

Commentaar

Versterk de positie van franchisenemers

Samen winnen, samen verliezen. Dat zou de basis moeten zijn voor een gezonde franchiserelatie. Maar in Nederland is de machtsverhouding tussen franchisegevers en -nemers regelmatig zo scheef, dat zij wel samen kunnen winnen, maar niet samen kunnen verliezen. Als het misgaat met de franchisenemer, vangt hij de klappen op, terwijl de franchisegever hoogstens een paar schrammetjes oploopt. En er gaat meer mis door de ongelijke machtsverhoudingen, blijkt uit een lange lijst conflicten over oneerlijke concurrentie, verdeling van inkomsten of eenzijdige veranderingen van de formule. Recentelijk troffen ondernemers van Albert Heijn, Hema, Flexibility Uitzendbureaus, Bakker Bart, Profile Fietspecialist, Top1toys, Shoeby, Subway, stomerijketen Cristal Cleaning en non-foodketen Op=Op Voordeelshop hun franchisegevers in de rechtszaal of dreigden daarmee. Een wettelijke verankering van de Nederlandse Franchise Code is een goede eerste stap om een gelijk spelveld te creëren. Ook zouden franchisenemers met de code in de hand makkelijker bij de rechter hun gelijk moeten kunnen halen. Die heeft dan immers een kader om zaken aan te toetsen. Een belangrijke bepaling is dat de franchisegever wel zekerheden van de ondernemer mag eisen, maar niet meer dan in redelijkheid noodzakelijk is. Dat moet voorkomen dat de franchiseorganisatie onevenredig veel risico op de ondernemer afwentelt. Ook een concurrentiebeding moet redelijk en proportioneel zijn. Veel rechtszaken tussen franchisenemers en -gevers gingen de afgelopen jaren over de omzetprognoses waarmee ondernemers werden overgehaald om in te stappen. De cijfers moeten niet alleen deugdelijk zijn, de franchiseorganisatie moet ook inzicht geven in de prestaties van franchisers die eerder op dezelfde locatie zaten. Zo moet worden voorkomen dat een franchisenemer een verlieslatende zaak wordt aangesmeerd, zoals onder meer bij Subway is gebeurd. Het was mooi geweest als de franchisegevers en -nemers vrijwillig de franchisecode hadden omarmd. Maar dat heeft niet gewerkt. Ruim een jaar na het opstellen van de code heeft slechts een handvol franchiseorganisaties zijn contracten aangepast aan de gedragscode. Dat laat zien dat wettelijke verankering noodzakelijk is om te voorkomen dat de code een dode letter wordt.