



Industrie- und Handelskammer
Ostwürttemberg



Franchise

Mit starken Partnern ans Ziel

IHK Ostwürttemberg – die regionale Selbstverwaltung der Wirtschaft

Die IHK Ostwürttemberg ist die regionale Selbstverwaltung der Wirtschaft im Landkreis Heidenheim und im Ostalbkreis. Wir vertreten die Gesamtinteressen unserer über 28.000 Mitgliedsunternehmen aus Industrie, Handel und Dienstleistung. Für den Staat nehmen wir hoheitliche Aufgaben wahr. Als kritisch-konstruktiver Partner der Politik und unabhängiger Anwalt des Marktes sind wir das wirtschaftspolitische Sprachrohr in Ostwürttemberg.

Mit unseren sechs Geschäftsfeldern

- Standortpolitik
- Existenzgründung und Unternehmensförderung
- Aus- und Weiterbildung
- Innovation | Umwelt
- International
- Recht und Steuern

sind wir kundenorientierter Dienstleister für die Unternehmen der Region.
In dem, was wir tun, folgen wir unserem Kundencredo:

„Wir machen uns stark für Ihren Erfolg.“

Herausgeber

Industrie- und Handelskammer Ostwürttemberg
Existenzgründung und Unternehmensförderung
Postfach 14 60, 89504 Heidenheim
Büroanschrift:
Ludwig-Erhard-Straße 1, 89520 Heidenheim
Tel. 07321 324-0
Fax 07321 324-169
zentrale@ostwuerttemberg.ihk.de
www.ostwuerttemberg.ihk.de

Elke App

Tel. 07321 324-186
Fax 07321 324-169
app@ostwuerttemberg.ihk.de

Stand: Januar 2019

© 2019 IHK Ostwürttemberg. Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck oder Vervielfältigung auf Papier und elektronischen Datenträgern sowie Einspeisung in Datennetze nur mit Genehmigung des Herausgebers. Alle Angaben wurden mit größter Sorgfältigkeit erarbeitet und zusammengestellt. Für die Richtigkeit und Vollständigkeit des Inhalts sowie für zwischenzeitliche Änderungen übernimmt die IHK Ostwürttemberg keine Gewähr.

INHALT

I.	Typische Merkmale von Franchise-Systemen	Seite 03
I. 1	Leistungsumfang	Seite 03
I. 2	Kosten	Seite 04
<hr/>		
II.	Vorteile, Chancen und Risiken des Franchising	Seite 05
II.1	Chancen für Existenzgründer	Seite 05
II.2	Risiken für Franchise-Nehmer	Seite 06
II.3	Rechte und Pflichten von Franchise-Nehmern	Seite 06
<hr/>		
III.	Einstieg in ein System als Franchisenehmer	Seite 07
III.1	Selbsteinschätzung	Seite 07
III.2	Wahl des richtigen Systems	Seite 07
<hr/>		
IV.	Checkliste für Franchise-Nehmer	Seite 10
<hr/>		
V.	Der Franchise-Vertrag	Seite 12
V.1	Charakteristische Vertragspflichten	Seite 12
V.2	Regelungsbedürftige Sachbereiche	Seite 12
V.3	Der Franchise-Vertrag und sein rechtliches Umfeld	Seite 13
<hr/>		

Franchise – Mit starken Partnern ans Ziel

Einführung

Als Vater des modernen Franchising gilt der Amerikaner Ray Kroc: Neben seiner Idee, ein Stück Hackfleisch zwischen zwei Brötchenhälften zu verkaufen, bot er gleichzeitig ein fertiges Restaurantdesign, professionelle Werbung und umfangreiche Schulungen an. Der Name seiner Firma: McDonald's, heute weltweit führend im Fast-Food-Bereich. Den Verkauf der Hamburger übernimmt der Franchise-Nehmer in eigenem Namen und auf eigene Rechnung, der Franchise-Geber liefert das nötige Know-how und die Qualitätsstandards. So hat jedes McDonald's-Restaurant das gleiche Outfit, ein Hamburger schmeckt überall gleich. Die Stärke des Franchising beruht also auf einer sinnvollen Arbeitsteilung zwischen dem Franchise-Geber und den selbständigen Franchise-Nehmern: Der Franchise-Geber stellt eine erprobte und erfolgreiche Geschäftsidee zur Verfügung, der Franchise-Nehmer setzt diese vor Ort um.

In der Regel können Franchise-Nehmer also mit einer bewährten Geschäftsidee starten. Dennoch kann auch Franchising keinen Erfolg garantieren. Existenzgründer, die sich als Franchise-Nehmer selbständig machen wollen, stehen vor der Qual der Wahl: Derzeit gibt es in Deutschland rund 1.000 Systeme, die mit mehr als 72.700 Franchise-Nehmern mehr als 546.200 Mitarbeiter beschäftigen. Von den in Deutschland tätigen Franchise-Gebern sind rund 250 im Deutschen Franchise-Verband e.V. (DFV) organisiert. Der DFV und seine Mitglieds-Unternehmen stellen die Qualitätsgemeinschaft der deutschen Franchise-Branche dar. Durch die vom DFV aufgestellten Richtlinien, die die Grundlagen für faires Franchising enthalten sowie die strengen Aufnahmekriterien, sollen „schwarze Schafe“ erkannt werden. Jedes Mitgliedsunternehmen des DFV ist an die Richtlinien gebunden und unterzieht sich bei der Aufnahme in den Verband einer Prüfung seines Franchise-Vertrages und seines Unternehmens, dem sog. DFV-System-Check, der als „TÜV“ der Franchise-Branche gilt. Nur die Franchise-Systeme, die die Standards einhalten, erhalten das Zertifikat des DFV.

Die IHK Ostwürttemberg möchte Ihnen anhand dieser Broschüre die Besonderheiten und Chancen einer Selbständigkeit als Franchise-Nehmer aufzeigen und wertvolle Tipps für Ihre Selbständigkeit geben.

Eine Fülle weiterer Informationen rund um das Thema Existenzgründung finden Sie im Internet unter www.gruendungswerkstatt-ostwuerttemberg.de. Empfehlenswert ist auch der Besuch der speziellen Seminare für Gründer. Für Fragen oder eine individuelle Beratung stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Ihr Team Existenzgründung und Unternehmensförderung

I. Typische Merkmale von Franchise-Systemen

I.1 Leistungsumfang

Die Übertragbarkeit eines Systems und die Fähigkeit zur Vermittlung eines systemspezifischen Know-hows besitzen einen eigenen Marktwert, der als Leistungspaket dem Franchise-Nehmer zur Verfügung gestellt wird. Dieses Leistungspaket wird in der Regel über folgende Bestandteile verfügen:

- Geschäftskonzept
- Finanzierungshilfen/Finanzierungskonzept
- Managementunterstützung
- Schulungsaktivitäten
- Nutzbarkeit von Schutzrechten und
- Weiterentwicklung des Systems.

Die meisten Franchise-Geber überreichen ihren Partnern ein detailliertes Systemhandbuch und bieten erhöhte Sicherheit durch Standortanalysen und überregionale Marketingmaßnahmen. Oft wird auch die Standortsuche und Einrichtungsplanung von Franchise-Betrieben unterstützt.

Der Franchise-Geber ist zudem verpflichtet, **vorvertragliche Aufklärung** zu leisten. Hintergrund dieser vorvertraglichen Aufklärung ist das wachsende Bedürfnis von angehenden Franchise-Nehmern, bereits vor Vertragsabschluss die wirtschaftlichen Gegebenheiten ihres zukünftigen System-Gebers eingehend kennenzulernen. Folgende Angaben sollten vom Franchise-Geber offengelegt werden:

- Ergebnisse und Erfahrungen bestehender Franchise-Betriebe
- Leistungsumfang der Systemzentrale
- Höhe der Investitionen (Mindestkapital, Höhe des geforderten Eigenkapitals)
- Arbeitseinsatz des Franchise-Nehmers
- Durchschnittlicher Jahresumsatz bestehender Franchise- oder Pilot-Betriebe
- Angaben zum Franchise-System (Beginn, Anzahl der Franchise-Nehmer, wirtschaftliche Entwicklung etc.)
- Realistische Rentabilitätsvorschau
- Risiken, die für den Franchise-Nehmer mit dem Abschluss des Franchise-Vertrages verbunden sind

Im Anschluss an die Vertragsverhandlungen ist diese vorvertragliche Aufklärung vom Franchise-Nehmer zu unterzeichnen.

Generell läuft nur das Franchise-System „rund“, in welchem die System-Zentrale und die Franchise-Nehmer kooperativ zusammenarbeiten und einen fairen Umgang miteinander pflegen. Franchising ist ein auf Partnerschaft basierendes Vertriebssystem, bei dem beide Seiten (Franchise-Geber und Franchise-Nehmer) gleichermaßen profitieren:

Der Franchise-Geber stellt ein unternehmerisches Gesamtkonzept, der Franchise-Nehmer setzt dieses als rechtlich selbständiger und eigenverantwortlich tätiger Unternehmer vor Ort um. Die Gegenleistung des Franchise-Nehmers besteht meist in der Zahlung von einmaligen und laufenden Franchise-Gebühren und in der Verpflichtung, das Unternehmenskonzept im regionalen Markt zu vertreten.

I.2 Kosten

Franchise-Nehmer müssen in der Regel zwei Arten von Kosten entrichten:

- **Eintritts-/Einstiegsgebühr**
Der einmalige Kostenbeitrag dient zur Deckung der Vorleistungskosten des Franchise-Gebers (u.a. Entwicklung und Erprobung des Systems, Standortanalysen). Die Eintrittsgebühren sind bei jedem System unterschiedlich. Es gibt auch Systeme, die keine Eintrittsgebühren erheben. In diesem Fall sind jedoch i.d.R. die laufenden Gebühren höher.
- **Laufende Gebühren**
Die laufenden Gebühren fallen u.a. für die kontinuierliche Nutzung des Know-hows, Markenschutz, Weiterentwicklung des Systemes etc. an. Auch die laufende Franchise-Gebühr ist je nach System unterschiedlich und setzt sich i.d.R. aus einem gewissen Prozentsatz des Netto-Umsatzes zusammen.
Die laufenden Gebühren sollten sich im Rahmen von 1 bis 15 Prozent des Netto-Umsatzes bewegen. Sie sind abhängig von den Leistungen, die der Franchise-Geber dem Franchise-Nehmer bietet.

Zusätzlich können vom Franchise-Geber auch **Werbeumlagen** gefordert werden.

- **Investitionssumme**
Die Gesamtinvestitionssumme des Franchise-Nehmers berechnet sich aus der Eintrittsgebühr sowie den Kosten für den Aufbau des Betriebes (Geschäftsausstattung, Bau-/Umbaumaßnahmen, erstes Warenlager, Gebühren/Genehmigungen etc.).

II. Vorteile, Chancen und Risiken des Franchising

II.1 Vorteile und Chancen für Existenzgründer

Franchise-Geber bereiten den Weg in die Selbständigkeit für ihre Franchise-Nehmer vor und erleichtern ihnen den Start ins eigene Unternehmen. Zwar hat der Franchise-Nehmer durch die Zugehörigkeit zum Franchise-System keine uneingeschränkte Entscheidungsfreiheit, er ist jedoch rechtlich selbständig und eigenverantwortlicher Unternehmer.

Folgende Vorteile bietet das Franchising für Existenzgründer:

- „Schlüsselfertige Existenz“: Der Franchise-Nehmer profitiert von den Erfahrungen des Franchise-Gebers hinsichtlich Umsetzbarkeit des Konzeptes und Positionierung auf dem Markt durch die Übernahme eines bewährten Vertriebssystems und die Übernahme einer eingefahrenen Organisation.
- Unterstützung in der Gründungsphase: Erfahrungszahlen anderer Franchise-Betriebe werden zur Verfügung gestellt und dienen als Basis zur Erstellung des eigenen Gründungskonzeptes. Unterstützung bei der Standortsuche und Standortanalyse und Milderung der Anlaufschwierigkeiten.
- Durch die zentrale Konzeption und partnerschaftliche Nutzung einer gemeinsamen Marke, kann der Franchise-Nehmer bereits mit einem gewissen „Namen“ starten, ist auf einen „Schlag bekannt“.
- Gemeinsamer Werbepool: Durch die überregionale Vermarktung des Franchise-Systems werden umfassende Werbekampagnen möglich. Da alle Franchise-Partner einen Beitrag an den Werbekosten tragen, sind große, wirkungsvolle und teure Werbekampagnen möglich.
- Gruppenzugehörigkeit: Der Franchise-Geber kann aufgrund seiner Markstellung günstige Großkundenkonditionen mit Lieferanten/Dienstleistern aushandeln und gibt diese an den Franchise-Nehmer weiter. Aber auch der Gedanken- und Wissensaustausch mit anderen Franchise-Nehmern bietet Vorteile.
- In der Regel können auch branchenfremde Gründer in Franchise-Systeme einsteigen: Durch entsprechende Grundausbildungen und Schulungsmaßnahmen des Franchise-Gebers wird das nötige Branchenwissen vermittelt.
- Laufendes Coaching durch die Systemzentrale: Der Franchise-Nehmer kann in diversen Geschäftsbereichen mit der Unterstützung der Systemzentrale rechnen. Regelmäßige Schulungen und Fortbildungen sollen den kontinuierlichen Erfolg des Franchise-Nehmers sichern.
- Viele Franchise-Systeme verfügen über ein, speziell auf sie zugeschnittenes EDV-System, das dem Franchise-Nehmer zur Verfügung gestellt wird. Dieses ermöglicht die systemspezifische Bewältigung von Organisation, Controlling, Rechnungswesen etc..
- Bewahrung der Selbständigkeit bei (geringer) Kontrolle durch den Franchise-Geber.

II.2 Risiken für Existenzgründer

- Die Seriosität ist in einem partnerschaftlichen Verhältnis für beide Seiten wichtig. Da Franchise-Nehmer ihren Einstieg in bestehende Vertriebssysteme nicht umsonst erhalten und später in der Regel laufende Gebühren zu zahlen sind, werden „schwarze Schafe“ angelockt, die unter dem Decknamen eines modernen erfolgreichen Vertriebssystems, dem Franchising, unausgereifte Konzepte anbieten und gutgläubige Existenzgründer mit hohen Gewinnaussichten ködern. Nachdem die Eintrittsgebühr zum System entrichtet ist, bleibt man sich selbst überlassen. Das lässt sich vermeiden, indem man den Franchise-Anbieter und den Vertrag im Vorfeld gut prüft.
- Der kurzfristige Kapitalbedarf darf nicht unterschätzt werden.
- Es kann auch zu Änderungen im Kundenverhalten, zu einer schwindenden Kaufkraft in der Kundenzielgruppe oder Wertverlust teurer Maschinen durch technischen Fortschritt kommen.

II.3 Rechte und Pflichten von Franchise-Nehmern

Franchise-Nehmer haben das **Recht** auf:

- Den Erhalt eines erprobten Systems mit positivem Image und klaren Wettbewerbsvorteilen
- Die Übergabe des Systemhandbuches; der Franchise-Geber verpflichtet sich zur Übergabe seines Know-hows und aller Informationen, die zur Betriebsführung notwendig sind
- Umfassende Betreuung und qualifizierte Beratung durch den Franchise-Geber
- Aus- und Fortbildung
- Werbung und verkaufsfördernde Maßnahmen

Folgende **Pflichten** des Franchise-Nehmers bestehen:

- Einhaltung der im Systemhandbuch festgehaltenen Grundsätze
- Zusammenarbeit mit der Systemzentrale
- Besuch der Seminare und Fortbildungskurse
- Regionale Werbemaßnahmen
- Zahlung der Franchise-Gebühren (einmalige und laufende)
- Information des Franchise-Gebers über die Entwicklung des Unternehmens
- Förderung und „Reinhaltung“ der Marke

III. Einstieg in ein System als Franchise-Nehmer

Wichtig ist eine gute Vorbereitung: Hierzu zählen eine realistische Selbsteinschätzung, die sorgfältige Auswahl des Systems und die Überprüfung, ob sich eigene Vorstellungen mit den Möglichkeiten des gewählten Geschäftskonzeptes decken.

III.1 Selbsteinschätzung

Die Entscheidung für die Selbständigkeit ist sehr bedeutend und bringt einschneidende Veränderungen mit. Sie beinhaltet nicht nur eine berufliche Neuorientierung, sondern hat auch wesentlichen Einfluss auf das soziale Umfeld und das Privatleben.

An selbständige Unternehmer werden, auch innerhalb eines Franchise-Systems, eine Reihe von Anforderungen gestellt. Es empfiehlt sich daher, folgende Aspekte zu überdenken und eine realistische Selbsteinschätzung vorzunehmen:

- Verfügen Sie über ausreichend kaufmännische und fachliche Qualifikationen?
- Sind Sie bereit, deutlich mehr als 40 Stunden in der Woche zu arbeiten?
- Haben Sie die Unterstützung Ihrer Familie?
- Haben Sie ausreichend finanzielle Reserven, um bei Bedarf eine Anlaufzeit zu überbrücken?
- Verfügen Sie über ausreichend Selbstvertrauen, um evtl. Rückschläge wegzustecken?
- Können Sie sich in ein vorgegebenes Franchise-Konzept integrieren?
- Sind Sie bereit, Entscheidungen, die Ihnen evtl. nicht zusagen, zu akzeptieren?
- Möchten Sie sich im Wesentlichen auf Kundenbetreuung, Erschließung des regionalen Marktes, Verkauf konzentrieren?

Hinweis:

Unter www.gruendungswerkstatt-ostwuerttemberg.de, Rubrik Orientierung – Persönliches Profil können Sie mit einem Persönlichkeitstest Ihre Stärken und Schwächen als Gründer/in ermitteln und mit dem Wissens-Check Ihr unternehmerisches Know-how überprüfen.

III.2 Wahl des richtigen Systems

Franchising ist trotz der umfangreichen Unterstützung, die der Franchise-Nehmer vom Franchise-Geber erhält, keine Garantie für eine schnelle erfolgreiche Selbständigkeit. Bei der Auswahl des Systems sollte auf folgende Kriterien geachtet werden:

- **Übertragbarkeit und Tragfähigkeit**
Weitreichende Erfahrung des Franchise-Gebers; mindestens ein Pilot- /Testbetrieb sollte bereits bestehen.
- **Langfristiger und gesicherter Bedarf**
Bietet der Markt ausreichend Absatzchancen oder ist das Franchise-System von nur einem aktuellen Trend abhängig?

- **Wettbewerbsvorteile**
Zur Marketingstrategie eines Franchise-Unternehmens gehören die klare Leistungsbeschreibung und die Unterscheidung von den Wettbewerbern. Wodurch zeichnen sich die Produkte / Dienstleistungen aus, worin bestehen Wettbewerbsvorteile?
- **Warenbezug**
Bezugsquellen und Belieferungszeiträume müssen gesichert sein. Wie sehen die gültigen Lieferantenverträge aus? Reichen die Kapazitäten auch bei einer weiteren Expansion des Franchise-Systems?
- **Einheitliches Erscheinungsbild / Auftreten**
Hat das Franchise-System ein einheitliches Auftreten am Markt? Wie sieht dieses aus? Kann sich der Franchise-Nehmer mit dieser Corporate Identity identifizieren?
- **Leistungspaket des Franchise-Gebers**
Die Beziehung zwischen Franchise-Geber und -Nehmer muss neben dem Vertrag auch zusätzliche Leistungen ermöglichen. Das Franchise-Paket muss ein Handbuch enthalten, das den funktionalen Betriebsablauf, die Kooperation zwischen Zentrale und Franchise-Nehmer, Rechte und Pflichten der Parteien, unterstützende Maßnahmen usw. beschreibt.
- **Rechtlicher Schutz**
Der Schutz des Markennamens, des Logos, möglicher Patente etc. muss als wesentlicher Bestandteil im Franchise-Vertrag beinhaltet sein. Es empfiehlt sich, den Franchise-Vertrag von einem Rechtsanwalt prüfen zu lassen.
- **Finanzielle Bedingungen**
Die Regelung der Franchise-Konditionen und der Investitionssummen sind unterschiedlich und richten sich nach dem jeweiligen Geschäftskonzept, das hinter dem Franchise-System steht. Um zu entscheiden, ob diese gerechtfertigt sind, kann man zwischen dem Nutzen und der jeweiligen Gebühr abwägen. Unbedingt sollte man eine eigene Umsatz-Kostenplanung aufstellen, die auf praxiserprobten Werten anderer Franchise-Nehmer basiert und auf den eigenen Geschäftsbetrieb und dessen Bedingungen (Standort, Miete usw.) übertragen wird.

Entscheiden Sie sich als Franchise-Nehmer für ein relativ junges Franchise-System, sollten die fachlichen und persönlichen Voraussetzungen umso ausgeprägter sein, da im Anfangsstadium eines Systems gewisse Prozesse gemeinsam den Marktgegebenheiten angepasst werden.

Beim Eintritt in ein länger etabliertes Franchise-System, kann von Beginn an von dessen hohen Bekanntheitsgrad und stärkeren Marktauftritt profitiert werden.

Wichtigstes Auswahl-Kriterium bei der Suche nach einem geeigneten Franchise-Unternehmen ist die gegenseitige 'Chemie'. Geschäftskonzept, persönliche und fachliche Qualifikationen müssen absolut harmonieren. Dabei kommt es besonders auf die eigenen unternehmerischen Eigenschaften und das Engagement an. Mindestens ebenso wichtig wie der persönliche Einsatz ist das gegenseitige partnerschaftliche Vertrauen. Daher sollte der zukünftige Partner sorgfältig geprüft und sich bestmöglich über das gewählte Franchise-System informiert werden. Nur, wer sich optimal mit dem Unternehmen identifiziert, kann es auch erfolgreich vertreten.

Bei der Suche gibt es verschiedene Plattformen und Veröffentlichungen, die genutzt werden können (diese Auflistung erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit):

- **Mitgliederverzeichnis des DFV**
Kurzbeschreibung der DFV-geprüften Systeme, Kontaktdaten der jeweiligen Ansprechpartner, Verlinkung zu den Internetseiten der Franchise-Geber, Suchmaschine zur regionalen Suche oder Branchensuche (www.franchiseverband.com, Rubrik Mitglieder).
- **Franchise-System-Finder des DFV**
Anhand verschiedener Auswahlmöglichkeiten können sich Franchise-Interessierte das für sie interessante System herausfiltern. (www.franchiseverband.com, Systemfinder)
- **Mit System zum Erfolg**
Praxisleitfaden zum Aufbau von Franchisesystemen für Franchisegeber (www.franchiseverband.com/fileadmin/dfv-files/Dateien_Dokumente/Services_Download/Franchisegeber-Praxisleitfaden-DFV_1.pdf)
- **FranchisePORTAL**
Internet-Plattform mit Franchise-Angeboten und Nachrichten aus der Franchise-Wirtschaft (www.franchiseportal.de).
- **Franchise-Ratgeber 2014/2015**
Wissenswertes zur Franchise-Gründung inkl. einem Katalogteil mit der ausführlichen Darstellung der DFV-Vollmitglieder mit Angaben zum System wie z.B. Gebührenstruktur, Ansprechpartner. Enthalten sind auch Kontaktdaten der dem Verband angeschlossenen Franchise-Experten (Anwälte und Unternehmensberater), Informationen zum Franchise-Vertrag, der Finanzierung und Checklisten zur Orientierung in der deutschen Franchise-Landschaft. Zu beziehen über www.franchiseverband.com/dfv-services/publikationen/franchise-ratgeber/.
- **Zeitschrift Franchise Erfolge**
Internet-Plattform und zweimonatlich erscheinendes Magazin rund um das Thema Franchising mit Vorstellung von neuen und bewährten Franchise-Systemen (www.franchise-erfolge.de).
- **Verzeichnis der Franchise-Wirtschaft (Jahresausgaben)**
Verzeichnis von Franchise-Systemen aus dem deutschsprachigen Raum und/oder mit Interesse am deutschsprachigen Raum inkl. franchise-naher Lizenzsysteme (www.franchise-wirtschaft.de).

IV. Checkliste für Franchise-Nehmer

Franchise-Unternehmen bieten Gründern vielfältige Vorteile. Jeder seriöse erfolgs- und partnerschaftlich orientierte Franchisegeber händigt Informationen über sich und sein Unternehmen an Franchise-Interessierte aus.

Folgende Fragen sollten mit dem zukünftigen Franchise-Geber geklärt werden:

Ist das Franchise-Paket "hieb- und stichfest"?

- Passen die Idee, das Produkt, die Dienstleistungen, der Franchise-Geber und das System zu mir?
- Ist Erfahrung erforderlich?
- Zu welchen Schulungen verpflichtet der Franchise-Geber vor und während der Selbständigkeit?
- Steht der Franchise-Geber mit Rat und Tat zur Seite?
- Unterstützt der Franchise-Geber durch komplette Betriebsvorbereitung/ schlüsselfertige Übergabe?
- Welche laufenden Serviceleistungen werden geboten?
- Ist die Werbung und Verkaufsförderung effizient?
- Ist im Vertrag verbrieft, was versprochen wird?
- Weist der Franchise-Geber die Eintragung von evtl. vorhandenen gewerblichen Schutzrechten (Marke, Warenzeichen, Dienstleistungsmarke, Wort-/Bildzeichen etc.) nach?
- Existiert ein umfangreiches System-Handbuch zur Betriebsführung?
- Gibt es im System institutionalisierte Franchise-Nehmer-Gremien (Beiräte, Ausschüsse etc.)?
- Wie lang kann der Franchise-Vertrag vor Unterschrift geprüft werden?

Welche Vorteile / Stärken hat das System im Markt, im Verkauf und Einkauf?

- Wie liegen die Produkte / Dienstleistungen im Markt?
- Haben die Produkte / Dienstleistungen Konkurrenzvorsprung/Alleinstellungsmerkmale? Sind diese geschützt?
- Gibt es rechtliche Verbote / Hindernisse?
- Gibt es eine Bezugspflicht / Mindestabnahmemengen?
- Welche Preisvorschriften gibt es?

Situation des Franchise-Gebers?

- Wie lange ist das System bereits am Markt?
- Kapitalausstattung, Firmenimage?
- Wie viele Franchise-Nehmer hat das System? Wie lange sind diese bereits tätig?
- Ist der Franchise-Geber Mitglied im Deutschen Franchise-Verband? Hat er den DFV-System-Check absolviert?
- Gibt es einen Pilotbetrieb?
- Legt der Franchise-Geber seine Partnerliste offen und ermöglicht den Kontakt zu seinen Franchise-Nehmern?
- Werden Franchise-Nehmer-Zufriedenheitsanalysen durchgeführt und Einblick in die Ergebnisse gewährt?
- Worin bestehen die (Wettbewerbs-) Vorteile des Konzepts, werden sie nachgewiesen?

Stimmt das Zahlenwerk?

- Verdienstmöglichkeiten?
- Sind alle Kosten enthalten, auch die kalkulatorischen?
- Wie lange ist die durchschnittliche Anlaufzeit?
- Was ist in den Eintritts- und laufende Gebühren enthalten?
- Was ist evtl. extra zu zahlen?
- Ist in der Investitionsaufstellung Reservekapital enthalten?
- Werden Zahlen des Pilotbetriebes oder/und vergleichbarer Franchise-Nehmer offen gelegt?
- Werden Marktdaten zur Verfügung gestellt?
- Welchen Leistungsbeitrag stellt der Franchise-Geber selbst nachweislich für Werbung zur Verfügung?

Standort und Finanzierung?

- Ist der Franchise-Geber Standortspezialist oder hat er Zugriff zu Experten?
- Hilft er bei Lokalbeschaffung?
- Gibt es ein Rücktrittsrecht?
- Stimmt das Miete-/Umsatzverhältnis?
- Hat der Franchise-Geber ein Finanzierungsmodell und/oder Finanzierungspartner?

Wichtige weitere Vertragspunkte:

- Gibt es Gebietsschutz?
- Besteht die Möglichkeit weiterer Franchise-Optionen?
- Wie sind die Kündigungsgründe/Fristen?
- Wie steht es um die Veräußerungsmöglichkeiten?
- Ist eine Konkurrenzklausel enthalten?
- Wie ist die Vertragsdauer? Gibt es Verlängerungsmöglichkeiten?
- Wie werden evtl. Streitigkeiten geregelt?

V. Der Franchise-Vertrag

Der Franchise-Vertrag ist bislang im deutschen Recht nicht ausdrücklich geregelt. Zahlreiche rechtliche Aspekte sind nach wie vor problematisch. Einigkeit besteht aber insoweit, als dass es sich um einen Mischvertrag handelt. Regelmäßig enthält er Elemente des Lizenzvertrages, des "Know-how"- und des Vertragshändlervertrages. Dies liegt unter anderem daran, dass inzwischen die unterschiedlichsten Wirtschaftsbereiche in Franchise-Systemen organisiert sind und damit auch die verschiedensten Interessen zu einem vertraglichen Ausgleich gebracht werden müssen.

Da jeder Franchise-Vertrag auf das jeweilige Franchise-System abgestimmt ist, gibt es keinen allgemein gültigen Mustervertrag. Es gibt aber bestimmte Regelungen, die in allen Franchise-Verträgen enthalten sein sollten. Dabei dürfen die Regelungen des Franchise-Vertrages zum einen den Franchise-Nehmer nicht unangemessen benachteiligen und müssen zum anderen klar und verständlich formuliert sein, um dem Transparenzgebot zu genügen. Vor Vertragsabschluss ist deshalb dringend zu empfehlen, den Rat eines Rechtsanwalts einzuholen.

V.1 Charakteristische Vertragspflichten

Der Franchise-Vertrag, oft auch als Partnerschaftsvertrag bezeichnet, begründet ein Dauerschuldverhältnis zwischen dem Franchise-Geber und dem Franchise-Nehmer.

- **Pflichten des Franchise-Gebers:**
Häufig verpflichtet sich der Franchise-Geber, dem Franchise-Nehmer die Nutzung der gewerblichen Schutzrechte und des von ihm entwickelten "Know-hows" zu gewähren sowie den Franchise-Nehmer durch regelmäßige Warenlieferungen, Schulungen, Werbung und durch andere Hilfestellungen zu unterstützen.
- **Pflichten des Franchisenehmers:**
Der Franchise-Nehmer verpflichtet sich neben der Zahlung der Eintrittsgebühr zur Entrichtung von laufenden "Nutzungsgebühren" (sog. Franchise-Gebühren). Zusätzlich kann je nach Franchise-Gegenstand auch eine Verpflichtung zur Warenabnahme beim Franchise-Geber und zur Beachtung der vom Franchise-Geber vorgegebenen Richtlinien begründet sein. Der Franchise-Nehmer ist trotz seiner vertraglichen Verpflichtungen selbständiger Unternehmer, der im eigenen Namen und auf eigene Rechnung handelt.

V.2 Regelungsbedürftige Sachbereiche

Damit im Einzelfall eine sinnvolle und vollständige Franchise-Vereinbarung getroffen werden kann, sollten die nachfolgenden grundsätzlichen Überlegungen immer durch branchen- und produkttypische Punkte sowie individuell ergänzt werden.

- **Was umfasst das Franchise-Know-how?**
Klare und detaillierte Beschreibung. Es sollte darauf geachtet werden, dass es sich dabei um kein allgemein zugängliches, sondern um ein für die Geschäftstätigkeit wesentliches Konzept bzw. Wissen handelt.
- **Welche gewerblichen Schutzrechte sind enthalten (Geschmacksmuster, Patente, Marken)?**

- Bestehen Verpflichtungen, Waren vom Franchise-Geber oder von Dritten abzunehmen, und – wenn ja – in welchem Umfang, zu welchen Preisen?
- Bestehen Vertriebsbindungen?
- Wird ein Gebiets- oder Kundenschutz eingeräumt?
- Ist die Höhe der Franchise-Gebühr geregelt? Was ist ihre Bezugsgröße (z. B. Umsatz, Ertrag, Stückzahlen)?
- Welche Leistungen umfasst die laufende Franchise-Gebühr, sind bspw. Werbeaufwendungen oder Schulungskosten darin enthalten?
- Hat der Franchise-Nehmer Einfluss auf die Gestaltung und die Kosten der Werbung?
- Kann der Franchise-Nehmer an der Fortentwicklung des Franchise-Systems teilnehmen?
- Sind Vertragsstrafen vereinbart?
- Für welchen Zeitraum wird der Vertrag geschlossen?
Mit welcher Kündigungsfrist kann der Vertrag beendet werden? Wie sind die Folgen der fristgerechten Vertragsbeendigung geregelt? Hierbei sollte insbesondere vereinbart werden, ob Ausgleichsansprüche bestehen und wie ein eventuell vorhandenes Warenlager verwertet wird.
- Wird ein nachvertragliches Wettbewerbsverbot vereinbart und – wenn ja – in welchem Umfang? In welcher Höhe wird dafür ein Ausgleich bezahlt?

Je nachdem, in welcher Weise die angesprochenen Bereiche vertraglich geklärt werden, können verschiedene Rechtsgebiete berührt sein. Sowohl der Franchise-Geber als auch der Franchise-Nehmer sollte die möglichen Auswirkungen kennen, um eine für beide Seiten vertretbare Vereinbarung zu schließen.

V.3 Der Franchise-Vertrag und sein rechtliches Umfeld

Nachfolgend werden die wichtigsten Rechtsgebiete, die durch die vielfältigen Vereinbarungen in Franchise-Verträgen betroffen sein können, kurz dargestellt. Die Darstellung kann jedoch nicht als abschließend gewertet werden.

- **Vorvertragliche Aufklärungspflichten**
Nach der Rechtsprechung wird verlangt, dass der Franchise-Geber dem Franchise-Nehmer eine auf den bisherigen Erfahrungen des Systembetriebes beruhende Kalkulationsgrundlage unterbreitet. Diese Kalkulationsgrundlage soll dem Franchise-Nehmer seine voraussichtlichen arbeitsmäßigen und finanziellen Belastungen vollständig aufzeigen und ihm eine Abschätzung ermöglichen, welche Aufwendungen über das geleistete Startkapital (Einzahlung) hinaus einzurechnen sind, wie der Zeitraum der Anfangsverluste in der Anlaufphase einzuschätzen ist und wie die Chance der Gewinnrealisierung beurteilt werden kann.

Die Rechtsprechung hat zwei Leitsätze entwickelt, die die besondere Bedeutung von Aufklärungspflichten des Franchise-Gebers vor Abschluss eines Vertrages unterstreichen:

- + Der Franchise-Geber muss den Franchise-Nehmer richtig und vollständig über die Rentabilität des Systems unterrichten.
- + Der Franchise-Geber, der wegen der vorvertraglichen Aufklärungspflicht schadensersatzpflichtig ist, kann dem Franchise-Nehmer nicht als Mitverschulden entgegenhalten, dass er leichtfertig den Anpreisungen des Franchise-Gebers vertraut hat.

Daraus folgt,

- + Werbung für die Gewinnung von Franchise-Nehmern soll ohne Zweideutigkeiten und ohne irreführende Angaben erfolgen;
- + alle Angaben und jedes Werbematerial, die auf mögliche Ergebnisse, Zahlen oder Verdienste eingehen, haben sachlich richtig und unmissverständlich zu sein.

Zu beachten ist, dass grundsätzlich der Franchise-Geber die Erfüllung seiner Aufklärungspflichten nachzuweisen hat. Die Aufklärungspflichten können bereits beginnen, wenn der Franchise-Geber gegenüber einem potentiellen Franchise-Nehmer im Einzelnen das Franchise-System darstellt.

Beispiel: Der Franchise-Geber tritt mit einem potentiellen Franchise-Nehmer aufgrund einer Zeitungsanzeige in Kontakt, sendet Informationsmaterial zu oder führt Gespräche anlässlich einer Messe.

- **Selbständigkeit**

Der Franchise-Nehmer ist selbständiger Gewerbetreibender, der im eigenen Namen und auf eigene Rechnung Geschäfte macht. Im Unterschied dazu ist der Handelsvertreter in fremden Namen und auf fremde Rechnung tätig.

Um ein einheitliches Auftreten am Markt durch alle Franchise-Nehmer zu gewährleisten und die Funktionsfähigkeit seines Vertriebssystems zu sichern, vereinbart der Franchise-Geber regelmäßig enge Weisungs- und Kontrollrechte gegenüber dem Franchise-Nehmer. Je nach Stärke und Umfang dieser Vereinbarungen stellt sich die Frage, ob es sich bei dem Franchise-Nehmer überhaupt um einen selbstständigen Unternehmer oder vielmehr um einen Arbeitnehmer bzw. um eine arbeitnehmerähnliche Person handelt. Um die Begründung eines Arbeitsverhältnisses zu vermeiden, sollte die unternehmerische Gestaltungsfreiheit des Franchise-Nehmers so wenig wie möglich eingeschränkt werden. Insbesondere bei Systemen, in denen der Franchise-Nehmer zur persönlichen Erbringung von Leistungen verpflichtet wird, sollte diesem zumindest das Recht zur eigenverantwortlichen Arbeitszeit- und Urlaubsgestaltung gewährt werden. Ab welcher Kontrolldichte ein Franchise-Vertrag ein Arbeitsverhältnis begründet, kann nicht schematisch beantwortet werden. Vielmehr kommt es auf die Gesamtkonzeption des jeweiligen Vertrages an. Zur Auslegung des Vertrages werden die Kriterien herangezogen, die zur Selbständigkeit des Handelsvertreters gemäß den §§ 84 ff. HGB entwickelt worden sind. Nach der Rechtsprechung soll ein Franchise-Nehmer jedenfalls dann als arbeitnehmerähnlich anzusehen sein, wenn ihm ein räumlich abgegrenztes Verkaufsgebiet zugewiesen wird, in dem er mit vom Franchise-Geber gemieteten Gütern von diesem bezogene Produkte vertreibt.

Zur Klärung, ob im Einzelfall Scheinselbständigkeit des Franchise-Nehmers vorliegt, kann bei der Bundesversicherungsanstalt für Angestellte (BFA) ein Statusfeststellungsverfahren eingeleitet werden.

- **Verbraucherschutz**

In welchem Umfang ein Franchise-Vertrag verbraucherschützenden Vorschriften unterfällt, hängt maßgeblich davon ab, ob der Franchise-Nehmer bei Vertragsabschluss bereits Unternehmer ist oder ob der Vertrag erst zur Aufnahme eines Gewerbebetriebs führen soll. Die letztgenannten "Existenzgründungen" unterliegen in der Regel verbraucherschützenden Vorschriften.

- **Allgemeine Geschäftsbedingungen**

Die Regelungen über Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) finden sich in den §§ 305 ff. des Bürgerlichen Gesetzbuchs (BGB). Diese Vorschriften setzen vertraglichen Klauseln, die der Verwender zum Nachteil der anderen Vertragspartei in Allgemeinen Geschäftsbedingungen stellt, gesetzliche Grenzen. Die §§ 305 ff. BGB setzen ein, wenn der andere Vertragspartner keinen Einfluss auf die Formulierung der Vertragsklauseln hat, sondern diese vom Verwender – hier also vom Franchise-Geber – mit der Absicht einer mehrfachen Verwendung vorgegeben werden.

Da der Franchise-Geber gerade beabsichtigt, sein Vermarktungssystem möglichst gleichlautend an viele Franchise-Nehmer weiterzugeben, sind die Franchise-Vereinbarungen in der Regel als AGB anzusehen.

Ist der Franchise-Nehmer ein "Existenzgründer", kommen die Vorschriften über die Zulässigkeit von allgemeinen Geschäftsbedingungen umfänglich zur Anwendung. Zu beachten sind auch die Verbotskataloge der §§ 308, 309 BGB, die relativ konkrete Regelungen zur Unzulässigkeit von Klauseln treffen. Daneben ist aber auch § 307 BGB als allgemeine Inhaltskontrolle zu beachten. Danach sind Vertragsklauseln unwirksam, wenn sie den Franchise-Nehmer wider Treu und Glauben unangemessen benachteiligen, wobei sich eine Benachteiligung auch daraus ergeben kann, dass eine bestimmte Regelung nicht klar und verständlich ist.

Dagegen wird einem Unternehmer nur ein eingeschränkter Schutz durch die Bestimmungen zuteil, da dieser aufgrund seiner geschäftlichen Erfahrungen als weniger schutzbedürftig angesehen wird. Soweit der Franchise-Nehmer also bereits Unternehmer ist, kommt nur eine Inhaltskontrolle des Vertrages nach § 307 BGB in Betracht. Die konkreten Klauselverbote der §§ 308, 309 BGB werden jedoch von der Rechtsprechung als Indiz für

eine unangemessene Benachteiligung auch im kaufmännischen Verkehr herangezogen. Bei der Beurteilung der Frage der unangemessenen Benachteiligung ist das Interesse des Franchise-Gebers an einer straffen Marketing- und Vertriebsorganisation mit den dazu nötigen Kontroll-, Informations- und Weisungsbefugnissen einerseits und die Selbständigkeit und Entscheidungsfreiheit des unternehmerischen Franchise-Nehmers andererseits miteinander abzuwägen.

Als allgemeiner Bewertungsmaßstab kann dabei die Faustregel dienen, dass die Bindungen und Auflagen für den Franchise-Nehmer durch den Franchise-Geber solange zulässig sein können, wie sie zur Sicherung der Identität und der Unversehrtheit des Systems erforderlich sind. Eine Überprüfung von bestimmten Vertragsklauseln kann damit immer nur im Einzelfall erfolgen.

Hinweis:

Ein Verstoß gegen die Regelungen über allgemeine Geschäftsbedingungen kann zur Nichtigkeit einer Vertragsklausel führen, wenn eine Anpassung des Vertrages durch Vertragsauslegung nicht möglich ist. An die Stelle der unwirksamen Vertragsbestimmung treten dann die entsprechenden gesetzlichen Regelungen.

- **Verbraucherdarlehensvertrag**

Franchise-Verträge fallen dann unter die Verbraucherschützenden Vorschriften für Verbraucherkredite, wenn der Vertrag auf eine erst durch den Vertragsschluss aufzunehmende gewerbliche oder freiberufliche Tätigkeit gerichtet ist (§ 507 BGB). Der Existenzgründer wird daher wie ein Verbraucher geschützt. Wenn der Franchise-Vertrag den Franchise-Nehmer verpflichtet, Waren vom Franchise-Geber oder einem bestimmten Dritten zu erwerben (Bezugsbindung als Ratenlieferungsvereinbarung), so steht dem Franchise-Nehmer ein Widerrufsrecht des Vertrages zu (§§ 505 Abs.1, 355 BGB). Dieser Schutz wird jedoch nur dann zuteil, wenn der Existenzgründungskredit den Betrag von 50.000 Euro nicht übersteigt.

Diese Regelungen sind nicht anwendbar, wenn der Kredit für eine bereits ausgeübte, gewerbliche oder selbständige Tätigkeit bestimmt ist. Der Franchise-Vertrag mit einem Existenzgründer ist zwingend schriftlich abzuschließen und der Franchise-Nehmer muss schriftlich über sein Widerrufsrecht belehrt werden.

Der Franchise-Nehmer muss eine drucktechnisch deutlich gestaltete Belehrung über dieses Widerrufsrecht vom Franchise-Geber erhalten, die den Namen und die Anschrift des Franchise-Gebers enthalten muss.

Die Anforderungen an die Widerrufsbelehrung kann der Franchise-Geber erfüllen, wenn er das amtliche Muster verwendet.

Der Vertrag kann innerhalb einer Frist von zwei Wochen seit der ordnungsgemäßen Belehrung über das Widerrufsrecht vom Franchise-Nehmer widerrufen werden.

Erhält der Franchise-Nehmer keine ordnungsgemäße Belehrung, so steht ihm das Recht zum Widerruf unbefristet zu. Belehrt der Franchise-Geber den Franchise-Nehmer aber noch nachträglich nach Vertragsabschluss, so kann der Franchise-Nehmer innerhalb einer Frist von einem Monat seit der ordnungsgemäßen Belehrung den Vertrag widerrufen.

Erfolgt ein fristgerechter, schriftlicher Widerruf des Franchise-Nehmers gegenüber dem Franchise-Geber, wird der Vertrag unwirksam. Zur Fristwahrung genügt die rechtzeitige Absendung.

Hinweis:

Ob und inwieweit die Regelungen über Verbraucherdarlehensverträge oder sonstige Finanzierungshilfen zur Anwendung kommen, sollte im Interesse beider Vertragspartner sorgfältig geprüft werden, um Rechtssicherheit herbeizuführen.

Ein vergleichbares Widerrufsrecht kann auch nach anderen Bestimmungen bestehen:

- **Haustürgeschäfte**

Wenn der Franchise-Nehmer als Existenzgründer einen Franchise-Vertrag abschließt, können die Regelungen über Haustürgeschäfte (§ 312 ff BGB) anwendbar sein. Diese sollen den Verbraucher, hier den Franchise-Nehmer, vor einem Vertrag schützen, den er übereilt oder in einer ungewohnten Situation abgeschlossen hat. Sollte der Franchise-Vertrag

+ im Zuge eines vom Franchise-Nehmers nicht initiierten Gespräches am Arbeitsplatz des Franchise-Nehmers oder in dessen Privatwohnung

oder

+ im Anschluss an ein überraschendes Ansprechen in Verkehrsmitteln oder im Bereich öffentlich zugänglicher Verkehrsflächen

oder

- + anlässlich einer auch im Interesse des Franchise-Gebers organisierten Freizeitveranstaltung abgeschlossen werden, so besteht ebenfalls grundsätzlich ein Widerrufsrecht des Franchise-Nehmers.

Dieses Recht steht dem Franchise-Nehmer jedoch nicht zu, wenn er den Franchise-Geber vor Vertragsabschluss selbst zu den Vertragsverhandlungen eingeladen hat oder wenn der Vertrag notariell beurkundet wird. In diesen Fällen gilt der Franchise-Nehmer als nicht schutzbedürftig.

Das Widerrufsrecht bei diesen sog. Haustürgeschäften richtet sich ebenfalls nach der für alle Verbraucherverträge geltenden Regelung des § 355 BGB. Es gelten daher die gleichen Grundsätze für die Belehrung und den Widerruf wie unter 3.3.2 dargestellt.

Hinweis:

Zur Vermeidung dieser Rechtsfolgen empfiehlt es sich, den Franchise-Vertrag in den Geschäftsräumen des Franchise-Gebers abzuschließen.

- **Produkthaftungsgesetz**

Neben den allgemeinen Haftungsregelungen ist bei der Vertragsgestaltung auch immer auf die Produkthaftung nach dem Produkthaftungsgesetz zu achten. Bei vielen Franchise-Systemen ist der Franchise-Geber Hersteller der Produkte. Damit kann dieser gegebenenfalls vom Letztverbraucher neben dem Franchise-Nehmer, der z.B. als EU-Importeur auch selbst haften müsste, auf Leistung von Schadenersatz bzw. Schmerzensgeld in Anspruch genommen werden. Der Franchise-Geber hat deshalb darauf zu achten, ob es Freizeichnungsmöglichkeiten gegenüber den Geschädigten im Außenverhältnis oder gegenüber dem Franchise-Nehmer im Innenverhältnis gibt.

- **Kartellrecht**

In der Regel stellen sich Franchise-Verträge als vertikales Vertriebssystem dar. Auf der Grundlage der häufig wettbewerbsbeschränkenden Vereinbarungen ist die kartellrechtliche Zulässigkeit von Franchise-Verträgen nicht unproblematisch. Die kartellrechtliche Beurteilung einzelner Klauseln bestimmt sich im deutschen Recht nach dem Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB).

Nachfolgend werden nur einige typischerweise problematische Vereinbarungen genannt:

- + Bezugsverpflichtungen des Franchise-Nehmers vom Franchise-Geber bezüglich von Mindestabnahmemengen bis hin zu Alleinbezugsbindungen für das gesamte Sortiment sowie Koppelungsverbindungen.
- + Kundenbindungsklauseln, bei denen dem Franchise-Nehmer vom Franchise-Geber bestimmte Abnehmergruppen vorgeschrieben werden (z.B. Belieferung nur von Verbrauchern).
- + Gebietsbindungen, die den Franchise-Nehmer auf ein begrenztes Geschäftsgebiet, z.B. nach Einwohnerzahlen verweisen, außerhalb dessen er keine Absatzstelle errichten darf. Regelmäßig werden solche häufigen Alleinvertriebsbindungen mit einem Gebietsschutz für den Franchise-Nehmer gekoppelt.
- + Preis- und Konditionenbindungen, die dem Franchise-Nehmer bestimmte Absatzkonditionen und Preise oder Preisempfehlungen für den Weitervertrieb vorschreiben.
- + Marketingpolitische Vertriebsbindungen, die auf Einrichtung, Ausstattung, Warenpräsentation etc. gerichtet sind.

Aber auch die Bedeutung des europäischen Kartellrechts für die vertriebsvertragliche Praxis des Franchising wächst zunehmend. Soweit Franchise-Verträge geeignet sind, den Handel zwischen den Mitgliedsstaaten spür-

bar zu beeinträchtigen, sind die Vorschriften des europäischen Kartellrechts zu berücksichtigen (Art. 81 EGV). Nach der sogenannten "Bagatellbekanntmachung" der europäischen Kommission (2001/C 36807) ist allerdings bei einem relevanten Marktanteil von unter fünf Prozent nicht von einer spürbaren Einschränkung des zwischenstaatlichen Handels auszugehen.

Zudem erlaubt die vertikale EG-Gruppenfreistellungsverordnung (Nr. 2790/1999) generell viele wettbewerbsbeschränkende Vereinbarungen in Franchise-Verträgen bei einem relevanten Marktanteil von weniger als 30 Prozent.

Damit sind wettbewerbsbeschränkende Vereinbarungen von Unternehmen mit einem Marktanteil von weniger als 30 Prozent in der Regel nach europäischem Kartellrecht als unproblematisch anzusehen. Diese Rechtmäßigkeitsvermutung gilt allerdings nicht, wenn die Vereinbarungen Kernbeschränkungen enthalten

- + verbindliche Preisempfehlungen (nicht aber Höchstpreise und unverbindliche Preisempfehlungen)
- + die Beschränkung von Passivverkäufen (der Vertriebshändler darf nicht alle Kundennachfragen aus der Gemeinschaft nach seiner Ware oder Dienstleistung erfüllen),
- + bei Selektivvertriebssystemen, die sowohl den Passiv- als auch den Aktivverkauf an Endverbraucher beschränken,
- + die Verpflichtung des Franchise-Nehmers als Anbieter von Einzelteilen, diese ausschließlich an den Hersteller des Endprodukts und nicht auch an Reparaturunternehmen oder Endverbraucher zu verkaufen,

und/oder

besonders einschneidende Beschränkungen, wie z.B. Wettbewerbsverbote von über fünf Jahren, festschreiben.

Hinweis:

In dieser IHK-Information kann wegen der Vielfalt der komplizierten kartellrechtlichen Fragestellungen bei Franchise-Verträgen nicht tiefer auf die kartellrechtliche Problematik eingegangen werden. Es empfiehlt sich, Franchise-Verträge im Hinblick auf das Kartellrecht unbedingt durch einen fachkundigen Rechtsanwalt überprüfen zu lassen.

- **Wettbewerbsverbote**

Vertragliches Wettbewerbsverbot

Um die Funktion des Franchise-Systems sicherzustellen, wird typischerweise vereinbart, dass sich Franchise-Geber und Franchise-Nehmer während der Vertragsdauer nicht gegenseitig Konkurrenz machen dürfen.

Ein solches Wettbewerbsverbot ist für die Laufzeit des Vertrages möglich und kann mit einer Vertragsstrafe verbunden sein, die bei Zuwiderhandlungen fällig wird.

Nachvertragliches Wettbewerbsverbot

Häufig werden in Franchise-Verträgen Wettbewerbsverbote zu Lasten des aus dem Franchise-System ausscheidenden Franchise-Nehmers für eine gewisse Zeit nach Beendigung des Vertrages vereinbart.

Der Franchise-Geber will sich damit davor schützen, dass ausscheidende Franchise-Nehmer durch ihr Know-how zu Wettbewerbern des ehemaligen Systems werden.

Ein solches nachvertragliches Wettbewerbsverbot wird üblicherweise bereits bei Abschluss des Franchise-Vertrages vereinbart.

Es kann jedoch nur bei Berücksichtigung der folgenden Voraussetzungen wirksam sein:

- + Das Verbot darf nicht länger als ein Jahr nach Vertragsende dauern
- und
- + muss auf die Vertragsprodukte beziehungsweise Vertragsdienstleistungen sowie auf das Vertragsgebiet beschränkt sein
- und
- + für die Dauer des Wettbewerbsverbotes muss eine Entschädigung in angemessener Höhe festgesetzt sein. Mit dieser Entschädigung soll das finanzielle Auskommen des Franchise-Nehmers während des Verbotes gesichert werden.

Bei der gerichtlichen Überprüfung von nachvertraglichen Wettbewerbsverboten werden die entsprechenden Vorschriften des Handelsvertreterrechts sinngemäß angewendet (§ 90 a HGB). Daher muss ein nachvertragliches Wettbewerbsverbot schriftlich vereinbart werden, der Franchise-Nehmer hat die Vereinbarung zu unterzeichnen und muss die Vereinbarung ausgehändigt bekommen.

- **Finanzierung des Franchising**

Der Franchise-Geber verlangt häufig eine sogenannte Einstiegsgebühr/Eintrittsgebühr für einmalige Leistungen, die der Franchise-Geber am Anfang eines Franchise-Verhältnisses für Leistungen zur Einführung in das jeweilige System erbringt. Während des Franchise-Verhältnisses sind zudem laufende Gebühren für verschiedene regelmäßige Leistungen des Franchise-Gebers durch den Franchise-Nehmer zu tragen. Zudem hat der Franchise-Nehmer bei vielen Franchise-Systemen eine sogenannte Investitionssumme selbst einzubringen.

Leistungsinhalte von **Einstiegsgebühren/Eintrittsgebühren** können sein:

- + Bereitstellung von Einrichtungsgegenständen
- + Know-how-Übertragung/-Überlassung z.B. durch Schulungen
- + Erstellung von Handbüchern
- + Wettbewerbsvorteil durch Teilnahme am System des Franchise-Gebers usw.

Laufende Franchise-Gebühren werden periodisch in Form einer Pauschale oder einer vom Umsatz bzw. Einkaufsvolumen abhängigen prozentualen Gebühr erhoben. Mit ihnen soll der Aufwand des Franchise-Gebers für die Aufrechterhaltung des Betreuungsapparates, die Fortentwicklung und weitere Überlassung des Know-how sowie regelmäßig fortlaufende Dienstleistungen honoriert werden.

Leistungsinhalte von laufenden Gebühren können beispielsweise sein:

- + regelmäßige Schulungen
- + Weiterentwicklung bzw. Erweiterung des Systems
- + Marktanalysen
- + laufende Beratung und Systemleistung
- + einheitliche Öffentlichkeitsarbeit wie z.B. Werbeaktionen

Entscheidend ist, welche Leistungen mit der jeweiligen Gebühr verbunden werden. Nur so kann die Angemessenheit bezüglich der Höhe der Gebühren beurteilt werden.

Als Liquiditätsnachweis verlangen viele Franchise-Geber vom Franchise-Nehmer eine sogenannte **Investitionssumme**, die beim Einstieg in das Franchise-System neben der Einstiegsgebühr aufzubringen ist. Grundsätzlich

ist die Höhe der geforderten Summe abhängig vom gesamten erforderlichen Investitionsvolumen des Franchise-Nehmers für das jeweilige Franchise-System.

Hinweis:

Franchise-Nehmer sollten unbedingt berücksichtigen, dass mit den vorstehend genannten Gebühren noch nicht alle finanziellen Belastungen erfasst sind. In der Regel benötigt der Franchise-Nehmer zu Beginn neben der Investitionssumme noch weiteres Kapital für seine Existenzgründung. Auch während des laufenden Franchise-Vertrages fallen zudem Betriebskosten, Steuern etc. an.

- **Kündigung des Franchise-Vertrages**

Nachdem der Franchise-Vertrag ein für einen längeren Zeitraum angelegtes Verhältnis zwischen Franchise-Geber und Franchise-Nehmer darstellt, besteht das Bedürfnis, eine Auflösung des Vertrages unter gewissen Voraussetzungen zu ermöglichen.

Entsprechende Regelungen zur Kündigung sollten daher in den Franchise-Vertrag aufgenommen werden:

- + Möglichkeit einer ordentlichen Kündigung mit bestimmter Frist, evtl. mit verschiedenen Abmahnstufen bei Verletzung von Vertragspflichten.
- + Möglichkeit einer Kündigung aus wichtigem Grund (außerordentliche Kündigung), wie bspw. bei Betriebsaufgabe. Zwar räumt § 314 BGB eine solche Kündigungsberechtigung aus wichtigem Grund ein. Jedoch setzt diese Regelung verschiedene Anforderungen voraus, über die sich die Vertragsparteien im Einzelfall selten ohne Gerichtsurteil einigen werden.

Werden keine vertraglichen Regelungen zur Kündigung getroffen, ist grundsätzlich immer auch ein einvernehmlicher Aufhebungsvertrag möglich, um die Franchise-Partnerschaft aufzulösen.

- **Rechtsform**

Wer sich als Franchise-Nehmer selbständig machen will, sollte sich vorher genau überlegen, in welcher Rechtsform er seine Geschäfte betreiben will.

Quellen: Deutscher Franchise-Verband e.V.

Diese IHK-Information dient einer ersten Orientierung und kann das Gesamtsystem "Franchise" nicht erschöpfend erläutern, geschweige denn alle möglichen Rechtsfragen klären oder die denkbaren "Stolpersteine" in einem Franchise-Vertrag aufzeigen. Vielmehr soll mit diesem Merkblatt die grundsätzliche Funktionsweise dieses Vertriebssystems vorgestellt und auf einige Rechtsprobleme hingewiesen werden. Die IHK-Information wurde mit großer Sorgfalt erstellt, jedoch kann keine Haftung für die Vollständigkeit und Richtigkeit übernommen werden.



Industrie- und Handelskammer
Ostwürttemberg

IHK-GRÜNDUNGSWERKSTATT

Erfolgreich gründen

Persönlichkeitstest –
Bin ich ein Unternehmertyp?

Sie haben Fragen –
Ihr IHK-Tutor antwortet

3 Stufen zum Erfolg:
Orientierung – Planung – Praxis



ORIENTIERUNG

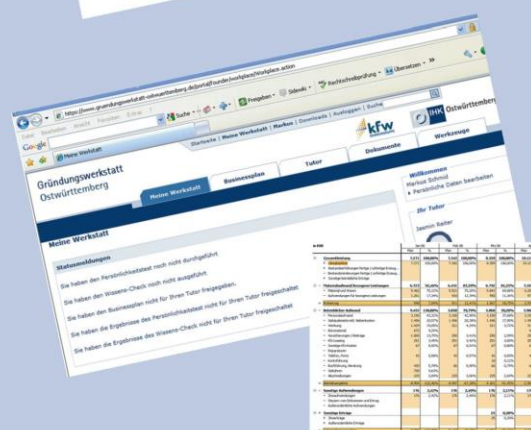
- Antworten auf Ihre Fragen
- Testen Sie Ihr Wissen
- Lernen von anderen Selbständigen

PLANUNG

- Mit Software „Miniplan“ kostenlos zum Businessplan
- Gründen lernen im Selbststudium

PRAXIS

- Informationen kompakt – von Marketing bis Buchführung



IHK-Hotline Gründungswerkstatt
Tel. 07321 324-182

www.gruendungswerkstatt-ostwuerttemberg.de