

BV Rendement

Dit artikel wordt u aangeboden door BV Rendement

BV Rendement is een financieel nieuws- en adviesmagazine over bedrijfsvoering bij (middel)grote ondernemingen. De insteek is: hoe kan een ondernemer, directeur of financieel manager bijdragen aan een beter rendement van zijn organisatie. BV Rendement houdt de lezer op de hoogte van veranderingen in alle aspecten van de Bedrijfsvoering.

BV Rendement onderscheidt zich door:

- Veel signalerend nieuws over veranderende regelgeving;
- Beknopte artikelen met veel tips die de lezer direct in de dagelijkse praktijk kan gebruiken;
- Elke keer een gedegen vergelijkend warenonderzoek onder leveranciers en dienstverleners;
- Ruime aandacht voor de personal finance en vermogensontwikkeling;
- Servicerubrieken met nieuwe sites, congressen en publicaties;
- Interactieve, persoonlijke e-mailservice met het allerlaatste nieuws.

Meer informatie op: www.rendement.nl/bvblad

Voordelig proefabonnement aanvragen? www.rendement.nl/bvblad

© 201 Rendement Uitgeverij. Alle rechten voorbehouden.

Niets uit deze uitgave mag, noch geheel, noch gedeeltelijk, worden overgenomen en/of vermenigvuldigd zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever. Hoewel aan de totstandkoming van deze uitgave de uiterste zorg is besteed, aanvaarden auteur(s), redacteur(en) en uitgever geen aansprakelijkheid voor eventuele fouten en onvolkomenheden, noch voor de gevolgen hiervan.

HIERMEE MOET U REKENING HOUDEN ALS FRANCHISENEMER!

Franchise is hip

Franchiseformules zijn populairder dan ooit in Nederland. Deze populariteit is deels ontstaan uit nood. Winkels die gedreven werden door filiaalchefs in loondienst, zijn de afgelopen jaren één voor één omgevallen. Wie in de retailsector wil overleven, heeft in zijn winkel een ondernemer met dito mentaliteit nodig. Zoals werknemers massaal zzp'er zijn geworden, zijn winkel-leiders franchisenemer geworden. Niet altijd helemaal uit vrije wil, maar het werkt dus wel.

De franchisenemer exploiteert voor eigen rekening een onderneming. Hij maakt daarbij gebruik van de formule van de franchisegever. De franchisegever ontvangt vaak een deel van de omzet, en soms ook entreegeld. Voordeel van een franchiseformule is natuurlijk dat er scherp kan worden ingekocht, dat de kosten voor administratie en reclame met veel partijen gedeeld worden en dat de startende ondernemer meteen al een bekende naam op de gevel heeft staan. Toch is het niet alleen maar rozengeur en maneschijn in franchiseland. Zo werden er eind 2013 nog Kamervragen gesteld over

misstanden rond franchiseovereenkomsten. Sindsdien is er veel gebeurd. Sommige franchisenemers riepen de wetgever op om speciale wetgeving te maken voor de franchiseovereenkomst. Op dit moment zijn er namelijk geen specifieke wettelijke bepalingen over franchiseovereenkomsten. Sterker nog, het woord franchise komt in de wet niet voor. Met name in het kamp van de franchisenemers ontstond de afgelopen jaren behoefte aan meer (wettelijke) bescherming, zoals die in andere landen wel bestaat. De minister van Economische Zaken heeft dat geweigerd. Toch is

aan de wensen van de franchisenemers enigszins tegemoet gekomen.

Gedragscode

In plaats van wetgeving is door de branche zelf een gedragscode ontwikkeld: de Nederlandse Franchise Code. Als het goed is, wordt de definitieve versie van de code deze maand vastgesteld. De ontwerpversie van de Nederlandse Franchise Code bevat richtlijnen voor de samenwerking tussen franchisegever en -nemer. Zo moet de franchisegever bijvoorbeeld al een redelijke periode aantoonbaar succes hebben gehad met een zakelijk concept voordat hij daar een franchiseformule van mag maken. Franchise is dus niet de oplossing voor winkelformules die niet van de grond komen of voor ideeën waarvan het succes nog maar moet blijken. De code schrijft bovendien voor waaruit een franchiseovereenkomst ten minste moet bestaan.

Rechtspraak

Er is nóg een reden waarom de minister het niet nodig vond een franchisewet in het leven te roepen: de rechtspraak. Hoewel er dus geen specifieke wetgeving over is, weten rechters heel goed hoe ze franchiseovereenkomsten moeten beoordelen. Procedures tussen franchisegevers en -nemers gaan meestal over het niet uitkomen van (te) rooskleurige prognoses. De franchisenemer klaagt dat hem een onjuist en veel te optimistisch beeld is voorgehouden over de omzetspotentie. De franchisegever klaagt dat de franchisenemer er te weinig van maakt en makkelijk in staat zou moeten zijn een betere omzet te behalen, als hij maar wat beter zijn best zou doen. Rechters heb-

Onderhandel goed als u franchisenemer wilt worden

De franchisegever mag dan een zorgplicht hebben, als u overweegt franchisenemer te worden speelt u zelf de hoofdrol bij de fase van de onderhandelingen waarin gesproken wordt over de prognoses. Zorg ervoor dat de franchisegever u zo specifiek en concreet mogelijk omzetprognoses geeft. De franchisegever zal de neiging hebben optimistisch te zijn over de omzet en negatieve factoren over het hoofd te zien. Als later blijkt dat hij

te mooie verwachtingen heeft geschetst, heeft u materiaal in handen om hem daar op aan te spreken. De franchisegever zal bovendien de neiging hebben om zijn prognoses algemeen te houden en om de franchisenemer zelf (markt)onderzoek te laten doen. Daar moet u geen genoegen mee nemen. De franchisegever moet gedetailleerde verwachtingen schetsen. Dat is zijn taak, niet die van u!

ben een heel duidelijk beleid op dit punt: de franchisegever is verantwoordelijk voor goede informatie. De franchisegever heeft een bijzondere zorgplicht tegenover de franchisenemer. Hij moet hem vooraf een exploitatieoverzicht verschaffen dat berust op een grondig en zorgvuldig onderzoek. De franchisenemer moet van tevoren weten waar hij aan begint, en weten wat er qua omzet haalbaar zou moeten zijn.

Volgens Rechtbank Arnhem gaat de zorgplicht zelfs zo ver dat als de prognose niet wordt gehaald, de franchisegever verplicht is om de franchisenemer advies en bijstand te verlenen. De franchisegever kan niet volstaan met wat algemene inschattingen. De informatie die hij geeft, moet natuurlijk ook juist zijn. Als achteraf blijkt dat de prognoses van de franchisegever niet kloppen, moet de franchisegever de schade vergoeden die daar het gevolg van is.

Webshop

Ook het thema webshop is steeds vaker onderwerp van discussie. Franchisenemers voelen zich wat dat betreft soms oneerlijk behandeld. Zij zorgen er met hun fysieke winkel voor dat het merk bekend wordt bij het publiek. Het publiek komt de producten in hun winkel bekijken, maar bestelt vervolgens online. Die omzet komt niet terecht bij de franchisenemer.

Is het terecht dat de franchisenemer over de internetverkoop geen enkele provisie ontvangt? Tegenwoordig is verkoop via internet niet meer los te zien van de verkoop vanuit fysieke locaties. Was een webwinkel een paar jaar geleden nog een leuke extra service, tegenwoordig is het een volwaardig verkoopkanaal, waarmee soms meer verkocht wordt dan vanuit de traditionele winkel. De Nederlandse Franchise Code zegt hierover: Internet is een kanaal dat bij de franchiseformule hoort. Dat spreekt natuurlijk vanzelf. Veel belangrijker is de vraag hoe de kosten en opbrengsten van de webshop verdeeld worden over de franchisenemers. Ook dit is een punt waar u bij het aangaan van een overeen-



komst met een franchisegever zorgvuldig onderzoek naar moet doen. Zorg dat er duidelijke afspraken gemaakt worden over de verdeling van de inkomsten uit e-commerce en de controle daarop.

Beëindiging

Ook na het eindigen van een franchiseovereenkomst worden door de betrokken partijen soms nog felle ruzies uitgevochten. Het is gebruikelijk om in een franchiseovereenkomst een non-concurrentiebeding op te nemen. Als de franchisenemer stopt met de formule, mag hij zijn onderneming dus niet voortzetten onder eigen naam.

In de Nederlandse Franchise Code wordt ook paal en perk gesteld aan eindeloze concurrentiebedingen. Concurrentiebedingen mogen niet langer duren dan een jaar na afloop van de overeenkomst. Een concurrentiebeding van een jaar betekent overigens nog steeds dat de franchisegever de ondernemer in een stevige wurggreep heeft. Het opzeggen van de franchiseovereenkomst om zelfstandig

verder te gaan is met zo'n bepaling feitelijk onmogelijk. Het is de franchisenemer natuurlijk al helemaal verboden om de onderneming na het eindigen van de franchiseovereenkomst voort te zetten in de franchisestijl. Het winkelinterieur, het assortiment, de naam en de stijl van de onderneming, dit alles zal moeten worden aangepast als u niet langer wilt werken volgens de franchiseformule. Zou u de stijl toch gewoon blijven gebruiken, dan maakt u daarmee inbreuk op de rechten van de franchisegever. Dat is onrechtmatig. De franchisegever kan in dat geval eisen dat u stopt met het gebruik en dat u hem een schadevergoeding betaalt. Kortom, het starten als franchisenemer is, ondanks een soms hoge entreesom, veel gemakkelijker dan het stoppen als franchisenemer. 'You can check out anytime you like but you can never leave'. Wees daar op bedacht als u overweegt franchisenemer te worden.

Bert van Mieghem is advocaat bij Wybenga Advocaten, vanmieghem@wybenga-advocaten.nl