
Bloß faktische Kontinuität des Kundenstammes nicht ausreichend für Ausgleichsanspruch der Franchisenehmers

Bei Franchiseverträgen, die ein im Wesentlichen anonymes Massengeschäft betreffen, rechtfertigt eine bloß faktische Kontinuität des Kundenstamms nach Vertragsbeendigung eine entsprechende Anwendung der auf Handelsvertreter zugeschnittenen Bestimmung des § 89b HGB nicht. Der Franchisenehmer, der im eigenen Namen und für eigene Rechnung handelt, besorgt - anders als der Handelsvertreter - mit der Werbung eines Kundenstamms primär ein eigenes, kein fremdes Geschäft. Daran ändert nichts, dass Franchisenehmer im Außenverhältnis gegenüber den Kunden meist nicht unter eigenem Kennzeichen, sondern unter dem des Franchisesystems in Erscheinung treten. Ein vom Franchisenehmer geworbener, im Wesentlichen anonymer Kundenstamm ist nach Vertragsbeendigung nicht ohne weiteres für den Franchisegeber nutzbar.

BGH, Urteil vom 5.02.2015 – Aktenzeichen VII ZR 109/13

Der Bundesgerichtshof stellte fest, dass die Voraussetzungen für eine entsprechende Anwendung von § 89b HGB im vorliegenden Fall nicht erfüllt sind.

Nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs seien Vorschriften des Handelsvertreterrechtes auf einen Franchisevertrag entsprechend anwendbar, wenn der hinter einer Einzelbestimmung stehende Grundgedanke wegen der Gleichheit der Interessenlage auch auf das Verhältnis zwischen Franchisegeber und Franchisenehmer zutrefte.

Grundsätzlich könne § 89b HGB auf andere im Vertrieb tätige Personen entsprechend anwendbar sein. Dies gelte insbesondere für Vertragshändler. Die auf Handelsvertreter zugeschnittene Bestimmung des § 89b HGB sei auf Vertragshändler entsprechend anzuwenden, wenn sich das Rechtsverhältnis zwischen dem Vertragshändler und dem Hersteller oder Lieferanten nicht in einer bloßen Käufer-Verkäufer-Beziehung erschöpfe, sondern der Vertragshändler in der Weise in die Absatzorganisation des Herstellers oder Lieferanten eingegliedert sei, dass er wirtschaftlich in erheblichem Umfang dem Handelsvertreter vergleichbare Aufgaben zu erfüllen habe, und der Vertragshändler außerdem verpflichtet sei, dem Hersteller oder Lieferanten seinen Kundenstamm zu übertragen, so dass sich dieser bei Vertragsende die Vorteile des Kundenstamms sofort und ohne weiteres nutzbar machen könne. Dabei müsse sich die Verpflichtung des Vertragshändlers zur Übertragung des Kundenstamms nicht ausdrücklich und unmittelbar aus dem schriftlichen Händlervertrag ergeben; sie könne sich auch aus anderen, dem Vertragshändler auferlegten Pflichten ergeben. Bei anderen im Vertrieb tätigen Personen gelte grundsätzlich Entsprechendes.

Die bloß faktische Kontinuität des Kundenstamms rechtfertige, wie der Bundesgerichtshof in Auseinandersetzung mit einer im Schrifttum verbreiteten Ansicht bereits entschieden habe, eine entsprechende Anwendung des § 89b HGB im Vertragshändlerverhältnis nicht.

Der Bundesgerichtshof habe bisher allerdings offengelassen, ob § 89b HGB überhaupt im Franchiseverhältnis ebenso wie im Vertragshändlerverhältnis analog anwendbar sei. Er habe dort des Weiteren offengelassen, ob beim Franchising anders als im Vertragshändlerverhältnis anstelle einer rechtlichen Verpflichtung zur Übertragung des Kundenstamms das tatsächliche Verbleiben des vom Franchisenehmer geworbenen Kundenstamms beim Franchisegeber die entsprechende Anwendung des § 89b HGB rechtfertigen könnte.

Auch im Streitfall brauche nicht entschieden werden, ob § 89b HGB überhaupt im Franchiseverhältnis ebenso wie im Vertragshändlerverhältnis analog anwendbar sei, da die erforderlichen Analogievoraussetzungen nicht erfüllt seien. Bei Franchiseverträgen, die ein im Wesentlichen anonymes Massengeschäft wie im Streitfall betreffen, rechtfertige eine bloß faktische Kontinuität des Kundenstamms eine entsprechende Anwendung der auf Handelsvertreter zugeschnittenen Bestimmung des § 89b HGB nicht. Insoweit bestehe keine hinreichende Ähnlichkeit der Interessenlage.

Der Franchisenehmer, der im eigenen Namen und für eigene Rechnung handelt, besorge - anders als der Handelsvertreter - mit der Werbung eines Kundenstamms primär ein eigenes, kein fremdes Geschäft. Daran ändere nichts, dass Franchisenehmer im Außenverhältnis gegenüber den Kunden meist nicht unter eigenem Kennzeichen, sondern unter dem des Franchisesystems in Erscheinung treten. 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 kann und von dieser Möglichkeit Gebrauch mache.

Soweit der Franchisenehmer wie der Schuldner im Streitfall verpflichtet sei, die Geschäftsräume nach Vertragsbeendigung an den Franchisegeber oder einen Dritten herauszugeben, rechtfertige die sich daraus für den Franchisegeber etwa ergebende tatsächliche Möglichkeit, diese Räume an einen neuen Franchisenehmer zu übergeben oder dort selbst ein entsprechendes Geschäft zu betreiben, eine entsprechende Anwendung des § 89b HGB nicht. Nach der gesetzlichen Wertung komme bei der Rückgabe eines Pachtgegenstands ein etwaiger Wertzuwachs dem Verpächter zu; für einen solchen Wertzuwachs könne der Pächter keinen Ausgleich verlangen. Durch die den Franchisenehmer etwa treffende Pflicht, die Geschäftsräume nach Vertragsbeendigung herauszugeben, werde der Schutzbereich des § 89b HGB dementsprechend nicht berührt.

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. Unter Berücksichtigung dieser Grundsätze stehe dem Kläger kein Ausgleich entsprechend § 89b HGB zu. Die beendeten Franchiseverträge betreffen ein im Wesentlichen anonymes Massengeschäft.

Die Beratung im Vertriebsrecht insbesondere auch die Vertragsprüfung ist eine der wesentlichen Leistungen der CDH Organisation für Mitglieder. Nähere Informationen unter:

www.cdh.de/leistungen/beratung

Das Urteil ist für eine Veröffentlichung in der Rechtsprechungssammlung HVR-Online vorgesehen, die unter www.cdh-wdgmbh.de bestellt werden kann.