

# / Der Ausgleichsanspruch beim Vertrieb von Dauerschuldverhältnissen

01.03.2017

Einkauf, Logistik & Vertrieb | Telekommunikation

Dem Handelsvertreter steht nach Beendigung des Handelsvertretervertrages grundsätzlich ein Ausgleichsanspruch nach § 89b HGB zu. Der Ausgleichsanspruch soll den Handelsvertreter dafür entschädigen, dass er Kunden geworben hat, mit denen der Unternehmer auch noch nach dem Ausscheiden des Handelsvertreeters künftiges Geschäft generieren kann und der Handelsvertreter von diesem Folgegeschäft nicht mehr in Form von Provisionen partizipieren kann. Nach der ständigen Rechtsprechung kann der Unternehmer Folgegeschäfte nur im Hinblick auf Stammkunden erwarten, weil nur mit diesen Kunden die nach § 89b Abs. 1 S. 1 Nr. 1 HGB erforderliche Geschäftsverbindung besteht.

Hinsichtlich der Vermittlung von Dauerschuldverhältnissen (z. B. Abonnement- oder Telekommunikationsverträge) wird jedoch die Ansicht vertreten, dass dem Handelsvertreter für jeden einzelnen vermittelten Vertrag, der bei Beendigung der Handelsvertreterverträge noch nicht beendet ist, ein Ausgleichsanspruch zustünde, unabhängig davon ob der Handelsvertreter dabei Stammkunden geworben hat. Diese Ansicht wird damit begründet, dass ein Dauerschuldverhältnis als solche bereits eine besonders feste Kundenbeziehung darstelle, die mit einer Geschäftsverbindung nach § 89b Abs. 1 S. 1 Nr. 1 HGB gleichzusetzen sei.

Unsere Rechtsanwälte [Dr. Albin Ströbl](#) und [Dr. Cathrin Wentzel](#) haben sich eingehend mit dieser Fragestellung in ihrem Beitrag in der Zeitschrift BB 2017, S. 390 ff., befasst. Abweichend von der oben genannten Ansicht legen die Autoren dar, dass kein struktureller Unterschied zwischen dem Ausgleichsanspruch eines Warenvertreeters einerseits und dem Ausgleichsanspruch eines Handelsvertreeters, der Dauerschuldverhältnisse vermittelt, andererseits bestünde. Entsprechend dem Sinn und Zweck des Ausgleichsanspruchs käme es nicht auf die Unternehmervorteile im Hinblick auf den vermittelten Vertrag als solchen an, sondern auf die berechnete Erwartung des Unternehmers, Folgegeschäfte aus dem Kreis der vom Handelsvertreter geworbenen Stammkunden nach Beendigung des Handelsvertretervertrages abschließen zu können. Nach Ansicht der Autoren sei die Stammkundeneigenschaft bei der Vermittlung von Dauerverträgen dann zu bejahen, wenn der Kunde nicht von einer ihm zum ersten Mal rechtlich zustehenden Möglichkeit zur Beendigung des Vertrags Gebrauch gemacht oder er mehrere Geschäfte getätigt hat (siehe hierzu bereits Ströbl, BB 2013, 1027, 1029).

Sofern Sie an dem vollständigen Beitrag von Herrn [Dr. Ströbl](#) und Frau [Dr. Wentzel](#) in BB 2017, S. 390, interessiert sind, schreiben Sie uns bitte eine kurze E-Mail oder rufen uns an. Wir senden Ihnen dann den Beitrag gerne zu. Auch für spezielle Fragen zu dieser oder einer anderen vertriebsrechtlichen Thematik stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

**Haben Sie Fragen?** Kontaktieren Sie gerne: [Dr. Albin Ströbl](#) , [Dr. Cathrin Wentzel](#)

**Practice Group:** [Einkauf, Logistik & Vertrieb](#) ; [Telekommunikation](#)

## Contact Person



**Dr. Albin Ströbl**

Mitglied der Practice Group Automobilindustrie

Mitglied der Practice Group Digital Business

Rechtsanwalt

T +49 69 971477166



**Dr. Cathrin Wentzel, LL.M.**

Mitglied der Practice Group Automobilindustrie

Mitglied der Practice Group Digital Business

Rechtsanwältin

T +49 69 971477166

[www.noerr.com](http://www.noerr.com)   [twitter.com/NoerrLLP](https://twitter.com/NoerrLLP)   [xing.com/companies/NoerrLLP](https://xing.com/companies/NoerrLLP)