

- Dies ist nur die Druck-Version. Der original Newsletter wird per E-Mail verschickt-



**Aktuell – Fachinformationen für Franchise-Unternehmen**

### **3. Quartal 2013 / Ausgabe 3 / 21.Jahrgang**

**Guten Tag!**

Das Vertriebskonzept Franchise gibt es in Deutschland seit nunmehr ca. 30 Jahren. Wenn also die Unternehmer, die diesen damals noch so neuen Vertriebsweg in unseren Breiten eingeführt haben, in den 80iger Jahren um die 30 Jahre alt waren, dann nähern sie sich nun unweigerlich dem Rentenalter. Damit dürfte sich unter den deutschen Franchise-Gebern ein Generationswechsel ankündigen. Da folglich nun das Thema „Unternehmensnachfolge“ für viele Unternehmer sehr aktuell wird, wollen auch wir uns vermehrt damit befassen. In diesem Zusammenhang steht auch der folgende Artikel von Klaus-Michael Burger und Stephan Michels von der VMAG, in dem es um die Ermittlung des Unternehmenswertes geht, denn wenn ein Unternehmen an einen Nachfolger übergeben werden soll, ist natürlich die Festlegung des Unternehmenswertes eine der obersten Prioritäten.

Auch in den folgenden Ausgaben unserer „Aktuell“ soll das Thema „Nachfolge“ weiter erörtert werden. Unter anderem möchten wir in unserer nächsten Ausgabe (Dezember 2013) eine Umfrage starten, in der wir die Eckdaten von möglichst vielen Franchise-Systemen abfragen (Alter der Geschäftsführer, Größe des Systems, wie viele Jahre am Markt, welche Branche, welche Pläne zur Unternehmensübergabe, welches sind die größten Hindernisse, etc.), um einen konkreten Einblick in die momentane Situation zu bekommen. Die Ergebnisse dieser Umfrage werden zeigen, wie aktuell das Thema ist, wie weit der Generationswechsel schon im Gange ist und welches die größten Probleme sind.

Wir hoffen dadurch dem einen oder anderen Unternehmer auch einen Denkanstoß geben zu können. Denn mit dem Erreichen des Rentenalters ist es ein bisschen wie mit Weihnachten: Man weiß genau, dass es kommt und wann es kommt und doch ist man am Ende überrascht, wie schnell es dann plötzlich da ist! Und damit Sie dann nicht denken müssen, dass Sie eigentlich hätten besser vorbereitet sein können, wollen wir uns des Themas annehmen.

Viel Vergnügen also mit der Lektüre dieser und der folgenden Ausgaben der „Aktuell“. Wenn Sie Fragen oder Kommentare zu unseren Beiträgen oder Autoren haben, freuen wir uns über Ihre Kontaktaufnahme.

Mit herzlichen Grüßen

Ihr Franchiseteam der Consultants House GmbH  
[franchiseteam@consultants-house.de](mailto:franchiseteam@consultants-house.de)

## Inhalt:

- Seite 2:** **Bewerten Sie die Zukunft Ihres Franchise-Modells: Ihr GPS auf dem Weg zur Steigerung des Wertes Ihres Franchise-Systems – Teil 2** (von Klaus-Michael Burger und Stephan Michels, VMAG – Valuation & Management Advisory Group)
- Seite 7:** **Die Widerrufsbelehrung und deren Bedeutung für den Abschluss von Franchise-Verträgen** (von RA Prof. Dr. Eckhard Flohr, PF&P Prof. Flohr & Partner, Rechtsanwälte)
- Seite 11:** **Unternehmensnachfolge gestalten** (von Dr.-Ing. Hans-Günter Lehmann, Eckhold Consultants GmbH)



### **Bewerten Sie die Zukunft Ihres Franchise-Modells: Ihr GPS auf dem Weg zur Steigerung des Wertes Ihres Franchise-Systems - Teil 2** (von Klaus-Michael Burger und Stephan Michels, VMAG - Valuation & Management Advisory Group)

Im ersten Teil unserer Reihe haben wir uns der Frage gewidmet, wie Sie in wenigen Schritten eine realistische Planung des Zukunftserfolgs Ihres Franchise-Systems erstellen können. Doch wie wird der Wert eines Unternehmens ermittelt?

Hier sei ein kurzer Ausflug in die Investitionsrechnung erlaubt: letztendlich ist der Unternehmenswert nichts anderes als die künftigen erwarteten Unternehmensgewinne, abgezinst auf den Bewertungsstichtag. Daraus resultiert der Barwert der künftigen Unternehmensgewinne. Nichts anderes macht man z. B., wenn der Preis eines geleasteten PKW aus den Leasingraten sowie der An- und Abschlagszahlung ermittelt werden soll: man berechnet den Barwert der künftigen Auszahlungen.

#### **Das Grundproblem der Unternehmensbewertung: Die Ermittlung des Abzinsungssatzes**

Wie die künftig erwarteten Unternehmensgewinne mittels Planung ermittelt werden, war Gegenstand unseres 1. Teils. Nur wie wird der Abzinsungssatz zur Berechnung des Barwerts der künftigen Gewinne ermittelt? Die Verzinsung (Rendite) von an der Börse gehandelten Industrie- oder Staatsanleihen ist Spiegelbild des Bonitätsrisikos des Anleiheschuldners. Die Anleiherendite wird implizit über den Börsenkurs durch die Marktteilnehmer auf die aktuelle Risikosituation angepasst, so dass zumeist tagesaktuell die Risikoeinschätzung der Marktteilnehmer vorliegt. Je höher die Rendite im Vergleich zur „risikolosen“ Bundesobligation, desto niedriger der Kurs und desto schlechter die Bonitätseinschätzung des Marktes. In gleicher Weise sollte die „Verzinsung“ der künftigen Unternehmensgewinne das Risiko- und Chancenprofil des Bewertungsobjekts durch einen Risikozuschlag auf den risikolosen Zins berücksichtigen (die „Wachstumsrate“ sei hier einmal ausgeklammert).



Grafik: Die Grundgleichung der Unternehmensbewertung (Risikozuschlags-Methode)

### „Aktienbewertung“ statt „Unternehmensbewertung“

Nur sind Franchise-Systeme in der Regel nicht börsennotiert, so dass man mangels Börsenkursen den Diskontierungssatz auch nicht unmittelbar ableiten kann. Dazu hat die Wirtschaftswissenschaft Modelle mit stark vereinfachten, in praxi nicht realistischen Annahmen entwickelt, um diesen Diskontierungssatz aus Kursentwicklungen vergleichbarer Unternehmen gegenüber der Preisentwicklung eines Aktienindex ableiten zu können (vgl. Consultants House Aktuell 2. Quartal 2009, Ausgabe 2, „Was ist ein Franchise-System wert? Bewertung von Franchise-Systemen als Unternehmensbewertung – Teil 1“).

Dies kann für die Bewertung börsennotierter Unternehmen, also die Bewertung ihrer Aktien, adäquat sein, sicherlich jedoch nicht für die Bewertung mittelständischer, nicht an einer Aktienbörse notierter Unternehmen. Alleine schon das Risikoprofil eines nicht börsennotierten, zumeist mittelständischen Unternehmens mit dem eines börsennotierten, meist stärker nach Regionen und Produkten diversifizierten Unternehmens zu vergleichen, ist mehr als problematisch. Hinzu kommt, dass sich für Franchise-Systeme selten börsennotierte Vergleichsunternehmen finden. Auch die Zuhilfenahme von subjektiv ermittelten Risikozuschlägen auf einen risikolosen Zinssatz zur Ermittlung des Diskontierungszinssatzes hilft hier nicht unbedingt weiter. Zumal der Wertermittler aufgrund der Subjektivität und starken Vereinfachung mittels Risikozuschlag stichhaltige, nachweisbare Begründungen für die angemessene Abbildung komplexer Unternehmensrisiken schuldig bleiben muss.

Hier führt kein Weg an dem in Teil 1 unserer Reihe erläuterten Simulations- und Risiko-/ Chancen-Aggregationsverfahren vorbei. Diese simulationsbasierte Planung mit ihrer risikoadäquaten Abbildung des Unternehmens ist Ausgangslage für die Bewertung des Franchise-Systems ohne Kapitalmarktdaten.

Das Zauberwort für die kapitalmarktfreie, unternehmensindividuelle Bewertung heißt „Sicherheitsäquivalenz-Methode“.

## Sicherheitsäquivalenz-Methode und simulationsbasierte Planung – ein unschlagbares Team

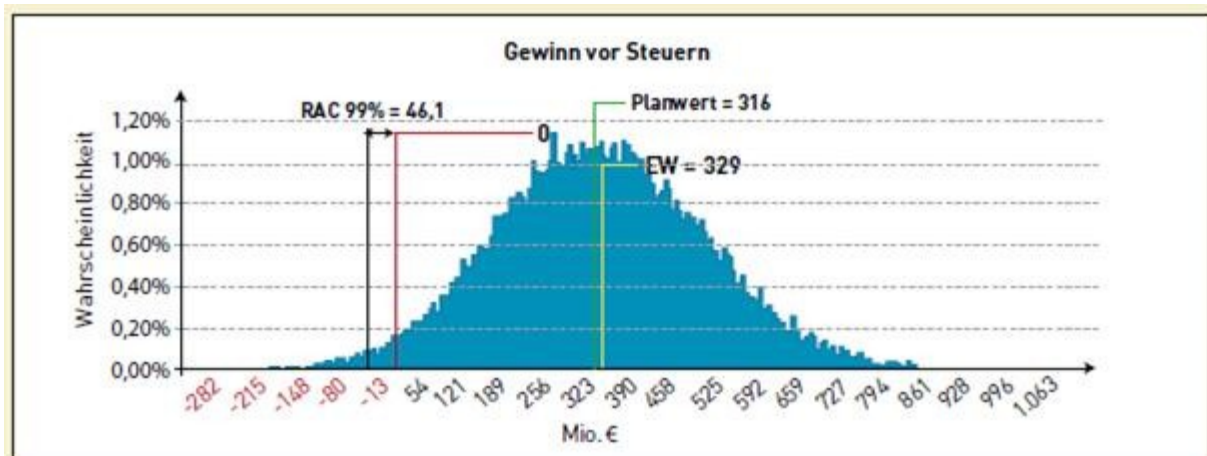
Über die Sicherheitsäquivalenz-Methode wird das oben beschriebene Problem elegant umgangen. Die Fragestellung lautet nun: Welche niedrigeren, dafür jedoch „sicheren“ künftigen Gewinne sind gleichwertig mit den anhand des Risikoprofils ermittelten „unsicheren“ Gewinne. Damit können diese „sicheren“ Gewinne mit dem sicheren (risikofreien) Zinssatz abgezinst werden.

$$\text{U-Wert} = \frac{\text{Erwarteter Gewinn} - \text{Gewinn}_{@ \text{Risk}}}{\text{Zinssatz}_{\text{risikofrei}}}$$

*Grafik: Bei der Sicherheitsäquivalenz-Methode liegt die Herausforderung nicht mehr beim Abzinsungssatz (vereinfachte Darstellung)*

Das Problem verlagert sich damit auf die Ermittlung des Risikoabschlages im Zähler, dem sogenannten „Gewinn at risk“, der die „unsicheren“ Gewinne zu „sicheren“ Gewinnen macht (vgl. Grafik). Der „Gewinn at risk“ stellt somit ein Risikomaß dar, das angibt, welche Gewinnabnahme innerhalb des gegebenen Risikoprofils des Unternehmens mit einer gegebenen Wahrscheinlichkeit nicht überschritten wird.

Dieser Risikoabschlag lässt sich stochastisch aus der Wahrscheinlichkeitsverteilung des Gewinns ableiten, die durch die Simulation der Risiken und Chancen im Planungsmodell ermittelt wurde (vgl. Grafik unten). Die simulationsbasierte Planung ist damit Voraussetzung für eine risikoadäquate Bewertung ohne den Zwang, auf nicht bewertungsadäquate Kapitalmarktdaten zurückgreifen zu müssen.

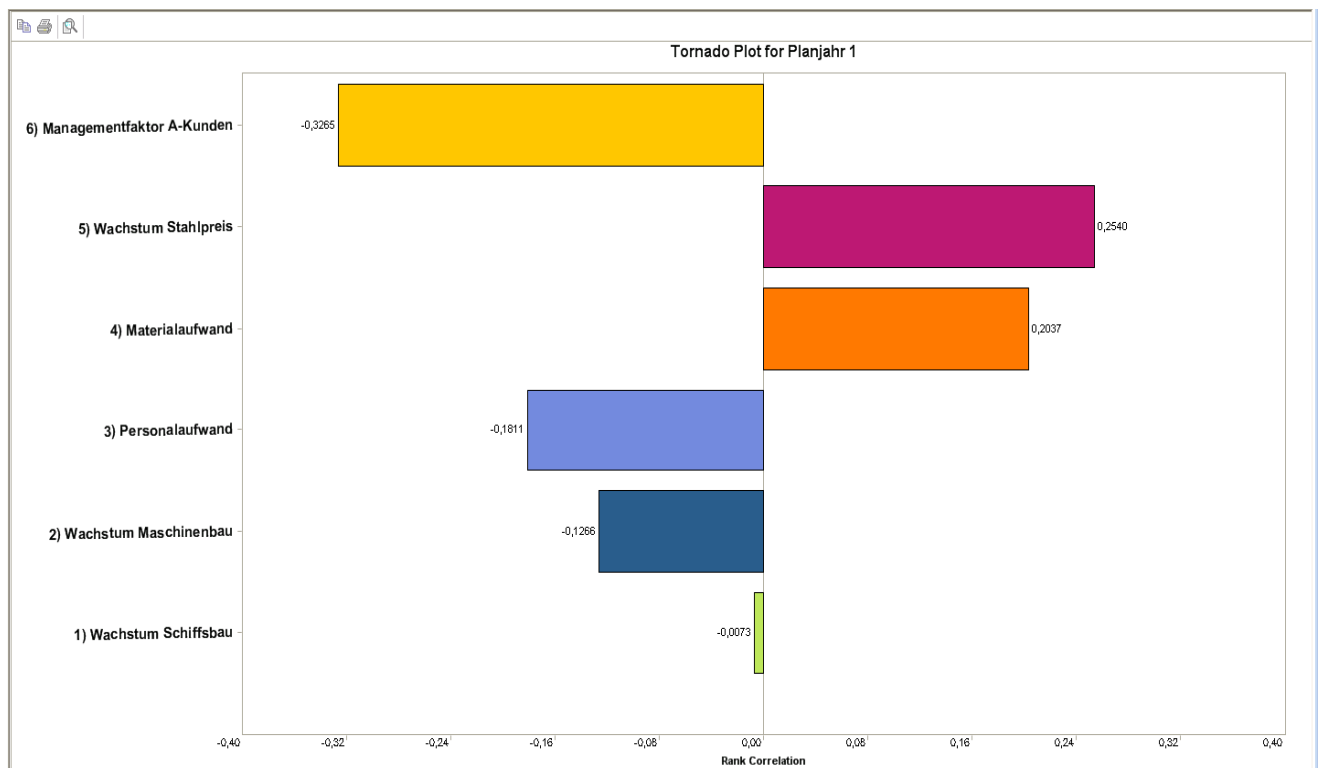


*Grafik: Aus dem Simulationsergebnis lassen sich der erwartete Gewinn und der Gewinn @ Risk ableiten*

## Die Vorteile der simulationsbasierten Bewertung liegen auf der Hand

Dank der stochastisch ermittelten Wahrscheinlichkeitsverteilung der künftigen Gewinne lassen sich die notwendigen Parameter der Unternehmensbewertung ableiten, die sich bei einer kapitalmarktbasierter Bewertung nicht erschließen würden:

- Ableitung des Unternehmenswerts nach der Sicherheitsäquivalenz-Methode
- Offenlegung der Wirkungsstärke der wertbeeinflussenden Faktoren auf den Unternehmenswert (sog. Tornado-Chart, vgl. Grafik unten)
- Schätzung der künftigen Insolvenzwahrscheinlichkeit (Verlust des Eigenkapitals, Illiquidität) und damit der Ratingprognose für die künftigen Planjahre
- Ermittlung der Sensitivität des Unternehmenswerts auf Veränderungen der wertbeeinflussenden Faktoren, z.B. durch alternative Unternehmensstrategien



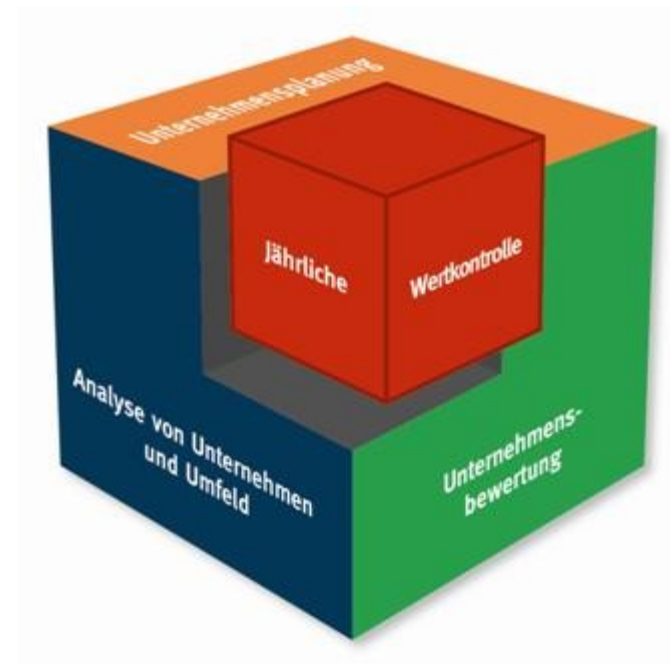
*Grafik: Tornado-Charts verdeutlichen die Wirkungsstärke der wertbeeinflussenden Faktoren (Beispiel)*

Durch Nutzung der Sicherheitsäquivalenz-Methode in Kombination mit der simulationsbasierten Planung auf Basis einer Risikoanalyse lassen sich die Einschränkungen, die die üblichen kapitalmarktorientierten Bewertungsmethoden auferlegen, überwinden. Aufgrund der Vielzahl der sich daraus erzielbaren betriebswirtschaftlichen Erkenntnisse lässt sich die Vorgehensweise zudem nicht nur für die klassischen Bewertungsgründe wie Unternehmensverkauf einsetzen, sondern insbesondere auch zur strategischen Planung, für Investitionsentscheidungen und zur Unternehmenssteuerung.

## Regelmäßige Überprüfung der Wertentwicklung im Zeitablauf

Wir empfehlen daher, den Wert des Franchise-Systems regelmäßig auf den Prüfstand zu stellen. Mittels eines **repetierenden Wertchecks** werden die wertbestimmenden Faktoren und ihre Veränderung im Zeitablauf geprüft und in die Bewertung eingebracht. So ergibt sich ein differenziertes Bild vom Unternehmen und seinen Teilbereichen. Die Beschäftigung mit den Wertveränderungen führt dazu, dass der Unternehmer die Werttreiber und -vernichter erkennt, verinnerlicht und bei dispositiven Entscheidungen stärker einbezieht.

Der Franchise-Geber erhält hiermit die nötige Transparenz, um mittel- bis langfristig den Wert seines Franchise-Systems zu steigern. Das Ganze hat noch einen vorteilhaften Nebeneffekt: er verbessert damit zugleich sein Rating.



*Grafik: Module zur Absicherung und Steigerung des Unternehmenswerts*

### Mehr zu wissen heißt auch, besser lenken zu können

Eine sorgfältige und regelmäßige Unternehmensbewertung schafft nicht nur ein solides, transparentes und nachvollziehbares Erfassen des Ist-Zustands und damit eine objektive Einschätzung des Unternehmenswerts. Sie gestattet dem Franchise-Geber auch, die **Lenkung seines Unternehmens** und damit seine Entscheidungen auf die nachhaltige Steigerung des Unternehmenswertes auszurichten.

Klaus-Michael Burger und Stephan Michels, VMAG

Tel.: +49 (0) 221 / 500 893 0

Fax: +49 (0) 221 / 500 895 0

Mail: [burger@vmag.de](mailto:burger@vmag.de) und [michels@vmag.de](mailto:michels@vmag.de)



**Die Widerrufsbelehrung und deren Bedeutung für den Abschluss von Franchise-Verträgen  
(von RA Prof. Dr. Eckhard Flohr, PF&P Prof. Flohr & Partner, Rechtsanwälte)**

**-I.-**

Die Widerrufsbelehrung und deren Bedeutung für den Abschluss von Franchise-Verträgen ist immer wieder als „never ending story“ (so zuletzt noch FLOHR, ZVertriebsR 2012, 70) bezeichnet worden. Der Grund dafür liegt darin, dass sich die Widerrufsbelehrung in den letzten 25 Jahren immer wieder geändert hat und für viele Franchise-Systeme Unklarheit darüber bestand, in welcher Form eine Widerrufsbelehrung gegenüber einem Franchise-Nehmer bei Abschluss des Franchise-Vertrages vorzunehmen ist, d.h. wie dieser darüber zu belehren ist, dass er innerhalb der vom Gesetz festgelegten Frist seine auf Abschluss des Franchise-Vertrages gerichtete Willenserklärung widerrufen kann.

**-II.-**

**1.**

Alles begann mit der Entscheidung des BGH vom 16. April 1986 (BGHZ 94, 226). Mit dieser Entscheidung stellte der BGH fest, dass die Vorschriften des Abzahlungsgesetzes auf Franchise-Verträge Anwendung finden. In entsprechender Weise hatte sich zuvor schon das OLG Schleswig (NJW 1984, 3024) geäußert. Nachfolgend schloss sich das OLG Düsseldorf (EWiR § 1c AbzG 1/87, 311) dieser Rechtsprechung an.

Danach hat die Diskussion um die Widerrufsbelehrung nie aufgehört – bis heute. Teilweise war diese im Verbraucherkreditgesetz geregelt, dann im Fernabsatzgesetz, bevor diese durch die Schuldrechtsreform wieder in das Bürgerliche Gesetzbuch überführt wurde und dort zunächst in den §§ 361 a, 361 b BGB a.F. geregelt war. Nunmehr finden sich die gesetzlichen Regelungen zur Widerrufsbelehrung in den §§ 355, 360 BGB, wobei das amtliche Muster zur Widerrufsbelehrung in Anlage 1 zum EGBGB veröffentlicht ist.

**2.**

§ 360 I 1 Ziff. 1-4 BGB hält de lege lata fest, welche Voraussetzungen an eine ordnungsgemäße Widerrufsbelehrung gestellt werden. Danach muss eine ordnungsgemäße Widerrufsbelehrung folgende gesetzliche Vorgaben erfüllen:

- einen Hinweis auf das Recht zum Widerruf,
- einen Hinweis darauf, dass der Widerruf keiner Begründung bedarf und in Textform oder durch Rücksendung der Sache innerhalb der Widerrufsfrist erklärt werden kann,
- Name und ladungsfähige Anschrift desjenigen, gegenüber dem der Widerruf zu erklären ist und
- einen Hinweis auf Dauer und Beginn der Widerrufsfrist sowie darauf, dass zur Fristwahrung die

rechtzeitige Absendung der Widerrufserklärung oder der Sache genügt und

- die Widerrufsfrist 14 Tage beträgt.

Dadurch, dass das amtliche Muster zur Widerrufsbelehrung in Anlage 1 zum EGBGB geregelt ist, hat dieses Gesetzeskraft. Insofern kann – wie in der Vergangenheit geschehen – das amtliche Muster zur Widerrufsbelehrung nicht mehr durch die Instanzgerichte verworfen werden; wie etwa durch das Urteil des LG Halle vom 13. Mai 2006 (BB 2006, 1878) im Hinblick auf das seinerzeitige amtliche Muster zur Widerrufsbelehrung entsprechend Anlage 2 zu § 14 BGB InformationspflichtenVO.

### 3.

Die Widerrufsbelehrung ist aber nach derzeitigem Recht nicht gegenüber jedem Franchise-Nehmer vorzunehmen. Entscheidend zum einen ist, dass aufgrund des abzuschließenden Franchise-Vertrages eine Bezugsbindung begründet wird, d.h. dass der Franchise-Nehmer verpflichtet ist, die von ihm in seinem Franchise-Outlet abzusetzenden Produkte entweder vom Franchise-Geber oder von zum Franchise-System gelisteten Lieferanten zu beziehen hat, und zum anderen die Investitionen, soweit diese auf den Franchise-Vertrag zurückgehen, nicht die Widerrufswertgrenze von EUR 75.000,00 (§ 512 BGB) übersteigen – sog. Existenz-Gründungs-Franchise-Nehmer. Ist der Franchise-Nehmer bei Abschluss des Franchise-Vertrages bereits Unternehmer i.S.v. § 14 BGB und gehört der Abschluss des Franchise-Vertrages zu seinem Unternehmen, d.h. ist als ein unternehmensbezogenes Geschäft anzusehen, so entfällt die Verpflichtung zur Widerrufsbelehrung gänzlich. Vorzunehmen ist diese also nur gegenüber Verbrauchern i.S.v. § 13 BGB bzw. Existenzgründungs-Franchise-Nehmern.

### -III.-

Zum 13. Juli 2014 wird das Recht zur Widerrufsbelehrung grundsätzliche Änderungen erfahren, und zwar durch die Auswirkungen der sog. EU-Verbraucherrechte-Richtlinie (Richtlinie 2011/83/U), die von der EU-Kommission am 25. Oktober 2011 verabschiedet wurde. Diese Richtlinie verpflichtet die Mitgliedsstaaten der EU bis zum 13. Dezember 2013 die Rechts- und Verwaltungsvorschriften zu erlassen und zu veröffentlichen, die erforderlich sind, um die Richtlinie entsprechend der Vorgabe des Europäischen Parlamentes und des Rates der EU in nationales Recht umzusetzen.

Die Bundesregierung der Bundesrepublik Deutschland hat dazu am 06. März 2013 in den Deutschen Bundestag den Entwurf eines Gesetzes zur Umsetzung der Verbraucherrechte-Richtlinie (Drucks17/12637) eingebracht. Die entsprechenden Anhörungen im Rechtsausschuss des Deutschen Bundestages wurde dieses Gesetz am 14. Juli 2013 als Gesetz zur Umsetzung der Verbraucherrechte-Richtlinie (BR-Drucks 498/13) verabschiedet. Das Gesetz ist bislang zwar im Bundesgesetzblatt noch nicht veröffentlicht worden, wird aber am 13. Juli 2014 in Kraft treten.

### - IV. -

#### 1.

Für Franchise-Systeme ist dieses Gesetz deswegen von Bedeutung, weil das Recht der Widerrufsbelehrung eine umfassende Änderung erhält. Insofern müssen sich alle Systeme auf eine



neu gefasste Widerrufsbelehrung einstellen, soweit Franchise-Nehmer aufgrund des Vorliegens der gesetzlichen Voraussetzungen über ihr Widerrufsrecht zu belehren sind. Auf der Grundlage des neuen amtlichen Musters zur Widerrufsbelehrung sind dann die entsprechenden Widerrufsbelehrungen ab 13. Juli 2014 vorzunehmen. Alt-Verträge, d.h. bis zum 12. Juli 2014 (00:00 Uhr) abgeschlossene Franchise-Verträge sind von diesen neuen gesetzlichen Regelungen nicht betroffen. Hier gilt noch das alte Recht. Auch ist für solche Franchise-Verträge, die bis zum 12. Juli 2014 abgeschlossen werden, keine erneute Widerrufsbelehrung auf Grundlage des vom 13. Juli 2014 an geltenden Musters zur Widerrufsbelehrung vorzunehmen.

## 2.

Der Text der Widerrufsbelehrung als solcher, wird in einem Musterformular als Anlage 2 zu Art. 246 a § 1 Abs. 2 Satz 1 Nr. 1 des Einführungsgesetzes zum Bürgerlichen Gesetzbuch (EGBGB) wiedergegeben. Dies bedeutet, dass die Widerrufsbelehrung bzw. deren amtliches Muster auch de lege ferenda Gesetzeskraft hat und demgemäß durch die Instanzgerichte nicht verworfen werden kann. Diese sind an das amtliche Muster der Widerrufsbelehrung gebunden.

## 3.

Im Hinblick auf die weiteren Voraussetzungen:

- Begründung einer Bezugsverpflichtung aufgrund des Franchise-Vertrages,
- Investitionen auf der Grundlage des Franchise-Vertrages von weniger als EUR 75.000,00 (Widerrufswertgrenze i.S.v. § 512 BGB)

ändert sich gegenüber dem gegenwärtigen Recht nichts. Diese Kriterien bleiben. Entsprechendes gilt auch für das Verbraucherschutzrechtliche Schriftformerfordernis, d.h. die Verpflichtung, mit Existenzgründungs-Franchise-Nehmern abzuschließende Franchise-Verträge schriftlich festzulegen. Die derzeitige Regelung in § 510 BGB wird durch das Gesetz nicht neu gefasst.

## 4.

Zukünftig ist das Recht zur Widerrufsbelehrung in § 355 BGB geregelt.

Diese Vorschrift erhält am 13. Juli 2014 folgenden Wortlaut:

„§ 355

Widerrufsrecht bei Verbraucherverträgen

(1) Wird einem Verbraucher durch Gesetz ein Widerrufsrecht nach dieser Vorschrift eingeräumt, so sind der Verbraucher und der Unternehmer an ihre auf den Abschluss des Vertrags gerichteten Willenserklärungen nicht mehr gebunden, wenn der Verbraucher seine Willenserklärung fristgerecht widerrufen hat. Der Widerruf erfolgt durch Erklärung gegenüber dem Unternehmer. Aus der Erklärung muss der Entschluss des Verbrauchers zum Widerruf des Vertrags eindeutig hervorgehen. Der

Widerruf muss keine Begründung enthalten. Zur Fristwahrung genügt die rechtzeitige Absendung des Widerrufs.

(2) Die Widerrufsfrist beträgt 14 Tage. Sie beginnt mit Vertragsschluss, soweit nichts anderes bestimmt ist.

(3) Im Fall des Widerrufs sind die empfangenen Leistungen unverzüglich zurückzugewähren. Bestimmt das Gesetz eine Höchstfrist für die Rückgewähr, so beginnt diese für den Unternehmer mit dem Zugang und für den Verbraucher mit der Abgabe der Widerrufserklärung. Ein Verbraucher wahrt diese Frist durch die rechtzeitige Absendung der Waren. Der Unternehmer trägt bei Widerruf die Gefahr der Rücksendung der Waren. ...“

Die Widerrufsbelehrung entspricht dem Grunde nach dem geltenden Recht. Neu ist nur der Zeitpunkt, zu dem die Widerrufsfrist beginnt. Hier sieht das Gesetz unterschiedliche Alternativen vor, dass jedes Franchise-System prüfen muss, zu welchem Zeitpunkt die Widerrufsfrist für den abzuschließenden Franchise-Vertrag beginnt. Dies wird dann eine der Hauptstreitfragen sein, die sich beim Abschluss von Franchise-Verträgen vom 13. Juli 2014 an stellen wird.

Jedem Franchise-System ist daher zu raten, sich frühzeitig auf die neu gefasste Widerrufsbelehrung einzustellen und abzustimmen, auf welchen Zeitpunkt für den Beginn der Widerrufsfrist abzustellen ist, soweit Franchise-Verträge mit Verbrauchern bzw. Existenzgründungs-Franchise-Nehmern abgeschlossen werden, durch den Franchise-Vertrag eine Bezugsbindung begründet und die Widerrufswertgrenze des § 512 BGB i.H.v. EUR 75.000,00 nicht überschritten wird.

## **5.**

Soweit Franchise-Systeme Verträge mit Unternehmen abschließen, besteht auch derzeit keine Verpflichtung zur Widerrufsbelehrung. Daran ändert auch das Gesetz zur Umsetzung der Verbraucherrechte-Richtlinie nichts. Eine Widerrufsbelehrung ist hier gegenüber solchen Franchise-Nehmern, bei denen der Abschluss des Franchise-Vertrages ein unternehmensbezogenes Rechtsgeschäft darstellt, auch vom 13. Juli 2014 nicht vorzunehmen.

## **6.**

In einem Punkt gibt es eine wesentliche zur Rechtssicherheit beitragende Änderung. Wird die Widerrufsbelehrung – obwohl notwendig – vergessen oder entspricht nicht den gesetzlichen Anforderungen, so erlischt das Widerrufsrecht nach einem Jahr und 14 Tagen. Bislang, d.h. bis zum 12. Juli 2014 kann in solchen Fällen der Widerruf zeitlich unbefristet erklärt werden.

RA Prof. Dr. Eckhard Flohr, PF & P - Prof. Flohr & Partner, Rechtsanwälte

Tel.: +43 (0) 53 52 / 61 75 32-0

Fax: +43 (0) 53 52 / 61 75 32-7

Mail: [flohr@pfp-legal.de](mailto:flohr@pfp-legal.de)



## **Unternehmensnachfolge gestalten**

**(von Dr.-Ing. Hans-Günter Lehmann, Eckhold Consultants GmbH)**

Dass eine Unternehmensnachfolge eine sehr individuelle Angelegenheit ist und jedes Mal neue Facetten zeigt ist nicht neu. Nichtsdestotrotz ist es für die Begleitung dieser Prozesse immer wieder wichtig, sich genau das vor Augen zu halten: Jedes Unternehmen tickt anders, jeder Übergabeprozess hat seine eigenen Charakteristika und jeder Übergeber / jeder Nachfolger hat andere Voraussetzungen, Vorstellungen und Wünsche.

Innerhalb des laufenden Jahres konnten wir nun den Prozess der Unternehmensübergabe bereits bei zwei namhaften Franchise-Systemen aus Sicht der Franchise-Nehmer -also der Nachfolger- begleiten.

Im ersten Projekt unterstützten wir die Übernahme eines Einzelhandelsgeschäftes im Konsumgüterbereich durch einen neuen Franchise-Nehmers. Da das Geschäft infolge zu geringer Umsätze und Erträge keinen Ertragswert besaß, erfolgte die Übernahme des Warenlagers zum Einkaufspreis=Verkehrswert und des Mobiliars zum Verkehrswert als Asset Deal. Der Übernehmer als neuer Franchise-Nehmer, musste zwar keine neue Einstiegsgebühr bezahlen, sollte aber einen neuen Vertrag mit dem Franchise-Geber abschließen und die Nebenkosten der Schulungen, die in der Systemzentrale stattfinden tragen. Die Vorgehensweise und Abläufe waren eigentlich sehr eindeutig und einfach. Aber personelle Veränderungen in der Übernahmephase, neue Betreuung durch einen neuen unerfahrenen Mitarbeiter des Franchise-Gebers und Zuständigkeitsprobleme innerhalb der Systemzentrale führten zu Irritationen und großen Kommunikationsproblemen. Hinzu kam, dass der Franchise-Vertrag auf den neusten Stand gebracht werden musste und in weiten Teilen Abweichungen von den bisherigen Inhalten anstanden. Anstatt dem neuen Franchise-Nehmer diese Veränderungen in einem persönlichen Gespräch zu erklären, veranlasste die Regionalbetreuerin, den Franchise-Vertrag per Post zu senden. Bedingt durch diese unvorteilhafte und unpersönliche Vorgehensweise wäre beinahe die geplante Nachfolge geplatzt. Bei Unternehmensübergaben ist deshalb vom Franchise-Geber aus, auf eine kontinuierliche Begleitung durch einen Betreuer zu achten. Vorteilhaft wirkte sich in unserem Fall sicherlich die Begleitung des Franchise-Nehmers durch einen erfahrenen Berater aus, der für Probleme ansprechbar war und pragmatische Lösungen anstieß.

Ein zweites Projekt beinhaltete die Übergabe eines Lerninstitutes mit einer wirtschaftlich soliden 18-jährigen Entwicklung, an einen neuen Franchise-Partner. Dieser Standort des Lerninstitutes hatte sich hinsichtlich Methodik und Inhalten in den letzten 10 Jahren vom Franchise-Geber entfernt. Der Franchise-Vertrag hatte aber weiterhin Bestand und die Gebühren wurden weitergezahlt. Das Lerninstitut konnte kontinuierliche Teilnehmerzahlen vorweisen und war im geschützten Gebiet erfolgreich. Der Übernahmepotentialinteressent wollte das bisherige Konzept des Lerninstitutes mit hauptsächlichlicher Nutzung am Nachmittag durch neue Geschäftsfelder am Vormittag ergänzen sowie die regionale Ausstrahlung erweitern. Diese Veränderungen sah aber das Geschäftskonzept des Franchise-Systems nicht vor. Damit stellte sich die entscheidende Frage: Verbleibt man im

Franchiseverbund oder steigt man aus? Durch die neue inhaltliche Orientierung war ein Verbleib im Verbund aus Sicht des Übernehmers nicht erforderlich. Eine Kündigung des Franchise-Vertrages aus Alters- und gesundheitlichen Gründen und wegen Geschäftsaufgabe der Einzelunternehmung war möglich. Dieses Ausscheiden aus dem System musste aber auch noch vom Übergeber bestätigt werden.

Allerdings war der Übernehmer an der Beibehaltung des Firmennamens interessiert, um bei den Auftraggebern und Auftragsmittlern die Kontinuität der Geschäftstätigkeit zu demonstrieren. Um Streitigkeiten zu vermeiden und möglichst beiden Seiten gerecht zu werden, bot sich die Möglichkeit einer losen Kooperation an. Das Lerninstitut sollte den Namen beibehalten dürfen, zukünftig verpflichteten sich beide Partner -also der neue Franchise-Nehmer und der bisherige Franchise-Geber zu einer gegenseitigen Nennung auf den Internetseiten. Des Weiteren konnte der Franchise-Geber auf den Neuen Partner als Referenzbetrieb zurückgreifen. Durchaus kann es für kleinere Franchise-Geber von Vorteil sein, über mehrere (lose) Partner zu verfügen, um durch die Wirksamkeit einer gewissen Größe ein schnelleres Wachstum zu erfahren.

Für das Lerninstitut war auf der Grundlage der Jahresabschlüsse aus der Vergangenheit und der erwarteten Zukunftsentwicklung ein Ertragswert ermittelt worden. Wir sind davon ausgegangen, dass bei einer Fortführung der Franchisebeziehungen die Kosten für den Eintritt in das System selbstverständlich vom Ertragswert abgezogen werden müssen (Zukunftsinvestitionen). Im Fall der Lösung des Lerninstitutes aus dem Franchisesystem vor einem Verkauf, wäre aber der volle Wert ohne Abzüge zu berücksichtigen.

Beide Fälle belegen, dass Unternehmensübertragungen im Franchising durchaus sehr konkret betrachtet und spezifisch gelöst werden müssen. Keine ist wie die Andere und Hindernisse tauchen aus den am wenigsten vermuteten Ecken auf. Daher ist es keine Schande, sich Hilfe von Außen zu holen, wenn man selber in die Situation einer Unternehmensübergabe kommt.

Dr.-Ing. Hans-Günter Lehmann, Eckhold Consultants GmbH - Geschäftsstelle Potsdam

Tel: +49 (0) 331-50 49-17

Fax: +49 (0) 331-50 49-19

Mail: [lehmann@eckhold-consultants.de](mailto:lehmann@eckhold-consultants.de)

.....

---

Consultants House Newsletter Aktuell wird unterstützt von:



Herausgeber:  
Consultants House GmbH

Gut Groß-Lind  
Kehner Weg 144  
D-47918 Tönisvorst

Fon: +49 (0) 21 56 - 4 91 91 - 0  
Fax: +49 (0) 21 56 - 4 91 91 - 60  
Mail: [franchiseteam@consultants-house.de](mailto:franchiseteam@consultants-house.de)