

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.

1. 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 Franchising 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: Zur Zeit sind in Deutschland annähernd 1.000 Systeme branchenübergreifend tätig (Stand: 2013). Von den in Deutschland tätigen Franchise-Gebern sind etwa 280 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 den 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.

Die Top 10 des nachfolgenden Rankings berücksichtigt Kriterien wie Stabilität, Dynamik, Verdienst, Markt/Reputation, Wettbewerb/Zukunftschancen und Expertenbewertung.

Die TOP 10 Franchise-Systeme 2013		
1	Mrs. Sporty	Fitnessstudio
2	BackWerk	SB-Bäckerei
3	ZGS Schülerhilfe	Nachhilfe
4	McDonald's	Fastfood
5	Vom Fass	Wein und Feinkost
6	Town & Country Haus	Hausbau
7	Valora Retail	Kiosk
8	Bodystreet	Fitnessstudio
9	Studienkreis	Nachhilfe
10	Joey's Pizza	Pizzaservice

Quelle: impulse-Ranking 2013

2. FORMEN DES FRANCHISING

Unterschieden wird zwischen:

1. **Vertriebsfranchising** (der Franchise-Nehmer verkauft bestimmte Waren in seinem Geschäft, die den Namen des Franchise-Gebers trägt, z.B. Baumärkte),
2. **Dienstleistungsfranchising** (der Franchise-Nehmer bietet Dienstleistungen unter der Geschäftsbezeichnung des Gebers an und verpflichtet sich, bestimmte Richtlinien und Vorgaben einzuhalten, z.B. Hotelkette, Musikschule),
3. **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) und

4. **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 Kow-how-Verträgen) zu unterscheiden.

3. DIE HÄUFIGSTEN STOLPERSTEINE FÜR FRANCHISE-NEHMER:

1. **Neuheit**

Bei Franchise-Systemen, die neu auf dem Markt sind, kann das Konzept noch nicht erprobt sein und ein Scheitern die Folge sein.

2. **Keine Pilotprojekte**

Der Franchise-Geber sollte mindestens zwei Pilotprojekte benennen und die wirtschaftlichen Zahlen aufzeigen können. Ohne Vergleichszahlen keinen Vertrag unterzeichnen.

3. **Keine Referenzen**

Fragen Sie mehrere Franchise-Nehmer nach deren Erfahrungen (Zahlenprognose und Franchise-Partnerschaft).

4. **Kein Franchise-Handbuch**

Seriöse Franchise-Geber halten ein Franchise-Handbuch vor, um die Geschäftsidee zu dokumentieren.

5. **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.

4. GEBÜHREN / INVESTITIONEN

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.

Die Eintrittsgebühren bewegen sich im Schnitt zwischen 5.000 und 20.000,-- Euro. Der Einstieg in neue Systeme ist durchaus unter 5.000 Euro möglich, wohingegen etablierte Unternehmen meist über 15.000 Euro in Rechnung stellen.

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 Prozent des Nettoumsatzes, teilweise auch des Bruttoumsatzes. Bei den Fix-Zahlungen dominieren Beträge zwischen etwa 50 und 500 Euro.

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

Die **Gesamtinvestitionssumme** für den Aufbau eines Betriebes als Franchisenehmer (u.a. mit Ladenbau, Geschäftsausstattung, Warengrundstock, behördliche Gebühren) berechnet sich aus der Eintrittsgebühr des Franchise-Systems sowie aus den Kosten für den Aufbau des Betriebes. Möglichkeiten der Finanzierung sind unter Punkt 9 dargestellt.

5. CHANCEN UND RISIKEN FÜR FRANCHISE-NEHMER

5.1. 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

5.2 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.

6. 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 erteilter 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 fünf Jahren. Meist wird darüber hinaus eine (einseitige) Verlängerungsoption von fünf 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: 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 Erstschi-
lung und laufender Schulung?

Übertragung des Know-hows: 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 100prozentige 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 Fran-
chise-Geber Verkaufspreise vor? 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 Ihre
Mitarbeiter abspenstig machen? Diese Verpflichtung gilt auch umgekehrt! Wie hoch ist die
Vertragsstrafe?

Wettbewerbsverbot

Eintrittsgebühr: Höhe der Eintrittsgebühr, Fälligkeit, Angemessenheit.

Franchisegebühr: Wie hoch ist die laufende Franchisegebühr, ist sie angemessen?

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?

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, wenn die Eintrittsgebühr unter 75.000 Euro liegt. Auch hier ist fachkundiger Beistand eines Rechtsanwalts sinnvoll.

7. 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)

DIE FRANCHISENEHMER

Wirtschaftsverband der Franchisenehmer

c/o CDH

Kurze Mühren 2

20095 Hamburg

Telefon: 040 80905040

Internet: www.die-franchisenehmer.de

(Informationen zu aktuellen Gesetzesentwicklungen, Verkaufsmethoden, Trends u.a. sowie Erfahrungsaustausch mit anderen Franchisenehmern)

Deutsches Franchise-Institut GmbH (DFI)

Luisenstraße 41

10117 Berlin

Telefon: 030 278902-11

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 9444-44

Internet: www.nbb-ag.de/wordpress/nbb-gruppe/franchise-institut-fur-die-deutsche-wirtschaft-gmbh/

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

FRANNET Deutschland GmbH

Feuerbachstraße 31

60325 Frankfurt

Telefon: 069 247567930

Telefax: 069 247567939

Internet: www.frannet.eu bzw. www.msm-c.de

(Unterstützungsangebote bei der Franchise-Wahl)

initiat

Dillenburger Straße 71

51105 Köln

Telefon: 0221 460234-21

Telefax: 0221 460234-29

Internet: www.initiat.de

(Unterstützungsangebote bei der Franchise-Wahl)

BMW/KfW-Franchise-Börse:

www.nexxt.org

→ Unternehmensnachfolgebörse: www.nexxt-change.org

www.franchising-und-cooperation.de

8. ZEITSCHRIFTEN / PUBLIKATIONEN / INTERNETPORTALE

Nachfolgende Literatur beschäftigt sich mit der Thematik des Franchising:

Vertragsmuster Franchising - Vertrag

Heidelberger Mustervertrag Band Nr. 59, 7. Aufl., 2011 (im Buchhandel erhältlich)

Autor: Helmuth Liesegang

„Selbstständigkeit im Vertrieb“, 14 Euro

Bezug über:

DIHK Verlag

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 2014/2015

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

Basis Liste GmbH

Postfach 1151

48302 Senden

Telefon: 02597 2229140-0

Telefax: 02597 2229140-9

Internet: www.basisliste.de

Impulse

Impulse Medien GmbH

Hammerbrookstraße 93

20097 Hamburg

Telefon: 040 609-4522-77

Telefax: 040 609-4522-99

Internet: www.impulse.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.de

9. 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:

1. Sie benötigen ein Unternehmenskonzept (Businessplan) (hierbei ist oftmals der Franchise-Geber behilflich),
2. Sie benötigen eine Hausbank, die das Vorhaben begleitet; es gibt keinen Rechtsanspruch auf öffentliche Finanzierungshilfen und
3. die sog. „Vorhabensbeginnklausele“

Weitere Informationen bei der IHK-München über

Harald Hof,

Telefon 089 5116-1479,

Telefax: 089 5116-81479,

E-Mail: harald.hof@muenchen.ihk.de.

und zum Thema Franchisevertrag:

Andrea Nützel,

Telefon 089 5116-1318,

Telefax: 089 5116-81318,

E-Mail: andrea.nuetzel@muenchen.ihk.de,

Dr. Anna Klein

Telefon 089 5116-1315

Telefax 089 5116-81315

E-Mail: anna.klein@muenchen.ihk.de

Anmerkung: Dieses Merkblatt dient als erste Orientierungshilfe und erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Trotz sorgfältiger Recherchen bei der Erstellung dieses Merkblatts, kann eine Haftung für den Inhalt nicht übernommen werden. Die in diesem Merkblatt dargestellten Erläuterungen erfolgen vorbehaltlich etwaiger Veränderungen durch anstehende verordnungsrechtliche oder gesetzliche Änderungen.