

## Neues aus dem Franchise-Recht – Ein Fall aus der Praxis: Zum Ausgleichsanspruch des Franchisenehmers bei Vertragsende



→ Dr. Helmut Liesegang  
Liesegang & Kollegen,  
Wuppertal u. Düsseldorf

Das OLG Celle hat jüngst im Urteil vom 19.04.2007 ein Urteil gefällt, das für den Franchise-Bereich von erheblicher Bedeutung ist.

### **Sachverhalt:**

Der Franchise-Geber betreibt im entschiedenen Fall ein Internetportal, welches von den Franchise-Nehmern im jeweiligen Regionalbereich durch die Gewinnung von Werbekunden betreut wird. Im Franchise-Vertrag war vorgesehen, dass der Franchise-Nehmer für die Dauer von einem Jahr nach Kündigung

einem Wettbewerbsverbot unterliegen sollte. Bei Ausscheiden des Franchise-Nehmers trat der Franchise-Geber in die vom Franchise-Nehmer geschlossenen Verträge ein. Der Franchise-Nehmer macht nach Beendigung einerseits die Auszahlung einer Überhangprovision im Hinblick auf die von ihm vor Vertragsbeendigung abgeschlossenen, aber erst nach Vertragsbeendigung durch den Franchise-Geber ausgeführten Verträge, geltend. Darüber hinaus verlangt er im Hinblick auf das Wettbewerbsverbot eine Karenzentschädigung analog § 90 a Abs. 1 Satz 3 HGB sowie einen Ausgleichsanspruch analog § 89 b HGB im Hinblick auf die dem Franchise-Geber übertragenen Kundenverhältnisse.

### **Gerichtliche Würdigung:**

Das OLG hat den Anspruch auf Zahlung eines Ausgleichs analog § 89 b HGB sowie auf Zahlung einer Karenzentschädigung zuerkannt, jedoch den Anspruch auf Auszahlung einer Überhangprovision abgewiesen. Das OLG ist der Auffassung, dass der Ausgleichsanspruch analog § 89 b HGB auch die Abgeltung der vom Franchise-Nehmer begehrten Überhangprovision beinhaltet. Im Ergebnis begehrt der Franchise-Nehmer damit eine doppelte Erstattung der mit der Vertragsbeendigung verbundenen Verluste. Maßgebend ist der Ausgleichsanspruch, der aufgrund seines ausdifferenzierten Regelungsgehalts in § 89 b HGB einen gerechten Ausgleich

> der beiderseitigen Interessen ermöglicht. Da der Franchise-Nehmer ähnlich wie ein Handelsvertreter im zu entscheidenden Fall in die Absatzorganisation des Franchise-Gebers eingegliedert und verpflichtet war, diesem bei Vertragsbeendigung den Kundenstamm zu überlassen, sind die Voraussetzungen für einen Ausgleichsanspruch analog § 89 b HGB gegeben. Zur Berechnung des Ausgleichsanspruchs ist eine auf den Zeitpunkt der Vertragsbeendigung bezogene Prognoseentscheidung erforderlich. Nachträgliche Entwicklungen dürfen regelmäßig nur dann Berücksichtigung finden, wenn sie bei Vertragsbeendigung bereits vorhersehbar waren. Bei der Berechnung der durch den Verlust des Kundenstammes entstehenden Nachteile war von den Einnahmen auszugehen, welche der Franchise-Nehmer in den letzten zwölf Monaten mit den von ihm geworbenen Neukunden erzielte. Des Weiteren wurde eine Abwanderungsquote von 20% berücksichtigt. Das gewonnene Ergebnis ist abzuzinsen und ggf. auf den Deckelungsbetrag gemäß § 89 b Abs. 2 HGB zu mindern. Letzterer sieht vor, dass der Franchise-Nehmer maximal eine Vergütung nach dem Durchschnitt der letzten fünf Jahre beanspruchen kann, wobei die „handelsvertreteruntypischen“ Einnahmen nicht zu berücksichtigen sind.

Auch der Anspruch auf Karenzentschädigung wurde zuerkannt, da die dem Kläger durch den nachvertraglichen, einjährigen Wettbewerbsverzicht erwachsenden Nachteile auszugleichen waren.

### Praktische Bedeutung

Die praktische Bedeutung des Urteils liegt insbesondere im Folgenden: Bei der Gestaltung von Franchise-Verträgen muss man davon ausgehen, dass dem Franchise-Nehmer ein Ausgleichsanspruch im Hinblick auf den von ihm gewonnenen Kundenstamm zusteht, wenn der Franchise-Geber oder ein vom Franchise-Geber benannter Nachfolge-Franchise-Nehmer den Kundenstamm nutzen kann. Die für den Anspruch notwendige Einbindung des Franchise-Nehmers in die Absatzorganisation des Franchise-Gebers liegt ohne weiteres vor. Die mit dem Franchising verbundene Nutzung des Franchise-Geber-Know-hows sowie die enge Zusammenarbeit insbesondere im Bereich des Marketing implizieren regelmäßig diese Voraussetzung. Allgemein wird darüber hinaus eine Übertragung des Kundenstamms auf den Franchise-Geber oder einen von diesem benannten Dritten verlangt. Teilweise begnügen sich die Gerichte auch damit, dass der Franchise-Geber die faktische Nutzung des Kundenstamms insbesondere bei Fortführung des Franchise-Nehmer-Standorts aufgrund eines vom Franchise-Geber abgeschlossenen Mietvertrages möglich ist. Will der Franchise-Geber den Ausgleichsanspruch vermeiden, so darf er nicht in den Genuss der Kundendaten kommen. Soll trotzdem eine zentrale Ansprache der Kunden und der Werbung erfolgen, muss diese z. B. auf eine Marketingagentur übertragen werden, die ihrerseits die Kundendaten dem Franchise-Geber nicht weiterleiten darf. Wenn der Franchise-Geber den Standort des Franchise-Nehmer-Geschäfts angemietet hat und das Ladenlokal auch nach Ausscheiden

des Franchise-Nehmers im System weitergeführt wird, bestehen nur dann Möglichkeiten, dem Ausgleichsanspruch zu entgehen, wenn erstens dem Franchise-Geber keine Kundendaten bekannt gegeben werden und zweitens der Franchise-Nehmer die Möglichkeit hat, die Kunden bei Vertragsbeendigung mitzunehmen und dies auch entsprechend vertraglich festgehalten wird.

Will der Franchise-Geber den Kundenstamm weiter nutzen, so sollte bei Vertragsbeginn schriftlich festgehalten werden, welche Kundenverhältnisse bereits bestanden. Diese Kunden sind nämlich bei Vertragsbeendigung nicht zu berücksichtigen.

Nachvertragliche Wettbewerbsverbote sind für den Franchise-Geber teuer. Ob sie sich lohnen, muss unternehmerisch entschieden werden. Vielfach ist es sinnvoller, Geldmittel in die Kundenakquisition zu investieren, als ohnehin nur vorübergehend einen ausgeschiedenen Franchise-Nehmer mit einem Wettbewerbsverbot im räumlichen Umfeld seines ehemaligen Franchisenehmer-Betriebes zu belegen. Hat der Franchise-Nehmer ohne nachvertragliches Wettbewerbsverbot z. B. das Recht, in unmittelbarer räumlicher Nähe nach Vertragsablauf ein Konkurrenzgeschäft zu eröffnen, so könnte ihm ausdrücklich die Mitnahme des Kundenstamms erlaubt werden. Der Franchise-Geber könnte auf die Sogwirkung seiner Marke vertrauen. In diesem Fall spart der Franchise-Geber nicht nur die nachvertragliche Karenzentschädigung, sondern auch die Zahlung des Ausgleichsanspruchs.

---

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Kontaktieren Sie uns für ein Gespräch unter 0911-32003-0 und besuchen Sie uns im Internet unter [www.franchise-institut.de](http://www.franchise-institut.de)!

---

## IMPRESSUM

Herausgeber: Deutsches Franchise Institut (DFI) GmbH  
 Anschrift: Deutsches Franchise Institut GmbH  
 Fürther Strasse 212 | D-90429 Nürnberg |  
 Telefon ++49.911.32003-0 | Fax ++49.911.32003-20  
 E-Mail: [info@franchise-institut.de](mailto:info@franchise-institut.de)  
 Internet: [www.franchise-institut.de](http://www.franchise-institut.de)  
 Handelsregister Nürnberg HRB 19216  
 Geschäftsführer: Peter Karg

Gestaltung, Inhalt, Layout: Deutsches Franchise Institut (DFI) GmbH

Disclaimer: „Für die technische und konzeptionelle Erstellung des PDF-Newsletter ist die finanzpark AG verantwortlich. Die redaktionellen Inhalte stammen von Seiten des Deutschen Franchise Instituts. Wir weisen darauf hin, dass es sich bei Links, die auf fremde Internet-Angebote hinweisen, um unverbindliche Empfehlungen handelt. Das Deutsche Franchise Institute vermittelt über die Links lediglich den Zugang zu diesen Angeboten; sie hat keinen Einfluss auf deren Inhalte und macht sich diese Inhalte auch nicht zu Eigen.“

Copyright © 2007 Deutsches Franchise Institut (DFI) GmbH  
 Alle Rechte vorbehalten. All rights reserved.