

ZH_HANDELSGERICHT HG210038 vom 6. Juni 2023

Zh Handelsgericht, 2023-06-06, DE

Quelle: https://mcp.opencaselaw.ch/entscheid/zh_handelsgericht_HG210038

FR: ZH_HANDELSGERICHT HG210038 du 6 juin 2023

IT: ZH_HANDELSGERICHT HG210038 del 6 giugno 2023

Erwägungen

E. 1

Formelles

E. 1.1

Zuständigkeit

E. 1.1.1

Örtliche Zuständigkeit Die Parteien haben in Ziff. 28 des Agenturvertrags gültig den Gerichtsstand Zürich vereinbart (act. 1 Rz. 8; act. 9 Rz. 4; act. 11/3 S. 14), was unbestritten ist.

E. 1.1.2

Sachliche Zuständigkeit Die sachliche Zuständigkeit des Handelsgerichts des Kantons Zürich wird von der Beklagten nicht bestritten und gründet auf Art. 6 Abs. 2 und Abs. 3 ZPO i.V.m. § 44 lit. b GOG.

E. 1.2

Solidarische Haftung zwischen den Beklagten Der Kläger beantragt, die Beklagten 1 und 2 seien solidarisch zur Leistung von CHF 697'385.13 zu verpflichten (Rechtsbegehren Ziff. 1; act. 1 S. 2). Eine Begründung hierzu liefert er nicht. Er führt einzig aus, dass er die Beklagten 1 und 2 gemeinsam als "Beklagte" bezeichnet, sofern nicht ausdrücklich zwischen der Beklagten 1 und 2 differenziert werde (act. 1 Rz. 22). Die Beklagten 1 und 2 bestreiten die solidarische Haftung nicht. Entsprechend ist gegebenenfalls 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.

E. 2

Mai 2000 E. 4a m.w.H., Urteil des HGer ZH HG070302 vom 12. April 2011 E. 3.1.3.). Demnach ist praxismässig und in Übereinstimmung mit der Lehre (PÄRLI, a.a.O., Rz. 8 zu Art. 418u OR; BÜHLER, a.a.O., Rz. 33 zu Art. 418u OR m.w.H.,) 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. Der Kläger behauptet zusammengefasst, dass auch die

Reproduzierbarkeit von Lebensversicherungen im Bereich Einzelleben und Kollektivleben gegeben sei (act. 1 Rz. 76, Rz. 159 ff.). Die von den Beklagten vorgebrachte fehlende Reproduzierbarkeit im Bereich Motorfahrzeugversicherung wird zudem bestritten (act. 22 Rz. 27 ff.). Die Beklagten bestreiten die Reproduktionsfähigkeit von Lebensversicherungen in den Bereichen Einzel- und Kollektivleben (act. 9 Rz. 153, Rz. 157). Überdies bringen sie vor, der Unterbereich Motorfahrzeugversicherung sei nicht reproduktionsfähig (act. 9 Rz. 154 f.; act. 26 Rz. 22).

2.4.2.3.1.3. Grundsätzlich kann die Frage nach der Reproduktionsfähigkeit von Lebensversicherungen und Motorfahrzeugversicherungen offen bleiben, weil die detaillierten Berechnungen der CAGR für die Jahre 2010 bis 2019 sowohl des Klägers als auch der Beklagten (nur) die Zahlen des Bereichs Nichtleben inkl. der Sparte Motorfahrzeugversicherung berücksichtigen (vgl. act. 1 Rz. 92; act. 9 Rz. 84 ff., Rz. 161). Die Wesentlichkeit begründen bzw. bestreiten somit beide Parteien mit der CAGR Nichtleben alle Sparten, ohne dabei ihre Behauptungen hinsichtlich reproduzierbarer Bereiche bei ihren Berechnungen der CAGR nachzuvollziehen.

- 17 - 2.4.2.3.1.4. Aber selbst wenn der Kläger bei seinen Berechnungen den seiner Meinung nach reproduzierbaren Bereich der Lebensversicherungen im Bereich Einzelleben berücksichtigt hätte, wäre dieser Bereich nicht reproduzierbar. Es ist nicht ersichtlich, weshalb vorliegend von der bundesgerichtlichen Rechtsprechung abgewichen werden soll (vgl. vorstehend Ziff. 2.4.2.3.1.2). Das "cross-selling" Argument des Klägers verfängt nämlich nicht (vgl. act. 1 Rz. 76 lit. b; act. 22 Rz. 193 ff.), weil sich daraus keine Reproduktionsfähigkeit von Lebensversicherungen ableiten lässt. Wie die Beklagten hingegen richtigerweise ausführen und vom Kläger anerkannt wird (vgl. act. 22 Rz. 194), schlägt sich ein erfolgreiches "cross-selling" in den Zahlen des Bereichs Nichtleben und der jeweiligen Sparte der abgeschlossenen Anschlussversicherung nieder und wäre daher für die Zwecke von Art. 418u OR bereits abgebildet (vgl. act. 9 Rz. 67, Rz. 69). Weshalb dies vorliegend nicht der Fall sein soll, behauptet der Kläger dagegen nicht (vgl. act. 22 Rz. 194). Wie der Kläger selbst ausführt, gehört das "cross-selling" zu einer Allbranchenversicherungsgesellschaft (vgl. act. 1 Rz. 76 lit. c). Eine weitergehende Berücksichtigung der Lebensversicherungen im Bereich Einzelleben ist daher nicht angezeigt. Folglich ist die Reproduktionsfähigkeit von Lebensversicherungen im Bereich Einzelleben nicht gegeben (überdies bringt der Kläger auch keine konkreten Zahlen vor, inwiefern Lebensversicherungen bei der Berechnung der CAGR zu berücksichtigen wären.).

2.4.2.3.1.5. Hinsichtlich der Reproduktionsfähigkeit von Versicherungen im Bereich Kollektivleben bringt der Kläger lediglich vor, es sei von einer periodischen Neubeurteilung durch Unternehmen und insofern bei entsprechender Leistung des Agenten von erneuten Abschlüssen und einer automatischen Reproduktionsfähigkeit im Sinne der zitierten Praxis des Bundesgerichts auszugehen (act. 1 Rz. 76 lit. a). Dabei verweist er auf seine Ausführungen zur bundesgerichtlichen Rechtsprechung und Lehre bezüglich der Reproduktionsfähigkeit von Lebensversicherungen im Bereich Einzelleben (vgl. act. 1 Rz. 158 ff.). Der Kläger bringt jedoch keine konkreten Erneuerungsquoten vor, die eine Reproduktionsfähigkeit von Kollektivlebensversicherungen belegen würden. Auch unterlässt er es, die Vertragsdauer solcher Kollektivlebensversicherungen zu behaupten, deren Ablauf dann zu einer periodischen Neubeurteilung und zu erneuten Abschlüssen führen

- 18 - könnte. Sein Tatsachenvortrag erweist sich daher als unsubstantiiert und er kommt seiner Behauptungslast nicht nach, weshalb die Kollektivlebensversicherungen bei der Bestimmung des relevanten Portfolios ausser Betracht zu bleiben haben. 2.4.2.3.1.6. Die Beklagten sind sodann der Ansicht, dass auch die Motorfahrzeugversicherungen nicht reproduzierbar seien, zumal diese regelmässig jährlich gekündigt werden könnten und die Kunden entsprechend jährlich neu gewonnen werden müssten. Bei den Beklagten habe der Anteil sämtlicher Motorfahrzeug-Policen, unter denen ein jährliches Kündigungsrecht bestanden habe, per Ende 2020 bei 28.6% gelegen. Es handle sich um einen umkämpften Markt, in dem Abschlüsse immer mehr auch einfach online erfolgen könnten (act. 9 Rz. 155; act. 26 Rz. 22). Alleine die Möglichkeit einer Kündigung kann nicht dazu führen, dass ein Portfolio als nicht reproduzierbar angesehen wird. So bestreitet der Kläger die Behauptungen der Beklagten und macht seinerseits geltend, dass der von den Beklagten vorgebrachte Anteil nicht einmal einen Drittel betrage und damit bei über 70% der Motorfahrzeug-Policen eine längere Vertragsdauer immer noch Praxis sei. Zudem, trägt er vor, würden gemäss einer PwC-Studie im Jahr 2019 nur ca. 5% der Policen online abgeschlossen. Schliesslich seien selten jährliche Kündigungsfristen vereinbart worden und wenn, dann hätten diese vom Verkaufsführer der Beklagten unterzeichnet werden müssen (act. 22 Rz. 241 ff.). Damit setzen sich die Beklagten nicht auseinander (vgl. act. 26 Rz. 171). Relevant wäre etwa eine tatsächliche Quote der gekündigten bzw. nicht verlängerten Policen. Die Beklagten führen lediglich aus, dass im Bereich Motorfahrzeugversicherung eine klar überdurchschnittliche Stornoquote bestehe (vgl. act. 9 Rz. 155). Sie unterlassen es jedoch, diesbezügliche Zahlen vorzubringen. Die Beklagten substantieren folglich ihren Tatsachenvortrag nicht, weshalb die Motorfahrzeugversicherungen bei der Frage der Erweiterung des Kundenkreises vollumfänglich zu berücksichtigen sind. 2.4.2.3.1.7. Zusammenfassend lässt sich nach dem Gesagten festhalten, dass sich der reproduzierbare Bereich des Portfolios auf den Bereich Nichtleben mit allen Sparten beschränkt. Lebensversicherungen im Bereich Kollektivleben sind

- 19 - mangels substantiiertes klägerischer Sachdarstellung nicht reproduktionsfähig. Dagegen ist der Bereich Motorfahrzeugversicherung entgegen den unsubstantiierten Behauptungen der Beklagten für die Berechnung der Wesentlichkeit zu berücksichtigen, so wie dies die Beklagten im Übrigen auch tun (vgl. act. 9 Rz. 90). 2.4.2.3.2. Portfeuille-Umteilungen 2.4.2.3.2.1. Eine Kundschaftsentschädigung ist nur geschuldet, wenn die Erweiterung des Kundenkreises auf die Leistung des Agenten zurückzuführen ist. Die Parteien sind sich einig, dass nur Portfeuille-Verschiebungen ab dem relevanten Zeitraum ab dem Jahr 2010 zu beachten sind, zumal sie sich beide auf den Zeitraum 2010 bis 2019 konzentrieren (act. 22 Rz. 88 lit. d; act. 26 Rz. 68). Dass es auch zuvor zu erheblichen Portfeuille-Übernahmen gekommen ist, die sich jedoch nicht mehr näher aufschlüsseln lassen, stellt der Kläger nicht in Abrede (act. 9 S. 51; act. 22 Rz. 88). Unbestritten ist sodann, dass im September 2013 eine Kleinbroker-Umteilung stattfand (act. 9 Rz. 79; act. 22 Rz. 88 ff.). Daher ist lediglich strittig, ob diese Kleinbroker-Umteilung im September 2013 für die Berechnung der CAGR auszuklammern ist und in welcher Höhe diese Umteilung allenfalls zu berücksichtigen wäre (act. 9 Rz. 79; act. 22 Rz. 89 ff.; act. 26 Rz. 68 ff.). 2.4.2.3.2.2. Nach der Darstellung der Beklagten ist die Kleinbroker-Umteilung im September 2013 in der Höhe von CHF 923'687.- auszuklammern und die CAGR deshalb in zwei Schritten zu berechnen (act. 9 S. 59, Rz. 79 f., Rz. 89 ff.; act. 26 Rz. 69). Diese Portfeuille-Umteilung sei nicht auf einen kausalen Beitrag des Klägers zurückzuführen, sondern lediglich aufgrund einer Umstrukturierung

durch die Beklagten. Kleinbroker mit einem geringen Portefeuille hätten nicht mehr direkt von der Beklagten betreut werden sollen, sondern von der nächsten Generalagentur. Die Kleinbroker hätten ihre Kunden mitgenommen und es habe nur die Vertragspartnerin der Kleinbroker gewechselt, nämlich von den Beklagten auf die Generalagenten. Der Kläger habe dafür eine Innendienst-Kostenentschädigung erhalten (act. 26 Rz. 70 f., Rz. 72, Rz. 76 f.). Der Kläger bestreitet, dass aufgrund der Kleinbroker-Umteilung eine zweistufige Berechnung der CAGR notwendig

- 20 - werde. Er hätte einen erheblichen Akquisitionsaufwand gehabt. Die von den Beklagten vorgebrachten Umstrukturierungen bestreitet er nicht (act. 22 Rz. 88 ff.).

2.4.2.3.2.3. Für eine zweistufige Berechnung der CAGR und der damit einhergehenden Ausklammerung der Portfolio-Umteilung im September 2013 tragen die Beklagten die Behauptungs- und Beweislast. Die Behauptungen der Beklagten, es habe sich bei dieser Umteilung um eine Umstrukturierung gehandelt, die ohne kausalen Beitrag des Klägers stattgefunden habe und daher dieses Portefeuille nicht zu berücksichtigen sei, sind substantiiert und werden vom Kläger auch nicht bestritten. Er behauptet selbst, dass die Beklagten "den gesamten Kleinbroker-Vertrieb flächendeckend in der Schweiz neu strukturiert" hätten (vgl. act. 22 Rz. 90). Dagegen sind die Vorbringen des Klägers bezüglich seines Akquisitionsaufwandes nicht substantiiert. Er trägt vor, dass er jeden einzelnen Kleinbroker von der neuen Struktur überzeugen müssen und stellt dabei auf den Namen einer PowerPoint-Präsentation ab, der "Sales Story Broker zur Abgabe [...]" laute und "Bände" spreche (vgl. act. 22 Rz. 92). Aus dem Namen einer Datei lässt sich keinen erheblichen Akquisitionsaufwand ableiten. Wie der Kläger zudem selbst vorbringt, wurde die Umteilung und somit ein allenfalls damit verbundener Aufwand mit einer Verwaltungskostenentschädigung im Umfang von 2.5% auf dem Nichtleben-Portefeuille abgegolten (vgl. act. 22 Rz. 96). Überdies kann der Kläger nicht dartun, dass der Produktivitätseinbruch bei E._____ auf die Kleinbroker-Umteilung zurückzuführen ist (vgl. act. 22 Rz. 94 f.). Die eingereichte Übersicht vermag die klägerische Behauptung, die von den Beklagten bestritten wird (vgl. act. 26 Rz. 73), nicht zu beweisen. Es handelt sich dabei lediglich um die auch in der Replik abgebildete Tabelle, aus der sich zwar ein Produktivitätseinbruch ergibt, aber aus welcher kein Kausalzusammenhang zwischen der Kleinbroker-Umteilung und dem Produktivitätseinbruch ersichtlich ist (vgl. act. 23/88). Aber auch wenn ein aufgrund der Kleinbroker-Umteilung entstandener Produktivitätseinbruch genügend behauptet und bewiesen wäre, wäre dieser mit der von den Beklagten geleisteten Entschädigung gemildert worden. Folglich gelingt es den Beklagten darzulegen, dass die Kleinbroker-Umteilung im September 2013 nicht auf einen kausalen Beitrag des Klägers zurückzuführen ist, weshalb diese bei der Berechnung der CAGR auszuklammern ist.

- 21 - 2.4.2.3.2.4. Bezüglich Höhe der Kleinbroker-Umteilung scheinen sich die Parteien nicht einig zu sein. Die Beklagten behaupten, das umgeteilte Portefeuille betrage gesamthaft CHF 1'577'501.- (act. 9 S. 51 f.; act. 26 Rz. 69), wobei sie jedoch bei der Berechnung der CAGR lediglich den Bereich Nichtleben exkl. Motorfahrzeugversicherung und Motorfahrzeugversicherung in der Höhe von CHF 923'687.- berücksichtigen (vgl. act. 9 S. 59). Weshalb sie die Sparte Rechtsschutz im Bereich Nichtleben nicht berücksichtigen, legen sie nicht dar. Im Bereich Nichtleben würde es sich gesamthaft um CHF 942'317.- handeln (CHF 508'574.- + CHF 415'113.- + CHF 18'630.- = CHF 942'317.-; act. 9 S. 52). Der Kläger bringt hingegen vor, es handle sich im Bereich

Nichtleben um einen Betrag von CHF 940'000.– (act. 22 Rz. 88 lit. d). Da die Beklagten die Behauptungs- und Beweislast für die Umteilung und somit auch für die Höhe tragen, ist zugunsten des Klägers auf die tiefere Zahl der Beklagten abzustellen und es ist eine Kleinbroker-Umteilung in der Höhe von CHF 923'687.– auszuklammern.

E. 2.1

Unbestrittener Sachverhalt Unbestritten ist, dass der Kläger seit dem Jahr 1983 bis zum 31. Dezember 2019 für die Beklagten bzw. für ihre Rechtsvorgängerin als Generalagent tätig war (act. 1 Rz. 27; act. 9 Rz. 15 f.). Einig sind sich die Parteien auch darin, dass der letzte und bis zur Beendigung am 31. Dezember 2019 gültige Agenturvertrag zwi-

- 5 - schen den Parteien am 14./15./28. November 2011 abgeschlossen wurde (act. 1 Rz. 28; act. 9 Rz. 16; act. 22 Rz. 160; act. 11/3; act. 23/91). Auch über die Auflösung des Agenturverhältnisses altershalber sind sich die Parteien einig (act. 1 Rz. 39 f.; act. 9 Rz. 34). Ferner ist unbestritten, dass der Kläger einen durchschnittlichen jährlichen Nettojahresverdienst der letzten fünf Geschäftsjahre in der Höhe von CHF 697'385.13 erzielte (act. 1 Rz. 123, Rz. 200; act. 9 Rz. 188).

E. 2.2

Parteidarstellungen

E. 2.2.1

Kläger Der Kläger macht im Wesentlichen geltend, er habe das im Jahr 1983 übernommene Portefeuille in den 37 Jahren seiner Tätigkeit von einem Prämienvolumen von CHF 1'823'782.– auf ein Volumen von CHF 50'223'816.– erweitert (act. 1 Rz. 87). Daher liege eine wesentliche Erweiterung des Kundenkreises vor (act. 22 Rz. 46, Rz. 54, Rz. 65, Rz. 68, Rz. 212). Portefeuille-Umteilungen seien unbeachtlich, weil er einen entsprechenden Akquisitionsaufwand gehabt hätte (act. 22 Rz. 91 ff.). Er behauptet weiter, dass sein Portefeuille von 2010 bis 2019 im Bereich Nichtleben um durchschnittlich 3.55% gewachsen sei. Das durchschnittliche Wachstum der Beklagten habe im gleichen Zeitraum nur 0.96% betragen (act. 1 Rz. 92 f.; act. 22 Rz. 207). Daher habe er in den letzten zehn Jahren ein mehr als dreieinhalb Mal höheres Wachstum verzeichnet als die Beklagten. Im Vergleich zum Markt habe er seinen Kundenstamm gemessen am Prämienvolumen sogar rund fünfeinhalb Mal stärker erweitern können (act. 1 Rz. 96; act. 22 Rz. 50, Rz. 212). Sodann sei mit der Ausweitung des Portfolios auch ein erheblicher Vorteil verbunden. Der Kläger bestreitet, dass persönliche Kunden einen erheblichen Vorteil für die Beklagten ausschliessen. Ein gutes Verhältnis zwischen Kunde und Agent führe nicht automatisch dazu, dass ein solcher Kunde dem Auftraggeber nach Vertragsbeendigung nicht mehr zum Vorteil gereichen würde (act. 22 Rz. 71 lit. d). Mit Verweis auf die Vertriebskennzahlen des Jahres 2020 und 2021 des Nach-

- 6 - folgers bringt der Kläger vor, dass die Beklagten keine signifikanten Abgänge über die üblichen Stornoquoten hinaus zu verzeichnen hätten (act. 22 Rz. 72, Rz. 77). Schliesslich sei die Ausrichtung einer Kundschaftsentschädigung auch nicht unbillig. Wenn der Agent nicht einfach von seinen anfänglichen Aufwendungen profitiere, sondern durch fortlaufend intensive Bemühungen und stetig neue Investitionen eine bis zum letzten Tag der Geschäftsbeziehung kontinuierlich stattfindende Erweiterung des Kundenkreises habe erwirken können, greife es zu kurz, eine länger dauernde Vertragsbeziehung als unbillig zu betrachten. Im vorliegenden Fall komme hinzu, dass der Kläger nicht nur den

Kundenkreis erweitert habe, sondern auch noch den zur Bearbeitung dieses Kundenkreises erforderlichen Betrieb mit fortlaufenden Investitionen für die Beklagten bis zum letzten Tag kontinuierlich auf- und ausgebaut habe (act. 1 Rz. 178). Zudem sei sein guter Verdienst auf seinen deutlich überdurchschnittlichen Arbeitseinsatz zurückzuführen und nicht auf die Höhe der Provisionsansätze (act. 1 Rz. 117). Die von der Beklagten geleisteten Zuschüsse seien unter Art. 418u OR unbeachtlich. Im Lichte der Gesamtvergütung würden die Entschädigungen auch nicht ins Gewicht fallen und das Austauschverhältnis sowie die Risikoverteilung im Lichte der Kundschaftsentschädigung nicht als unbillig erscheinen lassen (act. 22 Rz. 114, Rz. 158).

E. 2.2.2

Beklagte Die Beklagten bestreiten, dass der Kläger das Prämienvolumen wesentlich (im Sinne von Art. 418u OR) gesteigert habe. Für den angeblichen Anspruch auf Kundschaftsentschädigung sei auch nicht das gesamte Portefeuille unter Einchluss des Lebens-Teils relevant. Ein Anspruch könne einzig in Bezug auf das reproduktionsfähige Portefeuille bestehen (act. 9 Rz. 153). Die Reproduktionsfähigkeit im Bereich Motorfahrzeugversicherungen werde ausgeschlossen, weil diese Versicherungen regelmässig mit kurzen Vertragsdauern von oftmals nur einem Jahr abgeschlossen werden würden und ein jährliches Kündigungsrecht und weitere zahlreiche ausserordentliche Kündigungsmöglichkeiten bestünden. Zudem könnten diese Verträge innert wenigen Minuten online abgeschlossen werden (act. 9 Rz. 155). Überdies sei auch der Bereich Einzelleben und Kollektivleben

- 7 - nicht reproduktionsfähig. Die Rechtsprechung des Bundesgericht bezüglich Lebensversicherung sei auch auf diesen Bereich anzuwenden (act. 9 Rz. 157). Die Beklagten bringen zudem vor, dass der Kläger diverse Portefeuille-Zuteilungen erhalten habe, von welchen er massiv habe profitieren können und die für die bestrittene Kundschaftsentschädigung auszuklammern wären (act. 9 Rz. 77 ff.). Die Beklagten behaupten weiter, aus der Berechnung von Anfang 2010 bis Ende 2019 ergebe sich, dass der Kläger im Bereich Nichtleben (alle Sparten: Nichtleben ohne Motorfahrzeugversicherung, Motorfahrzeugversicherung und Rechtsschutz) eine Compound Annual Growth Rate (fortan: "CAGR") von 2.88% erreicht habe (act. 9 Rz. 90 f.). Diese CAGR reiche im Einklang mit der Praxis und Lehre nicht aus, um eine erhebliche Erweiterung des Kundenkreises zu begründen (act. 9 Rz. 93). Überdies stellen sich die Beklagten gestützt auf die bundesgerichtliche Rechtsprechung auf den Standpunkt, dass eine Kundschaftsentschädigung aufgrund der langen Vertragsdauer unbillig wäre (act. 9 Rz. 175 ff.; act. 26 Rz. 84, Rz. 86, Rz. 117 ff.). Zudem handle es sich bei den vom Kläger vorgebrachten Investitionen um ganz normale laufende Betriebsaufwände (act. 9 Rz. 178 f.). Die substantiellen Zuschüsse wie Innen- und Aussendienst-Kostenentschädigungen seien zumindest unter dem Titel der Billigkeit zu berücksichtigen (act. 9 Rz. 127, Rz. 184 ff.; act. 26 Rz. 90, Rz. 111). Rund 41% der gesamten Vergütung des Klägers in den Jahren 2015 bis 2018 hätten aus solchen Zuschüssen bestanden (act. 9 Rz. 26 ff., Rz. 184). Schliesslich tragen die Beklagten vor, es handle sich bei den vom Kläger akquirierten und betreuten Kunden um persönliche Kunden, welche mangels erheblicher Vorteile grundsätzlich nicht zu einem Anspruch auf eine Kundschaftsentschädigung führen könnten (act. 9 Rz. 132; act. 26 Rz. 67).

E. 2.3

Rechtliches

E. 2.3.1

Eine Kundschaftsentschädigung im Sinne von Art. 418u OR ist – wie nachfolgend näher darzulegen ist – geschuldet, wenn folgende Voraussetzungen kumulativ erfüllt sind:

- 8 - (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; (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.

E. 2.3.2

Der Agent hat folglich – 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 nutzen kann (BGE 134 III 497 E. 4.1 = Pra 98 [2009] Nr. 19; BGE 122 III 66 E. 3d; BGE 110 II 280 E. 3b = Pra 73 [1984] Nr. 213). Diese Regelung bildet im schweizerischen Recht eine Ausnahme. Das Bundesgericht hat in der Zusprechung und Bemessung der Kundschaftsentschädigung für Agenten immer wieder äusserste Zurückhaltung gezeigt (PÄRLI, a.a.O., Rz. 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).

E. 2.3.3

Der Agent muss, damit ein Anspruch auf Entschädigung entsteht, einen Kundenkreis überhaupt erst geschaffen oder einen bestehenden Kundenkreis wesentlich erweitert haben (BÜHLER, a.a.O., Rz. 23 zu Art. 418u OR; MATHYS, a.a.O., Rz. 6 zu Art. 418u OR). Ein Kundenkreis liegt nur dann vor, wenn der Agent einen eigentlichen Kundenstock für die provisionsberechtigten Geschäfte

- 9 - hinterlässt, auf den der Auftraggeber oder ein nachfolgender Agent weiter zugreifen kann, ohne dass es wesentlicher eigener Anstrengungen bedürfte, sei es, dass die Kunden von sich aus nachbestellen, oder dass ein nachfolgender Agent die Tätigkeit seines Vorgängers fortsetzen kann. Hingegen haben Vorteile aus während der Vertragsdauer abgeschlossenen oder vermittelten Geschäften unbeachtlich zu bleiben. Es liegt zudem in der Natur der Sache, dass nur dann ein fester Kundenkreis bestehen kann, wenn der Agent auf einem Geschäftsgebiet tätig ist, das der Befriedigung einer sich in absehbarer Zeit wiederholenden Nachfrage dient. Dies setzt in der Regel eine Ware oder Dienstleistung des wiederkehrenden Bedarfs voraus. Die vom Agenten erworbenen Kunden müssen dem Auftraggeber wahrscheinlich treu bleiben und ihren Bedarf weiterhin bei diesem decken. Dies darf bei einer bereits über eine gewisse Dauer bestehenden Geschäftsbeziehung vermutet werden (Urteil des BGer 4C.399/1999 vom 2. Mai 2000 E. 4a; BGE 103 II 277 E. 2 ff.; BGE 84 II 529 E. 1 ff.; BGE 84 II 164 E. 4 = Pra 47 [1958] Nr. 108; PÄRLI, a.a.O., Rz. 5 ff. und Rz. 15 zu Art. 418u OR; MATHYS, a.a.O., Rz. 5 und Rz. 9 f. zu Art. 418u

OR; BÜHLER, a.a.O., Rz. 24, Rz. 32 f., Rz. 38 und Rz. 40 zu Art. 418u OR). In der Versicherungsbranche kann die sich wiederholende Nachfrage nicht generell beurteilt werden. Insbesondere Lebensversicherungsverträge erstrecken sich über lange Zeiträume und lassen daher für dauernde Erneuerungen wenig oder zumeist gar keinen Raum offen (vgl. Urteil des BGer 4C.399/1999 vom 2. Mai 2000 E. 4a). Hingegen kann bei Kranken- und Unfallversicherungen, wie auch bei weiteren Versicherungen im Nichtleben-Bereich, insbesondere bei den sogenannten Kollektiv- und Gruppen-versicherungen, von einer möglichen Reproduktionsfähigkeit des Portefeuilles gesprochen werden (BÜHLER, a.a.O., Art. 418u Rz. 33). Eine Erweiterung des Kundenkreises setzt voraus, dass sich die Anzahl der Kunden oder zumindest deren Abnahmepotential vergrössert hat (PÄRLI, a.a.O., Rz. 5 f. zu Art. 418u OR; BÜHLER, a.a.O., Rz. 27 zu Art. 418u OR).

Selbstverständlich sind diejenigen Kunden nicht zu berücksichtigen, welche der Agent nach Beendigung des Agenturverhältnisses mit sich nimmt (BÜHLER, a.a.O., Rz. 34 zu Art. 418u OR). Eine Wesentlichkeit der Erweiterung des Kundenkreises setzt eine bedeutende Erhöhung der Kundenzahl oder des Abnahmepotentials voraus. Nach herrschender Lehre und

- 10 - Rechtsprechung ist grundsätzlich auf eine absolute Zunahme abzustellen, wobei für die Wesentlichkeit die jährliche prozentuale Zuwachsrate der Kundenzahl massgebend sein soll (BGE 84 II 164 = Pra 47 [1958], Nr. 108; MATHYS, a.a.O., Rz. 7 f. zu Art. 418u OR; BÜHLER, a.a.O., Rz. 28 f. zu Art. 418u OR; GEORG GAUTSCHI, in: Meier-Hayoz [Hrsg.], Berner Kommentar Obligationenrecht Art. 407–424 OR, 2. A., Bern 1964, Rz. 3b zu Art. 418u OR).

E. 2.3.4

Die Schaffung oder Erweiterung des Kundenkreises muss sodann in ursächlichem Zusammenhang mit der Tätigkeit des Agenten stehen (BGE 84 II 164 = Pra 47 [1958] Nr. 108; PÄRLI, a.a.O., Rz. 4 zu Art. 418u OR; MATHYS, a.a.O., Rz. 6 zu Art. 418u OR; BÜHLER, a.a.O., Rz. 25 zu Art. 418u OR). 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 Vertragsverhältnisses neue Kunden gewinnt, oder wenn er neue Geschäfte mit bestehenden Kunden des Auftraggebers abschliesst, wobei hierzu seine persönliche Tätigkeit massgebend gewesen ist (BÜHLER, a.a.O., Rz. 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 aber die Höhe der angemessenen Entschädigung (PÄRLI, a.a.O., Rz. 4 zu Art. 418u OR).

E. 2.3.5

Weiter setzt der Anspruch auf eine Kundschaftsentschädigung voraus, dass die Erweiterung des Kundenkreises einen erheblichen Vorteil für den Geschäftsherrn mit sich bringt. Damit ein erheblicher Vorteil vorliegt, muss es sehr wahrscheinlich sein, dass die vom Agenten gewonnenen Kunden dem Auftraggeber auch nach Beendigung des Agenturvertrags treu bleiben und sich weiterhin an den Auftraggeber wenden. Dies bedingt, dass der Auftraggeber ohne erheblichen zusätzlichen Aufwand innert nützlicher Frist Neuabschlüsse oder gewinnbringende Vertragsänderungen realisieren kann (Urteil des BGer 4A_544/2015 vom 17. März 2016 E. 4.1; Urteil des BGer 4C_399/1999 vom 2. Mai

2000 E. 4a; PÄRLI, a.a.O., Rz. 8 zu Art. 418u OR). Bei einer bereits über eine gewisse Dauer bestehenden

- 11 - Geschäftsbeziehung mit dem Kunden darf vermutet werden, der Auftraggeber könne sie weiter nutzen (PÄRLI, a.a.O., Rz. 8 zu Art. 418u OR). Diese Nutzung ist i.d.R. nur möglich bei Waren eines wiederkehrenden Bedarfs (BGE 103 II 277 E. 3a). Die Praxis hat Kundentreue bei Lebensversicherungen verneint (Urteil des BGer 4C.399/1999 vom 2. Mai 2000 E. 4a).

E. 2.3.6

Schliesslich wird negativ 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 auszubezahlen 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 E. 3e; KURT PÄRLI, in: Widmer Lüchinger/Oser [Hrsg.], Basler Kommentar Obligationenrecht I, 7. A., Basel 2020, Rz. 10 zu Art. 418u OR; BEAT MATHYS, in: Huguenin/Müller-Chen [Hrsg.], Handkommentar zum Schweizer Privatrecht, 3. A., Zürich 2016, Rz. 11 zu Art. 418u OR; THEODOR BÜHLER, in: Gauch/Schmid [Hrsg.], Zürcher Kommentar, Der Agenturvertrag, 2. A., Zürich 2000, Rz. 44 zu Art. 418u OR). Unbillig ist die Kundschaftsentschädigung also, 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 erworbenen Kundschaft profitieren konnte (BGE 110 II 476 E. 3a.; BGE 103 II 277 E. 5; BGE 84 II 533 E. 8; PÄRLI, a.a.O., Rz. 10 zu Art. 418u OR; MATHYS, a.a.O., Rz. 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 E. 3e; PÄRLI, a.a.O., Rz. 9 zu Art. 418u OR).

- 12 -

E. 2.3.7

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 zu beweisen, dass der Anspruch unbillig oder gegenüber dem Nettojahresverdienst herabzusetzen sei (Art. 8 ZGB; BGE 134 III 497 E. 4.1 = Pra 98 [2009] Nr. 19; BGE 103 II 277 E. 2; PÄRLI, a.a.O., Rz. 15 zu Art. 418u OR).

E. 2.4

Würdigung

E. 2.4.1

Ausgangslage

E. 2.4.1.1

Unbestritten und entsprechend nicht weiter zu prüfen ist, dass das Agenturverhältnis per Ende 2019 gestützt auf das Kündigungsschreiben der Beklagten vom 18. Juni 2019 aufgrund Erreichen des 64. Altersjahrs, welches gemäss Ziff. 3.2 des Vertrags zur Beendigung des Agenturvertrages führte, beendet worden ist (act. 1 Rz. 39 f.; act. 9 Rz. 34; act. 3/19; act. 11/3 S. 2). 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 bei den Voraussetzungen sind folglich erfüllt.

E. 2.4.1.2

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. Insbesondere kann die Berechnung der relevanten Erweiterung des Kundenkreises nicht erfolgen, ohne zu ermitteln, in welchen Bereichen die Beklagten denn überhaupt einen Vorteil hätten erlangen können.

E. 2.4.2

Erweiterung des Kundenkreises

E. 2.4.2.1

Ausgangslage Einig sind sich die Parteien, dass sich die Wesentlichkeit nach dem Umsatz bzw. dem Umsatzpotenzial beurteilt (act. 1 Rz. 144; act. 9 Rz. 144) und dass für den

- 13 - Umfang der Erweiterung des Kundenkreises auf das prozentual als geometrisches Mittel ausgedrückte durchschnittliche jährliche Wachstum des Prämienvolumens des Klägers bzw. die CAGR abzustellen ist (act. 1 Rz. 94; act. 9 Rz. 87; act. 22 Rz. 66; act. 26 Rz. 45). Der Wortlaut von Art. 418u OR deutet zwar 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., Rz. 6 zu Art. 418u OR). Vorliegend ist mit den Parteien davon auszugehen, dass die Prämienvolumina den Kundenzuwachs im Sinne von Art. 418u OR besser darstellen, und es ist in der Folge alleine damit und nicht mit der Kundenzahl zu rechnen.

E. 2.4.2.2

Relevanter Zeitraum und massgebliche Berechnungsmethode 2.4.2.2.1. Den Anfangsbestand des Gesamtportefeuilles im Januar 1983 beziffern die Parteien übereinstimmend mit CHF 1'823'782.– (act. 1 Rz. 79; act. 9 Rz. 76). Unbestritten ist, dass die Zahlen folgender Jahre (insbesondere 1984 bis 1996 sowie 2004 bis 2008) nicht mehr eruiert werden können. Überdies stimmen die Parteien darin überein, dass es nicht mehr möglich ist, die Portefeuille-Grössen aus den Jahren vor 2009 in unterschiedliche Bereiche aufzuteilen. Auch die Ausscheidung des Bereichs der Motorfahrzeugversicherung sei erst ab Anfang 2011 möglich (act. 1 Rz. 82 ff; act. 9 Rz. 74 ff.). Die Parteien scheinen sich schliesslich auch einig zu sein, dass für die Berechnung der CAGR auf die Prämienvolumina von 2010 bis 2019 abzustellen sei (act. 1 Rz. 83 ff.; act. 9 Rz. 73 ff., Rz.

88; act. 22 Rz. 199, Rz. 205). 2.4.2.2.2. 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 Rechtsprechung 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,

- 14 - 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. 2.4.2.2.3. Der Kläger stellt vorliegend keine Editionsbegehren hinsichtlich früherer Jahre. Die pflichtgemässe Ermessensausübung bedingt die genügende Dokumentation mit den erforderlichen Daten. Von den Parteien ist der Zeitraum von 2010 bis 2019 nicht bestritten, weshalb auf die im Recht und grösstenteils unbestrittenen Daten in diesem Zeitraum abzustellen ist. 2.4.2.2.4. 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 den Zahlen für das Gesamtportfolio, die für einen Teil der Vertragsdauer vorliegen, auch die für den Zeitraum 2010 bis 2019 vorliegenden detaillierteren Zahlen zu beurteilen. 2.4.2.2.5. Wie ausgeführt und von den Parteien unbestritten (vgl. vorstehend Ziff. 2.4.2.1) ist für die Beurteilung der Wesentlichkeit nach der Rechtsprechung und Lehre die durchschnittliche jährliche Zuwachsrate (CAGR) relevant. Uneinig sind sich die Parteien darüber, ob eine einstufige oder eine zweistufige Berech-

- 15 - nung einschlägig ist, mithin ob die Kleinbroker-Umteilung auszuklammern ist oder nicht (act. 9 Rz. 77 ff., Rz. 89; act. 22 Rz. 67, Rz. 89 ff.; act. 26 Rz. 55, Rz. 69 ff., Rz. 78 f.). Zudem ist umstritten, welche Sparten zu den reproduzierbaren Bereichen gehören und daher bei der Berechnung der CAGR zu berücksichtigen sind (act. 1 Rz. 77, Rz. 159 ff.; act. 9 Rz. 153 ff., act. 22 Rz. 27 ff., Rz. 188, Rz. 193 f., Rz. 239 ff.; act. 26 Rz. 22, Rz. 26). 2.4.2.2.6. Demnach ist für die Beurteilung der Entwicklung des Kundenkreises die jährliche Zuwachsrate, nämlich die CAGR, zu ermitteln. Diese kann mit folgender Formel berechnet werden, wobei "n" der relevanten Anzahl Jahre entspricht: $1 \left(\frac{\text{Zuwachsrate}}{100} \right)^n - 1$

E. 2.4.2.3

Relevantes Portfolio 2.4.2.3.1. Reproduzierbare Bereiche 2.4.2.3.1.1. Wie ausgeführt (vgl. vorstehend Ziff. 2.3.5), 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 (vgl. dazu nachstehend Ziff. 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. 2.4.2.3.1.2. Massgebend ist, ob das Portfolio bzw. Teile davon reproduktionsfähig sind. Dies halten auch die Parteien übereinstimmend fest (act. 1 Rz. 74 ff.; act. 9 Rz. 66, Rz. 153 ff.). Das Bundesgericht wie auch das Handelsgericht haben sich in der bisherigen Rechtsprechung zur Reproduktionsfähigkeit von Portfolios in der

- 16 - Versicherungsbranche bereits geäussert (Urteil des BGer 4C.399/1999 vom

E. 2.4.2.4

Kausalzusammenhang Sodann kann nur diejenige Erweiterung des Kundenkreises massgebend sein, welche auf die Tätigkeit des Agenten zurückzuführen ist. Der Kläger bringt dazu hauptsächlich vor, er habe "nachweislich stets substantiell in die Entwicklung und Erhaltung des Kundenstammes investiert" und trägt hierzu diverse Investitionen vor (vgl. act. 1 Rz. 100 ff.). Die Beklagten bestreiten den Akquisitionsaufwand des Klägers bei von ihm akquirierten Kunden nicht. Sie stellen sich auf den Standpunkt, dass die Höhe dieses Aufwands bei der Bemessung einer allfälligen Kundenschaftsentschädigung relevant sei, da diese in den Nettojahresverdienst einfließen und diesen schmälern würde. Vorliegend bestünde aber von vornherein kein Anspruch unter Art. 418u OR, weshalb sich die Frage nach der Bemessung einer Kundenschaftsentschädigung gar nicht erst stelle (vgl. act. 9 Rz. 100 f.). Dass der Kläger einen kausalen Beitrag zur Erweiterung des Kundenkreises geleistet hat, ist demnach unbestritten und daher auch nicht weiter zu diskutieren. Für die Berechnung der CAGR ist deshalb davon auszugehen, dass der Kläger zum Aufbau des Nichtleben Portfolios abzüglich der Kleinbroker-Umteilung von

- 22 - CHF 923'687.– (vgl. vorstehend Ziff. 2.4.2.3.2) einen kausalen Beitrag leistete und dieses Prämienvolumen als Grundlage für die weiteren Berechnungen dient.

E. 2.4.2.5

Wesentliche Erweiterung des Kundenkreises 2.4.2.5.1. 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 Würdigung 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. 2.4.2.5.2. Für das Gesamtportfolio ergibt sich aus dem Gesagten folgende Entwicklung, wobei die Zahlen aus der Zusammenfassung der Beklagten (act. 9 S. 51) bzw. den darin zitierten Beilagen stammen: 1. Januar 1983 bis 31. Dezember 2019 Ausgangsportfolio CHF 1'823'782.–

Schlussportfolio CHF 49'158'002.– CAGR 9.311% 1. Januar 1997 bis 31. Dezember 7 Jahre 2003 Ausgangsportfolio CHF 7'323'753.– Schlussportfolio CHF 14'753'864.– CAGR 10.523% 1. Januar 2010 bis 31. Dezember 10 Jahre

- 23 - 2019 Ausgangsportfolio CHF 30'058'442.– Schlussportfolio CHF 49'158'002.– CAGR 5.042% Durchschnittswert für die Jahre 1997 7.299% bis 2019 (ohne 2003-2010)
2.4.2.5.3. Aus dieser Berechnung ergibt sich, dass eine Erweiterung des Portfolios des Klägers vor allem in den Jahre 1997 bis 2003 erfolgt ist, während in den letzten zehn Jahren der Tätigkeit die Zunahme deutlich geringer war, nämlich nur noch rund halb so gross.
2.4.2.5.4. Wie vorstehend festgestellt, werden die Bereiche Einzel- und Kollektivleben nicht als reproduzierbar betrachtet (vgl. Ziff. 2.4.2.3.1.4 f.), weshalb diese Bereiche bei der Berechnung der CAGR irrelevant sind. Dagegen ist die Sparte Motorfahrzeugversicherung im Bereich Nichtleben reproduzierbar und bei der Berechnung zu berücksichtigen (vgl. vorstehend Ziff. 2.4.2.3.1.6 f.). Zusammengefasst sind demnach die Portfoliobestände der Bereiche Nichtleben und Rechtsschutz zu berücksichtigen.
2.4.2.5.5. Der Kläger behauptet, das Portfolio Nichtleben habe einen Endbestand von CHF 28'553'704.– per 31. Dezember 2019 gehabt (act. 1 Rz. 92). Das vom Kläger in diesem Zusammenhang in der Klage gestellte Editionsbegehren betreffend den Portfeuillebestand im Bereich Rechtsschutz per 31. Dezember 2019 (vgl. act. 1 Rz. 86) erübrigt sich, weil die Beklagten dieses Prämienvolumen in der Höhe von CHF 1'974'614.– in ihrer Klageantwort offenlegen (vgl. act. 9 S. 52). Die Beklagten stellen auf einen Endbestand des Portfeuille im Bereich Nichtleben inkl. Rechtsschutz per 31. Dezember 2019 von CHF 28'511'764.– ab (act. 9 S. 59). Zwar bestreitet der Kläger replicando in pauschaler Weise die Behauptungen der Beklagten zur Portfeuille Entwicklung (act. 22 Rz. 199), aber der behauptete Endbestand per 31. Dezember 2019 im Bereich Nichtleben inkl. Rechts-

- 24 - schutz wird vom Kläger nicht konkret infrage gestellt. Daher ist auf den Endbestand per 31. Dezember 2019 in der Höhe von CHF 28'511'764.– gemäss den Beklagten abzustellen (vgl. act. 9 S. 52 und S. 59). Ohnehin beträgt die Differenz zwischen dem Endbestand des Klägers und dem Endbestand der Beklagten per 31. Dezember 2019 lediglich CHF 41'940.–, was sich letztlich nur minim auf die CAGR auswirkt, nämlich in Form von einer Differenz von 0.015%.
2.4.2.5.6. Für das Schlussportfolio im Bereich Nichtleben per 31. Dezember 2013 legen die Parteien unterschiedliche Zahlen dar. Der Kläger geht von einem Schlussportfolio von CHF 23'111'294.– aus (act. 1 Rz. 92), die Beklagten von einem Schlussportfolio von CHF 24'516'000.– (act. 9 S. 52 und S. 59). Da es sich weder aus den vom Kläger eingereichten Vertriebskennzahlen (act. 3/50) noch aus den Auszügen der Beklagten (act. 11/36) genau eruieren lässt, welche Zahl nun zutreffend ist, wird zugunsten des Klägers auf den höheren von den Beklagten vorgebrachten Portfoliobestand von CHF 24'516'000.– abgestellt.
2.4.2.5.7. Um die Übernahme der Kleinbroker-Umteilung im September 2013 während der Vertragsdauer korrekt abzubilden, ist die Berechnung zweistufig vorzunehmen und das übernommene Portfolio von CHF 923'687.– auszuklammern (vgl. vorstehend Ziff. 2.4.2.3.2). Die Beklagten ziehen dazu in einem ersten Schritt den Betrag der Kleinbroker-Umteilung von CHF 923'687.– vom Portfeuillebestand des Bereichs Nichtleben per 31. Dezember 2013 von CHF 24'516'000.– ab, was ein Portfeuille per 31. August 2013 von CHF 23'592'313.– ergibt (vgl. act. 9 S. 59). In einem zweiten Schritt berechnen sie anhand des Portfeuillees per 31. Dezember 2013 inklusive der Kleinbroker-Umteilung und des Portfeuillees per 31. Dezember 2019 die CAGR. Diese Vorgehensweise erscheint logisch und wird so vom

Kläger auch nicht bestritten, weshalb im Folgenden die Ausklammerung der Kleinbroker-Umteilung nach der Vorgehensweise der Beklagten, nämlich in zwei Stufen, vorgenommen wird. 2.4.2.5.8. Wird die Berechnung auf die reproduzierbaren Bereiche beschränkt, also Nichtleben inkl. Motorfahrzeugversicherung sowie Rechtsschutz, und die Kleinbroker-Umteilung ausgeklammert, ergeben sich folgende Werte:

- 25 - 1. Januar 2010 bis 31. August 2013 3.67 Jahre Ausgangsportfolio CHF 20'660'093.50 (CHF 19'816'814.30 + CHF 843'279.20) Schlussportfolio CHF 23'592'313.– (CHF 24'516'000.– - CHF 923'687.–) Übernahme Kleinbroker CHF 923'687.– CAGR 3.682% 1. September 2013 bis 31. Dezember 2019 6.33 Jahre Ausgangsportfolio CHF 24'516'000.– Schlussportfolio Beklagte CHF 28'511'764.– CAGR 2.414% Durchschnittswert für die Jahre 2010 bis 2019 2.88% 2.4.2.5.9. Die CAGR beträgt somit unter Ausklammerung der Kleinbroker- Umteilung 2.88%. 2.4.2.5.10. Die verschiedenen Berechnungen zeigen letztlich ein vergleichbares Bild: In den letzten zehn Jahren der Vertragsbeziehung, für welche detailliertere Werte vorliegen, beträgt die jährliche Wachstumsrate des relevanten Portfolios weniger als 3%. Höher ist der Wert für das Gesamtportfolio über die gesamte Vertragsdauer. Geht man vom Ausgangsportfolio aus dem Jahr 1983 aus und berücksichtigt die fehlenden Daten der Jahre 1984 bis 1996 und 2004 bis 2008 nicht, beträgt die durchschnittliche CAGR über die gesamte Vertragslaufzeit 9.311%. Unter Berücksichtigung der fehlenden Angaben für die Jahre 1984 bis 1996 und 2004 bis 2008 wurde der Kundenkreis zwischen 1997 und 2003 durch-

- 26 - schnittlich um rund 7% erweitert. Dabei ist indessen zu beachten, dass für die Jahre 1984 bis 1996 und 2004 bis 2008 unbestrittenmassen keine Zahlen verfügbar sind (act. 1 Rz. 82 ff; act. 9 Rz. 74 ff.); mithin sind 18 Jahre der 37-jährigen Vertragsbeziehung – nämlich fast die Hälfte der Zeit – nicht dokumentiert. Zudem sind im Gesamtportfolio nebst zusätzlichen Portefeuille-Übernahmen auch die nicht reproduzierbaren Bereiche Einzel- und Kollektivleben enthalten, wobei aufgrund der fehlenden Angaben nicht beurteilt werden kann, inwiefern sich diese Faktoren auf die bessere Performance ausgewirkt haben. Entsprechend ist die Quote über das gesamte Portfolio zu hinterfragen. Dies auch, weil sich aus den vorstehenden 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. 2.4.2.5.11. Rechtsprechung und Lehre gehen meist von einer Schwelle von 15% für die Annahme einer wesentlichen Erweiterung des Kundenkreises aus (etwa GAUTSCHI, a.a.O., Rz. 3b zu Art. 418u OR; Urteil des BGR 4C.218/2005 vom

E. 2.4.2.6

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 zehn Jahre zu beschränken ist. Sodann sind einzig diejenigen Bereiche zu berücksichtigen, welche einen besonderen Vorteil für die Beklagten darstellen können, weshalb die

- 28 - Einzel- und Kollektivlebensversicherungen bei der Beurteilung auszuklammern sind. Nach dem Gesagten beträgt die CAGR des Klägers in den Jahren 2010 bis 2019 2.88%, was nicht als wesentlich gilt. Selbst im Vergleich mit dem Gesamtmarkt liegt die CAGR des

Klägers immer noch im untersten Bereich der von einem Teil der Lehre vorgeschlagenen Bandbreite. Daher ist die Erweiterung des Kundenkreises als nicht wesentlich im Sinne von Art. 418u Abs. 1 OR zu beurteilen. Es besteht daher schon aufgrund der fehlenden Wesentlichkeit kein Anspruch nach Art. 418u OR.

E. 2.4.3

Erheblicher Vorteil

E. 2.4.3.1

Zentrales Element für die Beurteilung eines erheblichen Vorteils ist die Reproduzierbarkeit des Portfolios. Diese wurde bereits im Zusammenhang mit der wesentlichen Erweiterung des Kundenkreises berücksichtigt; darauf kann verwiesen werden (vgl. vorstehend Ziff. 2.4.2.3.1).

E. 2.4.3.2

Die Beklagten bringen darüber hinaus vor, dass Portfolios von Generalagenten generell nicht reproduzierbar seien bzw. dem Geschäftsherrn keinen besonderen Vorteil bringen könnten (act. 9 Rz. 128 ff.). Die Beklagten stützen diese Auslegung auf ein Urteil des Bundesgerichts, wonach zwischen persönlichen und realen Kunden zu unterscheiden sei (BGE 134 III 497 E. 4.4.2 = Pra 98 [2009] Nr. 19). Die Unterscheidung gelte auch im Versicherungsgeschäft. Ein wesentlicher Vorteil für den Auftraggeber könne nur bei Kunden vorliegen, die an die Marke bzw. die Produkte gebunden sind. Dagegen sei bei Kunden des Agenten, die diesem treu bleiben und entsprechend mit ihm (gegebenenfalls) den Anbieter wechseln, kein Vorteil gegeben. Der Kläger hingegen ist der Auffassung, dass die von den Beklagten erwähnte bundesgerichtliche Rechtsprechung nicht auf die Versicherungsbranche übertragbar sei. Versicherungsprodukte erforderten in wesentlich stärkerem Masse spezifisches Know-How in der Produktberatung und ein grundlegendes Vertrauen in die Person des Beraters (act. 22 Rz. 71c). Das auf persönliches Vertrauen beruhende Beratungsverhältnis vermöge eine Kundenschaftsentschädigung nicht auszuschliessen (act. 22 Rz. 71d).

- 29 -

E. 2.4.3.3

Aus einem persönlichen Vertrauensverhältnis eine (volumfängliche) Einordnung sämtlicher Kunden als persönliche Kunden abzuleiten, ginge aber zu weit. Wie bereits festgehalten, ist von einem gesamten Schlussportfolio von CHF 49'158'002.– per Ende 2019 auszugehen (vgl. vorstehend Ziff. 2.4.2.5.2). Dass der Kläger jeden dieser Kunden derart betreute, dass eine Kundentreue nur zu ihm selbst, nicht aber zu den Beklagten als Vertragspartner der Kunden, bestünde, entspricht nicht der Realität in der Versicherungsbranche und wird von den Beklagten für das Portfolio des Klägers auch nicht konkretisiert. Es dürfte auch nicht dem Konzept einer Generalagentur einer Versicherung entsprechen, dass sich der Versicherungsnehmer an den Generalagenten bindet. Naheliegender ist vielmehr die Ansicht des Klägers, dass sich der Kunde an die Marke, nämlich die A._____, bindet (vgl. act. 22 Rz. 71d). Somit kann den Beklagten nicht gefolgt werden; beim Portfolio des Klägers handelt es sich nicht um persönliche Kunden. Ein erheblicher Vorteil ist folglich gegeben.

E. 2.4.3.4

Zusammenfassend lässt sich nach dem Gesagten festhalten, dass zwar ein erheblicher Vorteil der Beklagten für den reproduzierbaren Bereich Nichtleben alle Sparten zu bejahen wäre. Dies führt aber aufgrund der fehlenden wesentlichen Erweiterung des Kundenkreises (vgl. vorstehend Ziff. 2.4.2.5) und der Unbilligkeit der Kundschaftsentschädigung (vgl. nachstehend Ziff. 2.4.4) nicht zu einem Anspruch nach Art. 418u OR.

E. 2.4.4

Billigkeit

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 (vgl. vorstehend Ziff. 2.3.6). Die Beklagten machen verschiedene Gründe geltend, weshalb keine Kundschaftsentschädigung geschuldet sei. Hauptsächlich begrün-

- 30 - den sie die Unbilligkeit mit der langen Vertragsdauer (vgl. nachfolgend Ziff. 2.4.4.2) und der hohen Entschädigung (vgl. nachfolgend Ziff. 2.4.4.4).

E. 2.4.4.2

Lange Vertragsdauer 2.4.4.2.1. Der Kläger war unbestrittenermassen während 37 Jahren als Generalagent für die Beklagten bzw. deren Rechtsvorgängerin tätig. Er konnte somit während langer Zeit einen Nutzen aus dem von ihm vermittelten Kundenstamm ziehen und regelmässig 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 E. 3a m.w.H.; Urteil des BGer 4C.218/2005 vom 3. April 2006 E. 6.3; Urteil des HGer ZH HG070302 vom 12. April 2011 E. 3.5.3). 2.4.4.2.2. Den Einwänden des Klägers gegen das Kriterium der Dauer des Agenturverhältnisses kann nicht gefolgt werden. Entgegen seiner Ansicht (act. 22 Rz. 135 lit. d, Rz. 142) spielt die Dauer des Vertrages bei der Frage der Billigkeit einer Kundschaftsentschädigung grundsätzlich als ein zu berücksichtigender Umstand eine Rolle. Die Höhe der Entschädigung stellt zwar ein weiteres Kriterium zur Beurteilung der Billigkeit dar (vgl. nachstehend Ziff. 2.4.4.4), aber der Kläger setzt diese beiden Punkte in einen Zusammenhang, der sich so nicht aus der Rechtsprechung ergibt. Aus der vom Kläger zitierten Rechtsprechung lässt sich nicht schliessen, dass die Dauer des Vertrages ausser Betracht fällt, wenn der Agent eine marktübliche Entschädigung während der Vertragsdauer erhielt (vgl. act. 22 Rz. 136 mit Hinweis auf BGE 84 II 529 E. 8, BGE 110 II 476 E. 3a und BGE 103 II 277 E. 5). Aus der bundesgerichtlichen Rechtsprechung ergibt sich lediglich, dass eine überdurchschnittliche Entschädigung während der Dauer des Vertrages zur Unbilligkeit führt, aber nicht dass bei einer marktüblichen Entschädigung das Kriterium der Vertragsdauer unerheblich sei. 2.4.4.2.3. Zusammenfassend stellt eine lange Vertragsdauer einen Grund dar, weshalb eine Kundschaftsentschädigung unbillig sein könnte. Der Kläger war unbestrittenermassen 37 Jahre und damit lange für die Beklagten bzw. deren Rechtsvorgänger tätig.

E. 2.4.4.3

Investitionen 2.4.4.3.1. Bei Verträgen mit längeren Laufzeiten ist eine Amortisation von getätigten Investitionen eher möglich als bei Verträgen mit kurzen Laufzeiten. Daher verfährt auch das Argument des Klägers, er habe die unmittelbar vor Vertragsende getätigten Investitionen noch nicht amortisieren können (act. 1 Rz. 102, Rz. 176 ff.; act. 22 Rz. 138 ff.), nicht. Zwar mag es sein, dass der Kläger bis zum letzten Tag des Vertragsverhältnisses den vollen Einsatz leistete und auf das Erreichen der vorgegebenen Wachstumsziele hinarbeitete, sowie, dass ihn eine fortlaufende Investitionspflicht traf (vgl. act. 22 Rz. 149), aber er kommt seiner Substantiierungspflicht hinsichtlich der angeblich nicht amortisierten Investitionen nicht nach (vgl. act. 1 Rz. 102; act. 22 Rz. 139). Es wäre am Kläger gewesen, konkret darzutun, dass es sich um Investitionen handelt, die er in der Bilanz aktiviert, bzw. dass und in welchem Betrag diese bis zum Vertragsende im Jahr 2019 noch nicht amortisiert werden konnten. Seine pauschale Auflistung von Auslagen, die teilweise nicht einmal beziffert sind, genügt diesen Anforderungen nicht (vgl. act. 1 Rz. 102). Weshalb Investitionen wegen ihrer wiederkehrenden Natur nicht amortisiert werden können, legt der Kläger zudem nicht genügend dar (vgl. act. 22 Rz. 141). Ebenso überzeugt der klägerische Standpunkt, dass die Wachstumsziele sowie der Umstand, dass Neuabschlüsse besser provisioniert würden als Portfeuillebestände und daher von der Natur der Sache her fortlaufende Investitionen bedingen würden (vgl. act. 22 Rz. 139, Rz. 144), nicht. Wie die Beklagten zutreffend ausführen (vgl. act. 9 Rz. 179 f.), ist bei befristeten Agenturverträgen wie dem vorliegenden, bei welchem der Kläger schon seit jeher wusste, dass der Vertrag Ende 2019 enden wird, nicht anzunehmen, dass noch nicht amortisierte Investitionen bestünden. Gerade bei regelmässigen bzw. wiederkehrenden Auslagen ist eine Amortisation planbar und daher durchaus auch bis zum absehbaren Ende des Vertragsverhältnisses umsetzbar. Nicht amortisierte Investitionen kommen eher bei Verträgen mit kurzen Vertragslaufzeiten und regelmässigen Kündigungsfristen vor, da der Agent in diesen Konstellationen mit grösseren

- 32 - Unsicherheiten konfrontiert ist. Diese Umstände liegen vorliegend unbestrittenermassen nicht vor. 2.4.4.3.2. Überdies überzeugt das Argument der Beklagten, dass es sich bei diesen Auslagen um normale laufende Betriebsaufwände handle (act. 9 Rz. 178; act. 26 Rz. 127). Die vom Kläger selbst ins Recht gelegten Kontoauszüge aus den Jahren 2011 bis 2019 sowie die Bilanzen der Jahre 2015 bis 2018 des Klägers zeigen, dass der Kläger keine Investitionen aktiviert und stattdessen Werbeaufwände verbuchte (vgl. act. 3/55; act. 3/73–76). Es handelt sich also bei den vom Kläger pauschal vorgebrachten Aufwendungen nicht um in der Bilanz aktiviert und noch nicht amortisierte Investitionen, die allenfalls eine Kundschaftsentschädigung als billig erscheinen lassen könnten. Aber selbst wenn der Kläger in der Bilanz Investitionen aktiviert hätte, die noch nicht amortisiert worden wären, müsste es sich dabei ohnehin dem Ausnahmecharakter von Art. 418u OR entsprechend um erhebliche Summen handeln. Nicht jede nicht amortisierte Investition könnte zu einem Anspruch auf Kundschaftsentschädigung führen. Bei den vom Kläger (unsubstantiiert) vorgebrachten Beträgen handelt es sich um relativ geringe Summen in der Höhe von CHF 81'000.– für eine Direktzahlung sowie durchschnittlich CHF 49'924.57 im Jahr für Werbe- und Marketingmassnahmen der letzten acht Jahre vor Vertragsende (vgl. act. 1 Rz. 102 lit. a und lit. c). Das wären aber keine erheblichen Investitionen, zumal sich aus den vorgelegten Jahresabschlüssen der Jahre 2015 bis 2018 Aussendienstaufwände von rund CHF 3.4 bis 4.7 Millionen pro Jahr ergeben (act. 3/73–76). Es ist folglich auch nicht erstellt, dass der Kläger die Früchte seiner unmittelbar vor Vertragsende getätigten

Investitionen noch nicht hätte ernten können (vgl. act. 1 Rz. 179). 2.4.4.3.3. Zusammenfassend handelt es sich bei den vom Kläger angeführten Investitionen um normale laufende Betriebsaufwände, die nicht zur Billigkeit einer Kundschaftsentschädigung führen können. Die fehlende Amortisation bis zum Vertragsende ergibt sich nicht aus dem klägerischen Tatsachenvortrag.

- 33 -

E. 2.4.4.4

Hohe Entschädigung 2.4.4.4.1. Die Beklagten stellen sich auf den Standpunkt, der Kläger habe nebst seiner Provision als eigentliches Entgelt für die Tätigkeit grosse Zuschüsse für den Betrieb der Generalagentur erhalten (act. 9 Rz. 18, Rz. 23 ff., Rz. 184). Die Entschädigungsstruktur für den Kläger als Generalagent wird von den Beklagten ausführlich dargelegt und vom Kläger nicht bestritten (act. 9 Rz. 23; act. 22 Rz. 109 ff., Rz. 162 ff.). 2.4.4.4.2. Demnach steht fest, dass der Kläger neben Provisionen (act. 9 Rz. 21 ff.; act. 11/5–15) diverse weitere Entschädigungen erhalten hat. Die Beklagten zählen eine Vielzahl verschiedener Elemente auf, wofür Entschädigungen und Provisionen bezahlt worden sind. Insbesondere haben sich die Beklagten mittels verschiedener Kostenentschädigungen an der Führung und Aufrechterhaltung des Betriebs der Generalagentur beteiligt (act. 9 Rz. 23 lit. a, b, f und g). Gestützt auf die Bilanzen des Klägers der Jahre 2015 bis 2018 haben die Beklagten errechnet, was unbestritten geblieben ist, dass der Kläger in den letzten vier Jahren seiner Tätigkeit solche Kostenentschädigungen im Umfang von mindestens 39 bis 41% der Dienstleistungserträge – also der erzielten Provisionen und damit zusammenhängenden Entschädigungen – erhalten hat (act. 9 Rz. 27; act. 3/73–76). 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. Aber auch gestützt auf die vereinbarten Provisionen für verschiedenste Sachverhalte (act. 9 Rz. 23 lit. c) sowie einen Umsatzbonus und einen Bonus für das Erreichen besonderer Zielvorgaben (act. 9 Rz. 23 lit. d und e) konnte der Kläger bereits ein erhebliches Einkommen generieren. 2.4.4.4.3. So führt er selbst aus, dass er in den letzten fünf Jahren vor Beendigung des Agenturvertrages durchschnittlich ein Einkommen von CHF 697'385.13 erzielt habe (act. 1 Rz. 199 f.). Dabei handelt es sich ohne Zweifel um ein ausserordentlich hohes Einkommen. Auch wenn der Kläger in zutreffender Weise ausführt, dass die von den Beklagten ins Recht gelegte Marktstudie nicht offen lege,

- 34 - wie hoch der durchschnittliche Verdienst eines Generalagenten der Beklagten im Marktvergleich sei (vgl. act. 22 Rz. 255), kann daraus zumindest abgeleitet werden, dass sich der Kläger klar über dem obersten Bereich des Einkommens von Generalagenten in der Schweiz bewegt. Dies bekräftigt der Kläger gleich selbst, indem er mehrfach betont, "durchaus gut verdient" zu haben (act. 1 Rz. 117, Rz. 184). Der Vergleich mit anderen Generalagenten ist jedoch nur am Rande relevant. Entscheidend ist, dass eine angemessene Entschädigung bezahlt wird, wofür der Vergleich lediglich ein (eher schwaches) Indiz darstellt. 2.4.4.4.4. Entgegen den klägerischen Behauptungen ist hingegen gänzlich irrelevant, ob die hohe Vergütung direkt auf einen deutlich überdurchschnittlichen Arbeitseinsatz bzw. Mehrarbeit zurückzuführen ist oder auf die Höhe der Provisionsätze (vgl. act. 1 Rz. 117). Es mag zutreffen, dass der Kläger einen überdurchschnittlichen Arbeitseinsatz geleistet hat, dafür hat er aber auch deutlich

überdurchschnittlich verdient. Ein Nettojahresverdienst in der Höhe von CHF 697'385.13 spricht dabei für sich selbst. Folglich erhielt er für seinen Einsatz eine entsprechende und mehr als angemessene Vergütung. Die vom Kläger vor- getragene Reduktion der Erneuerungsprovisionen und die stetige Verlagerung des Fokus der Tätigkeit hin zur Neukundenakquise ändern daran nichts (vgl. act. 1 Rz. 118; act. 22 Rz. 119 lit. a, Rz. 130 lit. b), zumal der Kläger diesen von den Beklagten bestrittenen Vorgang nicht belegen kann (vgl. act. 9 Rz. 115 ff.; act. 26 Rz. 102). Aus den im Recht liegenden Provisionstabellen im Bereich Nichtleben für Generalagenten der Jahre 2012, 2015 und 2019 ergibt sich weder eine wesentliche Reduktion der Erneuerungsprovision noch eine relevante Erhö- hung der Abschlussprovision (vgl. act. 1 Rz. 118; act. 3/71; act. 11/6; act. 11/46). Eine Verschiebung des Leistungsgleichgewichts zugunsten der Beklagten vermag der Kläger somit nicht darzutun. In Anbetracht dieser Umstände kann dem Kläger nicht gefolgt werden, dass er in der Höhe seines Einkommens beschränkt gewe- sen sei und dies zur Billigkeit einer Kundschaftsentschädigung führe (vgl. act. 1 Rz. 118; act. 22 Rz. 119 lit. a, Rz. 130 lit. b).

- 35 - 2.4.4.4.5. Zusammenfassend stellt das Einkommen des Klägers eine mehr als von der Rechtsprechung geforderte hinreichende Vergütung dar und kann zur Unbilligkeit einer Kundschaftsentschädigung führen.

E. 2.4.4.5

Beteiligung F._____ AG / Arbeitsvertrag mit Nachfolger 2.4.4.5.1. Als weiteren Aspekt, der die Ausrichtung einer Kundschaftsentschädi- gung unbillig machen würde, bringen die Beklagten die Beteiligung des Klägers an der F._____ AG vor. Die Beklagten vermuten, dass der Kläger zumindest im Zeitpunkt der Gründung, allenfalls aber auch weiterhin, eine massgebliche Betei- ligung an der F._____ AG halte. Diese Gesellschaft, welche über die ehemalige Generalagentur laufe, vermittele auch Versicherungen der Beklagten. Das entspre- chende Portefeuille betrage weit über CHF 10'000'000.–, was wiederum zu sub- stantiellen Provisionseinkommen seitens der F._____ AG führe. Es sei daher zu vermuten, dass das entsprechende Provisionseinkommen zu einem massgebli- chen Anteil über Dividendenzahlungen oder zumindest einen Wertzuwachs der F._____ AG dem Kläger zuflüsse (act. 9 Rz. 192 ff.). Überdies behaupten die Be- klagten, dass der Kläger mit seinem Nachfolger E._____ am 17. Dezember 2019 einen Arbeitsvertrag für Kundenberater im Aussendienst abgeschlossen habe, welcher am 1. Januar 2020 in Kraft getreten sei. Unter diesem Arbeitsvertrag ha- be der Kläger weiterhin ein erhebliches Provisionseinkommen erzielt. Beispiels- weise habe sich dieses im Zeitraum von Januar 2020 bis Februar 2021 auf über CHF 40'000.– belaufen (act. 9 Rz. 36 ff.). Der Kläger könne daher den Kunden- stamm weiterhin nutzen und ein allfälliger Anspruch auf eine Kundschaftsent- schädigung sei als unbillig zu qualifizieren (act. 9 Rz. 177, Rz. 195).

2.4.4.5.2. 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. 9 Rz. 191; BGE 103 II 277 E. 3a). Dabei geht es nicht darum, dem Klä- ger ein unredliches Verhalten vorzuwerfen. Vielmehr können auch nachvertragli- che Vorteile des Agenten dazu führen, dass ein allfälliges Ungleichgewicht aus- geglichen wird bzw. dass die vom Geschäftsherrn geleisteten Entschädigungen als angemessen anzusehen sind.

- 36 - 2.4.4.5.3. Der Kläger bestreitet nicht, dass er eine Beteiligung an der F._____ AG hält oder dass er in einem Arbeitsverhältnis mit dem Nachfolger E._____ steht (act. 22 Rz. 250). Er könne indessen nicht von dem von ihm während der Ver- tragsdauer geschaffenen und

den Beklagten übergebenen Kundenstamm profitieren. Sofern der Kläger für seine Beteiligung an der F._____ AG eine Dividende erhalten sollte, so würde dies lediglich ein Entgelt für das Zur-Verfügung-Stellen des Kapitals darstellen (act. 22 Rz. 257). 2.4.4.5.4. Nach den Beklagten soll die F._____ AG ein Portfolio mit einem Prämienvolumen von CHF 10'000'000.– betreuen (act. 9 Rz. 193). Dabei handelt es sich um einen Bruchteil des von der Generalagentur des Klägers betreuten Portfolios. Inwiefern sich die beiden Portfolios überschneiden, führen die Beklagten nicht aus. Lediglich die Vermutung, dass der Kläger aufgrund seiner Beteiligung an der F._____ AG massgeblich vom Provisionseinkommen habe profitieren und damit den Kundenstamm weiterhin selbst haben nutzen können (act. 9 Rz. 194 f.), genügt zur Substantiierung einer weiteren Nutzung des Kundenstammes nach Vertragsauflösung nicht. Auch aus dem innerhalb rund eines Jahres erzielten Provisionseinkommen von CHF 40'000.– unter dem Arbeitsvertrag mit dem Nachfolger des Klägers lässt sich keine massgebliche nachvertragliche Nutzung des Kundenstammes ableiten. Ein Provisionseinkommen von CHF 40'000.– über 14 Monate (Januar 2020 bis Februar 2021) entspricht monatlich rund CHF 2'860.–, also sogar noch weniger als der Kläger vorbringt (vgl. act. 22 Rz. 170). Bei diesem Betrag kann nicht von einem erheblichen Provisionseinkommen gesprochen werden, welches für sich allein zu einer Unbilligkeit der Kundschaftsentschädigung führen könnte. 2.4.4.5.5. Alleine aus der Beteiligung an der F._____ AG und der Tätigkeit für den Nachfolger E._____ 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 handelt, aus welcher der Kläger einen weiteren nachvertraglichen Nutzen ziehen kann. Allerdings schliesst dies eine gewisse Berücksichtigung im Rahmen einer Gesamtwürdigung nicht aus. So ergibt sich bereits aus dem unbestritten gebliebenen Sachverhalt,

- 37 - dass der Kläger weiterhin in derselben Branche und in derselben Region tätig ist und sein darf. Es ist deshalb nicht ausgeschlossen, dass er auch weiterhin, zumindest in einem beschränkten Umfang, vom aufgebauten Kundenkreis profitieren kann.

E. 2.4.4.6

Zwischenfazit Aus dem Gesagten ergibt sich, dass 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 37 Jahre lang von den Provisionen für die Geschäfte mit der von ihm geworbenen Kundschaft profitieren. Zumindest in den letzten fünf Jahren seiner Tätigkeit konnte er dabei ein sehr hohes Einkommen generieren (vgl. vorstehend Ziff. 2.4.4.4). Hinzu kommt, dass die Leistungen der Beklagten über die gemäss Gesetz geschuldeten üblichen Vermittlungs- oder Abschlussprovisionen hinausgegangen sind. Insgesamt liegt nach dem Gesagten ein Agenturverhältnis vor, in welchem der Agent angemessen entschädigt worden und kein Ungleichgewicht auszugleichen ist. Demnach ist die Ausrichtung einer Kundschaftsentschädigung im Sinne von Art. 418u OR unbillig und die Klage ist auch aus diesem Grund abzuweisen.

E. 2.4.5

Fazit Zusammenfassend ist festzuhalten, dass keine wesentliche Erweiterung des Kundenkreises vorliegt und die Ausrichtung einer Kundschaftsentschädigung unbillig ist,

weil der Kläger während der sehr langen Vertragsdauer von 37 Jahren ein hohes Einkommen erzielen konnte. Die Leistungen der Beklagten an den Kläger waren angemessen und es besteht kein Ungleichgewicht zwischen den Vertragsparteien, welches mittels einer Kundschaftsentschädigung auszugleichen wäre.

- 38 -

E. 3

Zusammenfassung der Tat- und Rechtsfragen Der Kläger war ab 1983 als Generalagent der Beklagten bzw. deren Rechtsvorgängern tätig. Weil der Kläger das Pensionsalter erreichte, wurde der Generalagenturvertrag per Ende 2019 aufgelöst. Da der Kläger das Prämienvolumen der Generalagentur während seiner Tätigkeit von rund CHF 1'823'782.– auf rund CHF 49'158'002.– gesteigert hat, ist er der Meinung, Anspruch auf eine Kundschaftsentschädigung im Sinne von Art. 418u OR zu haben, was von den Beklagten bestritten wird. Unbestritten ist einzig geblieben, dass die Auflösung des Agenturverhältnisses nicht auf Gründe zurückzuführen ist, welche der Kläger zu verantworten hat (vorstehend Ziff. 2.4.1.1). Sodann ist es dem Kläger nicht gelungen, eine wesentliche Erweiterung des Kundenkreises (vorstehend Ziff. 2.4.2.5) nachzuweisen. Hingegen können die Beklagten den Beweis erbringen, dass eine Kundschaftsentschädigung aufgrund der langen Vertragsdauer und der hohen Entschädigung im Sinne von Art. 418u OR unbillig ist (vorstehend Ziff. 2.4.4). Entsprechend ist die Klage vollumfänglich abzuweisen.

E. 4

Kosten- und Entschädigungsfolgen

E. 4.1

Kostentragung Bei diesem Ausgang des Verfahrens wird der Kläger vollumfänglich kosten- und entschädigungspflichtig (Art. 106 Abs. 1 ZPO).

E. 4.2

Gerichtskosten Die Höhe der Gerichtsgebühr bestimmt sich nach der Gebührenverordnung des Obergerichts (Art. 96 ZPO i.V.m. § 199 Abs. 1 GOG) und richtet sich in erster Linie nach dem Streitwert bzw. nach dem tatsächlichen Streitinteresse (§ 2 Abs. 1 lit. a GebV OG). Der Streitwert beträgt CHF 697'385.– (act. 1 Rz. 7). In Anwendung von § 4 Abs. 1 und 2 GebV OG ist die Gerichtsgebühr auf CHF 25'000.– festzusetzen und dem Kläger aufzuerlegen.

- 39 -

E. 4.3

Parteientschädigungen Die Höhe der Parteientschädigung wird nach der Anwaltsgebührenverordnung vom 8. September 2010 (AnwGebV) festgesetzt. Bei einfachen Streitgenossen steht allen Streitgenossen eine Entschädigung zu, sofern sich diese nicht vom gleichen Rechtsvertreter vertreten lassen (HANS SCHMID/INGRID JENT-SØRENSEN, in: Oberhammer/Domej/Haas [Hrsg.], Kurzkomentar ZPO, 3. A., Basel 2021, Rz. 9 zu Art. 106 ZPO; DAVID JENNY, in: Sutter-Somm/Haseböhler/Leuenberger [Hrsg.], Kommentar zur Schweizerischen Zivilprozessordnung, 3. A., Zürich 2016, Rz. 16 f. zu Art. 106 ZPO). Der Anspruch auf eine volle Parteientschädigung entsteht mit der Beantwortung der Klage (§ 11 Abs. 1

AnwGebV). Ein Zuschlag steht den Beklagten für die Teilnahme an der Vergleichsverhandlung sowie der Ausarbeitung der zweiten Rechtsschrift zu (§ 11 Abs. 2 AnwGebV). Die Beklagten liessen sich gemeinsam vertreten. Ihnen ist in Anwendung des zuvor Gesagten eine Parteientschädigung von CHF 37'600.– zuzusprechen. Das Handelsgericht erkennt:

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