

30. 1. 2017

Vezměte, prosíme, na vědomí, že text článku odpovídá platné právní úpravě ke dni publikace.

Jak postupovat při určení náhrady za převzetí zákaznické základny?

Ve smyslu ust. § 2315 obč. zák. má stávající nájemce za podmínek stanovených zákonem právo na poskytnutí náhrady za výhodu získanou novým nájemcem za převzetí jeho zákaznické základny. Jsou-li splněny podmínky postavení subjektů jsoucích v odpovídajících postaveních nájemce, pronajímatele a nového nájemce, je tento nárok explicitní. Základní otázka vzniká, jakým způsobem stanovit tzv. zákaznickou základnu a její výši. Odborné komentáře a důvodová zpráva, které jsou velmi strohé.



Moreno Vlk & Asociados

ADVOKÁTNÍ KANCELÁŘE / ABOGADOS / ATTORNEYS AT LAW
PRAHA - MADRID - BRATISLAVA

Zákaznickou základnou se nepochybně rozumí skupina zákazníků, kteří přichází na dané místo, kde je provozovna, kde zákazníci jsou nosným prvkem (restaurace, hotel, apod.). Jsou to osoby, kteří přichází k danému místu, protože získalo svoji dobrou pověst. Abych použil příklad, který již je zřejmý a přitom mě nikdo nemůže nařknout z podpory stávajícího provozu, takovým místem by nepochybně byl bufet Koruna. Tedy, kdo by provozoval na místě bufetu Koruna jakékoliv bufetové zařízení, vždy by těžil ze zákaznické základny svázané s místem a s pověstí - úrovní kuchyně a stravy zde poskytované včetně ostatního rozsahu služeb. Zde nacházíme základní prvek pro posuzování převzetí zákaznické základny. Při stanovení nákladů vytvoření zákaznické základny je možno vycházet z toho, jaká byla zákaznická základna (kvantita prodeje a obratu) na straně stávajícího nájemce, jakou vytvořil (kvalitativní složení) a jaké zákaznické základy, tedy dobré pověsti, za kterou je zákazníci jdou, dosáhl (součin kvantity a kvality - ekonomického potenciálu).

Jednou z nepochybných závěrů je, že nemůžeme vztáhnout otázku zákaznické základny k výlučně k otázce zisku. Zisk - aktuální - je marginální pro posouzení.

Zákaznická základna, tedy náklady na její vytvoření, dobrá práce obchodníka, organizace práce a fungování provozovny, reklama a know-how, nemající specifickou povahu, ale vztahující se ke konkrétnímu místu a času, jsou v podstatě nákladovou položkou a nezáleží na tom, jaký zisk je ve vztahu k nim dosahován. Záleží, jaký je zisk budoucí. Důležité je ale současně - a to podtrhuji - nejen jakou zákaznickou základnu si příslušný „podnik“ vytvořil, ale jaká přechází na nového nájemce. Je nepochybné, že pokud byl na místě provozován bufet Koruna a nově bude na místě provozováno stravovací zařízení ve formě provozovny řetězce rychlého občerstvení nadnárodní značky, k žádnému přechodu zákaznické základny nedojde, nebo k tak minimálnímu, který by nestál za řeč. Naproti tomu přechod nově získané zákaznické základny, naopak bude vysoce ceněný, pokud bude vytvořena nová provozovna - opět příklad - pivnice „U Bumbálka“, hojně navštěvovaná, a nový nájemce ji tak říká - převezme. Je nepochybné, že zde můžeme ocenit jako nehmotnou složku vše dobré, za čím zákazníci „jdou“. Tak jako dobrý pracovník a vedoucí má svoji cenu, a průměrný pracovník svoji

cenu, je stejná cena pro stanovení zákaznické základny. Dojde-li k přechodu zákazníků do nového obchodu, což lze vysledovat kupříkladu pomocí rozsahu tržeb, osob navštěvujících stejné místo apod., tak lze tuto částku stanovit zřejmě nejlépe jako procento z nákladů na reklamu, z nákladů na vedení provozu, z nákladů na personální obsazení, a z nákladů na fyzickou úpravu interiéru předmětné provozovny, a to uvádím příkladmo. Domnívám se, že oprávněné je požadovat cca 10 - 25% těchto nákladů, vycházejí z názoru na „spravedlivé uspořádání věcí“.

Nelze opomenout, že smyslem zákonné úpravy nepochybně jest, aby někdo nepřišel k tomu, čemu se říká „bez práce nejsou koláče“. A aby ten, kde se zasloužil o vytvoření zákaznické základny, byl odškodněn. Proto se domnívám, že přístup při stanovení ceny zákaznické základny, vycházející z principu stávajících nákladů na pořízení zákaznické základny a rozsahu jejího převzetí budoucím nájemcem, je přístup oprávněný a lze oprávněně požadovat po znalcích z oboru ekonomika podnikání nebo ekonomických poradcích, aby v tomto duchu stanovili základní body stanovení zákaznické základny a její ceny pro účely vypořádání ve smyslu ust. § 2315 obč. zák.



JUDr. Václav Vlk,
advokát

[MORENO VLK & ASOCIADOS](#)

advokátní kancelář

Sokolovská 32/22
186 00 Praha 8

Tel.: +420 224 818 736

Fax: +420 224 818 736

e-mail: paha@moreno-vlk.eu

© EPRAVO.CZ - Sbíрка zákonů, judikatura, právo | www.epravo.cz

Další články:

- [Byznys a paragrafy, díl 37.: Povinná forma jednání ve smlouvách](#)
- [EUDAMED: Jednotná databáze mění pravidla hry na trhu zdravotnických prostředků](#)
- [AML a diskriminace v realitní praxi: chyby, které mohou vyjít draho](#)
- [Nový zákon o veřejných dražbách, aukce a obálkové metody](#)
- [Revize zájezdové směrnice: co přináší, co hrozilo a co to znamená pro praxi](#)
- [Kupní smlouva o převodu nemovitosti bez uvedení výše kupní ceny](#)

- [Druhá „tlačítková novela“: povinné tlačítko pro odstoupení od smlouvy](#)
- [Souhlas s veřejným užíváním pozemku jako překážka nároku na bezdůvodné obohacení – nález Ústavního soudu sp. zn. I. ÚS 2541/25](#)
- [Kupní smlouva bez přesného určení kupní ceny](#)
- [Nová pravidla ICC pro rozhodčí řízení: Přehled klíčových změn účinných od 1. června 2026](#)
- [Byznys a paragrafy, díl 36.: Doložka o mlčenlivosti](#)