

VORVERTRAGLICHE AUFKLÄRUNG BEI FRANCHISEVERTRÄGEN

Drum prüfe, wer sich (ewig) bindet

Die Vertriebsrechtsexperten der Rechtsanwaltskanzlei Küstner, von Manteuffel & Wurdack befassen sich diesmal mit den rechtlichen Aspekten der vorvertraglichen Aufklärung bei Franchiseverträgen.

Franchiseverträge sind oft komplexe rechtliche Rahmenwerke. Der Franchisegeber trifft damit Vereinbarungen mit dem Franchisenehmer für den Absatz von Produkten oder Dienstleistungen im Wege des Franchising (siehe auch den Beitrag zum Franchising ab Seite 10). Den Franchisegeber treffen vor Abschluss eines solchen Franchisevertrages umfassende Aufklärungspflichten. Das ist häufig auch Franchisegebern nicht so bekannt.

Grund für diese Aufklärungspflichten ist zum einen, dass der Franchisegeber in der Regel über Erfahrungswerte aus Erprobung und Durchführung seines Franchise-Systems verfügt, die dem künftigen Franchisenehmer unbekannt sind. Zum anderen sind Franchisenehmer oft wirtschaftlich unerfahrene Existenzgründer, die mit Abschluss eines Franchisevertrages eine Vielzahl von Verpflichtungen und ein hohes wirtschaftliches Risiko übernehmen (etwa Franchisegebühr oder kreditfinanzierte Investitionen).

Anders als in einigen europäischen Ländern (Frankreich, Spanien, Italien) oder einzelnen Bundesstaaten der USA gibt es in Deutschland (noch) keine gesetzliche Regelung zum Umfang vorvertraglicher Aufklärungspflichten. Die Konkretisierung der Pflichten ist daher weitgehend der Rechtsprechung überlassen. Bedeutsam sind hier vier Entscheidungen des OLG München aus den Jahren 1987, 1993, 2001 und 2002:

1. Darlegungs- und Beweislast, Urteil vom 13.11.1987

In der ersten Entscheidung des OLG ging es um eine Firma, die eine computergestützte Immobilienvermittlung betrieb. Als Franchisenehmerin sollte die Klägerin Kunden werben, die ihre Immobilienwünsche gegen Gebühr ins EDV-System einspeisen.

In Werbeschreiben des Unternehmens hieß es, das System sei bundesweit eingeführt. Die angebotene Dienstleistung sei für den Verbraucher zu einem Begriff geworden und habe durch die Art seiner Verwendung besondere Kennzeichnungskraft erlangt. Das Unternehmen arbeite mit etwa 200 Handelsvertretern zusammen und stehe mit circa 30 selbstständigen Franchisenehmern in Verbindung. Wenn der Franchisenehmer täglich einen Kunden gewinne, könne er im Monat etwa 4 000 DM verdienen. Die Klägerin, die lediglich drei Kunden gewinnen konnte und den Franchisevertrag wegen Täuschung angefochten hatte, bestritt im Prozess diese Behauptungen. Sie berief sich auch darauf, dass 52 ausgeschiedene Repräsentanten ebenfalls ohne Erfolg blieben.

Bei dieser Sachlage entschied das OLG, dass das beklagte Unternehmen im Einzelnen hätte darlegen müssen, warum seine Angaben im Werbeschrei-

UNSERE RECHTSEXPERTEN



Kurt von Manteuffel (li.) und Dr. Michael Wurdack arbeiten als Rechtsanwälte ausschließlich im Bereich des gesamten Außendienstrechts. Die Klientel besteht aus Handelsvertretern, angestellten Reisenden, Vertragshändlern, Franchisenehmern, Bausparkassen- und Versicherungsvertretern sowie Versicherungsmaklern und aus Unternehmen, die mit diesen Absatzmittlern zusammenarbeiten. Aktuelle Urteile zum Vertriebsrecht im Volltext finden Sie unter der Rubrik Rechtsprechung unter www.vertriebsrecht.de.

Anwaltskanzlei Küstner, von Manteuffel & Wurdack • Herzberger Landstr. 48 • 37085 Göttingen • T (05 51) 4 99 96-0 • F (05 51) 4 99 96-99 • E-Mail: Kanzlei@vertriebsrecht.de • Internet: www.vertriebsrecht.de

ben richtig gewesen seien. Dabei hätte es unter anderem vortragen müssen, welche Repräsentanten in welcher Zeit wie viele Speicheraufträge eingebracht haben. Das Unternehmen hätte schildern müssen, welche Werbemaßnahmen es im Einzelnen ergriffen hat. Darüber hinaus hätte es darlegen müssen, wie viel Speicheraufträge im Zeitpunkt des Vertragsschlusses im EDV-System tatsächlich vorhanden waren.

Da das beklagte Unternehmen hierzu im Prozess nichts vorgetragen hatte, ent-

schied das Oberlandesgericht zugunsten der Klägerin. Das Unternehmen wurde verurteilt, bereits bezahlte Franchisegebühren zurückzuerstatten.

In einem Prozess muss also grundsätzlich der Franchisegeber darlegen und beweisen, dass seine Angaben zum Franchisesystem der Wahrheit entsprechen, sofern allein das Unternehmen über die entsprechenden Informationen verfügt.

DER FRANCHISEGEBER HAT GEGENÜBER FRANCHISENEHMERN AUFKLÄRUNGSPFLICHTEN.

2. Falsche Angaben und Mitverschulden, Urteil vom 16.09.1993

In einer weiteren Entscheidung ging es darum, dass der Franchisegeber den Franchisenehmer mit bewusst falschen Informationen geworben hatte. So schätzte der Franchisegeber in einer Kurzinformation den monatlichen Gewinn des Franchisenehmers »vorsichtig« auf 8 000 bis 15 800 DM. In einem Handbuch hieß es weiter, der Monatsnettoumsatz betrage »in der Startphase« etwa 302 000 bis 435 000 DM.

Der Franchisenehmer klagte auf die Rückzahlung der Franchisegebühr und den Ersatz der ihm entstandenen Aufwendungen. Das Oberlandesgericht gab dem Kläger überwiegend Recht. Es verneinte insbesondere ein Mitverschulden des Franchisenehmers, weil er den Angaben des Franchisegebers Glauben schenkte. Bei bewusst falschen Angaben brauche sich der Franchisenehmer kein Mitverschulden anrechnen lassen, auch wenn vorsichtige angehende Gewerbetreibende noch weitere Informationen einzuholen versucht hätten. Der Kläger habe den Zusagen des Franchisegebers trauen dürfen. Der Beklagte habe das Vertrauen durch seine Aussagen begründet und müsse sich nun auch daran festhalten lassen. Wer als Vertragspartei eine Zusage mache, könne hinterher nicht geltend machen, der Vertragspartner habe diese Zusage »nicht so ernst« nehmen dürfen.

Im Ergebnis heißt das: Unzutreffende Angaben über wirtschaftliche Grunddaten, die wesentlichen Einfluss auf die

Rentabilität des Systems haben, können zu einer Haftung des Franchisegebers führen. Für die Richtigkeit solcher Informationen ist prinzipiell der Franchisegeber verantwortlich. Er kann sich im Regelfall nicht darauf berufen, der Franchisenehmer habe den Angaben nur eingeschränkt vertrauen dürfen.

3. Werben mit irreführender Scheiterungsquote, Urteil vom 24.04.2001

Im Urteil vom 24.04.2001 trifft das Oberlandesgericht München erstmals allgemeine Aussagen zur Reichweite der Aufklärungspflichten des Franchisegebers. Sie bestimmt sich nach Auffassung des Gerichts entscheidend nach dem Informationsbedarf und den Informationsmöglichkeiten des anderen Teils sowie den Informationsmöglichkeiten und der Funktion des Franchisegebers. So müsse dieser unter anderem die Wirkungsweise und die Erfolgsaussichten des Franchisesystems offen legen, wenn er mit Interessenten über die Veräußerung des Systemnutzungsrechts verhandle.

Im konkreten Fall sah das Gericht die vorvertragliche Aufklärungspflicht dadurch verletzt, dass der Franchisegeber ohne zusätzlichen Hinweis auf das unternehmerische Risiko mit einer geringen und irreführenden Scheiterungsquote geworben hatte. Mit der behaupteten geringen »Dichtmacherquote« – die im Ergebnis unter drei Pro-

FRANCHISEGEBER KÖNNEN FÜR FALSCHES UMSATZPROGNOSEN HAFTBAR GEMACHT WERDEN.

zent liegen sollte – suggerierte der Franchisegeber nach Ansicht des Gerichts irreführend, dass ein Scheitern die absolute Ausnahme darstelle und so gut wie nicht oder nur ganz selten vorkomme.

Dem Franchisegeber sei aber bekannt gewesen, dass es eine ganze Reihe von Franchisepartnern gegeben habe, die ihr Franchiseunternehmen in Zusammenarbeit mit der Beklagten keine fünf Jahre (Laufzeit des Franchisevertrages) betrieben hätten. Das schutzwürdige Interesse des Franchisenehmers richte sich jedoch auch darauf, den Fakten ent-

sprechend ebenfalls zu erfahren, dass das Franchisesystem nicht nahezu ausschließlich gut verdienende Partner hat, sondern auch solche, die den erforderlichen Umsatz nicht erreicht hatten.

Weiter stellte das Oberlandesgericht klar: Mitverschulden ist immer eine Frage des konkret zu beurteilenden Einzelfalls. So nahm das Gericht durchaus einen Mitverschuldensanteil an, weil der Kläger bereits vor Abschluss des Franchisevertrages enorme Schulden hatte. Trotzdem hatte er sich mit unangebrachtem Vertrauen in eine finanziell günstige Zukunft auf den Abschluss des Franchisevertrages mit erheblichen finanziellen Verpflichtungen eingelassen.

4. Unzutreffende Umsatzprognosen, Urteil vom 01.08.2002

Im Urteil vom 01.08.2002 musste sich das Oberlandesgericht schließlich mit unzutreffenden Umsatzprognosen befassen. Die Schwierigkeit solcher Prognosen ist, dass sie nur eine Vermutung über die künftige Entwicklung darstellen. Solche Vermutungen können sich als wahr oder falsch erweisen. Der Franchisegeber haftet nach herrschender Meinung nicht für jede falsche Prognose. Das liefe auf eine Umsatz- und Gewinngarantie hinaus, die Franchisegeber im Regelfall nicht abgeben wollen.

Wenn allerdings die Umsatzprognose: ● nicht nur auf eine allgemeine Information über das Franchisesystem gerichtet ist, sondern Grundlage für die Entscheidung des Franchisenehmers sein soll, den Franchisevertrag abzuschließen, und ● den unzutreffenden Eindruck erweckt, die genannten Zahlen seien im Pilotbetrieb erzielt worden, vollständig und richtig offen gelegt, so haftet der Franchisegeber für irreführende Angaben aus Verschulden bei Vertragschluss. ◀

Die vier Entscheidungen des OLG München sowie weitere Urteile zum Franchiserecht sind im Volltext auf www.vertriebsrecht.de Rechtsprechung / Franchising und Kommissionsagent) abrufbar.