



Wer sein Franchisesystem schützen will, denkt bereits bei der Ausgestaltung eines Franchisevertrags an eine Beendigung der Partnerschaft.

# Das Franchisesystem schützen

**DIENSTLEISTUNGS-FRANCHISING** Auch eine erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen Franchisegeber und Franchisenehmer hat irgendwann ein Ende. Idealerweise trennen sich die Parteien einvernehmlich. Die Realität kann anders aussehen. Der Beitrag beleuchtet den Systemschutz nach Beendigung der Zusammenarbeit.

VON MELANIE KÄSER\*

■ Im 1. Teil dieses Artikels – erschienen in der MK-Ausgabe Nr. 01/2019 – wurde aufgezeigt, welche konzeptionellen und rechtlichen Rahmenbedingungen während der Zusammenarbeit im Franchising besonders zu beachten sind, damit auch ein Dienstleistungsanbieter erfolgreich ist. Doch nicht nur während der Dauer des Vertragsverhältnisses gibt es beim Dienstleistungsfranchising Besonderheiten zu beachten, sondern auch bei der Beendigung einer solchen Kooperation.

Wie nachfolgend dargelegt wird, sollte bereits bei der vertraglichen Ausgestaltung des Franchisevertrages die Beendigung im Hinterkopf behalten werden, um das Franchisesystem nachhaltig zu schützen und den Erfolg zu sichern.

## Nachahmungsgefahr

Weshalb ist die Nachahmungsgefahr im Dienstleistungsfranchising höher als im Produktfranchising? Schauen wir uns dazu einmal das Beispiel eines Franchisenehmers im Beratungssektor (z. B. Management- oder Ernährungsberatung) an, der seit zehn Jahren Teil eines Franchisesystems ist. Er wird die entsprechende Branche mittlerweile bestens kennen, seinen Kundenstamm ausgebaut und sein persönliches Fachwissen weiterentwickelt haben. Das Produkt – die jeweilige Beratung bzw. das Wissen dahinter – kann ihm nicht mehr einfach weggenommen werden.

Jeder Franchisenehmer wird sich daher im Verlauf seiner Zusammenarbeit mit dem Franchisegeber einmal fragen, weshalb er noch im System bleibt und nicht eigenständig – sprich ausserhalb des Franchisesystems – weitermacht. Das Know-how einfach zu kopieren, ist dann nicht schwer für die jeweilige Person. Leider neigen die Franchisenehmer – sprich die Menschen dahinter – dazu zu vergessen, wer ihnen das gesamte Wissen beigebracht hat.

Diese «Nachahmungsgefahr» muss daher jedem Franchisegeber im Dienstleistungsbereich bereits bei der Gestaltung seines Franchisesystems bewusst sein. Dies impliziert auch die stetige Innovation der Marktleistung gegenüber den Kunden.

## Vertragliche Grundlagen

Der nachvertragliche Systemchutz kann durch geeignete vertragliche Grundlagen verstärkt werden. Die nachvertraglichen Pflichten des Franchisenehmers sollten klar und möglichst genau im Vertrag beschrieben werden.

Auch wenn es vertragsimmanent für einen Franchisevertrag ist, dass der Franchisenehmer nach Beendigung der Zusammenarbeit das System bzw. Know-how nicht mehr nutzen darf, so empfiehlt es sich dennoch, dies auch schriftlich festzuhalten. Bis in welches Detail die nachvertraglichen Pflichten festgehalten wer-

den sollten, hängt dabei vom jeweiligen System ab und kann nicht pauschal gesagt werden.

Sofern die Dienstleistung standortgebunden ist, etwa in Form eines Beratungsstandortes, sollte sich der Franchisegeber zudem überlegen, ob er sich das Recht einräumen lässt, diesen Standort vom Franchisenehmer zu übernehmen oder ihm den spezifischen Standort von Anfang an nur mietweise zu überlassen.

## Abhängigkeiten schaffen

Ein weiteres Tool, um das Franchisesystem zu schützen, ist, Abhängigkeiten zu schaffen. Je abhängiger ein Franchisenehmer vom Franchisegeber und dessen System ist, desto besser für den Know-how-Schutz nach Beendigung der Zusammenarbeit. Es muss dem Franchisegeber möglich sein, dem Franchisenehmer etwas wegzunehmen.

Der Franchisenehmer muss das Gefühl haben, dass ihm etwas fehlt, wenn er das System verlässt. Denn wie dargelegt, sind die Hürden für einen Franchisenehmer im Dienstleistungssektor, das Franchisesystem zu verlassen und ein eigenes Dienstleistungskonzept aufzubauen, oftmals zu tief.

Franchisenehmer müssen die Bedeutung der Marke, die sie mitbenutzen, erkennen. Beim Verlassen des Systems verlieren sie das Recht zur Weiterverwendung. Fer-

ner können IT-Systeme solche Abhängigkeiten schaffen.

Je institutionalisierter die Zusammenarbeit zwischen dem Franchisegeber und den Franchisenehmern, aber auch zwischen den Franchisenehmern untereinander, desto mehr werden die Franchisenehmer den Austritt aus dem System bedauern. Die System-Community muss dem jeweiligen Franchisenehmer etwas bieten, das er sonst so nicht erhält.

## Konkurrenzverbot

In einem engen rechtlichen Rahmen ist auch ein nachvertragliches Konkurrenzverbot für das Anbieten von Dienstleistungen, die mit jenen des Franchisesystems im Wettbewerb stehen, denkbar. Damit dieses nicht gegen das geltende Wettbewerbsrecht verstösst, ist es zwingend, dieses auf ein Jahr nach Vertragsbeendigung zu beschränken.

Des Weiteren ist das Verbot auf jene Räumlichkeiten zu beschränken, von denen aus der Franchisenehmer sein Geschäft betrieben hat, und darüber hinaus muss das Verbot unerlässlich sein, um das Know-how des Franchisegebers zu schützen.

In der Praxis zeigt sich jedoch, dass gute Franchisesysteme ein solches nachvertragliches Konkurrenzverbot nicht benötigen, da der Schutz des Know-hows anderweitig sichergestellt ist.

## Systemhygiene

Zu guter Letzt ist es zwecks «Systemhygiene» von Zeit zu Zeit notwendig, dass ein Franchisegeber seine Rechte aus dem Vertrag durchsetzt – wenn es sich nicht vermeiden lässt, dann auch gerichtlich. Dies vermittelt nämlich den treuen Franchisenehmern, dass der Franchisegeber sich um den Schutz des Systems kümmert. Dies wiederum bindet die bestehenden Partner an das System und gibt dem Franchisegeber eine verstärkte Legitimation zur Erhebung von Franchisegebühren. Denn nur die langfristige Absicherung des Know-hows lässt auch Franchisegeber im Dienstleistungssektor nachhaltig erfolgreich sein. ■



\*Melanie Käser, M. A. HSG Law & Economics, ist Rechtsanwältin bei Streichenberg Rechtsanwälte, Zürich. Sie berät regelmässig Unternehmen bei rechtlichen und konzeptionellen Fragestellungen rund um das Thema Franchising.