

# / Kein Ausgleichsanspruch des Franchisenehmers analog § 89b HGB bei faktischer Kundenkontinuität

25.02.2015

Einkauf, Logistik & Vertrieb

Bei Franchiseverträgen, die ein im Wesentlichen *anonymes Massengeschäft* betreffen, rechtfertigt eine bloß *faktische Kontinuität des Kundenstamms* (also das tatsächliche Verbleiben des vom Franchisenehmer geworbenen Kundenstamms beim Franchisegeber) nach Vertragsbeendigung eine entsprechende Anwendung der auf den Handelsvertreter zugeschnittenen Bestimmung zum Ausgleichsanspruch (§ 89b HGB) nicht. Dementsprechend steht dem Franchisenehmer insoweit kein Ausgleichsanspruch gegen den Franchisegeber zu. Dies hat der Bundesgerichtshof (BGH) in einem kürzlich veröffentlichten Urteil entschieden (Urteil vom 5. Februar 2015 - VII ZR 109/13). Auf Ausgleich geklagt hatte der Insolvenzverwalter eines Franchisenehmers, der zwei Bäckereien im Rahmen eines Bäckerei-Franchisesystems betrieben hatte.



Der Franchisenehmer, der im eigenen Namen und für eigene Rechnung handele, besorge laut BGH – anders als der Handelsvertreter – mit der Werbung eines Kundenstamms *primär ein eigenes, kein fremdes Geschäft*. Daran ändere nichts, dass der Franchisenehmer im Außenverhältnis gegenüber den Kunden meist nicht unter eigenem Kennzeichen, sondern unter dem des Franchisesystems in Erscheinung trete. Ein vom Franchisenehmer *geworbener, im Wesentlichen anonymer Kundenstamm* sei nach Vertragsbeendigung *nicht ohne weiteres für den Franchisegeber nutzbar*. Die tatsächliche Möglichkeit für den Franchisegeber, einen solchen Kundenstamm nach Vertragsende zu nutzen, sei insbesondere dann *eingeschränkt*, wenn der Franchisenehmer am selben Standort – beispielsweise unter eigenem Kennzeichen – weiterhin ein Geschäft betreiben könne und von dieser Möglichkeit Gebrauch mache. Die entsprechende Anwendung des § 89b HGB bei Franchiseverträgen, die ein

*anonymes Massengeschäft* betreffen, könne auch nicht mit der Erwägung gerechtfertigt werden, dass das Erfordernis einer Verpflichtung zur Übertragung des Kundenstamms bei solchem Geschäft sinnlos wäre. Auch wenn dies zutreffen sollte, ändere sich nichts daran, dass bei *bloß faktischer Kontinuität des Kundenstamms keine hinreichende Ähnlichkeit der Interessenlage* mit derjenigen des Handelsvertreters bestehe.

Für die Praxis ebenfalls bedeutsam ist schließlich der Hinweis des BGH, dass durch eine den Franchisenehmer etwa treffende Pflicht, die (gepachteten) Geschäftsräume nach Beendigung des Franchisevertrags herauszugeben, der Schutzbereich des § 89b HGB nicht berührt wird.

**Bitte sprechen Sie uns gerne an, wenn Sie mit der Thematik des Ausgleichsanspruchs konfrontiert sind oder zu anderen franchiserechtlichen Themen nähere Informationen wünschen. Gerne schicken wir Ihnen auch den Volltext der Entscheidung (BGH, Urteil vom 5. Februar 2015 - VII ZR 109/13) zu. Schreiben Sie uns einfach eine kurze E-Mail.**

**Gerne schicken wir Ihnen auch die instruktive Anmerkung „Lessons learned“ zu diesem Urteil zu, die von Herrn [Dr. Mansur Pour Rafsendjani](#) ( [mpr@noerr.com](mailto:mpr@noerr.com) ) in der ZVertriebsR 2015, S. 104 ff. veröffentlicht worden ist.**

- ▶ [Download News Vertriebs- & Franchisesysteme, E-Commerce März 2015](#)
- ▶ Siehe auch: [Kein Ausgleichsanspruch des Vertragshändlers bei Verpflichtung des Herstellers zur Sperrung der Kundendaten bei Vertragsbeendigung](#)
- ▶ Zur Practice Group: [Vertriebs- & Franchisesysteme, E-Commerce](#)

Contact Person



**Prof. Dr. Karsten Metzloff**

Mitglied der Practice Group Kartellrecht  
Mitglied der Practice Group Digital Business  
Rechtsanwalt

T +49 40 3003970



**Dr. Karl Rauser**

Rechtsanwalt, Steuerberater

T +49 89 28628174



**Dr. Tom Billing**

Mitglied der Practice Group Digital Business  
Mitglied der Practice Group Banking & Finance  
Rechtsanwalt

T +49 30 20942178