

EXISTENZGRÜNDUNG - E18

Stand: April 2006

Ihr Ansprechpartner
Dr. Thomas Pitz

E-Mail
thomas.pitz@saarland.ihk.de

Tel.
(0681) 9520-211

Fax
(0681) 9520-389

Franchising

Herkunft des Begriffs

Als Vater des modernen Franchising gilt der Amerikaner Ray Kroc: Neben seiner Idee; einem Stück Hackfleisch zwischen zwei Brötchenhälften bot er 1955 gleichzeitig ein fertiges Restaurant-Design, professionelle Werbung und umfangreiche Schulung an. Der Name seiner Firma: McDonald's, heute mit über 14.000 Betrieben weltweit führend im Fast-Food-Bereich. Den Verkauf der Hamburger übernimmt der Franchise-Nehmer in eigenen Namen und auf eigene Rechnung, der Franchise-Geber liefert das nötige Know-how und die Qualitäts-Standards. 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 einer Franchise-Zentrale und den selbständigen Franchise-Nehmern vor Ort. Oder anders ausgedrückt: Das System tritt am Markt einheitlich auf und wird durch das arbeitsteilige Leistungsprogramm der Systempartner sowie durch ein Weisungs- und Kontrollsystem eines systemkonformen Verhaltens geprägt. Der Deutsche Franchise-Verband hat Franchising deshalb als vertikal-kooperativ organisiertes Absatzsystem rechtlich selbständiger Unternehmen auf der Basis eines vertraglichen Dauerschuldverhältnisses definiert.

Drei Formen

Unterschieden wird zwischen **Vertriebsfranchising** (der Franchise-Nehmer verkauft bestimmte Waren in seinem Geschäft, das den Namen des Franchise-Gebers trägt, z.B. Baumärkte), **Dienstleistungsfranchising** (der Franchise-Nehmer bietet Dienstleistungen unter der Geschäftsbezeichnung des Gebers an und verpflichtet sich, bestimmte Richtlinien und Vorgaben einzuhalten: z.B. Hotelkette, Musikschule) und **Produktions-Franchising** (nach Anweisung des Franchise-Gebers stellt der Nehmer eine bestimmte Ware selbst her; er verkauft die Produkte unter dem Warenzeichen des Franchise-Gebers: z.B. Getränkeabfüllbetrieb).

Dienstleistungen im Vormarsch

Wurde die Franchise-Branche zunächst von Vertriebsunternehmen dominiert, rechnet sich heute die Hälfte der Franchise-Geber dem Dienstleistungssektor zu und mehr als ein Viertel der Handelssparte. Fast 13 Prozent stehen als System-Gastronomen zwischen produzierender und serviceleistender Unternehmerschaft und als dem Handwerk zugehörig an sehen sich etwa 7 Prozent.

Leistungspaket in der Praxis

Die Übertragbarkeit eines Systems und die Fähigkeit zur Vermittlung eines system-spezifischen Know-hows besitzen einen eigenen Marktwert, der als Leistungspaket dem Franchise-Nehmer zur Verfügung gestellt wird. Dieses **Leistungspaket** hat in der Regel folgende **Bestandteile** zum Inhalt: **Geschäftskonzept, Finanzierungshilfen, Managementunterstützung, Schulungsaktivitäten, Nutzbarkeit von Schutzrechten und Weiterentwicklung des Systems**. Die im Buchhandel erschienene „Franchise-CD“ zeigt jedoch, dass nur 69 Prozent der Franchise-Geber ein detailliertes Systemhandbuch ihren Partnern übergeben. Rund 60 Prozent der Franchise-Geber bieten ihren Partnern erhöhte Sicherheit durch Standortanalysen, während nur 43 bzw. 44 Prozent die Standortsuche und Einrichtungsplanung von Franchise-Betrieben unterstützen. Das Marketing ihrer Franchise-Nehmer unterstützen 74 Prozent der Franchise-Geber konzeptionell und 64 Prozent führen überregionale Marketingmaßnahmen durch. Dagegen stellen nur 36 Prozent der Franchise-Geber ihren Partnern Marktstudien und Statistiken zur Verfügung.

Auch der **Deutsche Franchise-Verband** www.dfv-franchise.de betont, dass nur dasjenige Franchise-System „rund“ läuft, in welchem die Zentrale und der Franchise-Nehmer sich bestätigt fühlen. Der Verband hat ein **Merkblatt** erarbeitet, das über **„vorvertragliche Aufklärungspflichten“** informiert und damit einen neuen Standard in dem Interessenausgleich zwischen Gebern und Nehmern setzt. Hintergrund dieser Richtlinie ist das wachsende Bedürfnis von angehenden Franchise-Nehmern, bereits vor Vertragsabschluss die wirtschaftlichen Gegebenheiten ihres zukünftigen Systemgebers eingehend kennen zu lernen. Sogleich können sich Franchise-Geber über die sie betreffenden Auskunftsansprüche frühzeitig informieren und folglich gezielt über ihre System-Idee berichten.

Verhandlungen mit einem Franchisegeber

Im Franchisesystem sind „schwarze Schafe“ eher selten. Dennoch muss jeder künftige Franchisenehmer schauen, welcher Franchisegeber sein Vertragspartner ist. Er sollte sich grundsätzlich die **Informationsunterlagen** des Franchisegebers genau ansehen. Wenn es sich um improvisierte Unterlagen handelt, die möglicherweise sogar noch Fehler enthalten, sollte von einem Vertragsabschluss Abstand genommen werden. Besonders bedenklich sind übertriebene Anpreisungen, die große Erfolge bei einer geringen Investition versprechen. Das Gleiche gilt für die Behauptung, dass praktisch „kein Risiko“ besteht. Dies ist eine Aussage, die nicht für die Seriosität des Franchisegebers spricht. Die Informationsunterlagen sollten benutzt werden, um sich genau über das System zu informieren. Der künftige Franchisegeber kann und sollte auch nach **Adressen von aktiven Franchisenehmern** gefragt werden, mit denen er Kontakt aufnehmen sollte. Gerade so können die Aussagen des Franchisegebers auf die Rentabilität von Systembetrieben überprüft werden. Bei der Auswahl des Franchisesystems kann man sich auch daran orientieren, ob der Franchisegeber Mitglied im Deutschen Franchiseverband ist oder das Prüfsiegel des Deutschen Franchise-Nehmer-Verbandes (DFNV) besitzt. Beides ist positiv zu bewerten.

Einstiegsgebühren

Franchise-Partnerschaften beruhen auf Leistung und Gegenleistung. Und jede Leistung hat ihren Preis. Nach einer Studie des Deutschen Franchise-Verbandes bewegt sich die Höhe der **Einstiegsgebühren** bei mehr als der Hälfte der befragten Franchise-Geber zwischen etwa 5.000 € und 15.000 €. Rund 19 Prozent der Systeme verlangen einen höheren Betrag, im Einzelfall bis zu 77.000 €. Immerhin verzichten 14 Prozent ganz auf eine Einstiegsgebühr. **Zusätzliche laufende Gebühren** erheben die Franchise-Geber in unterschiedlicher Form: Entweder als festgelegten monatlichen Betrag oder als prozentuale Beteiligung am Netto- oder Bruttoumsatz. Bei den Fixzahlungen dominieren Beträge zwischen etwa 50 € und 500 €. Bei den Umsatzbeteiligungen liegt die Forderung meistens bei 4 bis 5 und bei 2 bis 3 Prozent vom Nettoumsatz. 37 Prozent der befragten Franchise-Geber verzichten ganz auf laufende Gebühren. Da die Investitionssumme bei Neugründung eines Franchise-Betriebes bis maximal 153.000 € betragen kann, wird von dem neuen Franchise-Nehmer auch eine entsprechende Eigenkapitalbasis erwartet: Bis zu 25.000 € erwartet das Gros der befragten Franchise-Geber, ein Teil verlangt sogar den Nachweis von bis zu 50.000 €.

Der Franchise-Vertrag

Es gibt weder ein spezielles Franchise-Gesetz noch allgemein gültige Musterverträge. Franchiserecht ist ein relativ junges Rechtsgebiet, weshalb es dazu nur wenige Grundsatzentscheidungen der höchsten Gerichte gibt und von einer einheitlichen/ständigen Rechtsprechung nicht die Rede sein kann. Jeder Franchise-Vertrag ist ein „juristischer Maßanzug“ für das entsprechende Franchise-System. Er sollte deshalb immer von einem Rechtsanwalt, der sich mit dem Thema Franchising auskennt, überprüft werden. Die Adressen von spezialisierten Rechtsanwälten finden Sie z.B. unter:

www.dfv-franchise.de
www.dfnv.de
www.franchiserecht.de

In der Regel sind in einem Franchise-Vertrag folgende Punkte enthalten:

- **Präambel**
Grundlagen der Franchise-Systeme
- **Vertragspartner**
- **Gegenstand der Franchise**
Angegebene Schutzrechte sollten in Kopie dem Vertrag beigelegt sein
- **Vertragsgebiet**
Es muss klar gegen andere Franchise-Nehmer abgegrenzt werden, möglichst unter Angabe von Postleitzahlen oder einer Gebietskarte.
- **Vertragsdauer**
Der Vertrag sollte eine Laufzeit von mindestens fünf Jahren haben und mindestens eine Verlängerungsoption beinhalten, so dass sich eine Gesamtlaufzeit von 20 Jahren oder mehr ergibt. Die Laufzeit sollte in einem vernünftigen Verhältnis zur Investition stehen: Je höher die Investitionen, desto länger sollte der Vertrag laufen. Bei der Verlängerung sollte keine erneute Einmalgebühr fällig werden. Eine unbefristete Laufzeit verstößt allerdings gegen geltendes Recht.
- **Vorbereitungen und Eröffnung**

Hier muss der Standort genau bezeichnet werden.

- **Gibt es eine Standortanalyse?**

- **Pflichten des Franchise-Gebers.**

Die Pflichten müssen detailliert aufgelistet sein.

- **Gibt es ein Franchise-Handbuch?**

- **Schulung**

Welche Schulungen werden geboten? Wird unterschieden zwischen Ersts Schulung und laufender Schulung?

- **Übertragung des Know-hows**

Die „EG-Gruppen-Freistellungsverordnung für Franchise-Vereinbarungen“ muss beachtet werden

- **Warenein- und -verkauf**

Müssen sämtliche Waren beim Franchise-Geber eingekauft werden? Eine 100 %ige Bezugsverpflichtung ist nur zulässig, wenn der Franchise-Geber die Waren entweder selber herstellt, oder wenn nur bei der Lieferung durch den Franchise-Geber der erforderliche Qualitätsstandard sichergestellt ist. Schreibt der Franchise-Geber Verkaufspreise vor? Dies wäre ein Verstoß gegen geltendes Recht.

- **Werbung**

Wie wirbt die Systemzentrale? Gibt es Vorlagen für regionale Werbung? Gibt es überregionale Werbung? Wie verteilen sich die Kosten?

- **Pflichten des Franchise-Nehmers**

Auch sie müssen detailliert aufgelistet werden

- **Selbständige Stellung des Franchise-Nehmers**

Handelt er im eigenen Namen und auf eigene Rechnung? Besitzt er Personalhoheit?

- **Geheimhaltungspflichten**

Wie hoch ist die Vertragsstrafe bei Zuwiderhandlungen?

- **Abwerbverbot**

Dürfen andere Franchise-Nehmer und der Franchise-Geber Ihnen Ihre Mitarbeiter abspenstig machen? Diese Verpflichtung gilt auch umgekehrt! Wie hoch ist die Vertragsstrafe?

- **Wettbewerbverbot**

- **Eintrittsgebühr**

Höhe der Eintrittsgebühr, Fälligkeit, Angemessenheit

- **Franchisegebühr**

Wie hoch ist die laufende Franchisegebühr, ist sie angemessen?

- **Kontrollrecht des Franchisegebers**

Welche Rechte stehen dem Einzelnen zu; an welchem Umfang müssen sie den Franchise-Geber unterstützen?

- **Vorzeitige Kündigung**

Kann der Vertrag z.B. bei schwerer Krankheit vorzeitig gelöst werden?

- **Vorkaufsrecht des Franchise-Gebers**

- **Vertragsbeendigung**

Welche Maßnahmen müssen beide Seiten beachten: beispielsweise Ausgleichen von Forderungen, Umgestaltung des Geschäfts oder Herausgabe von Unterlagen?

- **Entscheidungen bei Streitigkeiten**

Gibt es ein Schiedsgericht? Ist ein Gerichtsstand vereinbart? Ist eine Schlichtungsstelle vorgesehen?

- **Nebenabreden**

Sind sämtliche Nebenabreden schriftlich festgehalten worden?

- **Widerrufsbelehrung**

Sie ist nach den Regeln des Verbraucherkreditgesetzes bei Franchise-Verträgen erforderlich. Auch hier ist fachkundiger Beistand eines Rechtsanwalts sinnvoll.

Selbstständigkeit

Der Franchise-Nehmer ist selbstständiger Gewerbetreibender, der **im eigenen Namen und auf eigene Rechnung** Geschäfte macht. Im Unterschied dazu ist der Handelsvertreter in fremdem Namen und auf eigene 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 um einen **selbstständigen Unternehmer** oder vielmehr um einen Arbeitnehmer bzw. um eine arbeitnehmerähnliche Person handelt. Wichtiges Merkmal der Arbeitnehmereigenschaft ist die wirtschaftliche Abhängigkeit, die sich durch örtliche, zeitliche und inhaltliche Weisungsbindung sowie die Einbindung in den Betrieb des Franchise-Gebers auszeichnet.

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 zu Selbstständigkeit 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 Scheinselbstständigkeit des Franchise-Nehmers vorliegt, kann bei der Bundesversicherungsanstalt für Angestellte (BfA) ein Statusfeststellungsverfahren eingeleitet werden.

Die nachfolgenden Punkte können als Anhaltspunkt dienen, welche Kriterien ein Franchise-Nehmer im Rahmen seines selbstständigen Unternehmertums erfüllen sollte:

- Der Franchise-Nehmer muss einen eigenen kaufmännischen Gewerbebetrieb beim Gewerbeamt für seine Tätigkeit anmelden.

- Der Franchise-Nehmer sollte zumindest 20 bis 25 Prozent des Umsatzes mit Waren erzielen können, die nicht vom Franchise-Geber geliefert wurden (sog. Diversifikationsprodukte). Die (teilweise) freie Wahl des Warenangebotes ist Ausdruck der unternehmerischen Freiheit.
- Der Franchise-Nehmer muss ein eigenes Unternehmerrisiko tragen. Dies bedeutet:
 - der Franchise-Nehmer darf vom Franchise-Geber keine Vergütung erhalten,
 - der Franchise-Nehmer muss die Betriebskosten tragen,
 - der Franchise-Nehmer muss Gewinne aus der Differenz zwischen Einkaufs- und Verkaufspreisen erzielen können,
 - der Franchise-Nehmer versteuert die Umsätze und sein Einkommen selbst,
 - der Franchise-Nehmer muss den handels- und steuerrechtlichen Rechnungslegungsvorschriften nachkommen.
- Der Franchise-Nehmer muss seine Arbeitszeit grundsätzlich frei wählen dürfen. Allerdings ist es zulässig, dass der Franchise-Geber in seinem Franchise-Handbuch Öffnungszeiten angibt, bei denen eine Umsatz- und Gewinnmaximierung zu erwarten ist.

Weitere Web-Links

Deutscher Franchise-Nehmer-Verband e.V.
 Celciusstraße 42
 53125 Bonn
 Tel.: (0228) 250300
 Fax: (0228) 250586
 E-Mail : info@dfnv.de
 Internet: www.dfnv.de

Deutscher Franchise-Verband e. V.
 Luisenstraße 41
 10117 Berlin
 Tel. (030) 278 902-0
 Fax: (030) 278 901-15
 E-Mail: info@dfv-franchise.de
 Internet: www.dfv-franchise.de

Existenzgründung Franchise
 Informationssystem für Existenzgründer im Franchising
 Franchise-Net GmbH
 Gesellschaft für Marketing und Vertrieb
 Velsstraße 127
 44803 Bochum
 Tel. (0234) 9048989
 Fax (0234) 9048988
 Internet : www.franchise-net.de

Franchiseplattform Deutschland
FranchisePORTAL GmbH
Heidestr. 30 a
53797 Lohmar
Tel.: (02241) 38 84 40
Fax: (02241) 91 70 53
E-Mail: contact@franchiseportal.de
Internet: www.franchiseportal.de

goFranchise!
Sucht Franchise-Nehmer
Zur Waldesruh 45
42329 Wuppertal
Tel.: (0202) 69 55 777
Fax: (0202) 69 55 769
E-Mail: info@gofranchise.de
Internet: www.gofranchise.de

Seminare und Praxiswissen
Deutsches Franchise-Institut GmbH
Fürther Straße 212
90429 Nürnberg
Tel.: (911) 32003-0
Fax: (911) 32003-20
E-Mail: info@franchise-institut.de
Internet: www.dfi-online.de

Dieses Merkblatt soll – als Service Ihrer IHK – nur erste Hinweise geben und erhebt daher keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Obwohl es mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurde, kann eine Haftung für die inhaltliche Richtigkeit nicht übernommen werden.