

Die Abgrenzung zu anderen Vertriebsarten

Franchising wird oft als „die modernste Vertriebsmethode“ bezeichnet. Was zeichnet aber diese Partnerschaft für den gemeinsamen, wirtschaftlichen Erfolg aus; bzw. wie kann man Franchising gegenüber anderen Vertriebsmethoden abgrenzen?

Maßgeblich ist heute der Begriff des Franchising aus dem Verhaltenscodex des Europäischen Franchise-Verbandes (EFF):

Franchising ist eine vertikale kooperative Form der Zusammenarbeit zwischen Unternehmen verschiedener Wirtschaftsstufen. "Franchising ist ein **Vertriebssystem**, durch das Waren und/oder Dienstleistungen und/oder Technologien vermarktet werden. Es gründet sich auf eine enge und fortlaufende **Zusammenarbeit rechtlich und finanziell selbständiger und unabhängiger Unternehmen**, den Franchise-Geber und seine Franchise-Nehmer. Der Franchise-Geber gewährt seinen Franchise-Nehmern das Recht und legt ihnen gleichzeitig die Verpflichtung auf, ein Geschäft entsprechend seinem Konzept zu betreiben. Durch den Franchisevertrag wird dem Franchise-Nehmer das Nutzungsrecht an den Kennzeichenrechten des Franchise-Gebers eingeräumt. Der Franchise-Nehmer ist aufgrund des Franchisevertrages verpflichtet, das vom Franchise-Geber entwickelte Beschaffungs- Absatz- und /oder Organisationskonzept zu nützen. Dieses Recht berechtigt und verpflichtet den Franchise-Nehmer, gegen ein direktes oder indirektes Entgelt im Rahmen und für die Dauer eines schriftlichen, zu diesem Zweck zwischen den Parteien abgeschlossenen Franchise-Vertrages bei laufender technischer und betriebswirtschaftlicher Unterstützung durch den Franchise-Geber den Systemnamen und/oder das Warenzeichen und/oder die Dienstleistungsmarke und/oder andere gewerbliche Schutz- und Urheberrechte sowie das Know-how, die wirtschaftlichen und technischen Methoden und das Geschäftsordnungssystem des Franchise-Gebers zu nutzen."



Um ein einheitliches Auftreten auf dem Markt zu gewährleisten, werden dem Franchise-Geber Weisungs- und Kontrollrechte eingeräumt.

Somit unterscheidet sich Franchising von anderen, ähnlichen Vertriebsarten hinsichtlich Ausmaß und Intensität der Kooperation und rechtlichen und organisatorischen Belangen wie folgt:

VERTRAGSHÄNDLERSYSTEM

Das Vertragshändlersystem ist kein detailliert geregeltes, einheitliches Organisationssystem. Im Vordergrund steht der Warenvertrieb. Der Hersteller besitzt keine Kontrollrechte. Im Vergleich zum Vertragshändler ist der Franchise-Nehmer stärker in das System eingebunden. Der Vertragshändler erhält im Gegensatz zum Franchise-Nehmer kein Geschäftskonzept sowie eine laufende Unterstützung durch den Franchise-Geber. Das Franchise-System zeichnet sich in der Regel durch ein wesentlich strafferes Management-, Organisations-, Marketing- und Werbekonzept aus.

HANDELSVERTRETER-, AGENTURSYSTEM

Der Handelsvertreter bzw. der Agent ist für einen oder mehrere Hersteller - im fremden Namen und auf fremde Rechnung gleichzeitig tätig. In der Regel bringen sie kein eigenes Kapital ein und sind nicht an Verlusten beteiligt; d.h. sie tragen kein eigenes Warenrisiko. Als selbständiger Unternehmer vermittelt der Franchise-Nehmer keine Geschäfte, sondern handelt in eigenem Namen und auf eigene Rechnung. LIZENZVERTRÄGE

Lizenzverträge überlassen dem Lizenznehmer die Rechte zur Nutzung von gewerblichen Schutzrechten (Marke, Patent, Name usw.). In der Regel handelt es sich dabei um eine patentgeschützte Erfindung. Der Einfluss des Lizenzgebers auf den Lizenznehmer ist sehr begrenzt.



Lizenzsysteme haben weder ein eigenes Betriebs- noch ein eigenes Marketingkonzept. Franchise-Systeme hingegen besitzen in der Regel ein einheitliches Marketingkonzept, das wesentlich zu einer Bindung aller Beteiligten an das System beiträgt und den einheitlichen Marktauftritt nach Außen gewährt. Beim Lizenzvertrag können einzelne Weisungs- und Kontrollrechte des Lizenzgebers bestehen.

FILIALSYSTEM

Bei einem Filialsystem vertreibt der Hersteller oder Großhändler seine Waren bzw. Dienstleistungen über seine eigenen Außenstellen. Diese Außenstellen sind rechtlich nicht selbständige Organe.

Die Mitarbeiter in den Filialen sind Dienstnehmer des Herstellers (der Zentrale). Gleich am Franchise-System und am Filialsystem sind einheitlicher Marktauftritt und arbeitsteilige Zusammenarbeit. Im Filialsystem hat die Zentrale viel umfangreichere Rechte. Von außen betrachtet sind beide Systeme kaum zu unterscheiden. In der Praxis sind sie auch in einem Gesamtsystem nebeneinander vertreten, wie zum Beispiel bei Palmers. Aber: Im Gegensatz zum Franchise-Nehmer ist der Filialleiter nicht rechtlich selbständig, sondern Angestellter in der firmeneigenen Absatzorganisation.

KOOPERATION / GENOSSENSCHAFTEN

Sie haben horizontalen Charakter, d.h. es kooperieren Partner derselben Wirtschaftsstufe miteinander. Die Verbindung zwischen den einzelnen Genossenschaf tern, die gleichzeitig Mitglieder und Kunden der Genossenschaft sind, ist sehr lose. Die Genossenschaft hat kein Überwachungs- und Weisungsrecht. Ebenso fehlt das straffe Vertriebskonzept. Aufgrund dieser Mängel wird häufig die Umwandlung in ein Franchise-System angestrebt (zum Beispiel Funkberater).



Franchise-Systeme sind vertikale Kooperationen, d.h. es besteht eine vertragliche Regelung dahingehend, dass der Franchise-Geber dem Franchise-Nehmer in bestimmten Bereichen gewisse Vorgaben machen darf, die zum Schutz und zur Gewährleistung des unternehmerischen Erfolgs des Franchise-Nehmers dienen.

Genossenschaften sind gesellschaftsrechtlich organisiert, während bei Franchise-Systemen die individual-rechtliche Beziehung im Vordergrund steht.

KOMMISSIONSSYSTEM

Der Kommissionär ist selbständiger Kaufmann. Er kauft und verkauft Waren im eigenen Namen und auf fremde Rechnung. Dadurch unterscheidet er sich in rechtlicher Hinsicht deutlich von einem Franchise-Nehmer.

VERTRAGSHÄNDLERSYSTEM

Ein Vertragshändler hat das Recht, die vom Vertragspartner hergestellten und vertriebenen Produkte im eigenen Namen und auf eigene Rechnung zu verkaufen. Er ist in die Verkaufsorganisation des Lieferanten eingegliedert und muss dessen Interessen wahrnehmen. Oft wird auch ein Alleinvertriebsrecht des Vertragshändlers vereinbart. Dem Vertragshändler fehlt aber zumeist das straffe Organisations- und Marketingkonzept von Franchise-Systemen.

ALLEINVERTRIEBSVERTRAG

Im Rahmen eines Alleinvertriebsvertrages überträgt ein Lieferant seinen Abnehmern die Befugnis, Vertragswaren innerhalb eines bestimmten Gebietes oder für einen bestimmten Kundenstock zu vertreiben und setzt dort keinen anderen Vertragshändler ein. Obwohl Alleinvertriebsvereinbarungen Bestandteil von Franchise-Verträgen sein können, machen sie noch kein Franchising aus. Es fehlt ihnen das einheitliche Organisations-, Vertriebs- und Kontrollsystem des Franchising.



DEPOTSYSTEM

Im Depotsystem verpflichtet sich ein Depotgeber gegenüber seinen Depositären, zum Beispiel Fachhändlern, die Vertragswaren nur an sie zu liefern. Die Depositäre erhalten vielfach Gebietsschutz und haben die Verpflichtung, das ganze Sortiment oder einen bestimmten Teil des Sortiments des Depotgebers zu führen. Der Depotgeber verpflichtet sich oft zur Rücknahme der nicht verkauften Waren. Die Bezahlung durch den Depositär erfolgt meist parallel zum Verkauf.

Der Depositär hat somit häufig weder ein Lagerrisiko noch eine Kapitalbindung. Depotsysteme können mit Franchise-Systemen kombiniert werden, doch fehlt auch ihnen die umfassende Kooperation innerhalb von Franchise-Systemen.

Kontakt:

SYNCON International Franchise Consultants
Bayerhamerstraße 12
A-5020 Salzburg
Tel. +43-662-87 42 45-0
Fax +43-662-87 42 45-5

Mag. Waltraud Martius
Mag. Michaela Jung
Susanne Berger

waltraud.martius@syncon.at
michaela.jung@syncon.at
susanne.berger@syncon.at

