

Ehrenkodex

Schweizer Franchise Verband Fédération Suisse de la Franchise Swiss Franchise Association

1. Der Begriff des Franchising

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 Franchisegeber und seine Franchisenehmer. Der Franchisegeber gewährt seinen Franchisenehmern das Recht und legt ihnen gleichzeitig die Verpflichtung auf, ein Geschäft entsprechend seinem Konzept zu betreiben. Dieses Recht berechtigt und verpflichtet den Franchisenehmer, gegen ein direktes und indirektes Entgelt im Rahmen und für die Dauer eines schriftlichen, zu diesem Zweck zwischen den Parteien abgeschlossenen Franchisevertrags bei laufender technischer und betriebswirtschaftlicher Unterstützung durch den Franchisegeber, 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 Franchisegebers zu nutzen.

(*) „Know-how“ bedeutet ein Paket von nicht patentierten praktischen Kenntnissen, die auf Erfahrungen des Franchisegebers 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 Franchisegebers völlig unbekannt oder unerhältlich sein müsste;
- „wesentlich“ bedeutet, dass das Know-how Kenntnisse umfasst, die für den Verkauf von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen an Endverbraucher, insbesondere für die Präsentation der zum Verkauf bestimmten Waren, die Bearbeitung von Erzeugnissen im Zusammenhang mit der Erbringung von Dienstleistungen, die Art und Weise der Kundenbedienung sowie die Führung des Geschäftes in verwaltungsmässiger und finanzieller Hinsicht wichtig sind. Das Know-how muss für den Franchisenehmer nützlich sein; dies trifft zu, wenn es bei Abschluss der Vereinbarung geeignet ist, die Wettbewerbsstellung des Franchisenehmers 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 Franchisevereinbarung oder in einem besonderen Schriftstück niedergelegt oder in jeder anderen geeigneten Form vorgenommen werden.

2. Leitsätze

2.1. Der Franchisegeber ist der Initiator eines Franchisenetzes, das aus dem Franchisegeber und den einzelnen Franchisenehmern besteht und deren Betreuer der Franchisegeber auf längere Sicht ist.

2.2. Die Pflichten des Franchisegebers:

Der Franchisegeber muss:

- vor der Gründung seines Franchisenetzes 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 Netzes sein;
- eine Anfangsschulung des einzelnen Franchisenehmers durchführen und ihm während der gesamten Laufzeit des Vertrags laufende kommerzielle und/oder technische Unterstützung gewähren;

2.3. Pflichten des einzelnen Franchisenehmers:

Der einzelne Franchisenehmer wird:

- sich nachhaltig um das Wachstum seines Franchisebetriebs und die Wahrung der gemeinschaftlichen Identität und des guten Rufs des Franchisenetzes bemühen;
- dem Franchisegeber 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 Franchisegeber und/oder dessen Beauftragten auf Wunsch des Franchisegebers und zu angemessenen Zeiten Zugang zu den Räumlichkeiten und Unterlagen des einzelnen Franchisenehmers gewähren;
- dem Franchisenehmer ist es nicht gestattet, weder während noch nach Beendigung des Vertragsverhältnisses an Dritte Know-how weiterzugeben, das ihm vom Franchisegeber übermittelt wurde.

2.4. Weitere Pflichten beider Vertragsparteien:

- Beide Parteien lassen in ihrem Umgang miteinander Fairness walten. Im Falle einer Vertragsverletzung wird der Franchisegeber seine Franchisenehmer 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.

3. Partnerwerbung, -gewinnung und Offenlegung

- 3.1. Werbung für die Gewinnung von Franchisenehmern soll ohne Zweideutigkeit und ohne irreführende Angaben erfolgen.
- 3.2. Alle Anzeigen und jedes Werbematerial zum Zweck der Franchisenehmergewinnung, die direkt oder indirekt auf von den einzelnen Franchisenehmern zu erwartende, in Zukunft mögliche Ergebnisse, Zahlen oder Verdienste eingehen, haben sachlich richtig und unmissverständlich zu sein.
- 3.3. Um es den angehenden Franchisenehmern 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 Franchiseverhältnis wichtigen Informationen und Unterlagen übergeben werden.
- 3.4. Falls ein Franchisegeber einen zukünftigen Franchisenehmer durch einen Vorvertrag bindet, sollen die folgenden Grundsätze beachtet werden:
 - bevor ein Vorvertrag geschlossen wird, erhält der zukünftige Franchisenehmer eine schriftliche Mitteilung über den Zweck des Vorvertrags und die Höhe des Entgelts, das er möglicherweise an den Franchisegeber zu entrichten hat, um dessen tatsächliche Aufwendungen abzudecken, die während und durch die vorvertragliche Phase entstanden sind; wenn der Franchisevertrag zustandekommt, ist die besagte Vergütung vom Franchisegeber zurückzuerstatten oder gegebenenfalls mit der vom Franchisenehmer zu zahlenden Eintrittsgebühr zu verrechnen;
 - der Vorvertrag soll eine Laufzeit und eine Kündigungsklausel enthalten;
 - der Franchisegeber kann Wettbewerbsverbote und/oder Geheimhaltungsklauseln festlegen, um sein Know-how und seine Identität zu schützen.

4. Auswahl der einzelnen Franchisenehmer

Ein Franchisegeber sollte nur solche Franchisenehmer 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 Franchisebetrieb zu führen.

5. Der Franchisevertrag

- 5.1. Der Franchisevertrag hat den nationalen Gesetzen, dem Recht der Europäischen Gemeinschaft sowie diesem Verhaltenskodex und seinen jeweiligen Ergänzungen zu entsprechen.
- 5.2. Der Vertrag hat die Interessen der Mitglieder des Franchisenetzes widerzuspiegeln, indem er die gewerblichen und geistigen Eigentumsrechte des Franchisegebers schützt und die einheitliche Identität und das Ansehen des Franchisenetzes wahrt.

Alle Verträge und alle vertraglichen Vereinbarungen im Zusammenhang mit dem Franchiseverhältnis sind in der Amtssprache des Landes, in dem der Franchisenehmer seinen Sitz hat, abzufassen oder von einem beeideten Übersetzer in diese Sprache zu übertragen und nach Unterzeichnung dem einzelnen Franchisenehmer unmittelbar auszuhändigen.

- 5.3. Der Franchisevertrag 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 Franchisegeber eingeräumten Rechte;
 - die dem einzelnen Franchisenehmer eingeräumten Rechte;
 - die dem einzelnen Franchisenehmer zur Verfügung zu stellenden Waren und/oder Dienstleistungen;
 - die Pflichten des Franchisegebers;
 - die Pflichten des einzelnen Franchisenehmers;
 - die Zahlungsverpflichtungen des einzelnen Franchisenehmers;
 - die Vertragsdauer, die so befristet sein soll, dass der Franchisenehmer seine franchisespezifischen Anfangsinvestitionen amortisieren kann;
 - die Grundlage für eine allfällige Verlängerung des Vertrags;
 - die Bedingungen, nach denen der einzelne Franchisenehmer das Franchisegeschäft verkaufen oder übertragen kann, sowie mögliche Vorkaufsrechte des Franchisegebers 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 Franchisegebers beziehen;
 - das Recht des Franchisegebers, das Franchisesystem an neue oder geänderte Verhältnisse anzupassen;
 - Regelungen über die Beendigung des Vertrags;
 - Bestimmungen über die sofortige Rückgabe des materiellen und immateriellen Eigentums des Franchisegebers oder eines anderen Inhabers nach Vertragsende.

6. Der Verhaltenskodex und das Master-Franchisesystem

Dieser Verhaltenskodex gilt für das Verhältnis zwischen dem Franchisegeber und dessen einzelnen Franchisenehmern und gleichermassen zwischen dem Masterfranchisenehmer und dessen einzelnen Franchisenehmern.

Er gilt nicht für das Verhältnis zwischen dem Franchisegeber und seinen Masterfranchisenehmern.