

Nicht überall wo „Franchising“ drauf steht, ist auch „Franchising“ drin!

Franchising ist vermehrt die erste Wahl wenn es um die Entwicklung eines Vertriebssystems geht. Diese positive Entwicklung mit zweistelligen Zuwachsraten hat aber auch ihre Schattenseiten. Ab und an tauchen „Mogelpackungen“ in der Franchise-Landschaft auf und es ist für Franchise-Interessierte schwer auf den ersten Blick zu erkennen, ob da wo „Franchising“ drauf steht, auch „Franchising“ drinnen ist!

Wer überlegt ein Franchise-System aufzubauen sollte wissen, wie sich Franchising hinsichtlich Ausmaß und Intensität der Zusammenarbeit sowie in den rechtlichen und organisatorischen Belangen von anderen Vertriebssystemen abgrenzt. Nachfolgend eine kurze Übersicht.

Franchising ist kein/e

- *Vertragshändlersystem*: Das Vertragshändlersystem ist kein detailliert geregeltes, einheitliches Organisationssystem. Im Vordergrund steht der Warenvertrieb.
- *Handelsvertreter-, Agentursystem*: Der Handelsvertreter bzw. der Agent ist für einen oder mehrere Hersteller - im fremden Namen und auf fremde Rechnung gleichzeitig tätig.
- *Lizenzsystem*: Lizenzverträge überlassen dem Lizenznehmer die Rechte zur Nutzung von gewerblichen Schutzrechten (Marke, Patent, Name usw.). Der Einfluss des Lizenzgebers auf den Lizenznehmer ist sehr begrenzt.
- *Filialsystem*: Bei einem Filialsystem vertreibt der Hersteller oder Großhändler seine Waren bzw. Dienstleistungen über seine eigenen Außenstellen. Diese Außenstellen sind rechtlich nicht selbständige Organe.
- *Kooperation / Genossenschaft*: haben horizontalen Charakter, d.h. es kooperieren Partner derselben Wirtschaftsstufe miteinander.
- *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. Dem Vertragshändler fehlt zumeist das straffe Organisations- und Marketingkonzept von Franchise-Systemen.
- *Alleinvertriebsvertrag*: 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. Depotsysteme können mit Franchise-Systemen kombiniert werden, doch fehlt auch ihnen die umfassende Kooperation innerhalb von Franchise-Systemen.

Was Franchising jedoch ist, ist eine Partnerschaft für den gemeinsamen, wirtschaftlichen Erfolg von Franchise-Geber und Franchise-Partner. Franchise-Geber und Franchise-Partner sind rechtlich selbstständig und in eigenem Namen und auf eigene Rechnung tätig. Verbunden sind beide durch ein enges Geflecht an Rechten und Pflichten, die der gemeinsame Arbeit zu verstärkter Durchsetzungskraft und Präsenz am Markt verhelfen.

Und auch das gibt es: In manch einem Partnerschafts- oder Kooperations-System wird nach dem partnerschaftlichen Prinzip des Franchising gearbeitet und die Kriterien des europäischen Ethikkodex für Franchising ernst genommen.

Wie wird das enge Geflecht der Zusammenarbeit im Franchising für einen Franchise-Interessenten transparent?

Das sogenannte Franchise- oder Leistungs-Paket bietet eine Übersicht über alle Bestandteile eines Franchise-Systems und somit Aufschluss über den Umfang und Inhalt der Franchise-Partnerschaft. Seriöse Franchise-Systeme legen Ihr Franchise-Paket Interessenten bereitwillig offen.

Die einzelnen Bestandteile des Franchise-Pakets werden je nach den Anforderungen eines Franchise-Systems zusammengesetzt, die meisten sind optional zu sehen, nur wenige werden rechtlich vorgeschrieben, sind jedoch als Indikatoren für seriöses Franchising zu beurteilen:

<i>rechtlich verpflichtende Bestandteile</i>	<i>Indikatoren für seriöses Franchising</i>
Systemschutz Schutzrechte (Markenschutz, Gebiets- und Kundenschutz) Franchise-Gebühren Franchise-Handbuch Franchise-Vertrag	Standort / Betrieb Standortanalyse Einrichtungs- und Ausstattungskonzept Anforderungsprofil Marketing-Services Marketingplanung Instrumente und Konzepte für lokales, regionales und überregionales Marketing Management-Services Controlling / Planung Finanzierungsmodelle / Investitionsplanung EDV Franchise-Partner Laufende Beratung und Betreuung Trainings-Services Grundschulung und laufende Weiterbildung

Tipp: Die freiwillige Mitgliedschaft in einem Franchise-Verband ist ebenfalls ein guter Indikator für die Seriosität eines Franchise-Systems, denn Mitglieder verpflichten sich zur Anerkennung und Umsetzung des europäischen Ethikkodexes für Franchising.