2//2017

SENATE

Magazin für eine weltweite Ökosoziale Marktwirtschaft

ZUKUNFTS-WELT-BLICK

Die Veränderung der Welt und was sie für uns bedeutet

Die Weltsicht einer Rechtsanwältin, des Bundespräsidenten, eines Paters, des Post-Generaldirektors und weiterer Top-ManagerInnen

Wirtschaft
Zukunftsfähige Mittelstandsfinanzierungen

Ökologie
Eiweisswende

Bildung
Bedeutung der Sprache und der Medien

Gesundheit
Die neue Toolbox
Burnout und Sucht

SENAT DER WIRTSCHAFT

ISSN: SENATE (Austria)
9 772311 095006

CO_2-neutral produziert auf Papier aus wiederaufgeforsteten Wäldern

Rechtsanwältin Dr. Nina Ollinger – Franchise-Anwältin

FRANCHISING VERÄNDERT DIE WELT: ÜBER KOOPERATION ZUM ERFOLG

ÜBER OFFENHEIT, KLARHEIT UND TEAMFÄHIGKEIT, DIE DADURCH BEWIRKTE WETTBEWERBSFÄHIGKEIT UND ERFOLG

Auch wenn regelmäßig betont wird, dass die kleinen und mittleren Unternehmen Österreichs bzw. der vielbeschworene Mittelstand das Rückgrat unserer Wirtschaft und Gesellschaft sind: Die Faktoren, die gerade diesen Leistungsmotor unter Druck setzen, sind vielfältig und haben alle ein gemeinsames Ergebnis: Ohne eine Form der Zusammenarbeit wird es immer schwieriger, wettbewerbsfähig zu bleiben und erfolgreich zu sein. Für viele vielleicht der richtige Zeitpunkt, über Möglichkeiten der Kooperation nachzudenken. Eine wird immer beliebter: das Franchising.

In einer Welt, in der die Herausforderungen an unser Leben im Allgemeinen und an unser wirtschaftliches Handeln im Speziellen täglich größer werden, finden auch die Transformationen in der Wirtschaft immer rascher statt. Unternehmen werden verkauft oder still gelegt, Marken kommen und gehen und Überlegungen, die wirtschaftliche Zukunft zwar als Unternehmer, aber nicht mehr allein, sondern in einem Verbund zu gestalten, gewinnen an Bedeutung. In diesem Zusammenhang bieten sich eine Vielzahl an Möglichkeiten zur Kooperation an, mit all ihren Vor-, aber auch Nachteilen. Franching ist oft die ideale Möglichkeit, seine wirtschaftlichen Eigenständigkeit – egal ob als Franchisegeber oder -nehmer – mit vertraglich definierten Rahmenbedingungen als Festlegung der partnerschaftlichen Zusammenarbeit zu verknüpfen.

Franchising: das Beste beider Welten?

Schon Henry Ford meinte: „Zusammenkommen ist ein Beginn, zusammenbleiben ist ein Fortschritt, zusammenarbeiten ist ein Erfolg" und stellte somit schon vor mehr als 100 Jahren den Konnex zwischen Erfolg und Zusammenarbeit her, der nach wie vor Gültigkeit hat. Und so sieht sich auch das Franchising als eine Partnerschaft, die auf gemeinsamen, langfristigen wirtschaftlichen Erfolg ausgerichtet ist. Dieses Kooperationsmodell ermöglicht dem Franchisegeber, seine in der Regel bereits in kleinerem Rahmen erprobte und erfolgreiche Geschäftsidee verhältnismäßig rasch zu vervielfältigen, ohne das volle unternehmerische Risiko einzugehen, aber zugleich, vor allem in Zeiten der zunehmenden Kreditknappheit, ohne immenses eigenes Investment zu tätigen. Dem Franchisenehmer wiederum bietet das Franchising eine Selbständigkeit, die ebenfalls unter vermindertem Risiko geschieht. Das ist auch der Grund, warum viele Franchisenehmer auf diesem Weg die – oftmals ersehnte – Selbständigkeit wagen. So gesehen kann man im Falle des Franchisings in der Tat davon sprechen, dass die Vorteile der Selbständigkeit mit einer Reduzierung des unternehmerischen Risikos, ähnlich wie man es in der Welt der unselbständig Beschäftigten genießt, verknüpft werden. Nicht zuletzt deshalb ist Franchising ein zukunftsweisendes Modell.

Die Herausforderungen anpacken – gemeinsam

Aber auch die Herausforderungen, insbesondere durch die Digitalisierung, sind vielfach nur mehr oder zumindest besser gemeinsam zu bewältigen. Ein treibender Faktor ist sicherlich die Anspruchsinflation seitens der Konsumenten, genauso wie der sich nachhaltig veränderte Kaufprozess. Beide Entwicklungen wurden maßgeblich durch die Digitalisierung beeinflusst, genauso wie die zunehmende Internationalisierung der Waren und auch Dienstleistungen. Das bedeutet einen nochmals verschärften Wettbewerb, dem sich der Unternehmer zu stellen hat genauso wie – aufgrund der schier unüberschaubaren Möglichkeiten des Verkaufs und der Vermarktung – die Notwendigkeit, sich ein immer größeres Know-How anzueignen.
Auch hier setzt Franchising an. Durch Aufgaben und Kompetenzen, die klar geregelt und schriftlich dokumentiert werden, bringt jeder seine Expertise ein und profitiert von jener des Anderen. Somit kann sich sowohl der Franchisegeber als auch der Franchisenehmer auf die jeweiligen Aufgaben konzentrieren, ohne Angst haben zu müssen, dass die anderen Bereiche zu kurz kommen.

Bin ich der oder die Richtige?

So wie bei jeder Tätigkeit bzw. bei jedem wirtschaftlichen Umfeld stellt sich auch im Franchising zunächst die Frage, ob dieses Modell – unabhängig vom jeweiligen Franchise-System oder -Gedanken – zu einem passt. Langfristig erfolgreiche Franchise-Systeme basieren auf partnerschaftlichen Werten, denn genau diese Partnerschaft ist es, die das Franchising auszeichnet. Das bedeutet auch, dass man die Regeln einer Partnerschaft auch, und vor allem gerne, lebt die Achtung und Wertschätzung der jeweiligen Partner sowie ein gewisses Vertrauen, welches neben dem Regelwerk und dem Franchisevertrag dennoch notwendig ist, um gut und letztendlich erfolgreich miteinander zu arbeiten.

Gemeinschaft der Werbung und der Werte

Aufbauend auf den grundsätzlichen Werten, welche Franchise-Systeme mitbringen (sollten), hat selbstverständlich jedes Franchise-System seine eigene Kultur, seine eigenen Werte. Genauso wie der grundsätzliche Umgang mit Unternehmerpersönlichkeiten Partnerschaftlichkeit voraussetzt und somit einem Franchise-System in der Regel inhärent ist, besteht eine weitere Charakteristik in klar definierten Strukturen, Abläufen und Verantwortlichkeiten. In der Regel liegt die Verantwortung für Marketing, Werbung und Kommunikation beim Franchise-Geber, ist gerade eine einheitliche Werbebotschaft für die Markenbildung unabdingbar. Dahingegen sind die lokalen bzw. regionalen Aktivitäten im Bereich des Franchisenehmers angesiedelt, auch wenn meist eine Abstimmung mit dem Franchise-System erfolgt. So wird wiederum gemeinschaftlich agiert, auch wenn die Verantwortung bei einem Mitglied des Franchise-Systems liegt. ▶

Strenge Rechnung, gute Freundschaft

Dass gerade die Marketing-Aktivitäten nicht von einem Partner allein zu stemmen sind, liegt auf der Hand, weswegen die Franchisenehmer gemeinhin eine Franchise-Gebühr zu entrichten haben. Natürlich ist man auch im Franchising bei aller Wertschätzung eine primär wirtschaftliche Gemeinschaft. Jedoch gilt es zu bedenken, dass seriöses Franchising nur dann langfristig funktionieren kann, wenn alle Franchise-Partner wirtschaftlich erfolgreich sind. Gerade deshalb ist es schon von Beginn an wichtig, dass die gegenseitige Erwartungshaltung ausführlich, offen und klar besprochen wird und seriöse Geschäftsmodelle präsentiert bzw. erarbeitet werden.

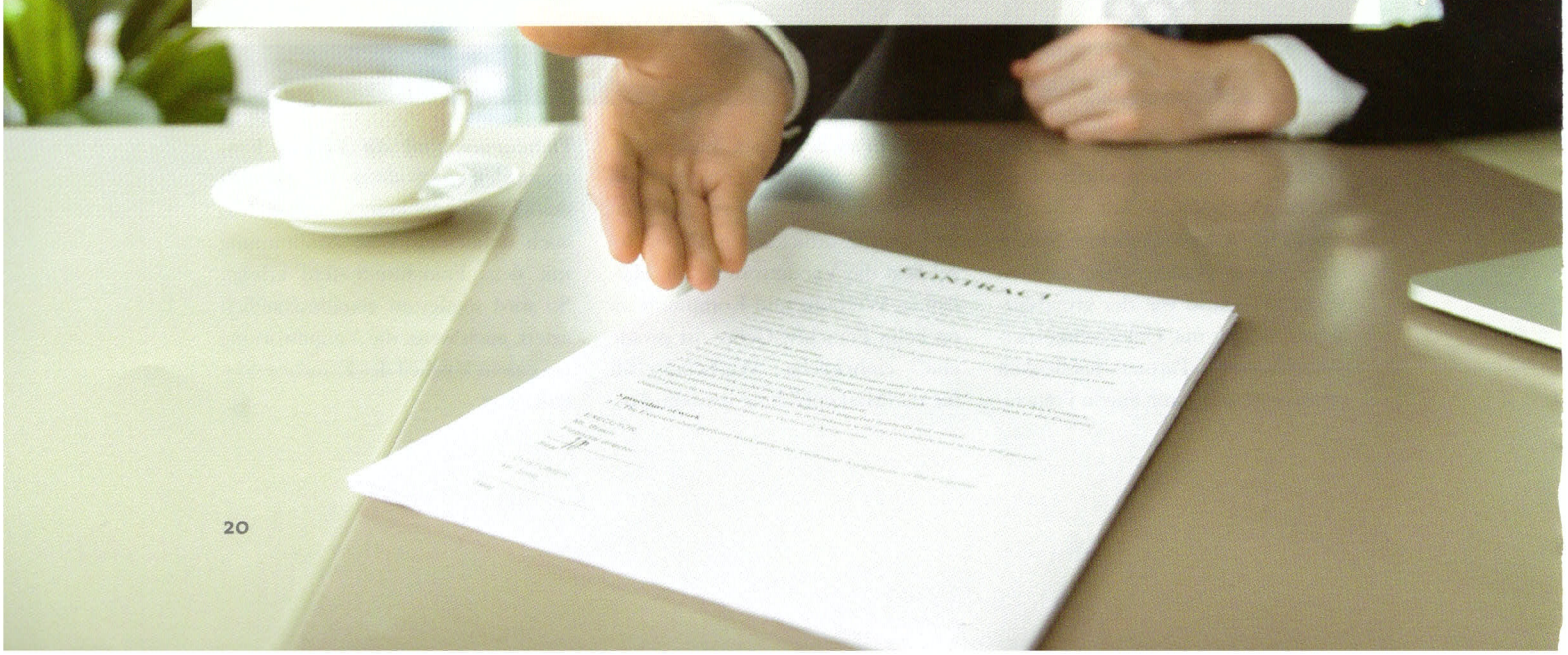
Kein Franchising ohne Fair Play

Einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren guter Kooperationen und insbesondere Franchise-Systeme, wenn nicht sogar der Wichtigste, ist die Partnerschaftlichkeit und deren ständige Pflege. „Geld kann in so einem System nur verdienen, wer sich gegenseitig als Partner achtet, wer miteinander und auch füreinander arbeitet und wer einen wertschätzenden, achtsamen Umgang pflegt", betont auch die führende Franchiseberaterin und Senatorin Waltraud Martius in ihrem Buch „Fairplay Franchising".

Franchising: Knebelung oder Klarheit

Auch wenn die enge Zusammenarbeit zwischen Franchisegeber und Franchisenehmer ein besonderes Vertrauensverhältnis erfordert, so ist es genauso erforderlich, eine solide Basis dafür zu haben – diese ist stets der Franchisevertrag. Er regelt Verantwortlichkeiten, Rechte und Pflichten sowohl des Franchisenehmers wie des Franchisegebers und ist somit die Grundlage für eine auf Fakten beruhende Kooperation. Ein guter Franchisevertrag hat somit auch die Aufgabe, Konflikten vorzubeugen oder sie zumindest durch eine eindeutige Faktenlage möglichst rasch und eindeutig helfen zu lösen. Gerade deshalb ist eine essentielle Empfehlung, den Franchisevertrag intensivst zu prüfen, zu hinterfragen und vor allem zu verstehen, auch wenn dies im Regelfall bedeutet, professionelle Hilfe in Anspruch zu nehmen. Denn richtig gelesen offenbart sich neben den Fakten auch der Zugang des Franchisegebers zu den Themen Partnerschaft und Kooperation – indem der Franchisevertrag Klarheit schafft oder im schlimmsten Fall der Knebelung des Franchisenehmers dienen soll. Dies kommt zwar in den seltensten Fällen vor, ist dafür aber umso unangenehmer. Und nicht nur, aber auch beim Franchising ist es nicht ganz abwegig, die Zusammenarbeit mit einer Ehe zu vergleichen. Somit ist es durchaus sinnvoll, auch über die Vorgehensweise bei der Beendigung der Kooperation nachzudenken und diese auch schriftlich festzuhalten – selbst wenn man zu Beginn nicht an diese Möglichkeit denken will.

Wenn man also von Beginn an eine solide Basis für eine Kooperation – sei es in Form des Franchising oder in anderen Formen der Zusammenarbeit – schaffen will, tut man gut daran, die vertraglichen Rahmenbedingungen umfassend, klar schriftlich festzuhalten und das Einvernehmen über die Inhalte herzustellen. So kann man mit gutem Gewissen voller Energie und Tatkraft die weitere, gemeinsame Zukunft beginnen zu gestalten.



Buch-Tipp: Nina Ollinger: „Der Franchisevertrag – Knebelung oder Klarheit?"

Der Franchisevertrag spielt – seitens des Franchisegebers gleichermaßen wie seitens des Franchisenehmers – die entscheidende Rolle, ist dieser doch Dreh- und Angelpunkt der gesamten Beziehung zwischen den beiden Vertragsparteien. Dieses Buch widmet sich – verständlich formuliert und trotzdem umfassend aufbereitet – den gängigen Franchisevertrags-Klauseln und empfiehlt sich dadurch für alle, die sich mit dem Thema Franchising näher auseinander setzen. Ergänzt wird das Buch durch einen Beitrag der Franchise-Strategieexpertin Waltraud Martius, die zum Thema „Fairplay Franchising auch beim Vertragsabschluss" schreibt. „Die Zauberformel für die Zusammenarbeit heißt Vertrauen, das gilt auch und insbesondere für den Vertragsabschluss", so die Franchiseexpertin.

Dr. Nina Ollinger, LL.M.
ist Rechtsanwältin und Inhaberin der Wienerwald Wohlfühlkanzlei in Purkersdorf, Klosterneuburg und Gablitz. Sie befasst sich mit der Beratung und der rechtlichen Vertretung von Unternehmen; ihre besondere Expertise liegt im Franchise-, Vertriebs- und Kartellrecht. Sie trägt regelmäßig vor, ist Autorin u.a. der Bücher „der Franchisevertrag" und „Online versus Offline" und Mitglied des Österreichischen Franchise-Verbandes sowie der Studienvereinigung Kartellrecht. Sie ist Senatorin im SENAT DER WIRTSCHAFT.

Real Success
for
Real Estate

BESUCHEN SIE UNS AUF DER EXPO REAL MESSE
HALLE A1
STAND 110

DIE ETWAS ANDERE ART IMMOBILIEN ZU ENTWICKELN.
Ausgesprochen sorgfältig betreibt 6B47 Immobilienentwicklungen in Österreich, Deutschland und Polen. Von der Auswahl der Objekte über die Planung und Umsetzung bis zur Nutzung und Verwertung. Ausgesprochen transparent sind sämtliche Maßnahmen für Investoren. Sie entscheiden, in welche Projekte Sie mitinvestieren und sind in alle Entscheidungen eingebunden.
Ausgesprochen wird 6B47 übrigens so:
Six before Seven. Die Entscheidung kommt vor der Tat.

6B47 REAL ESTATE INVESTORS AG
HEILIGENSTÄDTER LÄNDE 29/4 | 1190 WIEN
WWW.6B47.COM | T +43 1 350 10 10 | OFFICE@6B47.COM

6B47
REAL ESTATE INVESTORS