



Industrie- und Handelskammer
Nürnberg für Mittelfranken

Franchise

Nr. 201/12

SCHRIFTEN UND ARBEITSPAPIERE ■ ■ ■



Ansprechpartner:

Alexander Fortunato

Dipl.-Sozialwirt Univ.

Geschäftsbereich Standortpolitik und Unternehmensförderung

Referat Gründungsförderung und Mittelstandsfinanzierung

IHK Nürnberg für Mittelfranken

Hauptmarkt 25/27, 90403 Nürnberg

Tel.: 0911/13 35-377

Fax: 0911/13 35-332

E-Mail: alexander.fortunato@nuernberg.ihk.de

Internet: www.ihk-nuernberg.de

Mit freundlicher Genehmigung der
Industrie und Handelskammer für München und Oberbayern

Stand: März 2014

Hinweis:

Die Veröffentlichung von Merkblättern ist ein Service der IHK Nürnberg für ihre Mitgliedsunternehmen. Dabei handelt es sich um eine zusammenfassende Darstellung. Soweit rechtliche Grundlagen dargestellt werden, handelt es sich nur um erste Hinweise, die keinen Anspruch auf Vollständigkeit und Richtigkeit erheben. Obwohl es mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurde, kann eine Haftung für die inhaltliche Richtigkeit nicht übernommen werden, es sei denn, der IHK wird vorsätzliche oder grob fahrlässige Pflichtverletzung nachgewiesen. Die Merkblätter können eine anwaltliche Beratung oder Beratung durch Steuerberater oder Unternehmensberater im Einzelfall nicht ersetzen.

FRANCHISE

Franchise ist ein Modell zum Start in die Selbständigkeit. Der Vorteil liegt darin, dass ein Franchise-Nehmer in der Regel mit einer bewährten Geschäftsidee startet. In diesem Merkblatt zeigen wir Ihnen die Chancen, Risiken und mögliche Ansprechpartner auf.

I. Was ist Franchise?

Der Franchise-Geber liefert das nötige Know-how und die Qualitätsstandards, der Franchise-Nehmer übernimmt den Verkauf in eigenem Namen auf eigene Rechnung. Die Stärke des Franchise beruht also auf einer sinnvollen Arbeitsteilung zwischen dem Franchise-Geber und dem Franchise-Nehmer vor Ort. Franchising kann aber keinen Erfolg garantieren. Existenzgründer, die sich als Franchise-Nehmer selbständig machen wollen, stehen vor der Qual der Wahl: Zurzeit sind in Deutschland ca. 980 Systeme branchenübergreifend tätig (Stand: 2010). Von den in Deutschland tätigen Franchise-Gebern sind etwa 285 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 von weißen Schafen getrennt werden. Jedes Mitglieds-Unternehmen des DFV ist an die Richtlinien gebunden und unterzieht sich bei der Aufnahme in den Verband einer Prüfung seines Franchise-Vertrages sowie seines Unternehmens insgesamt, die nach DFV-Richtlinien erfolgt. Mancher Franchise-Geber liefert seinen Franchise-Partnern nur Ware und ein Werbepaket – sonst nichts! Die Unterstützung durch den Franchise-Geber kann jedoch – gerade in betriebswirtschaftlichen Belangen – für Existenzgründer von großem Nutzen sein.

II. Formen des Franchising

Unterschieden wird zwischen:

- **Vertriebs-Franchising**
Der Franchise-Nehmer verkauft bestimmte Waren in seinem Geschäft, die den Namen des Franchise-Gebers tragen, z.B. Baumärkte.
- **Dienstleistungs-Franchising**
Der Franchise-Nehmer bietet Dienstleistungen unter der Geschäftsbezeichnung des Gebers an und verpflichtet sich, bestimmte Richtlinien und Vorgaben einzuhalten, z.B. Hotelketten, Musikschulen.
- **Produktions-Franchising**
Nach Anweisung des Franchise-Gebers stellt der Franchise-Nehmer eine bestimmte Ware selbst her; er verkauft die Produkte unter dem Warenzeichen des Franchise-Gebers, z.B. Getränkeabfüllbetrieb.
- **Mischformen**
Pflicht zur Abnahme bestimmter Produkte wird vom Franchise-Geber festgelegt, z.B. Kauf bestimmter Kosmetika beim Franchise-Geber.

Franchising ist von anderen Vertriebsformen (Vertragshändler, Handelsvertreter, Kommissions-Vertrieb, Filial-System, reine Lizenz- und Know-how-Verträgen) zu unterscheiden.

III. Die häufigsten Stolpersteine für Franchise-Nehmer:

- **Neuheit**
Bei Franchise-Systemen, die neu auf dem Markt sind, kann das Konzept noch nicht erprobt sein und ein Scheitern die Folge sein.
- **Keine Pilotprojekte**
Der Franchise-Geber sollte mindestens zwei Pilotprojekte benennen und die wirtschaftlichen Zahlen aufzeigen können und ohne Vergleichszahlen keinen Vertrag unterzeichnen.
- **Keine Referenzen**
Es sollten mehrere Franchise-Nehmer nach deren Erfahrungen (Zahlenprognose und Franchise-Partnerschaft) befragt werden.
- **Kein Franchise-Handbuch**
Seriose Franchise-Geber halten ein Franchise-Handbuch vor, um die Geschäftsidee zu dokumentieren.
- **Zeitdruck**
Nehmen Sie die Zeit, die Sie benötigen, um sich für ein Franchisesystem zu entscheiden. Prüfen Sie vor allem die Vertragsbedingungen und die kaufmännischen Unterlagen.

IV. Gebühren

Franchise-Partnerschaften beruhen auf Leistung und Gegenleistung. Und jede Leistung hat ihren Preis. Franchise-Nehmer müssen regelmäßig zwei Arten von Gebühren entrichten:

Die **einmalige Eintrittsgebühr** dient zur Deckung der Vorleistungskosten des Franchise-Gebers. Sie tilgen die kontinuierlichen Kosten des Franchise-Gebers für die Bereitstellung von Know-how, Training, Markenschutz, Werbemitteln, Unternehmensberatung und Weiterentwicklung des Systems. Nach einer Studie des Deutschen Franchise-Verbandes bewegt sich die Höhe der Eintrittsgebühren bei der Hälfte der befragten Franchise-Geber zwischen 5.000,-- € und 15.000,-- €. Rund 19 % der Systeme verlangen einen höheren Betrag, 17 % der Unternehmen einen Betrag bis zu 5000,-- € und immerhin 14 % verzichten ganz auf eine Einstiegsgebühr.

Die **laufende Franchise-Gebühr** wird in unterschiedlicher Form erhoben: Entweder als festgelegter monatlicher Betrag oder als prozentuale Beteiligung am Netto- oder Bruttoumsatz. Üblicherweise liegen die Forderungen der Franchise-Geber zwischen 1 und 15 % des Nettoumsatzes, teilweise auch des Bruttoumsatzes. Bei den Fix-Zahlungen dominieren Beträge zwischen etwa 50,-- € und 500,-- €.

Neben der laufenden Gebühr wird von einigen Franchise-Gebern auch eine **Werbegebühr** berechnet. Diese wird meist umsatzabhängig berechnet und beträgt regelmäßig 2 oder 3 % des Umsatzes.

V. Chancen und Risiken für Franchise-Nehmer

Chancen:

- Übernahme eines bewährten Vertriebssystems
- Verkauf eines erprobten Sortiments
- Übernahme einer eingefahrenen Organisation
- keine Einkaufsprobleme
- Unterstützung durch den Franchise-Geber bei der Werbung sowie durch Schulung und betriebswirtschaftliche Beratung
- Bewahrung der Selbständigkeit bei geringer Kontrolle durch den Franchise-Geber
- Milderung der Anlaufschwierigkeiten in der Gründungsphase

Risiken:

- Es gibt keine Existenzgründung ohne Risiko.
- 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.
- Unterschätzen Sie nicht den kurzfristigen Kapitalbedarf.
- Außerdem kann es zu einer Änderung im Kundenverhalten, zu einer schwindenden Kaufkraft in der Kundenzielgruppe oder Wertverlust teurer Maschinen durch technischen Fortschritt kommen.

VI. Franchise-Vertrag (möglicher Vertragsinhalt)

Da es weder ein spezielles Franchise-Gesetz noch allgemein gültige Musterverträge gibt, ist jeder Franchise-Vertrag ein „juristischer Maßanzug“ für das entsprechende Franchise-System. Er sollte deshalb immer von einem auf das Franchising spezialisierten Rechtsanwalt überprüft werden. In der Regel sind in einem Franchise-Vertrag insbesondere folgende Punkte enthalten (wobei die Reihenfolge der Regelungen nicht zwingend ist und es für den Franchise-Geber oder –Nehmer günstig bzw. ungünstig sein kann, den einen oder anderen Punkt nicht zu regeln):

Präambel: Die Entstehungsgeschichte und die Grundlagen des Franchise-Systems sollen beschrieben werden.

Vertragspartner: Die Partner des Franchise-Vertrages müssen klar identifiziert werden können. In der Regel unterzeichnet der Franchise-Nehmer als natürliche Person. Hier sollte aber darauf geachtet werden, dass der Franchise-Vertrag dem Franchise-Nehmer die Möglichkeit eröffnet, die Rechte und Pflichten aus dem Franchise-Vertrag auf eine von ihm gegründete oder übernommene Personen- oder Kapitalgesellschaft zu übertragen.

Gegenstand des Franchise: Was umfasst das Franchise genau? Es ist darauf zu achten, dass angegebene Schutzrechte auch tatsächlich auf den Franchise-Geber eingetragen sind. Als Anlage sollten dem Vertrag die Kopien aller Urkunden des Patentamts bzgl. dem Franchise-Geber erteilten Marken, Patente und Geschmacksmuster beiliegen.

Vertragsgebiet: Es muss klar gegen andere Franchise-Nehmer abgegrenzt werden, möglichst unter Angabe von Postleitzahlen oder einer Gebietskarte.

Vertragsdauer: Der Franchise-Vertrag kann sowohl befristet als auch unbefristet geschlossen werden. Grundsätzlich steht es den Parteien frei, welche Vertragslaufzeit sie vereinbaren. Franchise-Verträge haben in der Praxis meist eine Erstlaufzeit von mindestens 5 Jahren. Meist wird darüber hinaus eine (einseitige) Verlängerungsoption von 5 Jahren zugunsten des Franchise-Nehmers vereinbart. 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.

Vorbereitungen und Eröffnung: Gibt es eine Standortanalyse? Hier muss der Standort genau bezeichnet werden.

Pflichten des Franchise-Gebers: Gibt es ein Franchise-Handbuch? Die Pflichten müssen detailliert aufgelistet sein.

Schulung: Welche Schulungen werden geboten? Wird unterschieden zwischen Erstschulung und laufender Schulung?

Übertragung des Know-how: Findet die „EG-Gruppenfreistellungsverordnung 2790/99 für vertikale Vereinbarungen“ (VGVO) auf den Franchisevertrag Anwendung?

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 bei der Lieferung durch den Franchise-Geber der erforderliche Qualitätsstandard sichergestellt ist. Ferner darf der Franchise-Geber keine Verkaufspreise vorschreiben, denn dies wäre grundsätzlich ein Verstoß gegen geltendes Recht (u.U. jedoch Höchstpreisbindung zulässig aufgrund VGVO).

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?

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

Wettbewerbsverbot

Eintrittsgebühr: Es ist im Vorfeld die Höhe der Eintrittsgebühr, Fälligkeit und die Angemessenheit zu prüfen.

Franchisegebühr: Wie hoch ist die laufende Franchise-Gebühr, ist sie angemessen? Gibt es Vergleiche?

Kontrollrecht des Franchise-Gebers: Welche Rechte stehen dem Einzelnen zu; in 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 das 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 der Verbraucherschutzvorschriften des Bürgerlichen Gesetzbuches bei Franchise-Verträgen erforderlich. Auch hier ist fachkundiger Beistand eines Rechtsanwalts sinnvoll.

VII. Finanzierung

Franchisenehmer können, wie jeder andere Existenzgründer, öffentliche Fördermittel in Anspruch nehmen. Sowohl die KfW Bankengruppe (www.kfw.de) als auch die LfA Förderbank Bayern (www.lfa.de) prüft vor Antragstellung anhand eines Vorvertrags die Förderfähigkeit des Franchisesystems. Bitte denken Sie daran, dass für eine öffentliche Förderung mindestens drei Kriterien eingehalten werden müssen:

- Sie benötigen ein Unternehmenskonzept.
(hierbei ist oftmals der Franchise-Geber behilflich)

- Sie benötigen eine Hausbank, die das Vorhaben begleitet; es gibt keinen Rechtsanspruch auf öffentliche Förderung.
- Vorhabensbeginnklause.

VIII. Hilfreiche Ansprechpartner von Verbänden und Institutionen

Deutscher Franchise Verband e.V. (DFV)

Luisenstraße 41

10117 Berlin

Telefon: 030 278902-0

Telefax: 030 278902-15

Internet: www.franchiseverband.com

(Als Fachinstitution und Interessenvertretung der deutschen Franchise-Wirtschaft gegründet.)

Deutscher Franchise Nehmer Verband (DFNV)

Bundesgeschäftsstelle

Celsiusstraße 43

53125 Bonn

Telefon: 0228 250300

Telefax: 0228 250586

Internet: www.dfnv.de

(Interessenvertretung der deutschen Franchise-Nehmer gegenüber Politik und Franchise-Gebern)

Deutsches Franchise-Institut GmbH (DFI)

Luisenstraße 41

10117 Berlin

Telefon: 030 278902-0

Telefax: 030 278902-15

Internet: www.franchise-institut.de

(Seminare, Verträge, Handbücher, Finanzierung etc.)

Franchise-Institut für die deutsche Wirtschaft GmbH (FIW)

Im Seefeld 9

31552 Rodenberg

Telefon: 05723 9444-0

Telefax: 05723 9444-77

Internet: www.franchise-world.de

(Zielsetzung des FIW: qualifizierte wissenschaftliche Unterstützung für die expandierende Franchise-Wirtschaft gewähren)

FRANNET

Herr Jens Wiemeyer
 Oberer Krankenhausweg 3
 91220 Schnaittach
 Telefon: 0171 23 24 001
 jwiemeyer@frannet.bayern.de
 Internet: www.frannet.de
 (Unterstützungsangebote bei der Franchise-Wahl)

initiat

Rosenaustraße 51
 86150 Augsburg
 Telefon: 0821 45519168
 Internet: www.initiat.de
 (Unterstützungsangebote bei der Franchise-Wahl)

BMWi/KfW-Franchise-Börse

www.nexxt.org
 → Unternehmensnachfolgebörse: www.nexxt-change.org

www.franchising-und-cooperation.de

IX. Zeitschriften / Publikationen / Internetportale

Nachfolgende Literatur beschäftigt sich mit dem Thema Franchise:

Vertragsmuster Franchising - Vertrag

Heidelberger Mustervertrag Band Nr. 59, 7. Aufl., 2010 (im Buchhandel erhältlich)

„Selbstständigkeit im Vertrieb“, 14,-- €

Bezug über:
 DIHK Verlag
 Werner-von-Siemens-Straße 13
 53340 Meckenheim
 Internet: www.dihk-verlag.de

„Franchising.mag – Erfolgreich selbständig machen mit System“

Internet: www.franchising-network.de
 „Franchise Erfolge“
 Internet: www.franchise-erfolge.de

Verzeichnis der Franchise-Wirtschaft 2011/2012

Unternehmerverlag
 Im Wingert 13
 53424 Remagen
 Telefon: 0228 912912-0
 Telefax: 0228 912912-10
 Internet: www.unternehmerverlag.de und www.franchise-wirtschaft.de

Franchise Basis Liste Deutschland 2010/2011

Basis Liste GmbH

Postfach 1151

48302 Senden

Telefon: 02597 2229140-0

Telefax: 02597 2229140-9

Internet: www.basisliste.de

Impulse

Zeitschrift Gründerzeit

Gruner + Jahr AG & Co. KG

impulse-Abonnentenservice

20080 Hamburg

Telefon: 01805 8618001

(0,14 €/Min. aus dem dt. Festnetz, max. 0,42 €/Min. aus dem dt. Mobilfunk)

Internet: www.impulse-gruenderzeit.de

Internet-Portale

Franchise-Net: News und Infos rund ums Franchising.

Internet: www.franchise-net.de

Europa-Franchise:

Das europäische Franchise-Portal.

Internet: www.franchiseportal.net

Franchise World:

Franchise-Portal des FIW mit umfassenden Informationen.

Internet: www.franchise-world.de