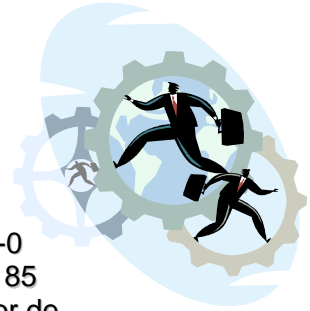




Consultor
start up



Kleemannstraße 14
D-93413 Cham
Tel.: 0 99 71 / 85 78-0
Fax: 0 99 71 / 80 19 85
eMail: info@consultor.de
home: www.consultor.eu/infobrief.htm

Cham, im **Mai 2007**

Steuern - Recht Infobrief für Franchise-Geber und Franchise-Nehmer

Sehr geehrte Damen und Herren!

Nachdem wir Ihnen mit unserem Infobrief für den Monat April 2007 bereits das Franchising in Polen dargestellt haben, möchten wir mit vorliegendem Infobrief die **wirtschaftlichen und rechtlichen Rahmenbedingungen für das Franchising in der Tschechischen Republik** aufzeigen.

Die Tschechische Republik - ein Synonym für Entwicklungsfähigkeit, Dynamik und Expansion!

Großes Interesse der Tschechen an Selbstständigkeit!

Eine Expansion in die Tschechische Republik zum jetzigen Zeitpunkt ist dadurch begünstigt, dass die Tschechische Republik in den letzten Jahren permanent eine der **höchsten Wachstumsraten** weltweit erreicht hat und von allen neuen Mitgliedern der Europäischen Union über das **höchste Pro-Kopf-Einkommen** verfügt.

A) Wirtschaftliche Rahmenbedingungen



Die Zahl der Franchisebetriebe in der Tschechischen Republik stieg von fünf Betrieben im Jahr 2000 auf mehr als 90 Franchisebetriebe im Jahr 2004.

Zurzeit wird geschätzt, dass mehr als 150 Unternehmen in der Tschechischen Republik entweder Franchisesysteme sind oder für die Expansion Elemente des Franchisings nutzen.

Die Zahl der Franchisesysteme steigt Jahr für Jahr.

Der tschechische Markt bietet vielen Systemen sehr gute Einstiegsmöglichkeiten, da viele Gründungsinteressenten auf der Suche nach attraktiven Geschäftsideen sind und über das notwendige Kapital verfügen.

Aber auch die Nähe der Tschechischen Republik zu Deutschland und Österreich erleichtert die Kommunikation und ist darüber hinaus durch seine engen wirtschaftlichen Kontakte zu den Nachbarländern ein idealer Standort zur weiteren Expansion nach Osteuropa hin.

Trotz dieser optimalen Rahmenbedingungen befindet sich die Franchisewirtschaft in der Tschechische Republik noch stark im Aufbau.

Dass das Franchising als Vertriebssystem im Gegensatz zu anderen europäischen Ländern oder zu den USA noch nicht so verbreitet ist, ist auf 40 Jahre Kommunismus zurückzuführen. Es fehlte an hinreichenden Kenntnissen bezüglich des Franchising und es herrschte ein Mangel an Informationen, an Praxiserfahrungen, an erfahrenen Managern, an einem etablierten Wirtschaftsumfeld, an entsprechender Fachliteratur sowie an einer auf Franchising spezialisierten Unternehmensberatung.

Immer mehr überwindet jedoch die Tschechische Republik diese Hindernisse und das **Franchising als Absatzsystem gewinnt in der tschechischen Wirtschaftspraxis immer mehr an Bedeutung.**

Der Franchisesektor in der Tschechischen Republik wächst derzeit kontinuierlich proportional zur steigenden Kaufkraft der Verbraucher, wodurch das Vertriebssystem des Franchising auch immer mehr an Akzeptanz sowohl bei Unternehmen als auch bei Banken und Privatpersonen gewinnt.

B) Rechtliche Rahmenbedingungen

Der Erfolg des Franchising ist zum Einen auf die günstigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, zum Anderen auf eine flexible, aber auch sichere Rechtsplattform zurückzuführen.

Obwohl es in der Tschechischen Republik **keine ausdrückliche gesetzliche Regelung** für das Franchising oder den Franchisevertrag gibt, ist auf die **allgemeinen Vertragsregeln des tschechischen Rechts**, die **Rechtsprechung** sowie die **Praxis des tschechischen Franchiseverbandes** abzustellen.

Sowohl für den Franchisegeber als auch den Franchisenehmer muss vor Unterzeichnung des Franchisevertrages klar sein, welche rechtlichen Vorschriften heranzuziehen sind.

1) Rechtsnatur und Inhalt des Franchisevertrages

Bei einem Franchisevertrag handelt es sich um einen **Mischvertrag** oder **Vertrag sui generis**, denn er vereint mehrere Elemente, wie etwa den Vertrieb einer Ware und/oder einer vom Franchisegeber entwickelten Dienstleistung unter einem einheitlichen Namen, Symbol, Marke und/oder eine Ausstattung und der Nutzung eines spezifischen Know-hows des Franchisegebers.

Die Leistungspalette des Franchisegebers umfasst die Bereitstellung eines Gesamtpakets, das aus einem **Beschaffungs-, Absatz- und Organisationskonzept**, dem **Nutzungsrecht an Schutzrechten**, der **Ausbildung des Franchisenehmers** und der **Verpflichtung des Franchisegebers, den Franchisenehmer aktiv und laufend zu unterstützen** sowie der **Verpflichtung, das Konzept ständig weiterzuentwickeln**, besteht.

Auf der anderen Seite steht der Franchisenehmer, der **im eigenen Namen und für eigene Rechnung tätig** wird und für die Nutzung des Franchisepakets an den Franchisegeber ein **Entgelt** bezahlt. Sein Leistungsbeitrag für das Franchisesystem besteht in seiner **Arbeit**, in seinem **Kapital** und seinen **Informationen**.



2) Anwendbare tschechische Rechtsnormen

Beim Abschluss des Franchisevertrages muss beachtet werden, dass gemäß § 269 Abs. 2 des Tschechischen Handelsgesetzbuches (HGB) der Vertrag **hinreichend bestimmt** ist.

Da es sich bei einem Franchisevertrag jedoch um einen Mischvertrag/Vertrag sui generis handelt, ist daher die **Beurteilung einzelner Rechtsfragen nach der Rechtsnatur der einzelnen Aspekte des Franchisevertrages zu beurteilen**. Bei der Auslegung und Präzisierung einer Vertragsregelung sind die allgemeinen Normen des tschechischen Rechts heranzuziehen.

Nachfolgend gehen wir auf die einzelnen typischen Vertragselemente, die sich im Franchisevertrag regelmäßig wieder finden, ein. Hierbei handelt es sich um folgende Elemente:

a) Vorvertrag

Praxisüblich ist, dass zwischen Franchisegeber und zukünftigem Franchisenehmer ein **Vorvertrag** abgeschlossen wird, der das vorvertragliche Verhältnis zwischen den beiden Parteien regelt.

Hintergrund für den Abschluss eines Vorvertrages ist der **Schutz der Informationen, die sich die Parteien in der Phase der Geschäftsanbahnung gegenseitig überlassen**.

Darüber hinaus wird in dem Vorvertrag geregelt, **innerhalb welches Zeitraums der Franchisevertrag abgeschlossen werden soll**.

Allgemein hat sich durchgesetzt, den Franchisevertrag nach Ablauf eines Jahres ab Unterzeichnung des Vorvertrages abzuschließen, denn somit besteht genügend Zeit für die Erfüllung der vielen vorbereitenden Maßnahmen und Bedingungen.

b) Arbeitsrecht/Sozialversicherungsrecht



Soweit es um das Verhältnis zwischen Franchisenehmer und Franchisegeber geht, können arbeitsrechtliche Aspekte im Franchisevertrag außer Acht gelassen werden, da der Franchisenehmer kein Arbeitnehmer des Franchisegebers ist, sondern **selbstständiger Unternehmer**, welcher im eigenen Namen und auf eigene Rechnung tätig wird.

Von großer Bedeutung ist jedoch das **tschechische Arbeitsrecht bei der Anstellung von Arbeitnehmern durch den Franchisenehmer**; in den meisten Fällen wird hier tschechisches Arbeitsrecht zwingend zur Anwendung kommen.

Hierbei handelt es sich vor allem um die **zwingend zu beachtenden Pflichten des Arbeitgebers gegenüber seinen Arbeitnehmern**, wie in etwa die **Sicherung der ausreichenden Qualifikation** des Arbeitnehmers durch Schulungen sowie der Pflicht des Arbeitnehmers, an diesen Schulungen teilzunehmen.

Des Weiteren sind an dieser Stelle die **Möglichkeiten und Bedingungen der Entsendung des tschechischen Arbeitnehmers** (etwa zum ausländischen Franchisegeber) sowie das maximal auf ein Jahr zu beschränkende **Tätigkeitsverbot bei einem Konkurrenzunternehmen** sowie **Haftungsfragen** des Arbeitnehmers zu nennen.

Ebenso richten sich die **sozialversicherungsrechtlichen Aspekte bzw. Fragen** in der Regel ebenfalls nach tschechischem Recht, sofern die Angestelltentätigkeit auf dem Gebiet der Tschechischen Republik ausgeübt wird.

c) Handelsrechtliche Vorschriften

Die wichtigsten handelsrechtlichen Vorschriften, die im Bereich des Franchising zum Tragen kommen sind folgende:

- **§ 271 HGB**, welcher diejenigen Informationen, die sich die Parteien vor Vertragsunterzeichnung zukommen lassen, **vertraglich schützt**
- bei der Wahl der **Unternehmensform** für den Betrieb des Franchisenehmers sind die allgemeinen Vorschriften über die gewählte Unternehmensform zu berücksichtigen;
- die **ausdrücklichen Regelungen zum Lizenzvertrag** in den §§ 508 ff HGB gelten, sofern tschechisches Recht für den Franchisevertrag als maßgebliches Recht vereinbart wurde
- der **Anspruch auf Schadensersatz** richtet sich nach den Bestimmungen der §§ 373 ff HGB
- die Bestimmungen zur **Vertragsstrafe** befinden sich in den §§ 544 ff BGB und werden durch die §§ 300 ff HGB für die Beziehung zwischen Kaufleuten modifiziert
- der **Rücktritt vom Franchisevertrag** ist nur unter den Voraussetzungen der §§ 344 ff HGB, etwa bei wesentlicher Vertragsverletzung durch den anderen Vertragspartner, bei teilweisem Verzug, bei künftigen Leistungen, die nach unmissverständlichen Umständen in Zukunft verletzt werden sowie in den Fällen, in denen die Verletzung auch nach erfolglosem Verstreichen einer Nachfrist nicht beseitigt wird, möglich
- die **Wettbewerbsvorschriften**, die sich in den §§ 44 ff HGB sowie in dem Gesetz zum Schutz des Wettbewerbs niedergelegt sind
- das **Markenschutzgesetz**
- die Regelungen über die **Gewährung von Finanzmitteln**, wie etwa durch Darlehen, §§ 497 ff BGB



d) Bestimmung der maßgeblichen Rechtsordnung

Stammt der Franchisegeber aus dem Ausland, sind überwiegend international-privatrechtliche Aspekte im Franchising zu berücksichtigen.

Für Franchiseverträge mit Auslandsbezug gilt entsprechend § 9 des Gesetzes des internationalen Zivil- und Zivilprozessrechts (ZMPS) die **Freiheit der Rechtswahl**.

Dies bedeutet, dass die Parteien des Franchisevertrages das **Recht**, das dem Franchisevertrag zu Grunde liegen soll, **frei wählen können; insbesondere muss das Recht keinerlei Bezug zu den Vertragspartnern haben**.

Fehlt eine ausdrückliche oder konkludente Rechtswahl gilt diejenige Rechtsordnung, **deren Anwendung der vernünftigen Regelung des gegebenen Rechtsverhältnisses entspricht**.

Bei der Bestimmung des anwendbaren Rechts von Franchisingverträgen wird auf die allgemeine Regelung des **§ 10 Abs. 3 ZMPS** abzustellen sein.

Danach gilt für Verträge, die sich nicht in § 10 Abs. 2 ZMPS aufgezählt sind, dass das Recht desjenigen Staates Anwendung findet, **in dem beide Vertragsparteien ihren Sitz haben**; haben sie keinen Sitz im gleichen Staat und wurde der Vertrag unter Anwesenden geschlossen, gilt das **Recht des Staates, in dem der Vertrag geschlossen** wurde; sofern der Vertrag unter Abwesenden geschlossen wurde, gilt das Recht des Staates, **in dem der Empfänger des Angebots zum Vertragsabschluss seinen Sitz hat**.

Tipp:

Zur Vermeidung von Schwierigkeiten und insbesondere im Hinblick auf die bei einer fehlenden Rechtswahl bestehenden Rechtsunsicherheit sollte daher die Rechtswahl unbedingt in jeden Franchisevertrag mit aufgenommen werden!

Da das tschechische Recht den Franchisevertrag nicht ausdrücklich regelt, sollten alle Eventualitäten und Details sorgfältig von den Parteien im Franchisevertrag geregelt werden, um so Überraschungen zu vermeiden!

C) Finanzierung von Franchisesystemen

Für Franchisegeber und Franchisenehmer und Unternehmen, die in der Tschechischen Republik ein Franchisesystem aufbauen wollen, besteht die **Hauptproblematik in der Aufbringung ausreichender Mittel**, denn sowohl der Einstieg als Franchisenehmer in ein Franchisesystem aber auch die Gründung eines Franchisesystems ist mit einem großen finanziellen Kapitalaufwand verbunden.

Das **Startkapital hängt jeweils von der Geschäftsart und dem Franchisesystem ab**.

Erst im Jahr 2002 erfolgte bei den tschechischen Banken ein Umdenken im Hinblick auf die Finanzierung von Franchisegebern und zukünftigen Franchisenehmern.

Eine Möglichkeit der Finanzmittelbeschaffung ist die **Inanspruchnahme öffentlich geförderter Finanzmittel**. Solche Förderprogramme bieten das **Ministerium für Industrie und Handel**, die **staatliche Agentur des Ministeriums für Industrie und Handel** sowie die **Böhmisch-Mährische Sicherheits- und Aufbaubank** an.

Ferner kommen **Hilfeleistungen** der verschiedenen staatlichen und vom tschechischen Ministerium für Industrie und Handel gestifteten oder unterstützten öffentlichen Organisationen in Betracht.

Darüber hinaus hat die **tschechische Kommerzbank** als erste Bank ein spezielles Finanzierungsprogramm für den tschechischen Franchisemarkt entwickelt, das auf die speziellen unternehmerischen Bedürfnisse im Rahmen des Franchising ausgerichtet ist.

Das sog. „**KB Franchising Programm**“ richtet sich gezielt an kleinere und mittlere Unternehmen unabhängig davon, ob es um die Bereitstellung ausreichender finanzieller Mittel als Franchisenehmer oder Franchisegeber geht.

D) Ausblick



Gerade das Franchising kann in der Tschechischen Republik für kleine und flexiblere Wirtschaftseinheiten eine gute Chance sein, schnell auf Änderungen der Ansprüche der tschechischen Kunden zu reagieren und als wachsende Vertriebsform neue Arbeitsplätze zu schaffen. Dies macht das Franchising vor allem für kleine und mittelständische Unternehmen besonders interessant.

Setzt sich die Erkenntnis der positiven Auswirkungen des Franchising auch auf die Gesamtwirtschaft in der Wirtschaftspolitik um, wird sich dies auch positiv auf die Risikobereitschaft aller Banken in Tschechien auswirken. **Aus diesem Grund ist deshalb zu erwarten, dass das Angebot von Franchisesystemen in der Tschechischen Republik weiter wachsen wird, vor allem aus den Staaten der Europäischen Union.**

Ausländische Franchisegeber, die neu auf den tschechischen Markt treten, bietet das Vertriebssystem des Franchising in der Tschechischen Republik aufgrund der noch **schwachen Konkurrenz** und der **Rechtssicherheit des europäischen Rechtsraums** einen enormen Wettbewerbsvorteil, so dass die Tschechische Republik jetzt und auch zukünftig ein sehr attraktiver Markt für ausländische Unternehmen ist und sein wird.

Für ergänzende Auskünfte und Rückfragen stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung!

Mit freundlichen Grüßen

Consultor start up GmbH
durch