

HINWEIS: Dieses Merkblatt soll – als Service Ihrer IHK – nur erste Hinweise geben und erhebt daher keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Obwohl es mit größter 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.

Franchising

Übersicht

Einführung

Leistungspaket in der Praxis

Kosten

Checkliste Franchising

Chancen und Risiken für Franchisenehmer

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 selbstständigen Franchise-Nehmern vor Ort.

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 selbstständig machen wollen, stehen vor der Qual der Wahl: Zur Zeit sind in Deutschland ca. 910 Systeme branchenübergreifend tätig. 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 Mitgliedsunternehmen 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.

Leistungspaket in der Praxis

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, 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.

Auch der Deutsche Franchise-Verband betont, dass nur dasjenige Franchise-System „rund“ läuft, in welchem die System-Zentrale und die Franchise-Nehmer kooperativ zusammenarbeiten und einen fairen Umgang miteinander pflegen. 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 System-Gebers eingehend kennenzulernen. Sogleich können sich Franchise-Geber über die sie betreffenden Auskunftsansprüche frühzeitig informieren und folglich gezielt über ihre Systemidee berichten.

Kosten

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

Der einmalige Kostenbeitrag 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. Neben den laufenden Kosten werden von einigen Franchise-Gebern auch Kosten für die Werbung berechnet.

Nach einer Studie des Deutschen Franchise-Verbandes bewegt sich die Höhe des einmaligen Kostenbeitrags bei der Hälfte der befragten Franchise-Geber zwischen 5.000 € und 15.000 €. Rund 19 Prozent der Systeme verlangen einen höheren Betrag, 17 Prozent der Unternehmen einen Betrag bis zu 5000,- € und immerhin 14 Prozent verzichten ganz auf den einmaligen Kostenbeitrag. Die laufenden Franchise-Kosten werden in unterschiedlicher Form erhoben: Entweder als festgelegten monatlichen Betrag oder als prozentuale Beteiligung am Netto- oder Bruttoumsatz.

Franchising

Üblicherweise liegen die Forderungen der Franchise-Geber zwischen einem und 15 Prozent des Nettoumsatzes, teilweise auch des Bruttoumsatzes. Bei den Fix-Zahlungen dominieren Beträge zwischen etwa 50 € und 500 €. Mehr als die Hälfte der befragten Franchise-Geber stellen zusätzlich Kosten für die Werbung in Rechnung.

Checkliste Franchising

Es gibt viele seriöse und ausgereifte Franchise-Konzepte, aber auch einige schwarze Schafe auf dem Markt. Der erstbeste Franchise-Geber muss bei weitem nicht der beste sein. Je öfter Sie „Ja“ ankreuzen, umso sicherer fahren Sie mit dem jeweiligen Angebot.

Prüfen Sie den Franchise-Anbieter

	Ja	Nein
Gibt es für die angebotenen Waren und Dienstleistungen des Franchise-Gebers eine langfristige Nachfrage in Ihrer Region?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gibt es Service-Leistungen des Gebers in den Bereichen Einkauf, Werbung, PR-Maßnahmen etc.?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hat die spezielle Geschäftsidee gegenüber den Mitbewerbern am Markt konkrete Vorteile?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Halten sich die anfallenden Gebühren, Umsatzbeteiligungen, Investitionssummen und Einkaufspreise im marktüblichen Rahmen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unterstützt Sie der Franchise-Geber bei der Erstellung eines Liquiditätsplans und einer Erfolgsvorschau?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bankfinanzierung: Gibt es bereits ein partnerschaftliches Verhältnis des Gebers zu einem Kreditinstitut?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sind wirklich alle Kosten, kalkulatorische sowie der Unternehmerlohn, durch die Handelsspanne vollständig gedeckt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ist der Anbieter dem Deutschen Franchise-Verband angeschlossen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Franchising

Prüfen Sie den Vertrag

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 Rechtsanwalt, der sich mit dem Thema Franchising auskennt, überprüft werden. In der Regel sind in einem Franchise-Vertrag folgende Punkte enthalten:

	Ja	Nein
Vertragsdauer		
Amortisiert sich das investierte Kapital innerhalb der Vertragsdauer?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sind bei der Verlängerung keine erneuten einmaligen Kosten fällig?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vorbereitungen und Eröffnung		
Ist der Standort genau bezeichnet und gibt es eine Standortanalyse?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pflichten des Franchise-Gebers		
Sind die Pflichten des Franchise-Gebers detailliert aufgelistet?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gibt es ein Franchise-Handbuch?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bietet der Franchise-Geber regelmäßige Schulungen an?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Erhält der Franchise-Nehmer Marketingpakete und betriebliche Unterstützung?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wareneinkauf und -verkauf		
Ist der Wareneinkauf klar geregelt? (Eine 100-prozentige 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.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Haben Sie darauf geachtet, dass der Franchise-Geber Ihnen keine Verkaufspreise vorschreibt? (Das Vorschreiben der Verkaufspreise wäre ein Verstoß gegen geltendes Recht.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Franchising

Werbung

- Gibt es Vorlagen für regionale Werbung?
- Gibt es überregionale Werbung des Franchise-Gebers?
- Ist die Verteilung der Werbeaktivitäten und der Kosten geregelt?
- Gibt es Werbe- und Produktbeiräte als Interessenvertreter des Franchise-Nehmers?

Pflichten des Franchise-Nehmers

- Sind die Pflichten des Franchise-Nehmers detailliert aufgelistet?
- Handelt der Franchise-Nehmer in eigenem Namen und auf eigene Rechnung?
- Besitzt er Personalhoheit?

Geheimhaltungspflichten

- Ist die Höhe der Vertragsstrafe bei Zuwiderhandlungen festgelegt?

Abgabeverbot

- Ist es untersagt, dass andere Franchise-Nehmer und der Franchise-Geber Ihnen Ihre Mitarbeiter abspenstig machen können? (Diese Verpflichtung gilt auch umgekehrt!)

Eintrittsgebühr

- Ist die Höhe der Eintrittsgebühr im Vergleich mit anderen Anbietern der Branche und im Verhältnis zu den angebotenen Leistungen des Franchise-Gebers angemessen?

Franchisegebühr

- Ist die laufende Franchise-Gebühr im Vergleich mit anderen Anbietern der Branche und im Verhältnis zu den angebotenen Leistungen des Franchise-Gebers angemessen?

Franchising

Kontrollrecht des Franchisegebers

Ist vertraglich fixiert, welche Rechte dem Einzelnen zustehen; und in welchem Umfang Sie den Franchise-Geber unterstützen müssen?

Vorzeitige Kündigung

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

Bei Vertragsverstößen ihrerseits: Kündigt der Geber nicht mit sofortiger Wirkung, sondern ist eine Abmahnungsmöglichkeit vorgesehen?

Vorkaufsrecht des Franchise-Gebers

Sind eventuelle Vorkaufsrechte des Franchise-Gebers vertraglich festgehalten?

Vertragsbeendigung

Wurde auf die Maßnahmen beider Seiten bei Vertragsbeendigung (beispielsweise Ausgleichen von Forderungen, Umgestalten des Geschäfts oder Herausgabe von Unterlagen) hingewiesen?

Honoriert der Lizenzgeber bei Vertragsablauf die bisherige Aufbauleistung?

Entscheidungen bei Streitigkeiten

Gibt es ein Schiedsgericht?

Ist ein Gerichtsstand vereinbart?

Ist eine Schlichtungsstelle vorgesehen?

Nebenabreden

Sind sämtliche Nebenabreden schriftlich festgehalten worden?

Widerrufsbelehrungen

Enthält der Vertrag eine Widerrufsbelehrung? (Sie ist nach den Regeln zum Verbraucherschutz aus dem BGB bei Franchise-Verträgen erforderlich. Auch hier ist fachkundiger Beistand eines Rechtsanwalts sinnvoll.)

Prüfen Sie

Franchising

Erkennt die KfW-Mittelstandsbank den Vertrag an?

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 Selbstständigkeit 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.

Ansprechpartner bei der IHK**Bert Mangels**

Telefon 02151 635-335

Telefax 02151 635-44335

E-Mail mangels@mittlerer-niederrhein.ihk.de

Seite 7 von 8

Franchising

Pascal Görigk

Telefon 02161 241-120

Telefax 02151 635-44120

E-Mail goerigk@mittlerer-niederrhein.ihk.de

Dieses Merkblatt wurde mit freundlicher Unterstützung der Industrie- und Handelskammer Berlin und dem Deutschen Franchiseverband (DFV) erstellt.