

Hermann Riedl
Martin Niklas

Der Franchisevertrag

Fallstricke, Hilfestellungen und
Organisationen

3. Auflage

 Springer Gabler

Der Franchisevertrag

Hermann Riedl • Martin Niklas

Der Franchisevertrag

Fallstricke, Hilfestellungen und
Organisationen

3. Auflage

Hermann Riedl
Riedl Consult
Wustermark, Deutschland

Martin Niklas
Essen, Deutschland

ISBN 978-3-658-42593-7 ISBN 978-3-658-42594-4 (eBook)
<https://doi.org/10.1007/978-3-658-42594-4>

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <https://portal.dnb.de> abrufbar.

© Der/die Herausgeber bzw. der/die Autor(en), exklusiv lizenziert an Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature 2017, 2021, 2024

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von allgemein beschreibenden Bezeichnungen, Marken, Unternehmensnamen etc. in diesem Werk bedeutet nicht, dass diese frei durch jede Person benutzt werden dürfen. Die Berechtigung zur Benutzung unterliegt, auch ohne gesonderten Hinweis hierzu, den Regeln des Markenrechts. Die Rechte des/der jeweiligen Zeicheninhaber*in sind zu beachten.

Der Verlag, die Autor*innen und die Herausgeber*innen gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autor*innen oder die Herausgeber*innen übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Planung/Lektorat: Guido Notthoff

Springer Gabler ist ein Imprint der eingetragenen Gesellschaft Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH und ist ein Teil von Springer Nature.

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

Wenn Sie dieses Produkt entsorgen, geben Sie das Papier bitte zum Recycling.

Geleitworte



Hermann Riedl und Martin Niklas sind langjährige und tiefgehende Kenner der Franchisewirtschaft, die ich sehr schätze. Unsere Wege kreuzen sich sehr regelmäßig und ich freue mich bei jedem Treffen über den fundierten fachlichen Austausch. Großer Dank gebührt ihnen, dass sie ihr rechtliches sowie unternehmerisches Franchise-Wissen über ein solches Buch allen Interessierten zur Verfügung stellen. Ich möchte ganz herzlich zur neuen Auflage gratulieren und hoffe, dass es weiter viele Menschen dazu inspiriert, der Franchisewirtschaft großartige neue Konzepte und Ideen hinzuzufügen.

Steffen Kessler



Von Seiten der Qualitätsgemeinschaft des professionellen Franchisings in Deutschland gratulieren wir den Autoren herzlich zu dieser ebenso informativen wie bedeutenden 3. Auflage von „Der Franchisevertrag“. Dieses Werk erläutert den Aufbau, die Funktion und nicht zuletzt die Bedeutung des Franchisevertrages für eine funktionierende Franchisepartnerschaft aus der Praxis und leistet damit einen wichtigen Beitrag für die Rechtssicherheit und Professionalisierung von Franchisesystemen.

Deutscher Franchiseverband e.V.



Herzlichen Glückwunsch den Autoren zur gelungenen 3. Auflage! Ihre umfassende Expertise und praxisbezogenen Erkenntnisse bieten eine wertvolle Informationsquelle. Basierend auf langjähriger Erfahrung, analysieren sie sorgfältig Problemstellungen und betrachten breit Gestaltungsmöglichkeiten sowie operative Lösungen in verschiedenen Branchen. Wir danken den Autoren dafür, dieses wertvolle Wissen zu teilen. Das Buch trägt damit auch ganz wesentlich zur fundierten Auseinandersetzung mit aktuellen Themen, relevanten Fragestellungen sowie den damit verbundenen Herausforderungen, Entwicklungen und Trends bei. Ein unverzichtbarer Begleiter und Praxisleitfaden!

Österreichischer Franchiseverband

Vorwort zur dritten Auflage

Fast sechs Jahre sind vergangen seit dem Erscheinen der ersten Auflage unseres Standardwerks „Der Franchisevertrag – Fallstricke, Hilfestellungen und Organisationen“.

Gerade im Franchiserecht, welches in Deutschland nicht gesetzlich kodifiziert ist, schreitet die Entwicklung mit jedem neuen Urteil voran. Gleichzeitig führen auch die teilweise sich überschlagenden Entwicklungen in Zeiten der Digitalisierung dazu, dass sich die Anforderungen an eine Franchisepartnerschaft und damit an die zugrunde liegenden Franchiseverträge ebenfalls ändern.

In der 3. Auflage wurden insbesondere rechtliche Neuerungen eingearbeitet, soweit sie sich beispielsweise aus der neuen EU-Vertikal-GVO und dem Geschäftsgeheimnisschutzgesetz ergeben. Zusätzlich wurden im einführenden ersten Kapitel mehrere grundlegende Themen neu hinzugefügt, so z. B. das Thema Selbstauskunft des Franchisenehmers, kartellrechtliche Erläuterungen, Gedanken zur Aufgabenverteilung in der Franchisepartnerschaft, zu gewerblichen Schutzrechten, zur Abgrenzung von andere Vertriebssystemen und zur Internationalisierung von Franchisesystemen.

Wir hoffen, allen am Franchising Interessierten, und insbesondere jenen, die sich auf die eigene Vertragsgestaltung oder auf Vertragsverhandlungen vorbereiten, wertvolle und teilweise auch neue Anstöße liefern zu können.

Wustermark, Deutschland
Essen, Deutschland

Hermann Riedl
Martin Niklas

Vorwort zur ersten Auflage

Häufig reicht ein Blick in das Gesetz, wenn es um die Rechtsfindung beim Ausgestalten von Verträgen geht, oder auch bei strategischen Entscheidungen in allen Bereichen eines Unternehmens. Jedoch nicht beim Franchising. Immer wieder ergeben sich in den Unternehmen oder auch bei spezialisierten Anwälten offene Fragen zur Rechtsprechung im Bereich Franchising, zum Beispiel im Vertragsrecht, bei der Haftung, bei Immobilien, zur Expansion oder zu Vertrieb oder Marketing, deren Antworten im Rahmen der Recherche nicht selten nur mit einem hohen zeitlichen und finanziellen Aufwand gegeben werden können. Dieses Buch gibt dem Nutzer Antworten, kann aber auch über etwaige Hinweise zur Rechtsprechung zum Thema „Franchisevertrag“, dessen Aufbau und Fallstricke aus der Praxis informieren.

Die Rechtsprechung in Deutschland zum Thema Franchising ist kein einfaches Thema, denn die Problematik liegt darin, dass es in Deutschland keine fest definierte gesetzliche Regelung gibt. Diesbezüglich ist man immer mehr auf einzelne Urteile in vergleichbaren Fällen angewiesen, um Maßnahmen oder Entscheidungen daran auszurichten.

Andere Länder, zum Beispiel Belgien, Frankreich, Italien, Schweden, Spanien und zukünftig auch Griechenland, besitzen gesetzliche Regelungen zum Thema Franchising und haben hier Rechte und Pflichten umfassend oder in Teilbereichen klar geregelt.

Wir möchten in diesem Buch die Zielgruppe der Rechtsanwälte, der Franchisegeber und künftiger oder auch bestehender Franchisenehmer, aber auch Unternehmen ansprechen, um die Verknüpfung von Franchisevertrag und dessen operativen Nutzen herauszustellen, als Grundlage und Denkanstoß, damit ein Franchisevertrag praktisch nutzbar gestaltet werden kann.

Das Buch orientiert sich an vielen Erfahrungen aus der Praxis im Bereich Recht und Unternehmenssteuerung und den daraus resultierenden Problemstellungen, teilweise auch anderweitiger Rechtsprechung, soweit sie sich direkt auf franchiserelevante Fragestellungen bezieht, oder zumindest dort analog anwendbar ist. Der Darstellung verschiedener Gestaltungsmöglichkeiten schließen sich dann Gedanken hinsichtlich der Konsequenzen für das operative Geschäft an, einerseits hinsichtlich einer Vermeidung von Konflikten im Rahmen der Systemgestaltung, andererseits hinsichtlich konkreter Lösungs-

möglichkeiten. Dieses Buch bietet selbstverständlich kein vollständiges Bild des Franchise-rechts in Deutschland. Auch kann keinerlei Gewähr für eine Vollständigkeit und für eine erhoffte Rechtssicherheit übernommen werden.

Die für alle wichtigen Regelungsbereiche eines typischen Franchisevertrags aufgeführten verschiedenen Beispielklauseln repräsentieren dabei nicht nur optimale, sondern teilweise auch in der Praxis vorkommende rechtlich bedenkliche Lösungen. Auch passen nicht alle jeweils aufgeführten Varianten einer Klausel zu jeweils allen Varianten anderer Regelungsbereiche. Schließlich fehlen auch einige typische Klauseln eines Franchisevertrages, wie beispielsweise Regelungen zur Haftung, zur Schriftform, oder eine salvatorische Klausel, weil diese in den meisten Verträgen fast identisch sind, und weil deren Inhalte allenfalls für spezifisch juristische Diskussionen taugen. Daher eignet sich dieses Buch nicht dazu, sich aus den dargestellten Beispielvarianten beliebig einen Franchisevertrag „zusammenzubasteln“.

Insgesamt ergibt sich jedoch in der Zusammenschau ein breit gefächertes Bild eines Franchisevertrages und der möglichen operativen Lösungen aus den Bereichen Handel, Retail, Gastronomie, Handwerk, Beratung und anderen Dienstleistungszweigen. Dabei dienen die Musterformulierungen der Einarbeitung in die jeweilige Thematik, der Entscheidungsfindung und dem Abgleich mit vorhandenen oder geplanten Prozessstrukturen.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen.



Martin Niklas



Heymann Riedl

Inhaltsverzeichnis

1	Vorüberlegungen zum Franchisevertrag	1
1.1	Aufgabenverteilung innerhalb einer Franchisepartnerschaft	3
1.2	Abgrenzung zu Lizenzverträgen und anderen Vertriebsformen	4
1.3	Kartellrechtliche Implikationen bei einem Franchisevertrag	6
1.4	Überfrachtung von Franchiseverträgen	7
1.5	Vorvertragliche Aufklärungspflichten	9
1.6	Status eines Franchisenehmers und Scheinselbstständigkeit	11
1.7	Die Marke und andere Gewerbliche Schutzrechte in einem Franchisesystem	11
1.8	Rechtsbeziehungen der Franchisenehmer untereinander	12
1.9	Franchiseverträge im internationalen Rechtsverkehr	13
2	Inhalte eines Franchisevertrages	15
2.1	Vertragsgegenstand	15
2.2	Marken und gewerbliche Schutzrechte	17
2.3	Vertragspartner auf Franchisenehmerseite	20
2.4	Wechsel des Vertragspartners auf Franchisegeberseite	24
2.5	Gebietsschutz	25
2.6	Konkurrenzschutz	29
2.7	Kundenschutz	31
2.8	System- und Absatzförderungspflicht des Franchisenehmers	33
2.9	Systemanwendungspflicht des Franchisenehmers	35
2.10	Systemeingliederungspflicht des Franchisegebers	36
2.11	Beratungsleistung des Franchisegebers	38
2.12	Schulungen des Franchisegebers	41
2.13	ERFA-Tagungen	42
2.14	Änderungsvorbehalt	43
2.15	Administrationsmanual	45
2.16	Franchisehandbuch und Know-how-Schutz	47

2.17	Gestaltung Ladenlokal	52
2.18	Mietvertrag – Standortsicherung	54
2.19	Versicherungsschutz des Franchisenehmers	57
2.20	Vertragsprodukte	60
2.21	Diversifikationsprodukte	63
2.22	Online-Vertrieb von Waren und Dienstleistungen	65
2.23	Preisgestaltung durch den Franchisenehmer	67
2.24	Bezugsbindung des Franchisenehmers	70
2.25	Eintrittsgebühr	72
2.26	Laufende Franchisegebühren	76
2.27	Marketing & Werbung	78
2.28	Marketing-/Werbegebühr	80
2.29	Kontrollrechte des Franchisegebers	83
2.30	Buchhaltung und Berichtswesen	85
2.31	Kundendaten und Datenschutz	86
2.32	Verschwiegenheitsverpflichtung	88
2.33	Vertragliches Wettbewerbsverbot	90
2.34	Nachvertragliches Wettbewerbsverbot	92
2.35	Internetpräsenz des Franchisenehmers	93
2.36	Social Media	95
2.37	Vertragsstrafe	97
2.38	Vertragslaufzeit	99
2.39	Außerordentliche Kündigung	102
2.40	Tod des Franchisenehmers	105
2.41	Ankaufsrecht des Franchisebetriebes nach Vertragsbeendigung	107
2.42	Pflichten des Franchisenehmers bei Vertragsbeendigung	110
2.43	Widerrufsrecht	112
2.44	Gerichtsstand	113
2.45	Anwendbares Recht	114
2.46	Vertragsprache	116
2.47	Schiedsvereinbarung	117
2.48	Mediation/Schlichtung	118
3	Organisationen und Hilfestellungen zum Thema Franchisevertrag	121
3.1	Das FranchisePORTAL	121
3.2	Verbände und Organisationen	125
	Schlusswort der Autoren	131

Über die Autoren



Martin Niklas Rechtsanwalt **Martin Niklas** ist Gründer und Inhaber der in Essen und Berlin ansässigen „Anwaltskanzlei Niklas – Franchising, Marketing, Immobilien“. Als Fachanwalt für Handels- und Gesellschaftsrecht beschäftigt er sich seit vielen Jahren in besonderer Weise mit dem Thema „Franchising“ und vertritt sowohl Franchisenehmer als auch Franchisegeber. Er ist „Assoziierter Experte“ im Deutschen Franchiseverband (DFV) und Mitglied des DFV-Rechtausschusses.

Er widmet sich der nachhaltigen Ausrichtung von Franchisesystemen und hat sich insbesondere auch im Bereich „Social Franchising“ über Deutschland hinaus einen Namen gemacht. Rechtsanwalt Niklas berät Existenzgründer bei regelmäßig stattfindenden Sprechtagen für Franchise-Interessenten bei der Industrie- und Handelskammer Essen/Mülheim/Oberhausen, genauso wie Franchisesysteme im Rahmen der Systemkonzeption und -weiterentwicklung.

Niklas ist Lehrbeauftragter für Franchiserecht an der Staatlichen Studienakademie Plauen, Studiengang „Handel und Internationales Management“, Studienrichtung Systemgastronomie. Er publiziert regelmäßig in juristischen Fachzeitschriften und Online-Medien zu franchisespezifischen und sonstigen vertriebsrechtlichen Themen.



Hermann Riedl ist seit knapp 30 Jahren im Dienstleistungs-gewerbe tätig und bringt einen großen Erfahrungsschatz aus den unterschiedlichsten Unternehmenskulturen und Branchen mit. Die Basis für das unternehmerische Denken sammelte er bereits als Jungunternehmer in der klassischen Gastronomie und nahm in Folge, Führungsaufgaben bei PepsiCo, Pizza Hut und Kentucky Fried Chicken im Bereich Franchise und der Operative wahr. Bei McDonald's Deutschland bekleidete Hermann Riedl die Position eines Director Operation und war verantwortlich für die Fachbereiche Franchise, Bau, Immobilien, Personal und Operations. International war Hermann Riedl als Managing Director/Geschäftsführer Partnerbrand/McDonald's International für Systemaufbau, Entwicklung und Operation verantwortlich. Des Weiteren begleitete Hermann Riedl, diverse abteilungsübergreifende Positionen in der Geschäftsführung von nationalen und internationalen Unternehmen.

2009 wurde die Beratungsgesellschaft RiedlConsult gegründet. Die besondere Kompetenz von RiedlConsult besteht in der Restrukturierung und Entwicklung von Franchisesystemen sowie der strategischen Ausrichtung von Filialisten und Unternehmen. Die Mandatserfahrungen erstrecken sich vom Existenzgründer zum Franchisegeber, von der klassischen Konzernstruktur im Filialsystem und Franchise, bis hin zur systematischen, vernetzten Unternehmensführung. Ein weiterer Bereich ist die Mandatsträgerschaft von Aufsichts- und Beiratsfunktionen, sowie die strategische Beratung von Kapitalgesellschaften im Unternehmenskauf oder Restrukturierungen.

Hermann Riedl ist zudem Gründer und Anteilseigner eines IT-Unternehmens, das durch Partner und Fachspezialisten geführt wird. Zum Aufgabenspektrum gehören die Entwicklung von Schnittstellenprogrammierung, Erstellung von Vertriebsmodulen mit KI-Systemen, Shopsystemen, Internetportalen sowie Dienstleistungen für technisch verknüpfte Systemhandbücher.

Seit 2014 ist Hermann Riedl Buchautor beim Verlag Springer Gabler mit der Publikation des Fachbuches „**Praxisleitfaden Franchising 3. Auflage – Strategien und Werkzeuge für Franchisegeber und -nehmer**“, dem Fachbuch „**Der Franchisevertrag 3. Auflage**“ und dem Fachbuch „**Digitalisierung um Filialsystem**“.



Grundlegend sollten bei einem Franchisevertrag immer die Interessen der beiden Parteien zu Beginn der Gestaltung den Vordergrund gestellt werden. Der Franchisevertrag stellt den rechtlichen Rahmen, sowie die Basis der Zusammenarbeit zwischen Franchisenehmer und Franchisegeber dar. Schon vor dem eigentlichen Vertragsabschluss bestehen zwischen den potenziellen Partnern wechselseitige Rechte und Pflichten, die gerade beim Franchisevertrag eine wichtige Rolle spielen können. Nicht selten wird vergessen, die Beweggründe für einen Franchisevertrag und den Ursprung für das Interesse des Franchisesystems seitens des Franchisenehmers zu definieren. Der Franchisegeber hat ein klares Bild seiner Zielsetzung, ebenso der Franchisenehmer, welcher als eigenständiger Unternehmer auftritt und für alle rechtlichen und wirtschaftlichen Belange des Franchisestandortes gerade stehen muss. Der Franchisevertrag ist im rechtlichen Sinne ein Formularvertrag. Gerade aus dieser Sicht sind bestehende Verträge meist mit Inhalten überfrachtet, welche im Zusammenhang die Beweggründe widerspiegeln, aber in keinster Weise die Zusammenarbeit klar und prozessorientiert wiedergeben.

- ▶ Grundlegend sollten immer im Vorfeld die Belange und Interessen beider Vertragsparteien in den Blick genommen werden, damit der Franchisevertrag nicht nur Formsache ist, sondern auch ein Bestandteil der Unternehmensphilosophie wird.

Übersicht

Interessen in einem Franchisevertrag – Franchisegeber:

- Die Franchiseidee soll zu 100 % vom Franchisenehmer kopiert, präsentiert und geführt werden.
- Der Franchisenehmer setzt sich für die Franchisemarke an seinem Standort und in seiner Region ein.
- Der Franchisenehmer investiert finanzielle Mittel zur Expansion und zum Erhalt des Standortes.
- Der Franchisenehmer ist loyal zum System und vertritt die Philosophie des Unternehmens zu 100 % nach innen und außen.
- Verbindliche Expansion durch den Franchisenehmer, anhand eines Expansionsplanes.
- Umsetzung des Franchisesystems mit Wachstum im Bereich Kennzahlen und Finance.
- Kontrollierbare, rechtssichere und markensichere Prozessstruktur.

Interessen in einem Franchisevertrag – Franchisenehmer:

- Durchdachtes und strukturiertes Franchisesystem
- Klare Prozessstruktur und Prozesssicherheit
- Zukunftsperspektive in Vermögensaufbau und Expansion
- Mehr als marktübliche Verzinsung des eingesetzten Kapitals, genannt RoI
- Führungsstarker Franchisegeber
- Markensicherheit hinsichtlich Systemstruktur und Prozessen
- Systemsicherheit in finanzieller Hinsicht und Wirtschaftlichkeit
- Zeitgemäßes Franchisesystem mit Innovation und Weiterentwicklung
- Ineinandergreifende Trainings und Operationssysteme

Fallstrick

Ein Franchisevertrag allein stützt nicht die partnerschaftliche Zusammenarbeit in einem System. Grundlegend sollte immer zu einem Franchisevertrag auch das Prozesshandbuch für die Zusammenarbeit zwischen Franchisegeber und Franchisenehmer in einer klar definierten Prozessstruktur ausgearbeitet werden. Dieses Handbuch, genannt auch Administrationsmanual, ist rechtlich mit dem Franchisevertrag abzugleichen, und die Inhalte sind den Vertragsinhalten anzupassen.

Nicht selten werden Franchiseverträge standardisiert und Unternehmensprozesse passen nicht zu den Vertragsinhalten. Wir unterscheiden das Handbuch der System-