

Aktuell

Spezial-Firmeninformation für Franchiseunternehmen

Inhalt

Editorial	1
Franchise-Nehmer Gewinnung (Fortsetzung – 4. Teil)	2
Aktuelle Entwicklung im Franchise-Recht	4
Expansion von Franchise-Systemen nach Deutschland am Beispiel COLORWORKS	6
Zukunftsmarkt Franchise- Finanzierung	8
.. und das allgemeine Gleichbehandlungs-Gesetz kommt doch!	9
Mögliche Gesellschaftsformen im Franchising	12

Rückantwortformular

Editorial

Der Franchise-Geber Gesundheits-Check

Jeder von uns weiß, dass es ratsam ist, sich regelmäßig von seinem Hausarzt

durchchecken zu lassen. Wir wissen ebenfalls, dass wenn wir nicht die Regelmäßigkeit walten lassen, sich ernsthafte Gesundheitsprobleme einstellen könne.

Sicherlich fragen Sie sich jetzt, was hat das mit uns als Franchise-Geber zu tun?

Wie viele Franchise-Geber nehmen sich in regelmäßigen Abständen die Zeit, Ihr Franchise-Management, Ihre Marketingstrategie und Ihre Franchise Systematik unter Betrachtung der Mitbewerber zu vergleichen bzw. die USP zu überdenken. Ein Franchise-System zu betreiben, das den Marktanforderungen, der Zielgruppe dem Wettbewerb oder den rechtlichen Bestimmungen nicht mehr in vollem Umfang entspricht, kann schmerzhaft sein. Und zwar da, wo es wehtut, an der Basis beim Franchise-Nehmer.

Aus aktuellem Anlass verweisen wir hier nur auf das Urteil vom Bundeskartellamt in der Sache Praktiker.

Consultants House bietet mit seinen ansässigen Beratern einen so genannten Gesundheits-Check an. Er beinhaltet eine objektive umfassende Betrachtung des aktuellen Standes aller systemrelevanten Einzelheiten. Zum Beispiel wird die Ablauf- und Aufbau-Organisation, die strategische Marktausrichtung, die Makro- und Mikro-Standortanalyse überprüft, das Management und der

Support der Franchise-Nehmer kritisch hinterfragt. Das Ergebnis kann eine umfängliche Bestätigung der besten Gesundheit sein, es können jedoch auch kritische Bereiche aufgedeckt werden. Diese gilt es, für die Zukunft zu heilen. Das heißt ein Genesungsplan wird erstellt, der schrittweise unter Anweisung zur Verbesserung der Geschäftsentwicklung dient.

Diese Analyse hat das Ziel, zukunftsweisende Maßnahmen zu ergreifen, um die Nachhaltigkeit des Franchise-System zu gewährleisten. Außerdem kann diese Art des Gesundheits-Checks gegenüber zukünftigen Franchise-Nehmern, Bankpartnern und möglichen Investoren das Image des Franchise-Systems positiv beeinflussen.

Der Gesundheits-Check wird strukturiert und schnell durchgeführt. Er wird Sie als Franchise-Geber nicht großartig von dem Tagesgeschehen abhalten und schon gar nicht Ihre wertvolle Zeit in Anspruch nehmen.

Der ganze Prozess dauert nicht länger als 3 Wochen. Das Ergebnis wird in einem Kurzbericht dem Franchise-Geber gegenüber dokumentiert und während eines persönlichen Gespräches erläutert.

Im Anschluss wird der Umsetzungsprozess zwischen den jeweiligen Beratern und Ihrem Franchise-Team abgestimmt und eingeleitet.

Da uns allen an unserer persönlichen Gesundheit und hoffentlich auch an all der anderen Personen liegt, mit denen wir tagtäglich mehr als 8 Stunden arbeiten, hoffen wir, dass Sie von unserem Gesundheits-Check über das beigefügte Rückantwortfax Gebrauch machen.

Ihr Franchise Berater Team
Consultants House GmbH
www.consultantshouse.de
kontakt@consultants-house.de

Franchise-Nehmer-Gewinnung – Das System und der Kandidat stellen sich vor – 4. Teil

(von Dipl.-Kfm. Peter Thomas Stonn)

Als Fortsetzung des letzten Beitrags soll nun die Gründungsphase beleuchtet werden. Wie bei den bisherigen Schritten steht auch hier die Effizienz der Arbeit im Mittelpunkt, um am Ende einen erfolgreichen Partner zu gewinnen.

Ein wesentliches Merkmal des von uns empfohlenen Ansatzes ist die Arbeitsteilung zwischen Franchise-Geber und dem Franchise-Berater. Nachdem die Entscheidung gefallen ist, und der angehende Partner starten will, müssen einige organisatorische Voraussetzungen geschaffen werden. In vielen Fällen stellt sich zum Beispiel die Frage nach dem passenden Standort. Gleichzeitig bedingen die Besonderheiten eines Standorts erforderliche Anpassungen eines Businessplanes und damit eine gründliche Vorbereitung auf die Finanzierungsgespräche mit der Hausbank.

Die Standortsuche ist somit eine gute Möglichkeit, die Rollenverteilung zwischen Franchise-Geber und Franchise-Berater aufzuzeigen. Immer da, wo spezifisches, systemrelevantes Wissen gebraucht wird, übernimmt der Franchise-Geber: Suche des geeigneten Lokals, Mietvertragsverhandlungen, lokale Marktanalyse etc.

Damit übergibt der Franchise-Berater, der bis dato die treibende und schwerpunktmäßig begleitende Kraft im Rahmen des Auswahlprozesses war, immer mehr an das System und die dortigen Ansprechpartner. Dies liegt daran, dass häufig bereits ab diesem Zeitpunkt die Know-how-Übetragung beginnt.

Der Berater steht allerdings weiterhin zur Verfügung, um insbesondere die

Finanzierung des Vorhabens zu gewährleisten. Doch bevor dieses Thema betrachtet wird, zwei wichtige Hinweise:

- Da nun ein hohes Arbeitspensum für alle Beteiligten ansteht, ist es von ganz besonderer Bedeutung, dass zu Beginn des Auswahlprozesses die grundsätzliche Finanzierbarkeit geprüft wurde. Würde der Franchise-Geber erst jetzt entdecken, was er hätte vorher wissen/fragen können, würde die Enttäuschung groß sein. Dabei ist die Fähigkeit der typischen Gründungswilligen, Ihre Vermögensverhältnisse aus Bankensicht realistisch einzuschätzen nur sehr selten ausreichend ausgeprägt. Dies zeigt die Erfahrung.
- Ein weiterer Punkt ist die Bindung des Kandidaten. Je nach System erscheint es sinnvoll, Wege zu gestalten, wie zumindest eine vorläufige, an klare Bedingungen geknüpfte Verpflichtung des Franchise-Nehmers realisiert werden kann.

Franchising zeichnet sich durch Standardisierung aus. Dies lässt sich bei der Finanzierungsvorbereitung, um wieder zum typischen Prozessablauf zurückzukehren, gut nutzen. Ein Standardbusinessplan kann einmal erstellt werden und muss anschließend nur auf die jeweiligen Besonderheiten des Standorts, der lokalen Marktanalyse und der persönlichen Verhältnisse des Gründers angepasst werden. Der Berater erfasst hierzu die entsprechenden Informationen und arbeitet sie in ein bankenreifes Gründungskonzept ein. Er ist auch in der Lage, auf die Richtlinien der möglichen Fördermittel einzugehen, so dass die günstigste Finanzierungsform gefunden werden kann. (Derartige Finanzierungs-Lösungen stellen natürlich nur einen „Vorschlag“ für die Hausbank dar. Ohne einen triftigen Grund, wird sie dann jedoch hinsichtlich der Konditionen nicht nennenswert nach oben abweichen.)

Des Weiteren geht es um die professionelle Vorbereitung des Franchise-Nehmers auf das Bankgespräch. Welche Unterlagen sind von ihm zusammenzustellen? Wie läuft ein typisches Gespräch ab? Worauf muss geachtet werden?

Gut, wenn eine Begleitung des Bankbesuchs gewährleistet werden kann, und das von jemandem, der nicht nur die Zahlen kennt, sondern durch die Langfristigkeit der Zusammenarbeit auch die Praxiserfahrungen aus anderen, bereits laufenden Partnerbetrieben mitbringt. Dann präsentiert sich der Gründer als der künftige Unternehmer und der Berater liefert Rahmenwissen. Die optimale Rollenverteilung.

Auch die Nachbereitung eines Finanzierungsgesprächs mit der Bank sollte einem Gründer nicht allein überlassen werden. Ihm fehlt in der Regel die diesbezügliche Erfahrung und auch die Zeit spielt häufig eine wichtige Rolle. Entscheidungsprozesse der Finanzierungspartner lassen sich nur dann beeinflussen, wenn die dortigen Entscheidungswege bekannt sind. Das sollten daher Spezialisten weiterführen. (siehe hierzu auch den Artikel Zukunftsmarkt Franchisewirtschaft der Deutschen Bank AG in dieser Ausgabe).

Zum Schluss bleibt die klare, verbindliche Finanzierungszusage als Startzeichen für die Umsetzung und Gründung. Der erste Schritt – sofern nicht bereits erfolgt – ist die Vertragszeichnung.

Dipl.-Kfm. Peter Thomas Stonn
Eckhold & Klinger
Unternehmensberatung GmbH(BDU)
47918 Tönisvorst
Tel.: 02156/ 49191-10
peter.stonn@eckhold-klinger.de
www.eckhold-klinger.de

GASTBEITRAG

Aktuelle Entwicklung im Franchise-Recht

(von RA Marco Hero, TIGGES
Rechtsanwälte)

Während immer mehr europäische Staaten Franchising gesetzlich regeln, fehlt in Deutschland weiterhin eine entsprechende Gesetzgebung. Zur rechtswirksamen Gestaltung von Franchise-Verträgen müssen Franchise-Systeme daher neben den allgemeinen Normen des deutschen Wirtschaftsrechts insbesondere die aktuellen Entwicklungen der Rechtsprechung beobachten.

Gerade in jüngster Vergangenheit hat sich das höchste deutsche Zivilgericht, der Bundesgerichtshof (BGH) in Entscheidungen mit Franchise-Verträgen befasst.

Weitergabe von Einkaufsvorteilen

Anfang 2006 beschäftigte sich der BGH mit dem Franchise-System eines US-amerikanischen Autovermieters und der Frage, ob dieser aufgrund des Franchise-Vertrages oder einer von seiner deutschen Tochtergesellschaft mit dem deutschen Franchise-Nehmer getroffenen Vereinbarung verpflichtet war, Einkaufsvorteile, die diese Tochtergesellschaft mit Automobilherstellern ausgehandelt und die ihr aus Fahrzeugkäufen des Franchise-Nehmers zugeflossen sind, an den Franchise-Nehmer auszuzahlen.

Die Tochtergesellschaft des Franchise-Gebers hatte sich gegenüber dem Franchise-Nehmer vertraglich dazu verpflichtet, diesen jährlich über die Höhe der von den jeweiligen Herstellern gewährten Sonderkonditionen, insbesondere die Höhe der Großabnehmerrabatte und Werbekostenzuschüsse zu „unterrichten“.

In der Einleitung der Vereinbarung formulierte die Tochtergesellschaft allgemein, dass der Franchise-Nehmer an den Einkaufskonditionen für Kraftfahrzeuge „teilnimmt“.

In der Praxis leitete Sie die ihr aus Fahrzeugkäufen des Franchise-Nehmers zugeflossenen Werbekostenzuschüsse nur zu einem von ihr festgelegten Teil an den Franchise-Nehmer weiter und vereinnahmte die Differenzbeträge. Der Franchise-Nehmer beehrte daraufhin Auskunft über die Differenzbeträge und Auszahlung an ihn.

Der BGH verneinte zwar Ansprüche aus dem Franchisevertrag, bejahte aber sowohl den Anspruch auf Auskunft als auch auf Zahlung der gesamten von der Tochtergesellschaft des Franchise-Gebers ausgehandelten und zum Teil einbehaltenen Einkaufsvorteile an den Franchise-Nehmer auf der Grundlage der Vereinbarung zwischen Tochtergesellschaft und Franchise-Nehmer. Der BGH begründete seine Entscheidung zum einen mit dem Wortlaut der Vereinbarung, die von „teilnehmen“ und „unterrichten“ spricht. Zum anderen mache eine Unterrichtungspflicht über die gesamten Einkaufsvorteile nur dann Sinn, wenn der Franchise-Nehmer auch die Herausgabe aller Einkaufsvorteile verlangen könne.

Kundenfreundlichste Auslegung von Franchiseverträgen

Die Entscheidung macht deutlich, wie riskant die ungenaue Formulierung von Leistungen (hier: die „Teilnahme“ an Einkaufsvorteilen) für Franchise-Geber im Umgang mit deutschen Franchise-Nehmer sein kann. Dabei weitert sich dieses Risiko vom eigentlichen Franchisevertrag auf die etwaige Zusatzvereinbarungen aus.

Gleichzeitig konkretisiert der BGH seine Rechtsprechung zur „kundenfreundlichsten“ Auslegung von Franchiseverträgen aus dem Jahre 2003. Hiernach ist für die Auslegung eines Franchisevertrages in erster Linie der Wortlaut der Klausel maßgeblich, so wie ihn der redliche Franchise-Nehmer unter Berücksichtigung der beiderseitigen Interessenlagen verstehen darf. Soweit eine Klausel unklar ist, muss seither ein Franchise-Geber die für den Franchise-Nehmer günstigste („kundenfreundlichste“) Auslegung gegen sich gelten lassen.

Vorvertragliche Aufklärungspflichten

Im Dezember 2005 befasste sich der BHG mit der Erfüllung vorvertraglicher Aufklärungspflichten im Zusammenhang mit einem US-amerikanischen Restaurant-Franchise-System. Der deutsche Franchise-Nehmer klagte auf Schadensersatz, nachdem die Gewinnentwicklung seines Restaurants hinter den Erwartungen zurückblieb. Sein Klage stützte er unter anderem darauf, dass ihm im Zuge der Vertragsverhandlungen nach eigener Aussage zugesichert worden sei, im Falle des Scheiterns werde die Beklagte das Restaurant übernehmen und weiterführen, „wie es sich für eine große Franchisefamilie gehöre“.

Die Vorinstanz sah sich seinerzeit nicht veranlasst, diese Aussage des Franchise-Nehmers näher zu überprüfen oder gar hierüber Beweis zu erheben. Die Übernahme einer solch ungewöhnlichen, über die Pflichten des Franchise-Gebers weit hinausgehenden und nur mündlich erteilten Garantie des damaligen Verhandlungsführers hätte der Franchise-Nehmer in besonderem Maße darlegen müssen.

Der BGH urteilte nunmehr, dass die Vorinstanz seinerzeit über diese mündliche Zusicherung hätte Beweis erheben müssen und das damalige Urteil, das einen Anspruch des Franchise-Nehmers verneinte, insoweit rechtsfehlerhaft sei. Der BGH verwies die Sache daher an das Berufungsgericht zur erneuten Entscheidung zurück.

Auch wenn sich die Entscheidung des BGH in erster Linie mit einer prozesstechnischen Frage auseinandersetzt, so hat sie möglicherweise praktische Auswirkungen auf die vorvertragliche Verhandlungsführung. Denn BGH öffnet hier Raum für die Frage, ob in der Zusage, im Falle des Scheiterns werde die Beklagte das Restaurant übernehmen und weiterführen, „wie es sich für eine große Franchisefamilie gehöre“ ein taugliches Beispiel gesehen werden muss für die allgemein geltende Rechtsprechung, wonach die Eigenhaftung eines Verhandlungsführers bei Inanspruchnahme besonderen persönlichen Vertrauens bejaht wird.

Konsequenzen für Franchise-Geber

Im Ergebnis bedeutet dies aber nichts anderes, dass Franchise-Systeme sowie Dienstleister die für Franchise-Systeme Franchise-Nehmer akquirieren achtsam mit ihren Versprechungen gegenüber potentiellen Franchise-Nehmern umgehen müssen. Allerdings bleibt abzuwarten, wie das nunmehr wieder zuständige Berufungsgericht in der Sache tatsächlich entscheiden wird.

Rechtsanwalt Marco Hero
TIGGES Rechtsanwälte
40221 Düsseldorf
Tel.: 0211 / 86 87 - 112
hero@tigges-info.de
www.tigges-info.de

Expansion von Franchise-Systemen nach Deutschland am Beispiel COLORWORKS

(von Dipl.-Volksw. Andreas Langner)

2001 war es soweit. Das kanadische Franchise-System COLORWORKS, der Spezialist für Lackschadenbeseitigung auf mobiler Basis, expandierte mit der Eröffnung des ersten Pilotbetriebes nach Deutschland. Welches Vorgehen hatte Theo Sijs, Geschäftsführer von COLORWORKS Europe BV und Inhaber der Markenrechte von COLORWORKS für den deutschen Markt, gewählt?

Im Wesentlichen stellten sich für ihn wie für alle Franchise-Geber folgende besonders wichtige Fragen, die einer strukturierten Antwort bedürfen:

Als aller erster Schritt muss sich ein Franchise-System mittels einer Marktstudie Klarheit darüber verschaffen, ob das auf dem Heimatmarkt erfolgreiche Franchise-System im jeweiligen Expansionsland ebenfalls auf ein ähnliches Marktpotential stößt. Mentalitätsunterschiede, eine anders geartete Wettbewerbs- und Nachfragesituation und rechtliche Rahmenbedingungen können zu einer schlechteren Ausgangslage führen. Die Kosten für Markterhebungen und der daraus abgeleiteten Machbarkeitsstudie sind gut angelegtes Geld, denn sie verhindert, dass sich ein Franchise-Geber Investitionen aufbürdet, die von vorneherein hätten vermieden werden können.

Nach erfolgreicher Machbarkeitsstudie stellen sich dann die klassischen Fragen einer Franchise-Systemexpansion: (1) Soll die Expansion mit *Masterpartnern* oder *Regionalentwicklern* gestaltet werden, (2) wie lange dauert und wie gestaltet sich der Ablauf der *Pilotphase* – woraus sich dann der Beginn der Verfranchisung des Systems ableitet – sowie letztendlich (3)

die Kalkulation des *Investitionsvolumens*, das auf dem Franchise-Geber zukommt. Im Ergebnis lässt sich dann eine gute Aussage über die Markterschließungsdauer treffen sowie den sich daraus ergebende Break-Even-Zeitpunkt, ab dem die Investition in ein Expansionsland beginnt, Gewinne abzuwerfen.

Bei COLORWORKS war nach erfolgter Machbarkeitsstudie klar, dass Deutschland erhebliches Marktpotential aufwies, Konkurrenz im weitesten Sinne primär von stationären Lackierereien zu erwarten war. Die erste Antwort auf die Frage hinsichtlich der Expansionsart – Master oder Regionalentwickler – haben wir, die Eckhold & Klinger Unternehmensberatung GmbH (BDU) als Betreuer von COLORWORKS mit einer Empfehlung für die Regionalentwicklerlösung beantwortet. Die Vergabe von Masterlizenzen ist auf den ersten Blick eine attraktive Lösung für Franchise-Geber, reduzieren sie doch die eigenen Markterschließungskosten in einem Expansionsland auf ein Minimum, da diese oft größtenteils vom Master im Expansionsland getragen werden. Jedoch hängt die Entwicklung dann maßgeblich vom Engagement sowie den Qualitäten des Masters ab und die Kontrolle über die Entwicklung ist dem Franchise-Geber weitestgehend entzogen. Bei großen Märkten wie Deutschland, die bei den meisten Franchise-Systemen die Gründung von zumeist mehr als 40 Partnern erlauben, sollten Franchise-Geber auf die Regionalentwicklerlösung zurückgreifen, wenn sie – wie bei seriösen Systemen der Fall – von den Erfolgsaussichten der Expansion überzeugt sind. Zuweilen schicken Systeme Masterpartner vor, um die Marktentwicklung in einem Land zu testen und bürden so dem Masterpartner das gesamte Risiko auf.

Den ersten Partner haben wir für COLORWORKS in Aachen gefunden, wo der Pilotbetrieb 2001 in Deutschland an den Start ging. Nachdem klar war, dass sich der Pilot sehr erfolgreich am Markt behauptete, nicht zuletzt auch durch die Aktivität des dortigen Franchise-Partners, entschied sich Theo Sijs an den Pilot-Franchise-Partner auch die Verantwortung des Regionalentwicklers zu übertragen für einen Großteil von Nordrhein-Westfalen.

Die Pilotphase sollte bei einem Franchise-System ein halbes bis ein Jahr dauern. In dieser Zeit gilt es, Anpassungen des Systems an die Gegebenheiten des Expansionslandes zu machen, zumeist bei der Preisstruktur, den Abläufen und beim Marketing. In dieser Zeit sollte natürlich auch die anstehende Verfranchisung geplant werden, vorzugsweise im zu betreuenden Gebiet des Regionalentwicklers. Dieser unterstützt zukünftige Franchise-Nehmer gegen eine Vergütung, insbesondere in der Gründungsphase und gibt Schulungen und Nachschulungen, kann aber anders als ein Master keine eigenständigen Entscheidungen über die Systementwicklung treffen. Nach erfolgreicher Entwicklung des Großraums NRW hat COLORWORKS in den Jahren von 2002 bis 2005 weitere 3 Regionalentwickler gefunden, so dass eine deutschlandweite Betreuung der derzeit nahezu 50 Franchise-Partner von COLORWORKS möglich ist und die volle Konzentration auf die flächendeckende Verfranchisung gelegt werden kann.

Die Frage des Investitionsvolumens sollte natürlich bereits zu Beginn anhand einer Prognoseplanung feststehen, die dann mit Eintreffen der Ist-Zahlen immer weiter konkretisiert und kontrolliert werden sollte. COLORWORKS hat sich für eine möglichst schlanke Expansion entschieden, die auf viele Overhead-Kosten verzichtet. Dies gelang

insbesondere durch den Verzicht auf die Einrichtung einer Systemzentrale mit eigenem festangestelltem Personal, so dass sich die Verwaltungskosten durch die Einmietung beim Büroservice Unternehmen Consultants House GmbH variabel im Einklang mit der Franchise-Nehmerentwicklung gestalten ließen. Solange keine oder nur wenige Franchise-Nehmer da waren, fielen auch nur dementsprechend niedrige Kosten an.

Die bedeutendsten Kostenfaktoren sind neben den Systemanpassungen die Recruitingkosten und die Franchise-Nehmergründungsbegleitung, letzteres wird gegen eine Vergütung größtenteils durch die Regionalentwickler erledigt. Im Rückblick konnte COLORWORKS so die Planung einhalten und im dritten Jahr den Break-Even erreichen. Ein Dreijahreszeitraum für das Erreichen der Gewinnschwelle wird für die meisten Franchise-Systeme bei realistischer Planung gelten. Dauert es länger, verlieren die Prognoseparameter an Aussagekraft, will man sie deutlich früher erreichen, wurde wohl an der Systemanpassung und der Dauer der Pilotphase gespart, was sich später bitter rächen kann.

**Dipl.-Volksw. Andreas Langner
Eckhold & Klinger Unternehmens-
beratung GmbH (BDU)
47918 Tönisvorst
Tel.: 02156-4 9191 10
andreas.langner@eckhold-klinger.de
www.eckhold-klinger.de**

GASTBEITRAG

Zukunftsmarkt Franchise-Finanzierung

(von Reiner Grönig, Vorsitzender der Geschäftsleitung Business Finance Deutschland, Deutsche Bank AG)

Deutschlands Franchise-Wirtschaft hat sich rasant entwickelt. Allein in den letzten zehn Jahren stieg der Branchen-Umsatz um 19 Milliarden Euro auf nunmehr insgesamt 32,2 Milliarden. Mit 850 Franchise-Systemen und mehr als 48.000 Franchise-Nehmern ist die Branche in Deutschland auch ein attraktiver Markt für die Kreditwirtschaft. Allerdings mahnen Marktbeobachter Schwachstellen bei der Kreditvergabe an. Die starke Nachfrage nach einheitlichen Finanzierungs-Konzepten neuer Franchise-Nehmer werde noch nicht ausreichend bedient.

Im internationalen Vergleich haben die Kredit-Institute in Deutschland die Branche erst relativ spät entdeckt. Während die Finanzierung von Franchise-Geschäften in Großbritannien seit über zwanzig Jahren von spezialisierten Teams professionell begleitet wird, stecken hierzulande entsprechende Konzepte häufig noch in den Kinderschuhen.

Franchise-Finanzierung hat Entwicklungspotential

Die Marktchancen der Branche sind unumstritten. Grund dafür ist auch die vergleichsweise hohe Kreditwürdigkeit eines Franchise-Nehmers, der sich einem geprüften System anschließt. Bei einem bekannten und etablierten Franchise-System profitiert die Bank von einem geringen unternehmerischen Risiko und einem beschleunigten Markteintritt des Existenzgründers. Das Potential der Branche spiegelt sich zudem in den Prognosen zur Beschäftigungsentwicklung wider: 200.000 neue Arbeitsplätze sind laut Branchenkennern in den nächsten fünf Jahren möglich – vorausgesetzt die

Rahmenbedingungen für Existenzgründer werden verbessert. Somit kommt der Franchise-Finanzierung für das ungehinderte Wachstum dieses Wirtschaftsmodells eine Schlüsselrolle zu.

Zentrale Prüfung des Franchise-Gebers

Wie könnte eine Franchise-Finanzierung aussehen? Bei der Konzept-Entwicklung hat sich eine enge Zusammenarbeit von Franchise-Geber und Kredit-Institut bewährt. Nach dem Prinzip: „Nur was wir verstehen, können wir auch finanzieren“ verschafft sich die Bank einen Überblick über das Franchise-System. Aspekte wie Profitabilität, Qualitätssicherung und Wachstumsvorstellungen stehen dabei im Vordergrund. Dabei werden jene Kriterien fixiert, die bei einer späteren Kreditvergabe als einheitliche Grundlage dienen werden. Abgeschlossen wird die Startphase mit einer Entscheidung über die Begleitung des Franchise-Systems.

Regionale Prüfung des Franchise-Nehmers

Im anschließenden zweiten Stadium zahlt sich der geleistete Aufwand für den Franchise-Geber aus. Die Bank übernimmt und standardisiert die Bearbeitung und Entscheidung von Finanzierungsfragen. Der Franchise-Geber leitet eingehende Anfragen an das Franchise-Team der Bank weiter, deren Experten sie aufbereiten und die Weiterleitung koordinieren. Bei der regionalen Prüfung kommen wiederum spezialisierte Teams zum Einsatz, welche die Finanzierungsanfrage mit der Filiale vor Ort bearbeiten. An dieser Stelle werden Fragen der persönlichen Bonität, der fachlichen Qualifikation oder der Einhaltung der Standortkriterien geklärt. Somit wird der Prüfungsaufwand zum Vorteil aller Beteiligten stark reduziert.

Der Vorzug dieses Modells liegt auf der Hand: Die Geschäftsprozesse sind klar strukturiert. Bisherig war der Franchise-Geber gezwungen, immer wiederkehrende Fragen nach dem Geschäftskonzept am Standort des neuen Franchise-Nehmers zu beantworten. Die neue zentrale Prüfung und die anschließende Einzelprüfung der Existenzgründer lösen die ineffiziente Vorgehensweise der Vergangenheit wirksam ab. Mit der zweistufigen Prüfung können Kreditentscheidungen bedeutend schneller umgesetzt werden. Das neue Finanzierungsmodell wird dem Wachstum der Franchise-Branche in Deutschland entscheidende Impulse geben.

Reiner Grönig
Deutsche Bank Privat- und
Geschäftskunden AG
Vertriebs Service Center
Spezialberatung Finanzierung -
Business Finance

GASTBEITRAG **... und das Allgemeine** **Gleichbehandlungsgesetz (AGG)** **kommt doch!**

(Rita d'Avis, TIGGES Rechtsanwälte)

Das in der letzten Legislatur-Periode im Deutschen Bundestag eingebrachte Anti-Diskriminierungs-Gesetz tritt in einem neuen Kleid, dem „Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetz“, zum 01.08.2006 in Kraft.

I.

1.
Das Gesetz hat weitreichende Folgen für die Gestaltung von Arbeitsverträgen und für schuldrechtliche Vereinbarungen. Das AGG dient der Umsetzung von EU-Richtlinien mit dem Ziel, eine Benachteiligung von Vertragspartnern aus Gründen

- der Rasse oder der ethnischen Herkunft,
- des Geschlechts
- der Religion oder Weltanschauung
- einer Behinderung
- des Alters
- oder der sexuellen Identität

zu verhindern beziehungsweise zu beseitigen, § 1 AGG.

2.

Das Gesetz gliedert sich in sieben Abschnitte, wobei für Franchise-Systeme nur die Regelungen des zweiten Abschnitts „Schutz der Beschäftigung vor Benachteiligung“ und des dritten Abschnitts, „Schutz vor Benachteiligung im Zivilrechtsverkehr“ von Bedeutung sind.

3.

Das AGG hat insoweit Auswirkungen auf Franchise-Systeme, als der Franchise-Geber oder der Franchise-Nehmer Arbeitsverträge mit Mitarbeitern abschließt. Aber auch im Hinblick auf die Gestaltung von Franchise-Verträgen wird das AGG relevant, wenn beispielsweise der Abschluss eines Franchise-Vertrages mit einem potentiellen Franchise-Nehmer abgelehnt wird.

Jede Benachteiligung im oben aufgeführten Sinne ist also untersagt, wobei die objektive Möglichkeit der Benachteiligung ausreicht.

4.

Die Vorschriften des AGG finden auf alle Beschäftigten Anwendung, auf Arbeitnehmer, Auszubildende, arbeitnehmerähnliche Personen, § 6 Abs. 1 AGG.

5.

Der sachliche Anwendungsbereich umfasst nach § 2 Abs. 1 AGG:

- Zugang zur Beschäftigung
- Beschäftigungsbedingungen (einschließlich Entlassung, Beförderung und Arbeitsentgelt)
- Zugang zur Beratung und Berufs-(Weiter)bildung

6.

Ausnahmsweise ist eine Ungleichbehandlung in Arbeitsverträgen dann zulässig, wenn hierfür ein sachlicher Grund vorliegt, wenn also die Art der auszuübenden Tätigkeit oder der Bedingung ihrer Ausübung eine wesentliche und entscheidende berufliche Anforderung darstellt, § 8 Abs. 1 AGG.

7.

Jeder Arbeitgeber ist verpflichtet, Arbeitsplätze diskriminierungsfrei auszuschreiben. Diese Vorschrift ist für jede Stellenausschreibung des Franchise-Gebers und des Franchise-Nehmers von Bedeutung, auch wenn nur Auszubildende oder geringfügig Beschäftigte gesucht werden.

8.

Den Arbeitgeber trifft eine sogenannte umfassende Präventionspflicht. Er muss eingreifen, wenn Beschäftigte gegen ein Benachteiligungsverbot verstoßen und die geeigneten, erforderlichen und angemessenen Maßnahmen treffen, um eine Benachteiligung zu unterbinden. Ebenso besteht für ihn die Verpflichtung, die Mitarbeiter vor der Diskriminierung durch Dritte zu schützen. Kommt der Arbeitgeber seinen Präventionspflichten nicht nach, so liegt auch hierin eine Diskriminierung.

a)

Wird ein Beschäftigter diskriminiert, so hat er gem. § 15 AGG Anspruch auf Ersatz des Schadens. Die Entschädigung darf bei einer Nichteinstellung drei Monatsgehälter nicht übersteigen, wenn der Beschäftigte

auch bei benachteiligungsfreier Auswahl nicht eingestellt worden wäre.

b)

Beispiel:

Angenommen, ein abgelehnter Bewerber klagt erfolgreich aufgrund einer Stellenausschreibung, die mit monatlich EUR 2.400,00 ausgeschrieben ist. Dem Unternehmen entstehen in diesem Falle folgende Kosten:

Anwaltsgebühren:	EUR 1.462,00
Schadensersatz (Mindestanspruch 3 Monats- gehälter lt. § 15 AGG)	EUR 7.200,00
Gesamt	EUR 8.662,00

9.

Den Franchise-Geber trifft grundsätzlich eine gesteigerte laufende Betreuungsverpflichtung, eine aus den Grundsätzen von Treu und Glauben abgeleitete gesteigerte Fürsorgeverpflichtung sowie eine Unterrichtsverpflichtung, die sich auf Positionsänderungen, Änderungen in der Preisgestaltung, in den Lieferbedingungen etc. bezieht, aber auch Änderungen im rechtlichen Bereich, soweit dies für den Franchise-Nehmer von grundsätzlicher Bedeutung ist. In diesem Zusammenhang ist der Franchise-Geber auch verpflichtet, den Franchise-Nehmer umfassend über die Vorschriften des AGG zu unterrichten, sobald das Gesetz zum 01.08.2006 in Kraft getreten ist.

Für den Franchise-Geber empfiehlt es sich, dass er neben der Darstellung des AGG mit dem Franchise-Nehmer ein Anforderungsprofil für Mitarbeiter des Franchise-Nehmers ausarbeitet, das eine diskriminierungsfreie Beurteilung des potentiellen Arbeitnehmers zulässt. Es sollten Musterschreiben entworfen werden, mit denen zum Beispiel die Ablehnung des Abschlusses eines Arbeitsvertrages diskriminierungsfrei mitgeteilt wird oder dem Franchise-

Nehmer vorausgehende Vorstellungsgespräche erläutert werden, damit diese diskriminierungsfrei geführt werden können.

Dem Franchise-Geber wird empfohlen, im Franchise-Handbuch dem AGG ein besonderes Kapitel zu widmen und dem Franchise-Nehmer eine Schulung zum AGG anzubieten. Im Rahmen der Schulung erfährt der Franchise-Nehmer unter anderem, wie diskriminierende Maßnahmen sowohl bei der Einstellung oder der Entlassung eines Arbeitnehmers vermieden werden können.

Franchise-Geber und Franchise-Nehmer werden sich zukünftig daran gewöhnen müssen, dass ihnen vor dem Hintergrund des AGG zukünftige Bewerbungen ohne Angaben des Alters, ohne Bild und ohne Angabe der Konfession übermittelt werden, um von vornherein eine diskriminierungsfreie Beurteilung der Bewerbung vornehmen zu können.

II.

Große Bedeutung wird das zivilrechtliche Benachteiligungsverbot gem. § 19 AGG erhalten. Danach ist eine Benachteiligung wegen eines der in § 1 AGG genannten Gründe bei der Begründung, Durchführung und Beendigung zivilrechtlicher Schuldverhältnisse gegeben, wenn diese typischerweise als sogenannte Massengeschäfte anzusehen sind oder bei denen das Ansehen der Personen nach Art des Schuldverhältnisses eine nachrangige Bedeutung hat und die zu vergleichbaren Bedingungen in einer Vielzahl von Fällen zustande kommen.

1.

Inwieweit der Abschluss eines Franchise-Vertrages, der Inhalt des Franchise-Vertrages oder die Behandlung einer Franchise-Nehmer-Bewerbung Bedeutung

für das zivilrechtliche Benachteiligungsverbot haben wird, ist noch offen.

Fest steht allerdings, dass Franchise-Verträge von der Rechtsprechung als Formularverträge angesehen werden und damit insgesamt der Inhaltskontrolle Allgemeiner Geschäftsbedingungen nach Maßgabe der §§ 305 ff. BGB unterliegen. Genau auf diese Formularverträge stellt die amtliche Begründung bei der Umschreibung des Begriffs „Massengeschäft“ ab, zumal die Franchise-Verträge zu vergleichbaren Bedingungen in einer Vielzahl von Fällen abgeschlossen werden. Insofern ist denkbar, dass auch das zivilrechtliche Benachteiligungsverbot des AGG auf die Beurteilung von Franchise-Verträge angewendet werden wird, insbesondere um zu prüfen, ob die Ablehnung des Abschlusses eines Franchise-Vertrages für den Franchise-Nehmer-Interessenten diskriminierend gewesen ist.

2.

Welche Möglichkeiten hat nunmehr der Franchise-Geber, bereits vorbeugend einer etwaigen Anwendung des AGG zu begegnen?

Eine Ungleichbehandlung ist gem. § 8 AGG zulässig, wenn dafür ein sachlicher Grund vorliegt. Dem gemäss sollte der Franchise-Geber ein Anforderungsprofil für einen potentiellen Franchise-Nehmer aufstellen, das insbesondere dessen berufliche Qualifikationen als Mindestvoraussetzung umfasst. Im Ablehnungsschreiben kann dann auf die fehlend Erfüllung im Anforderungsprofil hingewiesen werden, so dass ein sachlich gerechtfertigter Grund zur Ablehnung gegeben ist.

3.

Das zivilrechtliche Benachteiligungsverbot im Sinne von § 19 AGG findet dann keine Anwendung, wenn durch den

Vertragsabschluss ein besonderes Nähe- oder Vertrauensverhältnis begründet wird. Das Vertrauensverhältnis schafft der Franchise-Geber dadurch, dass er den Franchise-Nehmer dergestalt in das Franchise-System einbindet, dass er den Franchise-Nehmer umfassend bereits vorvertraglich über alle das Franchise-System betreffenden Belange aufklärt, die Namen und Anzahl der Franchise-Nehmer und deren Standorte darstellt. Diese Aufgabe obliegt dem Franchise-Geber auch aufgrund der immer restriktiver werdenden Rechtsprechung in Bezug auf die Kriterien zur vorvertraglichen Aufklärungspflicht gegenüber dem Franchise-Nehmer.

4.

Wohin das AGG steuert, ist noch nicht vorherzusagen. Wichtig ist allerdings, dass der Franchise-Geber bereits jetzt vorbeugend die Maßnahmen ergreift, die erforderlich sind, um das AGG soweit wie möglich zu erfüllen. Dass damit ein bedeutender Mehraufwand verbunden ist, ist ohne Frage, kann aber darüber hinaus auch positive Auswirkungen auf das Franchise-System haben.

Bei der Bewältigung der oben definierten Aufgaben stehen wir und unsere interdisziplinären Partner Ihnen gerne zur Verfügung.

Rechtsanwältin Rita d'Avis
TIGGES Rechtsanwälte
40221 Düsseldorf
Tel.: 0211 / 86 87 - 114
davis@tigges-info.de
www.tigges-info.de

GASTBEITRAG

Mögliche Gesellschaftsformen im Franchising

(von Stb. Burkhardt Hopf, Lindner und August Steuerberatungsgesellschaft)

1) Die „deutsche Limited“

Bei der Wahl der Unternehmensform ergeben sich auch im Franchise vor dem Hintergrund der geänderten deutschen Rechtsprechung hinsichtlich der Parteifähigkeit ausländischer Gesellschaften aufgrund einer Kette von Entscheidungen des Europäischen Gerichtshofs zur **Niederlassungsfreiheit** in Europa neue Möglichkeiten.

In diesem Umfeld, speziell im Zusammenhang mit der daraufhin stetig wachsenden Bedeutung der britischen Private Limited, werden, beginnend mit dieser Ausgabe, die diesbezüglich bedeutsamen Gesellschaftsformen im Rahmen einer Fortsetzungsreihe dargestellt, respektive verglichen.

Thema und Beginn dieser Betrachtung wird in dieser Aktuell die britische Private Limited, insbesondere in ihrer Ausprägung als „deutsche Limited“ sein.

Da der überwiegende Teil der hier angesprochenen Franchise-Geber im Wesentlichen auf dem deutschen Markt tätig sein werden und insofern auch ihren Geschäftssitz in Deutschland begründen, erscheint diese Betrachtung sinnvoll.

A) Gründung:

Die „deutsche Limited“ stellt tatsächlich eine Zweigniederlassung einer in UK gegründeten Private Limited dar.

Generell wird eine britische Private Limited durch Neugründung gegründet.

Darüber hinaus besteht die Möglichkeit im Wege eines Vorratserwerbs eine bereits existente Limited durch Übertragung der Gesellschaftsanteile zu erwerben.

Die überwiegenden Gründungsfälle basieren auf Neugründungen. Bei dieser Art der Gründung müssen die relevanten Formulare, die Gesellschaftssatzung, bestehend aus dem Memorandum of Association und den Articles of Association, sowie den ausgefüllten Formblättern 10 und 12 beim Gesellschaftsregister, dem Companies House in Cardiff, zur Anmeldung der Eintragung vorgelegt werden. Das Formblatt 10 beinhaltet die Stammdaten der Gesellschaft (Name, Adresse des satzungsmäßigen Sitzes, Personalien der Geschäftsleitung).

Das Formblatt 12 beinhaltet die eidesstattliche Erklärung, das eine Private Limited Company nach den Vorschriften des Companies Act 1985 gegründet werden soll und die gesetzlichen Vorschriften eingehalten wurden.

Sofern nun die Limited ihre Geschäfte im Wesentlichen aus Deutschland führt und hierzulande auch ihren Geschäftssitz eingerichtet hat, ist es weiterhin erforderlich eine Zweigniederlassung bei dem zuständigen deutschen Handelsregister zur Eintragung anzumelden. Dieses Verfahren ist mit formalen Vorgaben (u.a. müssen sämtliche englischsprachigen Originaldokumente in amtlich beglaubigter deutscher Übersetzung vorgelegt werden) verbunden. Aus der Gründung einer Zweigniederlassung ergeben sich darüber hinaus weitere Formalien, wie die Anmeldung beim zuständigen Finanzamt, die nach §14 GewO zu erfolgende Gewerbeanmeldung sowie die Mitgliedschaft bei der IHK.

B) Stammkapital:

Im englischen Recht findet sich hinsichtlich der Mindestkapitalisierung der Limited keine Regelung. Insofern reicht für die Erfüllung der Gründungsvoraussetzungen der Betrag von zum Beispiel 1 englischem Pfund aus. In der Praxis wird dieser Betrag oftmals auf 100 englische Pfund aufgestockt.

Zugesagte Sacheinlagen werden vom Companies House nicht überprüft respektive bewertet, da es sich hierbei um freiwillige Zusatzleistungen handelt deren Überprüfung nicht von staatlichem Interesse sind.

C) Haftung:

Bei der Limited handelt es sich um eine selbständige juristische Person mit beschränkter Haftung. Das Haftkapital beschränkt sich hierbei auf das Gesellschaftskapital, genauer gesagt auf die von den Gesellschaftern übernommenen Einlageverpflichtungen (issued share capital). Die Haftungsbeschränkung auf das Gesellschaftsvermögen und damit der Ausschluss der persönlichen Haftung der Gesellschafter muss jedoch explizit in der Gesellschaftssatzung aufgenommen werden. Dies stellt eine Besonderheit des englischen Gesellschaftsrechts dar.

Eine Durchgriffshaftung auf die persönliche Ebene des Gesellschafters ist in verschiedenen Fällen denkbar, jedoch nach englischem Recht aufgrund der sogenannten Salomon Doctrin eher die Ausnahme.

Obwohl die „deutsche Limited“ grundsätzlich dem britischen Gesellschaftsrecht unterliegt, besteht hinsichtlich der Frage der Durchgriffshaftung aufgrund anderer Bestimmungen des

deutschen Rechts derzeit eine gewisse Rechtsunsicherheit.

D) Organe:

Zur Gründung einer Limited sind mindestens zwei Personen erforderlich.

Die Geschäftsführung wird von den Directors (wenigstens einer) wahrgenommen. Zusätzlich wird ein Secretary benötigt, der sich für die Einhaltung formaler Vorschriften, insbesondere der Dokumentenverwaltung, verantwortlich zeigt. Sofern zwei Direktoren vorhanden sind kann einer von ihnen die Aufgaben des Secretarys mit übernehmen.

In der Praxis bieten professionelle Anbieter von Limiteds eine Postadresse inklusive der Dienste eines Secretarys gegen Entgelt an.

E) Steuern:

Der von Deutschland aus tätige Franchise-Geber in Form einer Limited unterliegt dem deutschen Steuerrecht.

Das bedeutet, das für die Gesellschaft jeweils eine Umsatz- (zzgl. der entsprechenden Umsatzsteuervoranmeldungen), Gewerbe- und Körperschaftsteuererklärung einzureichen ist. Grundlage für die Besteuerung der Gesellschaft bildet der entsprechende Jahresabschluss, welcher nach den jeweiligen deutschen und britischen Rechnungslegungsvorschriften zu ermitteln ist.

Eine britische Handelsbilanz ist, in Anbetracht der gesellschaftsrechtlich bestehenden Publizitätsverpflichtungen gegenüber dem Companies House in Cardiff, zwingend einzureichen. Steuererklärungen nach englischem Recht sind für eine „deutsche Limited“ jedoch nicht zu erstellen.

Bedingt hierdurch erscheint es aus Kosten- und Praktikabilitätsgründen sinnvoll, die britische Handelsbilanz mittels

Überleitungsrechnung (Formblatt) aus der deutschen Rechnungslegung abzuleiten.

F) Kosten:

Die Begründung einer „deutschen Limited“ ist mit nicht unerheblichen zusätzliche Kosten verbunden. Für die Eintragung im örtlichen deutschen Handelsregister entstehen zusätzliche Eintragungskosten. Die Bereitstellung eines Secretarys in Großbritannien verursacht weitere Kosten (Professionelle Anbieter verlangen zwischen 300 und 400 Euro für die Übernahme dieser Dienste).

Die Erstellung der Jahresabschlüsse nach deutschem, bzw. britischem Recht verursachen erhöhte (ggf. doppelte) Beratungs-, Buchführungs- und Abschlusskosten.

G) Fazit:

Die „deutsche Limited“ stellt generell eine im deutschen Geschäftsverkehr konkurrenzfähige Gesellschaftsform dar. Dennoch sollte sich jeder Franchise-Geber mit der Frage der für ihn sinnvollsten Gesellschaftsform kritisch auseinandersetzen.

Für Franchise-Geber kann es, bedingt durch die geringe Haftsumme zu Problemen bei der Teilnahme am allgemeinen Geschäftsverkehr kommen. Insbesondere bei Verhandlungen mit Kreditinstituten wird diesbezüglich häufig die Frage nach entsprechenden Sicherheiten auftauchen, die ggf. zu einer zusätzlichen persönlichen Haftungsverpflichtung der jeweiligen Gesellschafter führen kann.

Als weiterer Aspekt sei in diesem Zusammenhang die Gewinnung von Franchise-Nehmern angeführt, die sich ggf. unter anderem aufgrund der

Haftungsbeschränkung der Limited als schwieriger erweisen könnte, als bei einer vergleichbaren deutschen Gesellschaftsform.

Dies hat auch die praktische Erfahrung mit einem von uns begleiteten Franchisesystem, deren deutsche Zentrale als Private Limited gegründet wurde, gezeigt.

Potentielle Franchise-Nehmer waren hinsichtlich der Aufnahme von Geschäfts- und Vertragsbindungen mit einem möglichen Partner dieser Gesellschaftsausprägung, insbesondere bezüglich der geringen Haftung sowie Zweifelsfragen zum Gerichtsstand, verunsichert.

Das führte letztendlich dazu, dass sich die Vermarktung und somit die Expansion des Franchise-Systems auf dem deutschen Markt nicht realisieren ließ.

Mittlerweile wurde die Gesellschaft in eine GmbH umgewandelt.

Anmerkung: Der Autor macht darauf aufmerksam, dass jede Empfehlung dieser Abhandlung allgemeiner Natur ist und den qualifizierten Rat im Einzelfall nicht ersetzt. Insoweit wird jegliche Haftung ausgeschlossen.

**Steuerberater Burkhardt Hopf
Lindner und August
Treuhandgesellschaft mbH
Steuerberatungsgesellschaft
47918 Tönisvorst
Tel: 02156-49191 -47
hopf@linder-und-august.de
www.lindner-august.de (under
relaunch)**

Impressum

Herausgeber und Redaktion:

Consultants House® GmbH
Gut Groß-Lind
Kehner Weg 144
47918 Tönisvorst

Tel.: 02156-4 9191-0
Fax: 02156-4 9191-60

Alle Informationen wurden mit größter Sorgfalt aufbereitet, für Irrtümer und Unterlassungen kann jedoch keine Haftung übernommen werden. Ein Teil der verwendeten Namen sind geschützte Handelsnamen und/oder Warenzeichen der jeweiligen Hersteller.

Antwortfax/E-Mail



Gut Groß-Lind
Kehner Weg 144
47918 Tönisvorst

Fax: 02156-4 91 91 60 ; franchiseteam@eckhold-klinger.de

Wir bitten um Kontaktaufnahme im Zusammenhang mit:

- Gesundheits-Check für Franchise-Systeme
- Franchise-Nehmer Gewinnung
- Durchsicht bestehender Franchise-Verträge
- Internationalisierung Ihres Franchise-Systems
- Fragen zur Franchise-Nehmer Finanzierung
- Rechtliche Fragen zum Diskriminierungsrecht
- Steuerliche Gestaltung im Franchising
-
-

Absender

Firma:
Straße:
PLZ, Ort:
Tel.:
Fax:
Ansprechpartner:
Funktion: