

Ethikkodex

Dieser Verhaltenskodex ist eine sachdienliche Zusammenstellung von wesentlichen Vorschriften fairer Verhaltensweisen für die Franchise-Praxis in Europa.

Der Deutsche Franchise-Verband ist Mitglied des EFF und war an der Erstellung der europäischen Verhaltenskodex für Franchising beteiligt. Er beschließt den Ethikkodex für seine Mitglieder und assoziierten Berater und stellt seine Einhaltung sicher.

1. Der Begriff des Franchisings

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. 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-Vertrags 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- oder Urheberrechte sowie das Know-how, die wirtschaftlichen und technischen Methoden und das Geschäftssystem des Franchise-Gebers zu nutzen.

Know-how bedeutet ein Paket von nichtpatentierten praktischen Kenntnissen, die auf Erfahrungen des Franchise-Gebers und Erprobungen durch diesen beruhen und die geheim, wesentlich und identifiziert sind.

Geheim bedeutet, dass das Know-how in seiner Substanz, seiner Struktur oder der genauen Zusammensetzung seiner Teile nicht allgemein bekannt oder nicht leicht zugänglich ist; der Begriff ist nicht in dem engen Sinne zu verstehen, dass jeder einzelne Teil des Know-hows außerhalb des Geschäfts des Franchise-Gebers völlig unbekannt oder unerhältlich sein müsste.

Wesentlich bedeutet, dass das Know-how Kenntnisse umfasst, die für den Franchise-Nehmer zum Zwecke der Verwendung des Verkaufs- oder des Weiterverkaufs der Vertragswaren oder -dienstleistungen unerlässlich sind. Das Know-how muss für den Franchise-Nehmer unerlässlich sein; dies trifft zu, wenn es bei Abschluss der Vereinbarung geeignet ist, die Wettbewerbsstellung des Franchise-Nehmers insbesondere dadurch zu verbessern, dass es dessen Leistungsfähigkeit steigert und ihm das Eindringen in einen neuen Markt erleichtert.

Identifiziert bedeutet, dass das Know-how ausführlich genug beschrieben sein muss um prüfen zu können, ob es die Merkmale des Geheimnisses und der Wesentlichkeit erfüllt; die Beschreibung des Know-hows kann entweder in der Franchise-Vereinbarung oder in einem besonderen Schriftstück niedergelegt oder in jeder anderen geeigneten Form vorgenommen werden.

2. Leitsätze

2.1 Der Franchise-Geber ist der Initiator eines Franchise-Netztes, das aus dem Franchise-Geber und den einzelnen Franchise-Nehmern besteht und deren Betreuer der Franchise-Geber auf längere Sicht ist.

2.2 Pflichten des Franchise-Gebers:

Der Franchise-Geber muss:

- vor der Gründung seines Franchise-Netztes ein Geschäftskonzept schon in einem angemessenen Zeitraum und mit wenigstens einem Pilotobjekt erfolgreich betrieben haben;
- der Eigentümer oder rechtmäßige Nutzungsberechtigte des Firmennamens, Warenzeichens oder einer anderen besonderen Kennzeichnung seines Netztes sein;
- eine Anfangsschulung des einzelnen Franchise-Nehmers durchführen und ihm während der gesamten Laufzeit des Vertrages laufende kommerzielle und/oder technische Unterstützung gewähren;

2.3 Pflichten des einzelnen Franchise-Nehmers:

Der einzelne Franchise-Nehmer wird:

- sich nachhaltig um das Wachstum seines Franchise-Betriebs und die Wahrung der gemeinschaftlichen Identität und des guten Rufs des Franchise-Netztes bemühen;
- dem Franchise-Geber nachprüfbar wirtschaftliche Daten zukommen lassen, um ihm die für ein effektives Management notwendige Beurteilung der Leistung und der wirtschaftlichen Ergebnisse zu erleichtern, und er wird dem Franchise-Geber und/oder dessen Beauftragten auf Wunsch des Franchise-Gebers und zu angemessenen Zeiten Zugang zu den Räumlichkeiten und Unterlagen des einzelnen Franchise-Nehmers gewähren;
- dem Franchise-Nehmer ist es nicht gestattet, weder während noch nach Beendigung des Vertragsverhältnisses an Dritte das Know-how weiterzugeben, das ihm vom Franchise-Geber übermittelt wurde.

2.4 Weitere Pflichten beider Parteien:

- beide Parteien lassen in ihrem Umgang miteinander Fairness walten.

Im Falle einer Vertragsverletzung wird der Franchise-Geber seine Franchise-Nehmer schriftlich abmahnen und gegebenenfalls eine angemessene Frist festsetzen, in welcher der Verstoß zu beheben ist;

- beide Parteien sind gehalten, Klagen, Beschwerden und Meinungsverschiedenheiten guten Glaubens und

mit gutem Willen durch faire und sachliche Gespräche und direkte Verhandlungen zu klären. Ein das Franchising insgesamt schädigendes Verhalten ist stets zu unterlassen.

Ethikkodex des DFV 3

Als ein solches das Franchising schädigendes Verhalten werden insbesondere angesehen.

- unberechtigte Infragestellung der wirtschaftlichen Grundlagen sowohl der Franchise-Geber als auch der Franchise-Nehmer.
- unsachliche Verlautbarungen insbesondere gegenüber Presse und sonstigen Medien aus Anlass von Einzelfällen, die geeignet sind das Franchising oder das Franchisesystem oder spezielle Franchisesysteme zu schädigen.
- die Nutzung von Druckmitteln, die geeignet sind einzelne Franchise-Systeme oder das Franchising insgesamt zu schädigen, zum Zweck der Durchsetzung von Individualinteressen.
- direkte oder indirekte Bündelung von Franchise-Nehmer-Klagen und insbesondere deren Finanzierung sowie Initiierung von Interessenvereinigungen, die sich gegen die Franchisewirtschaft oder gegen einzelne Franchisesysteme richten.

2.5 Sollten Meinungsverschiedenheiten nicht unmittelbar zwischen den Parteien gelöst werden können, so bietet der DFV hierfür insbesondere die Mediation an.

2.6 Bei den in Ziffer 2.2 bis 2.4 dargestellten Pflichten handelt es sich um wesentliche Pflichten im Sinne des § 7 Buchstabe d) der Satzung des DFV.

3. Partnerwerbung, -gewinnung und Offenlegung

3.1 Werbung für die Gewinnung von Franchise-Nehmern soll ohne Zweideutigkeiten und ohne irreführende Angaben erfolgen.

3.2 Alle Anzeigen und jedes Werbematerial zum Zwecke der Franchise-Nehmer-Gewinnung, die direkt oder indirekt auf von den einzelnen Franchise-Nehmern zu erwartende, in Zukunft mögliche Ergebnisse, Zahlen oder Verdienste eingehen, haben sachlich richtig und unmissverständlich zu sein.

3.3 Um es den angehenden Franchise-Nehmern zu ermöglichen, jede bindende Abmachung in voller Kenntnis der Sachlage zu treffen, wird ihnen innerhalb einer angemessenen Frist vor der Unterzeichnung dieser bindenden Abmachung ein Exemplar des gültigen Verhaltenskodexes ebenso wie die vollständige und genaue schriftliche Offenlegung aller für das Franchise-Verhältnis wichtigen Informationen und Unterlagen übergeben werden.

3.4 Falls ein Franchise-Geber einen zukünftigen Franchise-Nehmer durch einen Vorvertrag bindet, sollen die folgenden Grundsätze beachtet werden:

- bevor ein Vorvertrag geschlossen wird, erhält der zukünftige Franchise-Nehmer eine schriftliche Mitteilung über den Zweck des Vorvertrages und die Höhe des Entgeltes, das er möglicherweise an den Franchise-Geber zu entrichten hat, um dessen tatsächliche Aufwendungen abzudecken, die während und durch die vorvertragliche Phase entstanden sind; wenn der Franchise-Vertrag zustande kommt, ist die besagte Vergütung vom Franchise-Geber zurückzuerstatten oder gegebenenfalls mit der vom Franchise-Nehmer zu zahlenden Eintrittsgebühr zu verrechnen;
- der Vorvertrag soll eine Laufzeit und eine Kündigungsklausel enthalten;
- der Franchise-Geber kann Wettbewerbsverbote und/oder Geheimhaltungsklauseln festlegen, um sein Know-how und seine Identität zu schützen.

Ethikkodex des DFV 4

4. Auswahl der einzelnen Franchise-Nehmer

Ein Franchise-Geber sollte nur solche Franchise-Nehmer auswählen und akzeptieren, die aufgrund einer sorgfältigen Überprüfung in ausreichendem Umfang über die notwendigen Grundkenntnisse, die Ausbildung, die persönliche Eignung und die finanziellen Mittel verfügen, um einen Franchise-Betrieb zu führen.

5. Der Franchise-Vertrag

5.1 Der Franchise-Vertrag hat den nationalen Gesetzen, dem Recht der Europäischen Gemeinschaften sowie diesem Verhaltenskodex und seinen jeweiligen Ergänzungen zu entsprechen.

5.2 Der Vertrag hat die Interessen der Mitglieder des Franchise-Netzes widerzuspiegeln, indem er die gewerblichen und geistigen Eigentumsrechte des Franchise-Gebers schützt und die einheitliche Identität und das Ansehen des Franchise-Netzes wahr. Alle Verträge und alle vertraglichen Vereinbarungen im Zusammenhang mit dem Franchise-Verhältnis sind in der Amtssprache des Landes, in dem der Franchise-Nehmer seinen Sitz hat, abzufassen oder von einem beeideten Übersetzer in diese Sprache zu übertragen und nach Unterzeichnung dem einzelnen Franchise-Nehmer unmittelbar auszuhändigen.

5.3 Der Franchise-Vertrag hat die jeweiligen Verpflichtungen und Verantwortlichkeit der Parteien und alle anderen wesentlichen Bedingungen des Vertragsverhältnisses eindeutig festzulegen.

5.4 Die folgenden Vertragsbedingungen stellen ein unentbehrliches Minimum dar:

- die dem Franchise-Geber eingeräumten Rechte;
- die dem einzelnen Franchise-Nehmer eingeräumten Rechte;
- die dem einzelnen Franchise-Nehmer zur Verfügung zu stellenden Waren und/oder Dienstleistungen;
- die Pflichten des Franchise-Gebers;
- die Pflichten des einzelnen Franchise-Nehmers;
- die Zahlungsverpflichtungen des einzelnen Franchise-Nehmers;

- die Zahlungsverpflichtungen des einzelnen Franchisenehmers,
 - die Vertragsdauer, die so befristet sein soll, dass der Franchise-Nehmer seine franchisespezifischen Anfangsinvestitionen amortisieren kann;
 - die Grundlage für eine allfällige Verlängerung des Vertrages;
 - die Bedingungen, nach denen der einzelne Franchise-Nehmer das Franchise-Geschäft verkaufen oder übertragen kann, sowie mögliche Vorkaufsrechte des Franchise-Gebers in dieser Hinsicht;
 - diejenigen Bestimmungen, die sich auf den Gebrauch der typischen Kennzeichnungen, des Firmennamens, des Warenzeichens, der Dienstleistungsmarke, des Ladenschildes, des Logos oder andere besondere Identifikationsmerkmale des Franchise-Gebers beziehen;
 - das Recht des Franchise-Gebers, das Franchisesystem an neue oder geänderte Verhältnisse anzupassen;
 - Regelungen über die Beendigung des Vertrages;
- Ethikkodex des DFV 5
- Bestimmungen über die sofortige Rückgabe des materiellen und immateriellen Eigentums des Franchise-Gebers oder eines anderen Inhabers nach Vertragsende.

6. Der Verhaltenskodex und das Master-Franchise-System

Dieser Verhaltenskodex gilt für das Verhältnis zwischen dem Franchise-Geber und dessen einzelnen Franchise-Nehmern und gleichermaßen zwischen dem Haupt-Franchise-Nehmer und dessen einzelnen Franchise-Nehmern.

Es gilt nicht für das Verhältnis zwischen dem Franchise-Geber und seinen Haupt-Franchise-Nehmern.

7. Der Verhaltenskodex und die im DFV assoziierten Experten

Die assoziierten Experten sind Teil der Franchisepraxis. Sie verfolgen und unterstützen die Interessen und Ziele der Franchisewirtschaft. Mit dieser Zielsetzung sind Verhaltensweisen unvereinbar, die sich zum Zwecke der Verfolgung von Individualinteressen gegen das Franchising oder wesentliche Teile desselben richten. Ein lauterer und fairer Umgang zu der Franchisewirtschaft ist daher unabdingbare Voraussetzung für eine gedeihliche Zusammenarbeit. Da der DFV satzungsgemäß die Interessen der Franchisewirtschaft in Deutschland vertritt, ist auch ein gegen den DFV oder seine Mitglieder gerichtetes Verhalten als Verstoß gegen diesen Ethikkodex anzusehen. Im Übrigen gelten in soweit die Regelungen in Ziffer 2.5 bis 2.6.

Ethikkodex
