Band II, Bern 2012, N 16 zu Art. 160

ZPO; FRANZ HASENBÖHLER, in: SUTTER-SOMM/HASENBÖHLER/LEUENBERGER, a.a.O., N 13 zu Art. 160 ZPO). Der Kläger beantragt pauschal die Edition der «ARO-Statistiken» (act. 1 Ziff. II.1.3), ohne näher auszuführen, welche Zahlen darin enthalten oder für das vorliegende Verfahren relevant sein sollen. Er hat auch keine Behauptungen dazu aufgestellt, welche Zahlen denn für die Ermittlung der Erweiterung des Kundenkreises überhaupt erforderlich wären. Das Editionsbegehren befreit den Kläger nicht von seiner Beweislast. Es wäre an ihm, detailliert darzulegen, welche Grundlagen für die korrekte Beurteilung des Sachverhalts erforderlich sind und in welcher Form diese zu edieren wären. Auch bei Beweisschwierigkeiten ist es aber nicht Aufgabe des Gerichts oder der Gegenseite, die erforderlichen Behauptungen selbst zu ermitteln, um sodann die dafür erforderlichen Beweismittel zu edieren. Dasselbe gilt für die pauschal genannten «Data Warehouse»-Daten (act. 1 Ziff. II.1.2), welche ebenfalls vom Kläger zu spezifizieren wären. Aufgrund des (früheren) Zugriffs auf die Daten wäre ihm eine spezifischere Darstellung der erforderlichen Daten möglich gewesen. Konkreter sind seine Ausführungen einzig hinsichtlich der Daten anderer Generalagenten für die Jahre 2014-2019 (act. 29 Rz. 22), welche aber für die Beurteilung des Sachverhalts nicht relevant sind.

- 18 - Schliesslich ist darauf hinzuweisen, dass die Editionsbegehren bzw. die dadurch erlangten Beweismittel nicht rechtsgenügend offeriert wurden. So sind diese im Beweismittelverzeichnis (Art. 221 Abs. 2 lit. d ZPO) nicht enthalten (act. 1 S. 25 f.; act. 29 S. 29). f. Insgesamt ergibt sich aus dem Gesagten, dass für die Beurteilung der Wesentlichkeit der Erweiterung des Kundenkreises an sich die gesamte Dauer der Geschäftsbeziehung relevant ist. Gleichzeitig ist für eine pflichtgemässe Wahrnehmung des Ermessens des Gerichts eine möglichst umfassende Dokumentation erforderlich. Das Gericht hat sich im Anwendungsbereich von Art. 418u OR ein möglichst umfassendes Bild zu verschaffen, welches in der Folge zu würdigen sein wird. Fehlen die dafür notwendigen Grundlagen, wäre es im Rahmen eines Ermessensentscheids nicht angemessen, von einer vollständigen Beweislosigkeit auszugehen und die Klage gestützt darauf abzuweisen. Vielmehr sind diejenigen Grundlagen zu würdigen, welche dem Gericht vorgelegt werden und es ist gestützt darauf eine Beurteilung der Wesentlichkeit vorzunehmen. Soweit der beweisbelastete Kläger die relevanten Daten für den gesamten Zeitraum nicht (vollständig) vorlegt, ist entsprechend auch ein kürzerer, aber vollständig dokumentierter Zeitraum in die Beurteilung mit einzubeziehen. Dementsprechend sind nebst der gesamten Dauer der Vertragsbeziehung, für welche die Zahlen des Gesamtportfolios vorliegen, auch die für den Zeitraum 2011 bis 2019 vorliegenden detaillierteren Zahlen zu beurteilen.

E. 2.4.2.3

Massgebliche Berechnungsmethode Wie ausgeführt (vorne E. 2.3) ist für die Beurteilung der Wesentlichkeit nach der Rechtsprechung und Lehre die durchschnittliche jährliche Zuwachsrate (CAGR) relevant. Auch der Kläger stellt letztlich zumindest teilweise auf den CAGR ab (etwa act. 29 Rz. 23 ff.), will aber in erster Linie von einer einstufigen Berechnung, wobei die gesamte Zunahme durch die Vertragsdauer zu teilen sei, ausgehen (act. 1 Ziff. II.3, act. 29 Rz. 19). Eine eigentliche Begründung für dieses Vorgehen nennt der Kläger nicht. Weshalb von der ständigen Rechtsprechung, insbesondere auch des Handelsgerichts (Urteil vom 12. April 2011, HG070203, E. 3.1.1 und E. 3.4.2), abgewichen werden soll, ist daher nicht ersichtlich.

- 19 - Demnach ist für die Beurteilung der Entwicklung des Kundenkreises die jährliche Zuwachsrate zu ermitteln. Diese wird auch als CAGR («Compound Annual Growth Rate») bezeichnet und kann mit folgender Formel berechnet werden, wobei «n» der relevanten Anzahl Jahre entspricht (vgl. art. 16/37): $1 + \frac{\text{CAGR}}{100} \text{ ()} - 1$

E. 2.4.2.4

Relevantes Portfolio a. Eine Kundschaftsentschädigung ist nur geschuldet, wenn die Erweiterung des Kundenkreises auf die Leistung des Agenten zurückzuführen ist. Die Parteien sind sich entsprechend auch dahingehend einig, dass Portfolios, die der Kläger als solche übernommen hat, für die Beurteilung der Entwicklung nicht massgebend sind. Umstritten ist dagegen der Umfang ebendieser Portfolios. Soweit unbestritten sind die Prämienvolumen des Gesamtportfolios zu Beginn des Agenturverhältnisses am 31. Dezember 1995 sowie bei Aufgabe der Generalagentur per 31. Dezember 2019. Demnach hat der Kläger anfangs ein Prämienvolumen von CHF 20'603'400.– übernommen und bei Beendigung der Tätigkeit ein Prämienvolumen von CHF 106'614'475.– übergeben (act. 15 Rz. 24; act. 16/18; act. 16/31; act. 29 Rz. 9). b. Nach der Darstellung der Beklagten habe der Kläger auch während seiner Tätigkeit als Generalagent verschiedentlich Portfolios anderer Agenten und Broker übernehmen können. Ausdrücklich anerkannt wird seitens des Klägers die Übernahme der Agentur F. _____ im Jahr 2009 (act. 15 Rz. 27; act. 29 Rz. 24). Weiter machen die Beklagten die Übernahme der «H. _____» im Jahr 2001 geltend, zu welcher sich der Kläger nicht äussert (act. 15 Rz. 26; act. 29 Rz. 24) und deren Übernahme zudem auf einer vom Kläger unterzeichneten Übersicht ausgewiesen wird (act. 3/6), weshalb der Vorgang als unbestritten anzusehen ist. Die von den Beklagten vorgebrachte Übertragung von Policen von Kleinmaklern an die Generalagenten im Jahr 2013 bestreitet der Kläger (act. 15 Rz. 24). Die Beklagten bringen dazu vor, dass die Übertragung im Rahmen einer

- 20 - grösseren «Aktion» erfolgt sei. Diese Kleinbroker seien früher durch die Beklagten zentral betreut und neu einer Generalagentur «angehängt» worden. Die Kunden seien weiterhin vom Broker betreut worden (act. 15 Rz. 28; act. 33 Rz. 42). Der Kläger hält in seiner Replik fest, dass der Generalagent nicht einfach übernehme, sondern sich mit jedem Kunden neu befasse (act. 29 Rz. 24). Sodann führte er in seiner Stellungnahme zur Duplik aus, dass kein schriftliches Dokument vorliege und es immer wieder vorgekommen sei, dass Broker ihr Portfolio teilweise oder vollumfänglich der klägerischen Generalagentur übertragen hätten (act. 41 Rz. 6 f.). Insgesamt bleibt der Standpunkt des Klägers zur Übernahme von Portfolios von Kleinbrokern unklar. Einerseits bestreitet er die konkret behaupteten Übernahmen mangels Vorliegen unterschriebener Bestätigungen, während er andererseits bestätigt, dass immer wieder Übernahmen erfolgt seien. Weshalb er sich zur diesbezüglich zentralen Behauptung der Beklagten, dass es sich um eine Umstrukturierung gehandelt habe, nicht äussert, wird nicht ersichtlich. Aber selbst der Kläger hält fest, dass Broker mit einem Prämienvolumen von mehr als CHF 750'000.– in der Regel durch den Hauptsitz betreut würden (act. 41 Rz. 8). Daraus kann auch geschlossen werden, dass kleinere Broker durch die Generalagenturen betreut werden und dass Portfolio-Zuteilungen erfolgt sind. Dass diese Umteilung als «Aktion» im Jahr 2013 erfolgt wäre, wird nicht bestritten. Sodann wäre es dem Kläger gestützt auf die Angaben der Beklagten in der Auflistung ohne weiteres möglich gewesen, die Übernahme genau dieser Portfolios von bestimmten Kleinbrokern substantiiert zu bestreiten. Ein Verweis auf ein

fehlendes Total in der Beilage (act. 16/24), welches sich zudem aus der Rechtsschrift selbst ergibt (act. 15 Rz. 24), kann dafür nicht genügen. Nicht zu beachten ist die Behauptung, solche Umteilungen seien stets unterschriftlich bestätigt worden. Der Kläger stellte diese Behauptung erstmals in der Stellungnahme zur Duplik und somit nach Aktenschluss auf (act. 36; act. 41 Rz. 8). Weshalb es sich dabei um ein zulässiges Novum im Sinne von Art. 229 ZPO handeln soll, führte er nicht aus. Dies ist aber ohnehin nicht der Fall, machten die Beklagten doch bereits in der Klageantwort die Übertragung geltend. Es gab für den Kläger folglich keinen Grund, seine Behauptung nicht bereits in der Replik aufzustellen. Die Übertra-

- 21 - gung weiterer Portfolios im Jahr 2013 wird vom Kläger entsprechend nicht genügend substantiiert bestritten. Ebenfalls nicht zu beachten ist die klägerische Behauptung, er habe jederzeit mehr Portfolios an den Hauptsitz abgeben müssen als er erhalten habe (act. 41 Rz. 8). Es ist nicht ersichtlich und wird vom Kläger auch nicht näher dargestellt, inwiefern es sich dabei um eine im Sinne von Art. 229 ZPO zulässige neue Behauptung handeln würde. Jedenfalls wäre es von Anfang an am Kläger gewesen, ein umfangreicheres relevantes Portfolio substantiiert zu behaupten. Soweit er die abgegebenen Portfolios lediglich im Sinne einer Verrechnung der Umverteilungen berücksichtigen will, ist kein Grund ersichtlich, weshalb dies nicht im Rahmen der Replik möglich gewesen wäre. Immerhin haben die Beklagten die Übergabe der Portfolios bereits in der Klageantwort behauptet. Schliesslich macht der Kläger geltend, dass die Übernahme von Portfolios eines Brokers nicht anzurechnen sei, weil sich der Generalagent mit jenen Kunden neu befassen müsse (act. 29 Rz. 24). Welcher Aufwand beim Generalagent anfällt - immerhin behaupten die Beklagten, die Betreuung erfolge nach wie vor durch den jeweiligen Broker (act. 33 Rz. 42) - kann offen bleiben. Im Anwendungsbereich von Art. 418u OR wird der Agent für einen Kundenstamm entschädigt, welchen er dem Auftraggeber zur weiteren Bearbeitung überlässt. Dies schliesst nicht aus, dass sich der Auftraggeber bzw. ein neuer Agent erst mit dem Kunden befassen muss. Relevant ist einzig, dass die Bestandeskunden mit den relevanten Kontaktdaten bekannt sind. Dasselbe hat aber für die Kunden zu gelten, die dem Agenten vom Auftraggeber zugeteilt werden. Entsprechend steht eine Befassung mit dem einzelnen Kunden einer Berücksichtigung der übernommenen Portfolios nicht entgegen. c. Seitens der Beklagten wird vorgebracht, dass der Kläger weiterhin über die G.____-Gruppe von den erworbenen Kunden profitieren könne, weshalb auch dieses Portfolio in Abzug zu bringen wäre (act. 15 Rz. 90). Selbstredend sind Kunden, welche weiterhin durch den bisherigen Agenten betreut werden, bei der Berechnung der Erweiterung des Kundenkreises nicht zu berücksichtigen (vgl. dazu BÜHLER, a.a.o., N 34 zu Art. 418u OR). Die Kundschaftsentschädigung setzt

- 22 - ja gerade voraus, dass die Kunden an den Geschäftsherrn übergeben werden. Ob die Beteiligung des Klägers an der G.____ Gruppe und die Struktur der Kundenbeziehung mit dem Broker hier ausreicht, um eine fehlende Übergabe anzunehmen, kann offen bleiben. Die Beklagten beschränken sich darauf, eine Aufstellung des Portfolios der G1.____ AG per November 2020 einzureichen (act. 16/36). Inwiefern sich dieses mit dem Portfolio des Klägers per Ende 2019 überschneidet - was vom Kläger bestritten wird (act. 29 Rz. 52) - und welche Kunden entsprechend nicht als übergeben angesehen werden könnten, legen sie nicht dar. Gestützt auf die Darstellung des Klägers (act. 41 Rz. 8) dürfte die Betreuung des Portfolios der G1.____ AG bereits aufgrund des Volumens direkt bei den Beklagten liegen. Damit liegen keine genügenden Behauptungen vor, welche das

Gericht überprüfen könnte. Für einen Abzug vom Portfolio des Klägers besteht keine Grundlage. d. Zusammenfassend ist festzuhalten, dass bei der Ermittlung der Entwicklung des Kundenkreises nebst den im Zeitpunkt des (ursprünglichen) Vertragsabschlusses übergebenen Portfolios auch die später an den Kläger übertragenen Portfolios der «H._____» 2001, der Agentur F._____ 2009 und von Kleinbrokern im Jahr 2013 zu berücksichtigen sind. Diese Portfolios gelten nicht als vom Kläger erworben im Sinne von Art. 418u OR und sind entsprechend in Abzug zu bringen.

E. 2.4.2.5

Reproduzierbare Bereiche a. Wie ausgeführt ist eine Erweiterung des Kundenkreises nur dann relevant, wenn dem Auftraggeber daraus ein wesentlicher Vorteil erwächst. Auch wenn es sich dabei um eine eigenständige Voraussetzung handelt (dazu hinten E. 2.4.3), rechtfertigt es sich, einzelne Elemente bereits im Zusammenhang mit der Erweiterung des Kundenkreises bzw. den dafür relevanten Grundlagen zu berücksichtigen. Eine strikte Trennung der beiden Voraussetzungen hätte zur Folge, dass die (relevante) Erweiterung des Kundenkreises mehrmals berechnet werden müsste. So stellt nicht jeder Zuwachs an Kunden gleichermassen einen Vorteil für den Auftraggeber dar. Die zu beurteilende Erweiterung des Portfolios ist demnach um diejenigen Kunden zu bereinigen, welche keinen wesentlichen Vorteil für den Auftraggeber mit sich bringen.

- 23 - b. Massgebend ist, ob das Portfolio bzw. Teile davon reproduktionsfähig sind. Dies halten auch die Parteien übereinstimmend fest (act. 15 Rz. 26 ff.; act. 29 Rz. 26). Das Bundesgericht wie auch das Handelsgericht haben sich in der bisherigen Rechtsprechung zur Reproduktionsfähigkeit von Portfolios in der Versicherungsbranche bereits geäußert (Urteil des Bundesgerichts vom 2. Mai 2000, 4C.399/1999 E. 4a m.w.H., Urteil des Handelsgerichts vom 12. April 2011, HG070302, E. 3.1.3.). Demnach ist praxismässig und in Übereinstimmung mit der Lehre (BÜHLER, a.a.O., N 33 zu Art. 418u OR m.w.H., PÄRLI, a.a.O., N 8 zu Art. 418u OR) davon auszugehen, dass im Grundsatz im Bereich der Lebensversicherungen keine Reproduktionsfähigkeit vorliegt, während bei anderen Versicherungen der Abschluss von Folgeversicherungen möglich sei. An sich liegt die Beweislast für den wesentlichen Vorteil, also auch die Reproduzierbarkeit des Portfolios, beim Kläger. Allerdings sind die Anforderungen an die Behauptungs- und Beweislast in denjenigen Bereichen, welche nach der ständigen Rechtsprechung reproduzierbar sind, tief anzusetzen. Mit anderen Worten ist ohne substantiierte Bestreitung der Gegenseite von den in der bisherigen Rechtsprechung festgesetzten Grundsätzen auszugehen. Dabei ist unbestritten, dass der Bereich «Einzelleben» nicht reproduzierbar ist. Hierzu hält selbst der Kläger fest, dass in der Regel keine weiteren Lebensversicherungen abgeschlossen würden (act. 1 Ziff. II.4.1). Darüber hinaus bestreiten die Beklagten sowohl die Reproduzierbarkeit von Portfolios von Generalagenten im Allgemeinen als auch spezifisch der Versicherungen im Bereich Motorfahrzeugversicherungen, während der Kläger eine Reproduzierbarkeit im Bereich Kollektiv-Leben behauptet. c. Der Kläger macht geltend, der Bereich Kollektiv-Leben sei anders zu behandeln als die Einzellebensversicherungen. So sei in keinem anderen Bereich die Erneuerungsquote derart hoch. Diese habe nach der üblichen Vertragsdauer von fünf Jahren über 80% gelegen (act. 1 Ziff. II.4.1; act. 29 Rz. 34). Die Beklagten verweisen auf die Rechtsprechung und die externen Einflüsse auf die Wachstumsraten (act. 15 Rz. 47 ff.; act. 33 Rz. 61 ff.) Der Kläger bringt demnach nicht nur konkret vor, dass eine Reproduktionsfähigkeit im Bereich Kollektiv-Leben bestehen, sondern auch, wie hoch die Er-

- 24 - neuerungsquote sein soll. Damit stellt der Kläger genügende Behauptungen auf, welche von den Beklagten - die zudem über die diesbezüglich relevanten Daten verfügen - substantiiert bestritten werden könnten. Zur zentralen Frage der Reproduktionsfähigkeit äussern sich die Beklagten nicht und verweisen einzig auf die Rechtsprechung. Zutreffend ist, dass weder das Bundesgericht noch das Handelsgericht eine Abgrenzung zwischen den Bereichen Einzelleben und Kollektivleben getroffen haben. Die Reproduktionsfähigkeit wurde pauschal für «Lebensversicherungen» verneint (Urteil des Bundesgerichts vom 2. Mai 2000, 4C.399/1999 E. 4a, Urteil des Handelsgerichts vom 12. April 2011, HG070302, E. 3.1.3.). Aus der weiteren Begründung jener Entscheide ergibt sich aber, dass sich die Gerichte in erster Linie mit den Einzellebensversicherungen auseinandergesetzt haben. So wurde die Reproduzierbarkeit aufgrund der langen Vertragsdauer und dem fehlenden Raum für eine Erneuerung verneint. Dies trifft für die Einzellebensversicherungen sicher zu. Die Kollektivlebensversicherungen sind aber anders ausgestaltet. Die unbestritten gebliebene übliche Vertragsdauer von fünf Jahren ist jedenfalls nicht als lange im Sinne der vorgenannten Entscheide anzusehen. Hinzu kommt, dass die Arbeitgeber verpflichtet sind, eine Vorsorgeeinrichtung zu errichten oder sich einer solchen anzuschliessen (Art. 11 BVG). Das Potential für Erneuerungen erscheint aufgrund dieser Verpflichtung gar ausserordentlich hoch, was sich auch in der unbestritten gebliebenen Erneuerungsquote von 80% widerspiegelt. Zusammengefasst kann die für die Einzellebensversicherungen entwickelte Rechtsprechung nicht auf die Kollektivlebensversicherungen übertragen werden. Vielmehr sind die Kollektivlebensversicherungen aufgrund der Rahmenbedingungen als reproduktionsfähig anzusehen. d. Die Beklagten sind sodann der Meinung, dass auch die Motorfahrzeugversicherungen nicht reproduzierbar seien, zumal diese regelmässig jährlich gekündigt werden könnten und die Kunden entsprechend jährlich neu gewonnen werden müssten. Es handle sich um einen umkämpften Markt, in dem Abschlüsse immer mehr auch einfach online erfolgen könnten (act. 15 Rz. 45).

- 25 - Alleine die Möglichkeit einer Kündigung kann nicht dazu führen, dass ein Portfolio als nicht reproduzierbar angesehen wird. So bestreitet der Kläger die Ausführungen der Beklagten und macht seinerseits geltend, es würden lediglich 10% der Policen frühzeitig gekündigt (act. 29 Rz. 31). Damit setzen sich die Beklagten nicht substantiiert auseinander. Relevant wäre etwa eine tatsächliche Quote der gekündigten bzw. nicht verlängerten Policen. Diesbezüglich legen die Beklagten wenige konkrete Zahlen vor. Sie beschränken sich auf eine Auswertung zur G1._____ AG (act. 3/36). Weshalb deren Portfolio repräsentativ sein soll, wird nicht näher ausgeführt. Auch wenn der Kläger an dieser ebenfalls beteiligt ist, kann aus der Aufstellung nicht auf eine «sehr hohe Stornoquote» für das Portfolio der Generalagentur geschlossen werden. Soweit es den Beklagten um den Vergleich mit anderen Versicherungssparten geht, sind deren Schlussfolgerungen ebenfalls nicht ganz klar. So ergibt sich aus der angerufenen Aufstellung (act. 3/36), dass die Stornoquote für den gesamten Bereich «Sach- und Vermögen» bei rund 30% liegt, bei der Motorfahrzeughaftpflicht mit knapp 35% folglich nur unwesentlich höher. Zudem gibt es Bereiche mit ähnlichen (Assistance Plus, KMU) oder gar deutlich höheren (Allgemeine Haftpflicht, Wasserfahrzeug, Gebäude) Stornoquoten. Daraus kann keine fehlende Reproduktionsfähigkeit der Motorfahrzeugversicherungen abgeleitet werden. Entsprechend ist davon auszugehen, dass den Beklagten auch im Bereich Motorfahrzeugversicherungen ein gewisser Vorteil zukommt, und das Prämienvolumen ist bei der Frage der Erweiterung des Kundenkreises vollumfänglich zu berücksichtigen.

E. 2.4.2.6

Entwicklung der Wirtschaftslage Sodann kann nur diejenige Erweiterung des Kundenkreises massgebend sein, welche auf die Tätigkeit des Agenten zurückzuführen ist. Ist die Erweiterung des Kundenkreises auf die günstige Entwicklung der Wirtschaftslage zurückzuführen, fehlt es am erforderlichen Zusammenhang. Genau dies wird seitens der Beklagten im Zusammenhang mit den Kollektivlebensversicherungen behauptet: Die Zunahme des Prämienvolumens sei (zumindest teilweise) auf allgemeine Lohnerhöhungen und die Anzahl der Vollzeitäquivalente zurückzuführen (act. 15 Rz. 49; act. 33 Rz. 63 ff.). Diese Entwicklung belegen die Beklagten mit offiziellen Statisti-

- 26 - ken des Bundesamtes für Statistik (BFS) (act. 34/53-55). Damit haben die Beklagten die allgemeine Entwicklung in substantiiert Weise dargelegt. Die behauptete Entwicklung kann durch die Statistiken ohne Weiteres verifiziert werden und für andere Zeiträume berechnet werden. Der Kläger hält diesen substantiierten Behauptungen zur Entwicklung nichts entgegen. Dass sich die Nominallohne und die Anzahl der Vollzeitstellen in den Prämienvolumen im Bereich Kollektivleben widerspiegeln, wird ebenfalls nicht bestritten. Im Umfang dieser Steigerung ist die Entwicklung des Portfolios damit grundsätzlich nicht auf die Tätigkeit des Klägers zurückzuführen. Der Kläger stellt sich auf den Standpunkt, dass die Entwicklung der Lohnsummen den Erfolg der Unternehmen widerspiegelt. Wenn ein Generalagent mehrheitlich erfolgreiche Unternehmen versichere, würden die Prämien steigen, was durchaus mit seiner Tätigkeit zu tun habe (act. 29 Rz. 35). Zwar mag letztere Behauptung zutreffen, doch kann den daraus gezogenen Schlüssen nicht gefolgt werden. Der Erfolg der versicherten Unternehmen kann nicht auf die Tätigkeit des Agenten zurückgeführt werden. Der Agent hat lediglich einen Einfluss auf die Auswahl der versicherten Unternehmen. Es kann somit seiner Tätigkeit zugeschrieben werden, wenn die geworbenen Unternehmen überdurchschnittlich erfolgreich sind. Eine Performance im Rahmen der allgemeinen Steigerung der Lohnsummen ist hingegen auf die allgemeine Entwicklung der Wirtschaftslage zurückzuführen. Dies spricht folglich nicht gegen eine Berücksichtigung der Entwicklung. Dagegen ist dem Kläger zuzustimmen, dass die externen Faktoren auch andere Generalagenturen und die Gesamtbranche treffen (act. 41 Rz. 12). Bei einer vergleichenden Würdigung ist diese Lohnentwicklung demnach nur zu berücksichtigen, wenn dies auch bezüglich der Vergleichswerte der Fall ist. Zusammenfassend ist festzuhalten, dass die Prämienvolumen der Kollektivlebensversicherungen für die Beurteilung der jährlichen Zuwachsraten um die allgemeine Entwicklung der Lohnsummen (Lohnentwicklung und Vollzeitäquivalente) zu bereinigen sind. Dagegen hat bei einem Vergleich mit Werten, bei denen diese Entwicklung ebenfalls berücksichtigt wird, keine Bereinigung zu erfolgen.

- 27 -

E. 2.4.2.7

Wesentliche Erweiterung des Kundenkreises a. Gestützt auf die voranstehenden Erwägungen ist in einem nächsten Schritt die durchschnittliche jährliche Zuwachsrate für das relevante Portfolio zu berechnen. Dabei besteht (wie gezeigt) eine gewisse Diskrepanz zwischen den an sich relevanten und den verfügbaren Daten. Damit ein möglichst umfassendes Bild ermöglicht wird, sind verschiedene Berechnungen vorzunehmen, die in die Würdigungen der Wesentlichkeit einfließen. So ist sowohl die Entwicklung des Gesamtportfolios über den ganzen Zeitraum als auch diejenige des relevanten Portfolios von 2010 bis 2019 in die Beurteilung mit einzubeziehen. Wie die Beklagten zu Recht

vorbringen ist die Berechnung dabei mehrstufig vorzunehmen, um auch die Übernahme der verschiedenen Portfolios während der Vertragsdauer korrekt abzubilden. Bezüglich des Portfolios «H._____» ist nicht klar, wann im Jahr 2001 dieses übernommen wurde (vgl. act. 15 Rz. 24; act. 3/6). Zur Vereinfachung der Berechnung ist von einer Übernahme per 1. Januar 2001 auszugehen. Bei den Portfolios «F._____» und «Kleinbroker» ist zwar bekannt, dass diese im Oktober 2009 bzw. September 2013 übertragen wurden, es fehlt jedoch an Angaben zum Portfolio des Klägers in jenen Zeitpunkten. Für die Berechnung der jährlichen Zuwachsrate ist deshalb die Übernahme per 31. Dezember des jeweiligen Jahres zu berücksichtigen, also vom jeweiligen Wert zu jenem Zeitpunkt in Abzug zu bringen. Im Bereich Kollektivleben ist zudem die Entwicklung der Löhne und der Vollzeitäquivalente zu berücksichtigen. Die von den Beklagten angewendete Methode erscheint dabei wenig geeignet, zumal dies bedingen würde, den CAGR für die verschiedenen Bereiche separat zu berechnen. Für eine gesamtheitliche Würdigung ist aber eine möglichst einheitliche Berechnung der massgebenden Entwicklung erforderlich. Deshalb ist jeweils zu berechnen, wie sich das Ausgangsportfolio Kollektivleben aufgrund der allgemeinen Entwicklung verändert hätte und diese Veränderung vom Schlussportfolio in Abzug zu bringen. Die Entwicklung (in %) ergibt sich aus der Statistik der Nominallohnentwicklung (act. 34/53) und der Beschäftigtenstatistik (act. 34/54), wobei bei letzterer der Durchschnitt der vier Quartale des jeweiligen Jahres für die Region Nordwestschweiz, in welcher der Kläger

- 28 - tätig war, massgebend ist. Als Ausgangswert per 1. Januar ist jeweils der Wert des Vorjahres, als Schlusswert der Wert des laufenden Jahres entscheidend. b. Für das Gesamtportfolio ergibt sich aus dem Gesagten folgende Entwicklung, wobei die Zahlen aus der Zusammenfassung der Beklagten (act. 15 Rz. 24) bzw. den darin zitierten Beilagen stammen: - 1. Januar 1996 bis 31. Dezember 2000 (5 Jahre): Ausgangsportfolio CHF 20'603'400.-, Schlussportfolio CHF 20'669'400.-, CAGR: 0.064 % - Übernahme H._____, berücksichtigt per 1. Januar 2001: CHF 3'764'600.- - 1. Januar 2001 bis 31. Dezember 2009 (9 Jahre): Ausgangsportfolio CHF 24'434'000.-, Schlussportfolio CHF 58'927'904 (ohne Portfolio F._____), CAGR: 10.275 % - Übernahme Agentur F._____, berücksichtigt per 31. Dezember 2009: CHF 19'867'721.- - 1. Januar 2010 bis 31. Dezember 2013 (4 Jahre): Ausgangsportfolio CHF 78'795'625.- Schlussportfolio CHF 84'331'059 (ohne Portfolio Kleinbroker), CAGR: 1.711 % - Übernahme Kleinbroker, berücksichtigt per 31. Dezember 2009: CHF 2'722'562.- - 1. Januar 2014 bis 31. Dezember 2019 (6 Jahre): Ausgangsportfolio CHF 87'053'621.-, Schlussportfolio CHF 106'614'475.-, CAGR: 3.436 %

- 29 - - Durchschnittswert für die Jahre 1996 bis 2019: 5.011 % Aus dieser Berechnung ergibt sich, dass eine Erweiterung des Portfolios des Klägers vor allem in den Jahren 2001 bis 2009 erfolgt ist, während in den letzten Jahren der Tätigkeit die Zunahme deutlich geringer war. c. Wird die Berechnung auf die reproduzierbaren Bereiche beschränkt, also Kollektivleben, Nichtleben und Rechtsschutz, ergeben sich folgende Werte: - 1. Januar 2010 bis 31. Dezember 2013 (4 Jahre): Ausgangsportfolio CHF 65'518'285.- (CHF 13'234'372 + CHF 50'780'383.- + CHF 1'503'530.-), Entwicklung Nominallöhne: 2'266 ■ 2'343 = + 3.398 % Entwicklung Vollzeitäquivalente: 499.275 ■ 516.475 = + 3.445 % Total externe Entwicklung: + 6.960 % = CHF 921'127.70 Schlussportfolio CHF 62'909'325.30 (ohne Portfolio Kleinbroker; CHF 13'421'132 - CHF 921'127'.70 + CHF 48'529'513.- + CHF 1'879'808.-), CAGR: -1.010 % - Übernahme Kleinbroker, berücksichtigt per 31.

Dezember 2009: CHF 2'546'218.- - 1. Januar 2014 bis 31. Dezember 2019 (6 Jahre): Ausgangsportfolio CHF 66'376'671.- (CHF 14'816'425 + CHF 49'647'542.- + CHF 1'912'704.-), Entwicklung Nominallöhne: 2'343 ■ 2'429 = + 3.671 % Entwicklung Vollzeitäquivalente: 516.475 ■ 536.025 = + 3.785 % Total externe Entwicklung: + 7.595 % = CHF 1'125'266.30 Schlussportfolio CHF 81'633'925.70 (ohne Portfolio Kleinbroker; CHF 17'804'867 - CHF 1'125'266.30 + CHF 61'695'481.- + CHF 3'258'844.-), CAGR: 3.508 % - Durchschnittswert für die Jahre 2010 bis 2019: 1.701 %

- 30 - Wird die bestrittene Übernahme der Kleinbroker im Jahr 2013 nicht berücksichtigt, steigt der CAGR nur unwesentlich auf 2.114 % (Ausgangsportfolio CHF 65'518'285.-, Schlussportfolio CHF 80'762'993.50; 1. Januar 2010 bis 31. Dezember 2019, 10 Jahre) d. Die verschiedenen Berechnungen zeigen letztlich ein vergleichbares Bild: In den letzten zehn Jahren der Vertragsbeziehung, für welche detailliertere Werte vorliegen, beträgt die jährliche Wachstumsrate rund 2 %. Höher ist der Wert für das Gesamtportfolio über die gesamte Laufzeit, welche aufgrund der Erweiterung des Kundenkreises zwischen 2001 und 2009 bei rund 5 % liegt. Darin sind aber auch die als nicht reproduzierbar anzusehenden Einzellebensversicherungen enthalten, wobei aufgrund der fehlenden Angaben nicht beurteilt werden kann, inwiefern sich diese auf die bessere Performance ausgewirkt haben. Ausserdem ist bei den Kollektivlebensversicherungen aus denselben Gründen die allgemeine Entwicklung der Wirtschaftslage nicht enthalten, was ebenfalls einen Abzug aufdrängen würde. Entsprechend wäre die Quote kritisch zu hinterfragen. Dies auch, weil sich aus den voranstehenden Berechnungen ergibt, dass die Entwicklung des Gesamtportfolios des Klägers seit 2010 besser war als diejenige der relevanten Bereiche. Es rechtfertigt sich deshalb, gerade auch unter Berücksichtigung der Beweislast des Klägers, in der Folge lediglich vom Zeitraum 2010 bis 2019, also von den letzten zehn Jahren der Vertragsbeziehung, auszugehen. Eine wesentliche Erweiterung des bestehenden Kundenkreises im Sinne von Art. 418u Abs. 1 OR ist bei einer durchschnittlichen jährlichen Zuwachsrate von rund 2 % nicht anzunehmen. Sowohl die Rechtsprechung als auch die Lehre gehen meist von einer Schwelle von 15 % für die Annahme einer wesentlichen Erweiterung des Kundenkreises aus (etwa GAUTSCHI, a.a.O., N 3b zu Art. 418u OR; Urteil des Bundesgerichts vom 3. April 2005, 4C.218/2005 E. 4.2 m.w.H.; Urteil des Handelsgerichts vom 12. April 2011, HG070302 E. 3.4.3). Es gibt aber durchaus Stimmen in der Lehre, die mit nachvollziehbaren Gründen für eine tiefere Schwelle plädieren. Im Vordergrund steht dabei ein Vergleich mit der Entwicklung des Gesamtmarktes im gleichen Zeitraum. So hält etwa MEYER fest, dass in einem stagnierenden Markt eine Wesentlichkeit bereits bei einer Zunahme von

- 31 - wenigen Prozent gegeben sei (CHRISTIAN ALEXANDER MEYER, Gedanken zum Vertriebsrecht, in: Jusletter 2. Mai 2016, Rz. 74). e. Selbst wenn von einer tieferen, relativen Quote für die Annahme einer erheblichen Erweiterung des Kundenkreises ausgegangen wird, führt dies vorliegend nicht zur Bejahung der Wesentlichkeit. Entgegen dem Kläger kann es jedenfalls nicht genügen, wenn ein Agent ein überdurchschnittliches Wachstum erzielt. Wie ausgeführt handelt es sich bei der Kundschaftsentschädigung um eine Ausnahmebestimmung, mit welcher ausserordentliche Leistungen eines Agenten ausgeglichen werden sollen. Die Voraussetzung der Wesentlichkeit kann folglich nur als erfüllt angesehen werden, wenn die durchschnittliche jährliche Zunahme deutlich über derjenigen des Gesamtmarktes liegt. Für die Beurteilung beantragt der Kläger die Edition der Prämienzahlen vom Schweizerischen Versicherungsverband (SVV) für die (aus seiner

Sicht relevanten) Jahre 2014-2015 (act. 29 Rz. 20). Die Beklagten halten dem entgegen, dass sich die entsprechenden Zahlen auch aus den Berichten der FINMA ergeben würden, welche im Internet frei verfügbar seien (act. 33 Rz. 37). Es ist tatsächlich nicht ersichtlich, inwiefern die erforderlichen Daten nicht den Berichten der FINMA entnommen werden können sollten. Die Einwände des Klägers (act. 41 Rz. 4) verfangen jedenfalls nicht. Klar ist, dass jeweils Daten mit derselben Grundlage verglichen werden müssen. So sind bei der Entwicklung des Gesamtmarktes entweder die Zahlen des SVV oder diejenigen der FINMA der Berechnung zugrunde zu legen und nicht Ausgangsdaten aus einem Bericht und Schlussbestände aus einem anderen. Diese Vergleichbarkeit der beiden Berichte ist soweit ersichtlich der einzige Grund, weshalb der Kläger auf einen Bezug der Zahlen des SVV beharrt (act. 41 Rz. 5). Ein methodischer Fehler seinerseits rechtfertigt es aber nicht, prozessuale Aufwände in der Form einer Edition von Daten bei Dritten zu tätigen, welche keinen ersichtlichen Mehrwert zu den bereits vorhandenen bzw. frei verfügbaren Daten haben. Der Kläger hat an sich einzig die Zahlen des SVV und nur für die Jahre 2014-2019 in genügender Weise offeriert (act. 29 Rz. 20). Allerdings kann der Entscheidung des Gerichts, dass die Zahlen der FINMA für die Beurteilung ausrei-

- 32 - chen, nicht im Sinne einer fehlenden Beweisofferte wirken. Der Kläger hat ein an sich taugliches Beweismittel offeriert. Von dieser Beweisofferte sind sinngemäss auch die Zahlen in den Berichten der FINMA als umfasst anzusehen. Wie ausgeführt (vorne E. 2.4.2.6) ist die Lohnentwicklung bei der Bestimmung des CAGR für das Portfolio des Klägers nur zu berücksichtigen, wenn dies auch in den Vergleichsstatistiken der Fall ist. Die Statistiken der FINMA widerspiegeln den Gesamtmarkt im jeweiligen Jahr, verglichen einzig mit dem Vorjahr. Die Entwicklung weiterer Faktoren, insbesondere der Lohnentwicklung, findet dabei keine Berücksichtigung. Entsprechend ist der CAGR für den Vergleich des Portfolios des Klägers mit dem Gesamtmarkt ohne Berücksichtigung dieser Entwicklung erneut zu berechnen. Dies ergibt folgende Werte: - 1. Januar 2010 bis 31. Dezember 2013 (4 Jahre): Ausgangsportfolio CHF 65'518'285.- (CHF 13'234'372 + CHF 50'780'383.- + CHF 1'503'530.-), Schlussportfolio CHF 63'830'453 (ohne Portfolio Kleinbroker; CHF 13'421'132 + CHF 48'529'513.- + CHF 1'879'808.-), CAGR: -0.650 % - Übernahme Kleinbroker, berücksichtigt per 31. Dezember 2009: CHF 2'546'218.- - 1. Januar 2014 bis 31. Dezember 2019 (6 Jahre): Ausgangsportfolio CHF 66'376'671.- (CHF 14'816'425 + CHF 49'647'542.- + CHF 1'912'704.-), Schlussportfolio CHF 82'759'192 (ohne Portfolio Kleinbroker; CHF 17'804'867 + CHF 61'695'481.- + CHF 3'258'844.-), CAGR: 3.745 % - Durchschnittswert für die Jahre 2010 bis 2019: 1.987 % Nach dem Gesagten ist dem relevanten Portfolio des Klägers ein möglichst vergleichbares Prämienvolumen des Gesamtmarktes gegenüber zu stellen. Die nachfolgenden Zahlen basieren jeweils auf den Berichten der FINMA welche im

- 33 - Internet frei verfügbar sind (www.finma.ch/de/dokumentation/finmapublikationen/berichte/versicherungsbericht). Entsprechend der Darstellung des Klägers zu den Zahlen des SVV (act. 29 Rz. 20) erscheinen dabei die Bruttoprämien Kollektivversicherungen berufliche Vorsorge sowie Nichtleben ohne Krankheit am ehesten mit dem relevanten Portfolio des Klägers vergleichbar. Als Ausgangswert per 1. Januar 2010 ist dabei das Prämienvolumen 2009 (FINMA, Bericht über den Versicherungsmarkt 2009, S. 12 und S. 19) und als Schlussbestand per 31. Dezember 2019 das Prämienvolumen 2019 (FINMA, Bericht über den Versicherungsmarkt 2019, S. 13 und S. 29) massgebend. Bei einem Ausgangsvolumen von total CHF 19'747'845'000.-

und einem Schlussvolumen von total CHF 22'050'003'000.– ergibt dies eine durchschnittliche jährliche Zunahme von 1.098 %. Zwar hat der Kläger mit 1.987 % eine bessere Quote erreicht, doch ist eine um knapp 1 % bessere Performance als der Durchschnitt nicht als wesentlich im Sinne von Art. 418u OR anzusehen.

E. 2.4.2.8

Zwischenfazit Zusammenfassend ist festzuhalten, dass für die Beurteilung der Wesentlichkeit der Erweiterung des Kundenkreises an sich die gesamte Vertragsdauer relevant wäre, die Würdigung zufolge fehlender Daten jedoch auf die letzten 10 Jahre zu beschränken ist. Sodann sind einzig diejenigen Bereiche zu berücksichtigen, welche einen besonderen Vorteil für die Beklagten darstellen können, weshalb die Einzellebensversicherungen bei der Beurteilung auszuklammern sind. Im relevanten Zeitraum hat der Kläger für die massgeblichen Bereiche eine durchschnittliche jährliche Zuwachsrate von knapp 2 % erreicht. Diese ist nicht wesentlich im Sinne von Art. 418u Abs. 1 OR, zumal auch der Gesamtmarkt im gleichen Zeitraum einen Zuwachs von leicht mehr als 1 % erreicht hat. Entsprechend ist die Voraussetzung der wesentlichen Erweiterung des Kundenkreises im vorliegenden Fall nicht erfüllt und der Kläger hat bereits aus diesem Grund keinen Anspruch auf eine Kundschaftsentschädigung.

- 34 -

E. 2.4.3

Erheblicher Vorteil für die Beklagten a. Weiter setzt der Anspruch auf eine Kundschaftsentschädigung voraus, dass die Erweiterung des Kundenkreises einen erheblichen Vorteil für den Geschäftsherrn mit sich bringt. Dies bedingt, dass dieser ohne erheblichen zusätzlichen Aufwand innert nützlicher Frist Neuabschlüsse oder gewinnbringende Vertragsänderungen realisieren kann (BGE 4C_399/1999). Zentrales Element ist dabei die Reproduzierbarkeit des Portfolios. Dieses wurde bereits im Zusammenhang mit der wesentlichen Erweiterung des Kundenkreises berücksichtigt (vorne E. 2.4.2.5). Entsprechend können die Beklagten aus den in der Berechnung der durchschnittlichen jährlichen Zunahme berücksichtigten Teilen des Portfolios grundsätzlich einen erheblichen Vorteil erlangen. b. Die Beklagten bringen darüber hinaus vor, dass Portfolios von Generalagenten generell nicht reproduzierbar seien bzw. dem Geschäftsherrn keinen besonderen Vorteil bringen können (act. 33 Rz. 43 ff.). Die Beklagten stützen diese Auslegung auf ein Urteil des Bundesgerichts, wonach zwischen persönlichen und realen Kunden zu unterscheiden ist (BGE 134 III 497 E. 4.4.2). Die Unterscheidung gilt auch im Versicherungsgeschäft. Ein wesentlicher Vorteil für den Auftraggeber kann nur bei Kunden vorliegen, die an die Marke bzw. die Produkte gebunden sind. Dagegen ist bei Kunden des Agenten, die diesem treu bleiben und entsprechend mit ihm (gegebenenfalls) den Anbieter wechseln, kein Vorteil gegeben. Der Kläger betont in seinen Ausführungen die Wichtigkeit der persönlichen Beziehungen zum Kunden (act. 1 Ziff. II.4.3.2; act. 29 Rz. 39). Daraus eine (vollumfängliche) Einordnung sämtlicher Kunden als persönliche Kunden abzuleiten ginge aber zu weit. So ist unbestritten, dass der Kläger mit seinem Team am Ende der Vertragsbeziehung über 40'000 Kunden betreut hat. Dass er jeden dieser Kunden derart betreute, dass eine Kundentreue nur zu ihm selbst, nicht aber zu den Beklagten als Vertragspartner der Kunden, bestünde, erscheint nicht realistisch. Zudem ist der Kläger seit der Beendigung des Generalagenturverhältnisses nicht mehr im gleichen Masse im Bereich der Vermittlung von Versicherungsverträgen

tätig. Inwiefern er die behaupteten persönlichen Kunden weiterhin betreuen soll, führen die Beklagten jedoch nicht aus. Die pauschale generelle Bestreitung der

- 35 - Reproduktionsfähigkeit des gesamten Portfolios ist demnach nicht genügend substantiiert. Ob die Geschäftsherrin das übergebene Potential in der Folge nutzen kann, ist für die Frage des Vorteils irrelevant. Ausführungen zur Person des Nachfolgers des Klägers als Generalagent (act. 1 Ziff. 4.3.2; act. 15 Rz. 67) sind daher nicht weiter zu beachten. Ebenfalls keine Frage des besonderen Vorteils ist das Verhältnis zwischen dem Kläger und der G._____ Gruppe (act. 15 Rz. 68), zumal ein allfälliges weiteres Profitieren des Klägers die Möglichkeiten der Beklagten nicht schmälert. c. Daneben bringen die Beklagten verschiedene Einwände gegen einen Vorteil im Bereich Kollektivleben vor. So halten sie fest, das Sparkapital wäre auszuklammern, da daraus keine Vorteile hervorgingen (act. 15 Rz. 65; act. 33 Rz. 72 ff.). Zur Begründung verweisen die Beklagten auf die gesetzlichen Grundlagen der beruflichen Vorsorge. Derart pauschale Vorbringen können nicht genügen. Alleine weil das regulatorische Umfeld schwierig sein mag, kann daraus nicht per se auf fehlende Vorteile geschlossen werden. Konkrete, sie selbst bzw. die B._____ -Sammelstiftung betreffende, Ausführungen oder Belege haben sie dagegen keine vorgelegt. Die Beklagten sind Unternehmen der Privatwirtschaft. Mit dem Kläger (act. 41 Rz. 16) kann davon ausgegangen werden, dass sie das Geschäft im Bereich Kollektivlebensversicherungen freiwillig betreiben, weil sie erwarten, damit einen Gewinn erzielen zu können. Wenn sie sich auf den Standpunkt stellen, diese Behauptung sei ungenügend (act. 43 Rz. 25 f.), verkennen sie ihre Bestreitungslast. Auch wenn der Kläger grundsätzlich die Beweislast für den erheblichen Vorteil der Beklagten trägt, so kann dies nicht dazu führen, dass er zu beweisen hat, dass mit Geschäften, welche er auf Wunsch und gegen Bezahlung der Beklagten vermittelt hat, ein Gewinn erzielt werden konnte. Vielmehr wäre hier eine substantiierte Bestreitung erforderlich, welche gerade nicht vorliegt. Soweit die Beklagten geltend machen, dass die Versicherten im Bereich Kollektivleben bei der B._____ -Sammelstiftung angeschlossen seien und sie diesen Kundenstamm deshalb nicht bearbeiten können (act. 33 Rz. 77), so sind sie damit ebenfalls nicht zu hören. Die Organisation innerhalb der B._____ -Gruppe hat sich

- 36 - der Kläger nicht entgegen zu halten. Die Beklagten hätten selbst dafür zu sorgen, dass sie (auch) von der Tätigkeit des Klägers profitieren. Den Beklagten kommt folglich auch im Bereich Kollektivleben ein erheblicher Vorteil im Sinne von Art. 418u OR zu. d. Zusammenfassend ist festzuhalten, dass die Erweiterung des Kundenkreises, sofern diese wesentlich wäre im Sinne von Art. 418u OR, auch einen erheblichen Vorteil mit sich bringen würde. Isoliert betrachtet ist diese Voraussetzung folglich erfüllt.

E. 2.4.4

Kundschaftsentschädigung ist nicht unbillig

E. 2.4.4.1

Ausgangslage Bei der Beurteilung der Unbilligkeit sind die verschiedenen relevanten Aspekte sowohl einzeln als auch in ihrer Gesamtheit zu würdigen. Dabei ist in Erinnerung zu rufen, dass es nicht darum geht, dem Agenten ein unbilliges Verhalten vorzuwerfen. Vielmehr ist eine Kundschaftsentschädigung unbillig, wenn der Agent während der Dauer des Agenturvertrages hinreichend entschädigt wurde. Auch wenn einzelne Punkte für sich einen Anspruch auf Kundschaftsentschädigung nicht entfallen lassen würden, so kann dieser dennoch insgesamt als unbillig erscheinen. Die Beklagten machen verschiedene

Gründe geltend, weshalb keine Kundschaftsentschädigung geschuldet sei. Nebst der langen Vertragsdauer (so- gleich E. 2.4.4.2) und der hohen Entschädigung (E. 2.4.4.3) sollen auch die Aus- gestaltung des Konkurrenzverbots (E. 2.4.4.5) und die Tätigkeit des Klägers für die G. _____ Gruppe relevant sein (E. 2.4.4.6).

E. 2.4.4.2

Lange Vertragsdauer Der Kläger war während mehr als 24 Jahren als Generalagent für die Be- klagten bzw. deren Rechtsvorgängerin tätig. Er konnte somit während langer Zeit einen Nutzen aus dem von ihm vermittelten Kundenstamm ziehen und regelmä- sig ein nicht unbedeutendes Einkommen generieren. Alleine diese lange Tätigkeit und der damit verbundene Profit kann nach der Rechtsprechung ausreichen, um die Unbilligkeit einer Kundschaftsentschädigung anzunehmen (BGE 110 II 476

- 37 - E. 3a m.w.H.; Urteil des Bundesgerichts vom 3. April 2006, 4C.218/2005 E. 6.3; Urteil des Handelsgerichts vom 12. April 2011, HG070302 E. 3.5.3). Es ist aber stets auch zu berücksichtigen, wie der Agent während dieser (langen) Tätigkeit entschädigt worden ist. Den Einwänden des Klägers gegen das Kriterium der Dauer des Agentur- verhältnisses kann nicht gefolgt werden. Entgegen seiner Ansicht (act. 29 Rz. 42 f.) kann die Kundschaftsentschädigung gerade nicht mit der Abgangsentschädigung des Arbeitnehmers verglichen werden. Worauf er diese Ansicht stützt, ist nicht ersichtlich. Jedenfalls sind sich Rechtsprechung und Lehre dahingehend einig, dass es sich bei Art. 418u OR um eine Ausnahmebestimmung handelt, wel- che nur dann zur Anwendung kommt, wenn der Agent die Früchte seiner Bemü- hungen (noch) nicht ziehen konnte. Dies ist gerade bei sehr langen Vertragsbe- ziehungen nicht der Fall. Wie die Beklagten zu Recht vorbringen, wurde in diesem Zusammenhang bereits in der Botschaft zum Agenturvertragsrecht von 1947 aus- geführt, dass die Abgangsentschädigung bei längerer Tätigkeit geringer werde und deshalb wesentlich anders sei als diejenige des Arbeitnehmers (BBl 1947 III 661 S. 684). Es sind demnach keine Gründe ersichtlich, weshalb von der bisheri- gen Rechtsprechung abgewichen werden sollte. Zusammenfassend stellt eine lange Vertragsdauer einen Grund dar, wes- halb eine Kundschaftsentschädigung unbillig sein könnte. Der Kläger war unbe- strittenermassen mehr als 24 Jahre und damit lange für die Beklagten bzw. deren Rechtsvorgänger tätig.

E. 2.4.4.3

Hohe Entschädigungen a. Die Beklagten stellen sich auf den Standpunkt, der Kläger habe nebst seiner Provision als eigentliches Entgelt für die Tätigkeit grosse Zuschüsse für den Be- trieb der Generalagentur erhalten (act. 15 Rz. 78). Die Entschädigungsstruktur für den Kläger als Generalagent wird von den Beklagten ausführlich dargelegt und vom Kläger nicht bestritten (act. 29 Rz. 8).

- 38 - Demnach steht fest, dass der Kläger neben Provisionen (act. 15 Rz. 15 ff.; act. 16/3-11) diverse weitere Entschädigungen erhalten hat. Die Beklagten zählen eine Vielzahl verschiedener Elemente auf, wofür Entschädigungen und Provisio- nen bezahlt worden sind. Insbesondere haben sich die Beklagten mittels ver- schiedener Kostenentschädigungen an der Führung und Aufrechterhaltung des Betriebs der Generalagentur beteiligt (act. 15 Rz. 19 lit. a-c, g und h). Gestützt auf die Jahresrechnungen des Klägers der Jahre 2015-2018 haben die Beklagten er- rechnet - was unbestritten geblieben ist -, dass der Kläger in den letzten fünf Jah- ren seiner Tätigkeit solche Kostenentschädigungen im Umfang von mindestens 40 % der Dienstleistungserträge - also der erzielten Provisionen und damit zu-

sammenhängenden Entschädigungen - erhalten hat (act. 15 Rz. 21). Dies zeigt, dass der Kläger Zuschüsse erhalten hat, welche deutlich über eine Vermittlungs- und Abschlussprovision, wie sie in Art. 418g Abs. 1 OR vorgesehen ist, hinausgehen. Auch dies ist als Indiz dafür anzusehen, dass die Ausrichtung einer zusätzlichen Kundschaftsentschädigung unbillig wäre. b. Aber auch gestützt auf die vereinbarten Provisionen für verschiedenste Sachverhalte (act. 15 Rz. 19 lit. d) sowie einen Umsatzbonus und einen Bonus für das Erreichen besonderer Zielvorgaben (act. 15 Rz. 19 lit. e und f) konnte der Kläger bereits ein nicht unerhebliches Einkommen generieren. So führt er selbst aus, dass er in den letzten fünf Jahren vor Beendigung des Agenturvertrages durchschnittlich ein Einkommen von CHF 580'789.-, unter Abzug des Einkommens der Ex-Ehefrau des Klägers von CHF 483'448.40, erzielt habe (act. 1 S. 22). Dabei handelt es sich ohne Zweifel um ein ausserordentlich hohes Einkommen. Auch wenn der Kläger die von den Beklagten eingereichte Marktstudie zu den Einkommen der Generalagenten (act. 34/57) nicht ohne Grund in Zweifel zieht (act. 41 Rz. 22 ff.), kann daraus zumindest abgeleitet werden, dass der Kläger sich wohl im obersten Bereich des Einkommens von Generalagenten in der Schweiz bewegt. Dies bekräftigt der Kläger gleich selbst, indem er mehrfach betont, einer der «Top-Agenten» zu sein (etwa act. 1 S. 4 ff.), und daraus schliesst, dass höhere Umsätze zu einem höheren Einkommen führen (act. 41 Rz. 24). Der Vergleich mit anderen Generalagenten ist jedoch nur am Rande relevant. Ent-

- 39 - scheidend ist, dass eine angemessene Entschädigung bezahlt wird, wofür der Vergleich lediglich ein (eher schwaches) Indiz darstellt. c. Der Kläger will auch dieses Kriterium anders verstanden haben. Gestützt auf den Gesetzestext plädiert er dafür, dass eine Unbilligkeit nur vorliege, wenn die Kundschaftsentschädigung in Anspruch genommen wird, obwohl der Agent bereits übermässig profitiert hat oder der Vertragspartner übermässig benachteiligt worden ist. Vorliegend sei dies nicht der Fall, zumal die Vertragsbestimmungen von den Beklagten diktiert worden seien und er diese nur habe akzeptieren können. Dass er während 25 Jahren vertragskonform entschädigt worden sei, könne nicht im Nachhinein als unbillig qualifiziert werden (act. 29 Rz. 48). Für diese Interpretation des Gesetzes findet sich in der Rechtsprechung und der Lehre keine Grundlage. Sie widerspricht wiederum dem allgemein anerkannten Grundsatz, dass es sich bei Art. 418u OR um eine Ausnahmebestimmung handelt, mit welcher ein Ungleichgewicht beseitigt werden soll. Vielmehr würde ein Ungleichgewicht zu Gunsten der Agenten geschaffen, wenn ein solches nicht bereits während der Vertragslaufzeit bestanden hätte. Dass und weshalb dies das Ziel der Bestimmung sein soll, macht aber selbst der Kläger nicht geltend. So geht er selbst davon aus, dass es sich beim Agenten um diejenige Vertragspartei handelt, welche potentiell zu schützen ist, zumal die Konditionen in der Regel durch den Geschäftsherrn diktiert werden. Wie bereits erwähnt, geht es bei der Frage der Unbilligkeit der Kundschaftsentschädigung aber auch nicht darum, dem Agenten ein unbilliges oder treuwidriges Verhalten vorzuwerfen. Unbillig im Sinne von Art. 418u OR ist eine Kundschaftsentschädigung bereits, wenn der Geschäftsherr den Agenten für die Erweiterung des Kundenkreises während der Vertragsdauer angemessen entschädigt hat. Daran kann auch eine vom Geschäftsherrn diktierte Entschädigungsstruktur nichts ändern. Selbst wenn dieser in der Praxis eine bessere Verhandlungsposition haben dürfte, heisst dies nicht ohne Weiteres, dass die Entschädigungsstruktur zu seinen Gunsten ausfällt. Auch gestützt auf eine einseitig festgelegte Entschädigung kann es dem Agenten möglich sein, ein angemessenes Entgelt zu erzielen. Das erforderliche Gleichgewicht zwischen den Parteien muss nicht bereits

- 40 - im Rahmen der Vertragsverhandlungen bestehen. Vielmehr genügt es, wenn sich dieses in der erzielten (Gesamt-)Entschädigung des Agenten widerspiegelt. d. Wie gezeigt ist dies vorliegend der Fall. Der Kläger hatte während der (lan- gen) Vertragsdauer die Möglichkeit, hohe Provisionen zu erzielen, und wurde darüber hinaus von den Beklagten mit Zuschüssen für den Betrieb der General- agentur unterstützt. Die Beklagten haben damit hohe Entschädigungen im Sinne der Rechtsprechung zu Art. 418u OR geleistet, welche der Ausrichtung einer (zu- sätzlichen) Kundschaftsentschädigung entgegen stehen können.

E. 2.4.4.4

Altersvorsorge In der Lehre wird regelmässig das Erbringen von günstigen Fürsorgeleistungen als Grund für die Unbilligkeit einer Kundschaftsentschädigung genannt. Ent- gegen dem Kläger (act. 1 Ziff. II.5.2; act. 29 Rz. 42 f.), kann aber kein Umkehr- schluss gezogen werden, dass die Entschädigung nie unbillig wäre, wenn keine Leistungen an die Altersvorsorge getätigt worden sind. Auch diesbezüglich liegt ein klarer Unterschied zur Abgangsentschädigung nach Art. 339b/c OR vor: Der Agent ist selbstständig erwerbstätig und nicht Ar- beitnehmer des Auftraggebers. In dieser Rolle ist er auch selbst verantwortlich für eine angemessene Altersvorsorge, und es ist insbesondere nicht die Pflicht des Auftraggebers, diese zu ermöglichen. Die Beiträge zur Altersvorsorge stellen lediglich eine (zusätzliche) Möglichkeit dar, dem Agenten eine hohe Entschädigung zu sichern. Dies kann aber auch auf anderen Wegen erreicht werden. Fehlende Altersleistungen können demnach einer Unbilligkeit der Kund- schaftsentschädigung nicht entgegen stehen.

E. 2.4.4.5

Konkurrenzverbot a. Die Beklagten machen weiter geltend, dass die Ausrichtung einer Kund- schaftsentschädigung unbillig sein könne, wenn der Agent für ein nachvertragli- ches Konkurrenzverbot entschädigt werde. Vorliegend sei eine solche Entschädi- gung ausgerichtet worden (act. 15 Rz. 80 f.). Der Kläger bestreitet nicht, dass ein

- 41 - entschädigtes Konkurrenzverbot einer Kundschaftsentschädigung entgegen ste- hen könnte. Vielmehr bestreitet er, dass vorliegend das Konkurrenzverbot ent- schädigt worden sei und dies einer Kundschaftsentschädigung entgegen stehen könnte. Die Kundschaftsentschädigung sei explizit aus der entsprechen- den Ver- einbarung ausgeklammert worden und die Entschädigung alleine für Mobilien und Büroeinrichtungen an den Agenturstandorten bezahlt worden (act. 1 Ziff. 5.1; act. 29 Rz. 49 ff.). b.

Massgebend für den Inhalt eines Vertrages ist in erster Linie die schriftliche Vereinbarung, welche nach objektiven Massstäben auszulegen ist. Behauptet ei- ne Partei das Vorliegen eines vom objektiven Auslegungsergebnis abweichenden tatsächlichen Vertragswillens, trägt sie hierfür die Beweislast (BGE 121 III 118, E. 4b. aa.;

JÄGGI/GAUCH/HARTMANN, Zürcher Kommentar Art. 18 OR, 4. Aufl., Zü- rich 2014, N 36 und 45; CHRISTOPH MÜLLER, Berner Kommentar Art. 1-18 OR, Bern 2018, N 297 zu Art. 18 OR). Bei Uneinigkeit über den Vertragsinhalt ist ent- sprechend zuerst mittels objektiver Auslegung zu ermitteln, wie die Parteierklä- rungen normativ zu verstehen sind. Dass die Parteien in der Aufhebungsvereinbarung ein nachvertragliches Konkurrenzverbot vereinbart haben, ist unbestritten; es gilt daher einzig zu prüfen, ob der Kläger für dieses entschädigt worden ist. Der Wortlaut des Vertrages ist soweit klar. Die Entschädigung von CHF 800'000.- wird ausdrücklich für die Übernahme des Mobiliars und den Innen- und

Mieterausbau sowie die Einhaltung des Konkurrenzverbots ausgerichtet (act. 3/12 Ziff. 7.3). In derselben Bestimmung wird sodann festgehalten, dass eine Entschädigung nach Art. 418u OR nicht Teil der Vereinbarung sei. Aus dieser Ergänzung kann aber einzig abgeleitet werden, dass eine allfällige Kundschaftsentschädigung in der Pauschale nicht enthalten und diese damit noch nicht abgegolten ist. Es handelt sich demnach um eine reine Feststellung. Eine weitergehende Bedeutung ergibt sich aus dem Wortlaut dagegen nicht. Insbesondere kann dieser nicht so verstanden werden, dass die Pauschale bei der Beurteilung eines Anspruchs auf Kundschaftsentschädigung nicht berücksichtigt werden kann. Jegliche Hinweise darauf fehlen im Vertragswortlaut. Somit kann aus dem Wortlaut der Bestimmung abgeleitet werden, dass

- 42 - eine Entschädigung für das Konkurrenzverbot bezahlt worden ist und sich die Parteien über eine Kundschaftsentschädigung noch nicht geeinigt haben. c. Die Ausführungen des Klägers vermögen einen anderen Vertragsinhalt nicht zu beweisen. Dass die vereinbarte Entschädigung lediglich für Mobiliar und Innenausbau geleistet worden wäre (act. 29 Rz. 50), findet in den von ihm beigebrachten Beweismitteln keine Stütze. So sieht etwa die Standortbewertung einen Zielwert von ca. CHF 600'000.– bis CHF 700'000.– als guten Preis an (act. 30/20 S. 3). Alleine weil der Kläger einen höheren Preis von CHF 1 Mio. gefordert haben will, kann daraus nicht geschlossen werden, dass sich die Parteien etwa in der Mitte getroffen und keine zusätzliche Entschädigung für das Konkurrenzverbot vorgesehen haben. Wie sich die Parteien auf die Entschädigungshöhe geeinigt haben bzw. wie sich der Pauschalbetrag zusammensetzt, ist nicht dokumentiert. Es wird auch nicht behauptet, dass darüber eine Einigung gefunden worden wäre. Dies ist bei der Vereinbarung eines Pauschalbetrags für mehrere Aspekte auch nicht erforderlich. So kann jede Partei die zu entschädigenden Elemente für sich selbst bewerten und sie brauchen sich nur über den Gesamtbetrag zu einigen. Eine unterschiedliche Aufteilung auf die zu entschädigenden Punkte ist nicht ausgeschlossen. Fakt bleibt - und daran vermag auch eine andere Rechnung des Klägers nichts ändern - dass die Parteien die Entschädigung ausdrücklich auch für das Konkurrenzverbot vereinbart haben. d. Sodann macht der Kläger sinngemäss geltend, mit der Feststellung, die Entschädigung nach Art. 418u OR sei in der Pauschale nicht enthalten, habe man vereinbaren wollen, dass die Entschädigung die Kundschaftsentschädigung nicht beeinträchtigt (act. 29 Rz. 50 f.). Woraus sich dieser - über den Wortlaut hinausgehende - Sinn der Vertragsklausel ergeben soll, ist nicht ersichtlich. So dokumentiert der Kläger einzig, einen Vertragsentwurf ohne die entsprechende Klausel erhalten zu haben (act. 30/21+22), und behauptet, auf die Ergänzung beharrt zu haben. Diese Klausel ist aber objektiv gerade - wie gezeigt - nicht so zu verstehen, dass sie die Praxis zu Art. 418u OR für den vorliegenden Fall aushebeln könnte. Es wäre am Kläger zu beweisen, dass den Beklagten der von ihm zugeschriebene Inhalt der Bestimmung bekannt war oder zumindest hätte sein müs-

- 43 - sen. Wann er wem gegenüber seine vom Wortlaut zu seinen Gunsten abweichende Meinung kundgetan haben will, führt der Kläger nicht aus. Dies könnte er aber auch im Rahmen der offerierten Parteibefragung (act. 29 Rz. 51) nicht nachholen, dient diese doch lediglich dem Beweis der in der Rechtschrift bereits enthaltenen Behauptungen. Damit gelingt es dem Kläger nicht zu beweisen, dass der Klausel eine über die Feststellung, dass in der Pauschale keine Kundschaftsentschädigung enthalten ist, hinausgehende Bedeutung zukommt. e. Zusammenfassend ist festzuhalten, dass die Parteien in der Aufhebungsvereinbarung vom 19. Juli 2019 ein Konkurrenzverbot vereinbart haben, für welches die

Beklagten eine Entschädigung geleistet haben. Nach der ständigen Rechtsprechung und der Lehre handelt es sich dabei um ein Indiz, welches für die Unbilligkeit einer Kundschaftsentschädigung spricht. Die Höhe der Entschädigung ergibt sich aus dem Vertrag aber nicht. Diese kann auch den weiteren Urkunden nicht direkt entnommen werden. Zu Lasten der in diesem Punkt beweisbelasteten Beklagten ist, unter Berücksichtigung der Standortbewertung, welche für das Mobil- und die Mieterumbauten einen Wert von CHF 600'000.– bis CHF 700'000.– ermittelte (act. 30/20 S. 3), wohl von einer Entschädigung für das Konkurrenzverbot von CHF 100'000.– bis CHF 200'000.– auszugehen. Für die höheren von den Beklagten behaupteten Anteile (act. 33 Rz. 102 f.) findet sich in den Akten keine Grundlage. Wie zu zeigen sein wird (hinten E. 2.4.4.7) ist die Höhe der Entschädigung im konkreten Fall für die Frage der Unbilligkeit aber ohnehin nicht relevant, sodass sich weitere Ausführungen dazu erübrigen.

E. 2.4.4.6

Tätigkeit für die G._____ Gruppe a. Als weiteren Aspekt, der die Ausrichtung eine Kundschaftsentschädigung unbillig machen würde, bringen die Beklagten die Tätigkeit des Klägers für die G._____ Gruppe, insbesondere die G1._____ AG, vor. Diese sei ihm durch die Einschränkung der Exklusivität durch die Beklagten überhaupt erst ermöglicht worden. Über diese Gesellschaft - welche zudem teilweise frühere Mitarbeiter der Generalagentur beschäftigte - könne der Kläger nach wie vor von einem Portfolio mit einem Prämienvolumen von knapp CHF 13 Mio. profitieren (act. 15 Rz. 84 ff.). Der Kläger hebt hervor, dass die Beklagten von den G._____ Unternehmen, an

- 44 - denen er beteiligt sei, gewusst hätten. Sie hätten diese Tätigkeit genehmigt und es hätte nie einen negativen Einfluss auf das Generalagenturverhältnis gehabt. Er sei auch nicht Alleininhaber und seine Funktion beschränke sich auf das Präsidium des Verwaltungsrates (act. 29 Rz. 52 ff.). b. Wie die Beklagten zu Recht vorbringen, kann die Ausrichtung einer Kundschaftsentschädigung unbillig sein, wenn der Agent auch nach Beendigung des Agenturverhältnisses weiter von den von ihm geworbenen Kunden profitieren kann (act. 29 Rz. 90; BGE 103 II 277 E. 3a). Dabei geht es wiederum nicht darum, dem Kläger ein unredliches Verhalten vorzuwerfen. Vielmehr können auch nachvertragliche Vorteile des Agenten dazu führen, dass ein allfälliges Ungleichgewicht ausgeglichen wird bzw. dass die vom Geschäftsherrn geleisteten Entschädigungen als angemessen anzusehen sind. c. Der Kläger bestreitet nicht, dass er an den G._____ Gesellschaften beteiligt ist und von deren Erfolg profitieren kann. Dies ist auch dann der Fall, wenn er nur in der Rolle als Teilhaber und Verwaltungsratspräsident am Erfolg partizipiert. Zu berücksichtigen ist die persönliche Kontinuität in der Kundenbetreuung. So sind bei der G1._____ AG verschiedentlich Mitarbeiter tätig, welche zuvor (auch) für die Generalagentur des Klägers gearbeitet haben (act. 15 Rz. 87). Gerade weil der Kläger die persönliche Betreuung der Kunden in den Vordergrund stellt, ist diese Kontinuität als Vorteil anzusehen, auch wenn sie nicht direkt beziffert werden kann. Allerdings ist auch zu berücksichtigen, dass die G1._____ AG nach den Beklagten ein Portfolio mit einem Prämienvolumen von knapp CHF 13 Mio. betreuen soll (act. 15 Rz. 88). Dabei handelt es sich um einen Bruchteil des von der Generalagentur des Klägers betreuten Portfolios. Zudem stellt sich der Kläger auf den Standpunkt, dass es eine klare Trennung zwischen den Kunden der Generalagentur und denjenigen der G1._____ AG gegeben habe (act. 29 Rz. 52). Inwiefern sich die beiden Portfolios überschneiden, führen die Beklagten nicht aus. Der Beweis, dass und in welchem Umfang der Kläger nach wie vor von den von der

Generalagentur angeworbenen Kunden profitieren kann, kann den Beklagten folglich nicht gelingen.

- 45 - d. Alleine aus der (erlaubten) Tätigkeit des Klägers für die G._____ Gruppe kann keine Unbilligkeit der Kundschaftsentschädigung abgeleitet werden. Den Beklagten gelingt es nicht zu beweisen, dass es sich dabei um eine eigentliche Fortführung der Tätigkeit als Generalagent handeln soll. Insbesondere fehlt es an einer substantiierten Darlegung der Kontinuität. Allerdings schliesst dies eine gewisse Berücksichtigung im Rahmen einer Gesamtwürdigung nicht aus. So ergibt sich bereits aus dem unbestritten gebliebenen Sachverhalt, dass der Kläger weiterhin in derselben Branche und in derselben Region tätig ist und sein darf. Dabei wird er auch (teilweise) von denselben Mitarbeitern unterstützt. Es ist deshalb nicht ausgeschlossen, dass er auch weiterhin, zumindest in einem beschränkten Umfang, vom aufgebauten Kundenkreis profitieren kann.

E. 2.4.4.7

Zwischenfazit Aus dem Gesagten ergibt sich, dass im vorliegenden Fall verschiedene Kriterien erfüllt sind, welche nach der ständigen Rechtsprechung und Lehre eine Unbilligkeit der Kundschaftsentschädigung im Sinne von Art. 418u OR zur Folge haben. Dabei fallen vorliegend insbesondere die lange Vertragsdauer und die hohe Entschädigung ins Gewicht. Der Kläger konnte fast 25 Jahre über die Provisionen von der von ihm geworbenen Kundschaft profitieren. Zumindest in den letzten zehn Jahren seiner Tätigkeit konnte er dabei ein sehr hohes Einkommen generieren. So führt er selbst aus, seit 2010 immer deutlich mehr als CHF 398'000.– verdient zu haben (act. 41 Rz. 23). Hinzu kommt, dass die Leistungen der Beklagten über die gemäss Gesetz geschuldeten üblichen Vermittlungs- oder Abschlussprovisionen hinausgegangen sind. Selbst der Kläger hält sodann fest, dass kein Ungleichgewicht zu seinem Nachteil bestanden habe (act. 29 Rz. 48). Insgesamt liegt nach dem Gesagten ein Agenturverhältnis vor, in welchem der Agent angemessen entschädigt worden ist und kein Ungleichgewicht auszugleichen wäre. Demnach wäre die Ausrichtung einer Kundschaftsentschädigung bereits aus diesen Gründen unbillig im Sinne von Art. 418u OR. Unter diesen Umständen kann offen bleiben, inwiefern die Entschädigung für das Konkurrenzverbot und die Tätigkeit des Klägers für die G._____ Gruppe ebenfalls zu einer Unbilligkeit geführt hätte. Jedenfalls erscheint aufgrund dieser

- 46 - zusätzlichen Vorteile die Ausrichtung einer Kundschaftsentschädigung erst recht unbillig. Dass die Beklagten keine Beiträge an die Altersvorsorge des Klägers geleistet haben, ist sodann nicht relevant. Die von der Rechtsprechung und Lehre entwickelten Kriterien müssen nicht kumulativ erfüllt sein. Auf welchem Weg, die angemessene Entschädigung des Agenten erfolgt, ist in diesem Zusammenhang nicht entscheidend. Demnach ist die Klage auch aus diesem Grund abzuweisen.

E. 2.4.5

Fazit Zusammenfassend ist festzuhalten, dass der Kläger zwar sein Kundenportfolio während der Tätigkeit als Generalagent massgebend ausgeweitet hat, die relevante jährliche Zuwachsrate in den entscheidenden Bereichen erfüllt jedoch die Anforderungen an die Wesentlichkeit im Sinne von Art. 418u OR nicht. Ausserdem wäre die Ausrichtung einer Kundschaftsentschädigung unbillig im Sinne derselben Bestimmung, zumal der Kläger während der langen Vertragsdauer ein hohes Einkommen erzielen konnte. Die Leistungen der Beklagten an den Kläger waren angemessen und es besteht kein

Ungleichgewicht zwischen den Vertragspar- teien, welches mittels einer Kundschaftsentschädigung auszugleichen wäre.

E. 3

Aufl., Zürich 2016, N 6 zu Art. 418u OR). Ein Kundenkreis liegt nur dann vor, wenn der Agent einen eigentlichen Kundenstock für die provisionsberechtigten Geschäfte hinterlässt, auf den der Auftraggeber oder ein nachfolgender Agent weiter zugreifen kann, ohne dass es wesentlicher eigener Anstrengungen bedürf- te, sei es, dass die Kunden von sich aus nachbestellen, oder dass ein nachfol- gender Agent die Tätigkeit seines Vorgängers fortsetzen kann. Hingegen haben Vorteile aus während der Vertragsdauer abgeschlossenen oder vermittelten Ge- schäften unbeachtlich zu bleiben. Es liegt zudem in der Natur der Sache, dass nur dann ein fester Kundenkreis bestehen kann, wenn der Agent auf einem Ge- schäftsgebiet tätig ist, das der Befriedigung einer sich in absehbarer Zeit wieder- holenden Nachfrage dient. Dies setzt in der Regel eine Ware oder Dienstleistung des wiederkehrenden Bedarfs voraus. Die vom Agenten geworbenen Kunden müssen dem Auftraggeber wahrscheinlich treu bleiben und ihren Bedarf weiterhin bei diesem decken. Dies darf bei einer bereits über eine gewisse Dauer beste- henden Geschäftsbeziehung vermutet werden (PÄRLI, a.a.O., N 5 ff. und N 15 zu Art. 418u OR; BÜHLER, a.a.O., N 24, N 32 f., N 38 und N 40 zu Art. 418u OR; MATHYS, a.a.O., N 5 und N 9 f. zu Art. 418u OR; BGE 84 II 164 = Pra. 47 [1958], Nr. 108 E. 4; BGE 84 II 529 E. 1 ff.; BGE 103 II 277 E. 2 ff.). In der Versiche- rungsbranche kann die sich wiederholende Nachfrage nicht generell beurteilt werden. Insbesondere Lebensversicherungsverträge erstrecken sich über lange

- 11 - Zeiträume und lassen daher für dauernde Erneuerungen wenig oder zumeist gar keinen Raum offen. Hingegen kann bei Kranken- und Unfallversicherungen, wie auch bei weiteren Versicherungen im Nichtleben-Bereich, insbesondere bei den sogenannten Kollektiv- und Gruppenversicherungen, von einer möglichen Repro- duktionsfähigkeit des Portefeuilles gesprochen werden (BÜHLER, a.a.O., Art. 418u N 33). Eine Erweiterung des Kundenkreises setzt voraus, dass sich die Anzahl der Kunden oder zumindest deren Abnahmepotential vergrössert hat. Der Erwei- terung des Kundenkreises ist die einmalige Schaffung eines Kundenkreises gleichzustellen (PÄRLI, a.a.O., N 5 f. zu Art. 418u OR; BÜHLER, a.a.O., N 27 zu Art. 418u OR). Selbstverständlich sind diejenigen Kunden nicht zu berücksichti- gen, welche der Agent nach Beendigung des Agenturverhältnisses mit sich nimmt (BÜHLER, a.a.O., N 34 zu Art. 418u OR). Eine Wesentlichkeit der Erweiterung des Kundenkreises setzt eine bedeutende Erhöhung der Kundenzahl oder des Ab- nahmepotentials voraus. Nach herrschender Lehre und Rechtsprechung ist grundsätzlich auf eine absolute Zunahme abzustellen, wobei für die Wesentlich- keit die jährliche prozentuale Zuwachsrate der Kundenzahl massgebend sein soll (BÜHLER, a.a.O., N 28 f. zu Art. 418u OR; GEORG GAUTSCHI, Berner Kommentar Obligationenrecht Art. 407-424 OR, 2. Aufl., Bern 1964; MATHYS, a.a.O., N 7 f. zu Art. 418u OR; BGE 84 II 164 = Pra. 47 [1958], Nr. 108). Die Schaffung oder Erweiterung des Kundenkreises muss sodann in ursäch- lichem Zusammenhang mit der Tätigkeit des Agenten stehen (BÜHLER, a.a.O., N 25 zu Art. 418u OR; PÄRLI, a.a.O., N 4 zu Art. 418u OR; MATHYS, a.a.O., N 6 zu Art. 418u OR; BGE 84 II 164 = Pra. 47 [1958], Nr. 108). Dies ist dann der Fall, wenn der Agent bei Beginn seiner Tätigkeit dem Auftraggeber eine Kundschaft mitbringt, die ihm treu bleibt, wenn er während der Dauer des Vertragsverhältnis- ses neue Kunden gewinnt, oder wenn er neue Geschäfte mit bestehenden Kun- den des Auftraggebers abschliesst, wobei

hierzu seine persönliche Tätigkeit maßgebend gewesen ist (BÜHLER, a.a.O., N 25 zu Art. 418u OR). Soweit diese Erweiterung des Kundenkreises auf Bemühungen des Auftraggebers oder die günstige Entwicklung der Wirtschaftslage zurückzuführen ist, fällt ein Erfolg somit ausser Betracht. Gemeinsame Bemühungen von Agenten und Auftraggeber schliessen die Anspruchsberechtigung des Agenten hingegen nicht aus, beeinflussen

- 12 - aber die Höhe der angemessenen Entschädigung (PÄRLI, a.a.O., N 4 zu Art. 418u OR). Schliesslich wird vorausgesetzt, dass die Ausrichtung einer Kundschaftsentschädigung nicht unbillig ist. Dabei kann die Unbilligkeit im Sinne von Art. 418u OR nicht mit einem unbilligen oder Treu und Glauben widersprechenden Verhalten des Agenten gleichgestellt werden. Vielmehr geht es bei der Billigkeitserwägung darum sicherzustellen, dass eine Kundschaftsentschädigung nur ausbezahlt ist, wenn die Vorteile des Auftraggebers aus der Schaffung oder Erweiterung des Kundenkreises durch seine Leistungen an den Agenten nicht genügend abgegolten wurden. Dem Ausnahmecharakter der Bestimmung entsprechend ist bei einem Gleichgewicht zwischen den gegenseitigen Leistungen der Vertragspartner keine Kundschaftsentschädigung geschuldet (BGE 110 II 476; PÄRLI, a.a.O., N 10 zu Art. 418u OR; BÜHLER, a.a.O., N 44 zu Art. 418u OR, MATHYS, a.a.O., N 11 zu Art. 418u OR). Unbillig ist die Kundschaftsentschädigung also bereits, wenn der Agent für seine Leistungen bereits während der Dauer des Agenturverhältnisses hinreichend entschädigt worden ist. Dies kann etwa dann der Fall sein, wenn er von besonders hohen Provisionsansätzen profitieren konnte, der Auftraggeber günstige Fürsorgeleistungen erbracht hat oder wenn das Agenturverhältnis lange gedauert hat, womit der Agent selber lange von der von ihm neu geworbenen Kundschaft profitieren konnte (BGE 110 II 476 m.w.H.; PÄRLI, a.a.O., N 10 zu Art. 418u OR; MATHYS, a.a.O., N 11 zu Art. 418u OR). Erscheint der Anspruch unbillig, so muss die Entschädigung vollständig verweigert werden, denn das Bundesgericht hat das Billigkeitserfordernis unter die Anspruchsvoraussetzungen eingereiht (BGE 110 II 476; PÄRLI, a.a.O., N 9 zu Art. 418u OR). Der Agent trägt die Behauptungs- und Beweislast für die Auflösung des Vertragsverhältnisses, die Erweiterung des Kundenkreises, den sich daraus für den Auftraggeber ergebenden Vorteil sowie für seinen durchschnittlichen Nettojahresverdienst. Der Auftraggeber dagegen hat zu behaupten und beweisen, dass der Anspruch unbillig oder gegenüber dem Nettojahresverdienst herabzusetzen sei (Art. 8 ZGB; PÄRLI, a.a.O., N 15 zu Art. 418u OR; BGE 134 III 497 = Pra. 98 [2009], Nr. 19 E. 4.1; BGE 103 II 277 E. 2).

- 13 -

Export aus OpenCaseLaw (CC0). Verbindlich ist allein der vom erlassenden Gericht veröffentlichte Originaltext. Quellen-URL siehe oben.