

Franchisesystem Dialight
Österreich – viele Rechtsstreitigkeiten



Am Gängelband

Knebelverträge, hohe Investitionen, spärliche Gewinne: Auf Franchisenehmer warten oft statt dem versprochenen großen Geschäft Schulden und Rechtsstreitigkeiten.



AH Future – Nicht überall, wo Franchise draufsteht, ist Franchise drin.

VON FRANZISKA DZUGAN
UND CHRISTINA HIPTMAYR
FOTOS: MICHAEL RAUSCH-SCHOTT

Der Traum vom großen Erfolg endete für Ursula Haslinger* auf dem harten Boden der Realität. Ein Berg Schulden, ein Rechtsstreit und eine zerbrochene Freundschaft: Das ist ihre Bilanz nach zwölf Jahren Unternehmerdasein in einem Franchisesystem. Dabei hatte alles gut angefangen. Von der Unternehmensführung gefördert, wurde der jungen Mitarbeiterin eines Schlankheitsstudios der Marke Figurella schon bald ein eigenes Institut angeboten. Haslinger fühlte sich geschmeichelt. Im blinden Vertrauen zu ihrer Vorgesetzten und Freundin Rosa Cech unterschrieb sie einen Vertrag – mit weitreichenden Konsequenzen. Das nächste Treffen mit der ehemals engen Vertrauten wird nicht bei einem Glas Prosecco, sondern vor Gericht stattfinden. Gemeinsam mit 13 weiteren Franchisnehmerinnen geht Haslinger wegen Betrugs gerichtlich gegen Cech vor.

Figurella – die Justiz ermittelt

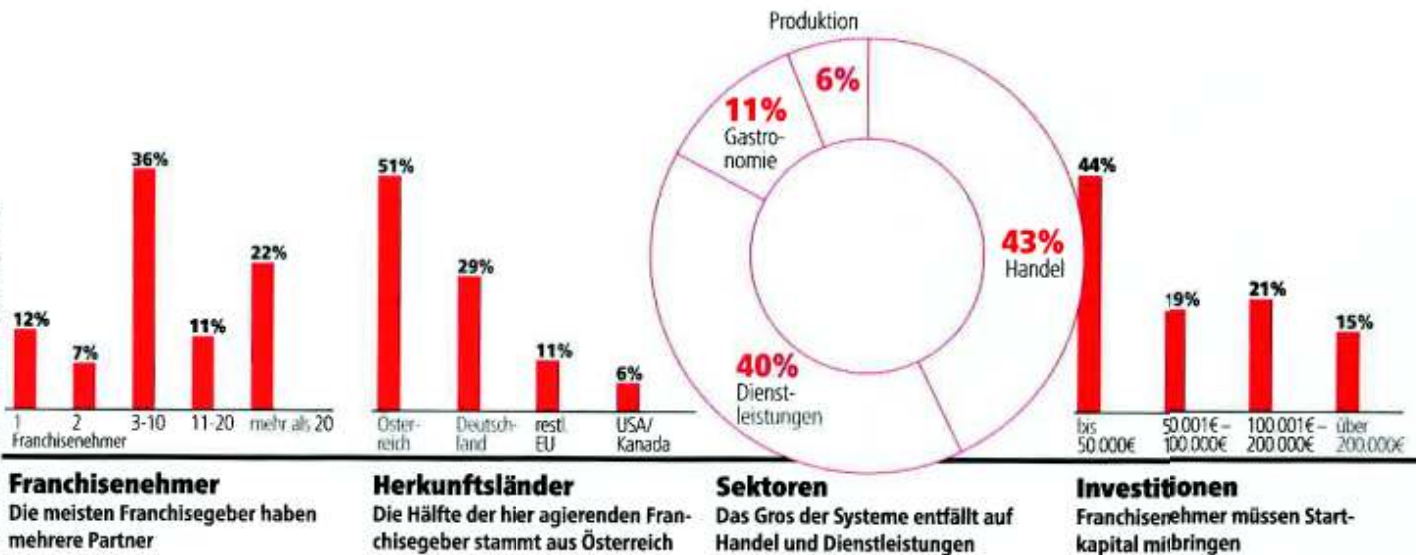


In Österreich erfreut sich das Unternehmertum innerhalb eines Franchisesystems immer größerer Beliebtheit. Ob der Burger bei McDonald's, das Kleid von Mango, die Pizza bei Vapiano, das Schraubenset von OBI, das Fitnessstraining bei Mrs. Sporty oder die Katzenstreu von Fressnapf – an Franchising kommt man auch hierzulande nicht mehr vorbei. Vermeintliche Filialeleiter bekannter Ketten sind in Wahrheit häufig keine Angestellten, sondern Unternehmer. Und Erfolgsgeschichten à la McDonald's, der, so sagt es die Legende, seine Burgerbrater zu Millionären macht, ziehen immer mehr Interessenten an. Sie können die Vorteile einer großen Organisation und einer eingeführten Marke nutzen, die sie als Einzelkämpfer nicht hätten. Dafür zahlen sie saftige Einstiegsgebühren und monatliche Beiträge. Der Franchisegeber wiederum kann ohne großes Risiko sein Geschäftsmodell multiplizieren.

Die Zahlen sprechen für sich: Rund 445 unterschiedliche Systeme sind mit 66.000 Mitarbeitern auf insgesamt 8720 Standorten im Einsatz. Das Gros entfällt auf den Handel und Dienstleistungen, gefolgt von Gastronomie und Produktion (siehe Grafik Seite 36). Im vergangenen Jahr warf der heimische Franchisemarkt einen Umsatz von 8,5 Milliarden Euro ab. Ein Plus von acht Prozent gegenüber 2011.

Trotz der großen Popularität: Franchisestrukturen sind für die kleineren Partner häufig kein Gewinn. Freilich sind sie ▶

*Alle Namen der Franchisenehmer wurden von der Redaktion geändert



lediglich in ihrer Entscheidung für oder gegen ein bestimmtes Konzept. Sie betreiben die Standorte auf eigene Rechnung und vor allem – auf eigenes Risiko. Sie investieren viel Geld, haben aber trotzdem nichts zu sagen. Vom Geschäftsmodell und der Produktpalette über die Preise bis hin zu Schulungen für Mitarbeiter und die Werbelinie – der Franchisegeber schreibt ihnen sämtliche Details vor. Kurz: Man kettet sich auf Gedeih und Verderb an einen mächtigen Partner. Die unübersichtliche Rechtslage und eine fehlende Interessensvertretung tun ihr Übriges. Franchising birgt enormes Streitpotenzial.

Auch für Mario Auer endete sein Engagement im Zwist. 2010 war er bei Dialight Österreich eingestiegen. Das Unternehmen vertrieb beleuchtete Werbesäulen und Infoterminals an seine Franchisenehmer, die diese beispielsweise in Krankenhäusern oder Einkaufszentren aufstellen und dafür Werbekunden gewinnen sollten. Die Umsatzprognosen von Dialight-Franchisegeber Wolfgang Fels stellten sich als deutlich zu optimistisch heraus. „Ich wurde unter falschen Voraussetzungen in den Vertrag gelockt“, beklagt Auer. Statt dem prognostizierten Umsatz von 20.000 Euro pro Säule und Jahr ließ sich nicht mehr als ein Viertel davon erzielen. Leben konnte Auer davon nie. Zudem sei er mit veraltetem Material und fehlerhafter Betriebssoftware abgespeist worden, kritisiert Auer. Wolfgang Fels, der inzwischen nicht mehr als Franchisegeber tätig ist, wollte sich profil gegenüber nicht äußern.

Auer reichte – wie andere Dialight-Franchisenehmer auch – Klage ein. Im Vorjahr schloss er einen Vergleich. Inzwischen ist Auer wieder Angestellter. Seine Schulden stottert er immer noch ab.

„Um sich in ein System einzukaufen, muss zumeist eine relativ hohe Einstiegsgebühr – in vielen Fällen zigtausende Euro – bezahlt werden. Gleichzeitig gibt es Vor-



DIALIGHT ÖSTERREICH MARIO AUER

Seine Karriere als Franchisenehmer bei dem Unternehmen, das beleuchtete Werbesäulen vertreibt, endete im Rechtsstreit. „Ich wurde unter falschen Voraussetzungen in den Vertrag gelockt“, klagt Auer. Seine Schulden stottert er noch immer ab.



AH FUTURE MARIJANA KOVAC

Franchising als Vorwand: Marijana Kovac saß vergangenes Jahr einem pyramidenartigen System auf. Die Konsumentenschützer der Arbeiterkammer betreuen mehrere Betroffene und haben das Wiener Unternehmen AH Future bereits abgemahnt.



FIGURELLA URSULA HASLINGER

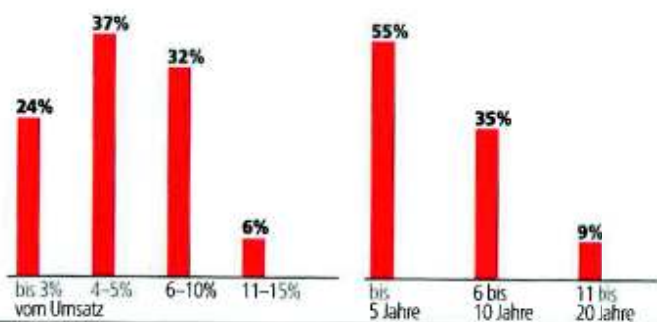
Ein Berg Schulden, ein Rechtsstreit und eine zerbrochene Freundschaft: Die Franchisenehmerin eines Schlankheitsstudios zieht nach zwölf Jahren traurige Bilanz. Gemeinsam mit 13 Kolleginnen geht sie nun gerichtlich gegen ihre ehemalige Franchisegeberin vor.

gaben durch den Franchisegeber, die es unter Umständen den Franchisenehmern unmöglich machen, dieses Kapital samt der monatlich zu leistenden Gebühren zu erwirtschaften“, warnt Doris Lutz von der Abteilung Sozialpolitik der AK Wien.

So wie im Falle von Ursula Haslinger. Im Jahr 2000 blättert sie über 300.000 Euro für ihr erstes eigenes Figurella-Studio auf den Tisch. Den Kredit erhielt sie auf Vermittlung ihrer Chefin Rosa Cech. Der vermeintliche Kauf lief unter dem Titel „Pacht“, was Cech mit steuerlichen Vorteilen begründete. „Wir waren eng befreundet, sie war sogar meine Trauzeugin. Ich habe ihr blind vertraut“, sagt Haslinger. Sogar so blind, dass sie in den folgenden Jahren weitere Studios zum Gesamtpreis von 1,25 Millionen Euro erwarb.

Einige Zeit lief alles gut. Doch Cech erhöhte sukzessive die Kosten. Für Werbung, Lizenzen und Buchhaltung musste Haslinger monatlich rund 40.000 Euro abliefern. Die Gehälter für ihre Angestellten, die Miete und die Kreditraten kamen noch dazu.

Dann kam der Tiefschlag. Als in den Medien Berichte über ein Gerichtsurteil erschienen, welches der Figurella-Schlankmachermethode die Wirkung absprach, blieben die Kunden aus. Um die Umsatzeinbußen abzufedern, griff die Figurella-Geschäftsführung zu dubiosen Praktiken: Sie forderte ihre Franchisenehmerinnen auf, sich in Internetforen unter falschem Namen als zufriedene Kundinnen auszugeben. Nun laufen die Ermittlungen wegen Betrugs. Figurella-Sprecherin Rosemarie Schuller besteht in einer schriftlichen Stellungnahme darauf, dass mit den Verträgen alles in Ordnung ist: „Es gibt Pächter beziehungsweise Studiobetreiber, die überhaupt keine Ansprüche gegenüber Figurella geltend machen. Dass es sich bei den Verträgen eindeutig um Pacht-, und nicht um Kaufverträge handelt, ist selbst



FRANCHISING IN ZAHLEN

Rund 445 Systeme sind mit 66.000 Mitarbeitern im Einsatz

Monatliche Gebühren

Die meisten Franchisegeber verlangen umsatzabhängige Gebühren

Laufzeit

Mehr als die Hälfte der Franchiseverträge gehen über fünf Jahre

für einen Laien allein durch die Präsenz des Wortes ‚Pacht‘ (130 Mal!) eindeutig und unmissverständlich.“ Haslingers Anwältin Sylvia Freygnier entgegnet: „Entscheidend ist nicht, wie oft das Wort ‚Pacht‘ in einem Vertrag vorkommt, sondern einzig, was tatsächlich vereinbart war. Dass das ein Kaufvertrag war, bestätigen nicht nur sämtliche Franchisenehmerinnen, sondern auch eindeutige Dokumente.“

Franchising ist im österreichischen Recht nicht ausdrücklich geregelt. Konsumentenschutzgesetz, Handelsvertretergesetz, Handelsgesetzbuch, Unternehmensgesetzbuch, EU-Gruppenfreistellungsverordnung – auf Franchiser werden eine Vielzahl unterschiedlicher Regelungen angewendet. Christoph Matznetter, Vizepräsident der Wirtschaftskammer und SPÖ-Wirtschaftssprecher, fordert seit Langem ein eigenes Franchise-Gesetz. Beim Regierungspartner ÖVP stieß er damit bisher auf taube Ohren. Als er und seine Mitstreiter in der Wirtschaftskammer 2010 versuchten, einen Mustervertrag für Franchisenehmer zu entwerfen, wehte ihnen eisiger Wind entgegen: „Es wurde enormer Druck auf die handelnden Personen ausgeübt. Der Normungsausschuss wurde schon früh im Keim erstickt“, erzählt Matznetter.

Wie können sich Franchisenehmer also schützen? Schlecht bis gar nicht, ist das Fazit von

Rechtsexperten. Man sollte den Vertrag von einem Anwalt prüfen lassen, sagt Freygnier. Manche Franchiseunternehmen wissen das allerdings zu torpedieren.

Die Kaffeehauskette Cup & Cino etwa formuliert ihre Verträge derart umfangreich, unübersichtlich und für Laien absolut unverständlich, dass sogar Fachanwälte bei der Lektüre ins Schwitzen kommen. Die Prüfung des Regelwerks würde diese mehrere Tage beschäftigen – mit entsprechenden Kosten für den potenziellen Franchisenehmer. Mit bis zu 10.000 Euro kann getrost gerechnet

werden. Kein Wunder also, wenn Interessenten die geforderten mehr als ein Dutzend Unterschriften nahezu im Blindflug leisten. Der Österreich-Vertreter von Cup & Cino, Peter Huber, verteidigt die Verträge: „Da Flexibilität Teil des Konzeptes ist, gehen wir in diesen Verträgen soweit wie möglich und erforderlich auf regionale und persönliche Anforderungen des Lizenznehmers ein. Des Weiteren sind im Vertrag auch Punkte enthalten, welche für den Partner von großem Vorteil sind.“

Für Franchisenehmer kommt erschwerend hinzu, dass sie keine Interessensvertretung haben. Dialight-Partner Mario Auer hat einen Spießrutenlauf durch die Institutionen hinter sich. Weder die Wirtschaftskammer noch der Österreichische Franchise-Verband (ÖFV) ▶

„Viele Franchisenehmer hätten tolle Aussichten vor Gericht. Doch sie stehen meist derart unter finanziellem Druck, dass sie sich keinen Prozess leisten können.“

Sylvia Freygnier,
Franchise-Expertin

Eintritt statt Fehltritt

Was Franchisenehmer vor Vertragsabschluss unbedingt prüfen sollten:

- ▶ Gebührenmodell des Franchisekonzepts
- ▶ Return on Investment und Wirtschaftlichkeit
- ▶ Stärke der Markenpositionierung am Markt
- ▶ Verpflichtung der Übernahme von Bezugspflichten
- ▶ Laufzeit des Vertrages
- ▶ Wettbewerbsverbote
- ▶ Exklusivität und Gebietschutz
- ▶ Kündigungs- und Exitklauseln
- ▶ Standortsicherung nach Vertragsbeendigung
- ▶ Regelung im Falle einer Insolvenz des Franchisegebers
- ▶ Ausschluss einer persönlichen Haftung



„Der Normungsausschuss wurde schon früh im Keim erstickt. Auf die handelnden Personen wurde enormer Druck ausgeübt.“

**Christoph Matznetter,
Vizepräsident der Wirtschaftskammer**

wollten ihm helfen. Matznetter kennt das Problem. Ein fairer Interessensausgleich innerhalb der Wirtschaftskammer ist seiner Erfahrung nach nicht möglich. Franchisegeber und -nehmer sitzen dort im selben Fachgremium, das Sagen haben jedoch die Geber. Das Gleiche gilt für den ÖFV. Generalsekretärin Susanne Seifert: „Der ÖFV versteht sich als Verband für Franchisegeber und -nehmer, auch wenn unsere Mitglieder die Franchisegeber sind.“

Wenig Schwierigkeiten sind von den großen, teils international operierenden Franchisegebern in Österreich überliefert. Franchisenehmer von McDonald's, OBI, Zara oder Mango müssen laut Experten mit Investitionen von mindestens einer Million Euro rechnen, um einen Standort aufzubauen. Wer Franchisenehmer eines Großkonzerns wird, ist in der Regel ein erfahrener Unternehmer und weiß, worauf er sich einlässt. Ein großer Nachteil bleibt aber auch hier: Der unternehmerische Spielraum ist gleich null.

Prinzipiell sind Franchisegeber und -nehmer zwei voneinander unabhängige, selbständige Unternehmer. Ihre Zusammenarbeit wird im Franchisevertrag geregelt. Manche Franchisegeber versuchen das zu umgehen, indem sie Gesellschaftskonstruktionen bilden. Das Nachhilfeeinstitute LernQuadrat ist dafür ein gutes Beispiel: Das Unternehmen gründet mit seinen Franchisenehmern eine Kommanditgesellschaft und ist damit fein heraus. Während der Franchisenehmer als Komplementär mit seinem gesamten Vermögen haftet, haftet LernQuadrat als Kommanditist lediglich mit einer Einlage von wenigen tausend Euro. LernQuadrat-Geschäftsführer Konrad Zimmermann ist von seinem Konzept überzeugt: „Kommanditgesellschaften sind etwas Bekanntes, Übliches, Bewährtes für Partnersysteme.“

Ein Ausstieg ist für LernQuadrat-Part-

ner jedoch doppelt schwer. Als Gesellschafter verlieren sie jeglichen Anspruch auf Ersatz ihrer Investitionen. So ging es Anna Hübner, die wegen einer Erkrankung ihren Vertrag kündigen musste. Die LernQuadrat-Geschäftsführung hatte ihr eine Ablöse zugesagt, diese aber nie bezahlt. Die versprochene Summe stand in keinem Verhältnis zu den Investitionen Hübners: 50.000 Euro hatte die Standortübernahme gekostet. „Ich muss es wohl oder übel auf einen Rechtsstreit ankommen lassen – sobald ich das Geld für die Gerichtskosten beisammen habe“, sagt die Niederösterreicherin. Anna Hübner ist nur eine von vielen, wie Expertin Sylvia Freygnier erklärt: „Viele Franchisenehmer hätten tolle Aussichten vor Gericht. Doch sie stehen meist derart unter finanziellem Druck, dass sie sich keinen Prozess leisten können.“

LernQuadrat-Partner berichten von kreativen Ideen zur Steuervermeidung. So wird bei Erreichen eines Jahresumsatzes von 30.000 Euro zwischen dem Franchisenehmer und einem seiner Nachhilfelehrer eine neue Gesellschaft gegründet. Der Vorteil: Die Institute fallen unter die Kleinunternehmerregelung und zahlen somit keine Umsatzsteuer. „Das ist vordergründig nicht eine Frage der Steuer, sondern eine fachliche Notwendigkeit. Natürlich arbeiten in unseren Instituten mehrere selbstständige Privatlehrer, daher gibt es mehrere Gesellschaften“, sagt Geschäftsführer Zimmermann.

Nicht überall, wo Franchise draufsteht, ist auch Franchise drin. Marijana Kovac saß vergangenes Jahr einem pyramidenartigen System auf. Sie ließ sich als „Franchisenehmerin“ des Wiener Unternehmens AH Future anwerben. Vordergründig ging es darum, für das Unternehmen Kaffeekapseln zu verkaufen. Um die Ware präsentieren zu können, musste sie allerdings zwei Kaffeemaschinen zum Preis von knapp 4000 Euro erwerben. In Wahrheit zielt das Geschäftsmodell des Unternehmens darauf ab, ständig neue „Franchisenehmer“ an Land zu ziehen. Für jeden gewonnenen Partner wurden Kovac 1000 Euro Provision in Aussicht gestellt.

Die Konsumentenschützer der Arbeiterkammer kennen AH Future seit Längerem. Sie betreuen mehrere Betroffene und haben das Unternehmen bereits abgemahnt. „Wir arbeiten seriös“, beteuert AH Future gegenüber profil. Und hatte bereits die nächste famose Geschäftsidee: Statt Kaffeemaschinen werden nun Liftingmaschinen unter die Leute gebracht. ■