



EDITORIAL

LIEBE LESERINNEN, LIEBE LESER,

herzlich willkommen zum Online-Newsletter „DFI- Franchiseblick“.

Auch heute möchten wir Sie wieder über aktuelle und praxisbezogene Themen der Branche informieren. Seien Sie mit uns jeder Zeit auf dem neuesten Stand.

Die virtuelle Welt „Second Life“ ist den meisten ein Begriff. Neben privaten Usern versuchen auch immer wieder Unternehmen ihr Glück in der virtuellen Welt. Um erfolgreich in Second Life aufzutreten und Anfängerfehler möglichst zu vermeiden, muss einiges beachtet werden. Frank Roebbers beleuchtet für Sie das Thema genauer.

Rechtsanwalt Prof. Dr. Eckhard Flohr geht in dem Artikel „Neues aus dem Franchise-Recht“ auf die Problematik der Widerrufsbelehrung bei Franchise-Verträgen ein. Vor allem die sich ständig ändernde Rechtsprechung erschwert den Franchise-Gebern das korrekte Vorgehen bei der Widerrufsbelehrung ihrer Franchise-Nehmer.

Wir freuen uns, Sie auch weiterhin über interessante Neuigkeiten und Veranstaltungen rund um das Thema Franchising informieren zu können.

Wir wünschen Ihnen nutzbringende Lektüre.

Ihre Anett Schmidt

INHALTSVERZEICHNIS

Virtuelle Parallelwelten und deren Auswirkungen auf das Franchising Frank Roebbers, SYNAXON AG, Bielefeld	1
Neues aus dem Franchise-Recht: Ein Fall aus der Praxis: Widerrufsbelehrung bei Franchise-Verträgen RA Prof. Dr. Eckhard Flohr, FA für Steuerrecht, Düsseldorf/Kitzbühl	3
Seminarüberblick	4
Impressum	4

Virtuelle Parallelwelten und deren Auswirkungen auf das Franchising



→ Frank Roebbers,
SYNAXON AG

Virtuelle Welten sind eigentlich nichts Neues

Virtuelle Welten gibt es nicht erst seit Second Life (SL). Schon seit Jahren existieren in diversen Onlinespielen hochkomplexe virtuelle Welten. Diese hatten allerdings wenig bis keinen Einfluss auf die Wirtschaft. Ein wesentliches Merkmal der damaligen Onlinespiele war, dass die Landschaften und die Welt in der man sich als Spieler bewegen konnte, vordefiniert waren.

Die Möglichkeiten der Spieler beschränken sich hier auf vordefinierte Spielhandlungen, aber nicht auf die Mitgestaltung der sie umgebenden virtuellen Welt.

Second Life als erste virtuelle Welt mit Web 2.0 Ansatz

Diese Möglichkeit bot als erstes die Plattform Second Life. Der Betreiber dieser Plattform, die amerikanische Firma Linden Lab, setzte ganz auf die in den bereits bestehenden Plattformen Wikipedia und youtube erprobten Erfolgsformeln. Diese bestehen in erster Linie daraus, außer einer Plattform und ein paar Regeln

wenige weitere Vorgaben für das Verhalten der Nutzer zu erstellen. Linden Lab setzte darauf, dass diese Welt durch die Spieler selbst erschaffen wird.

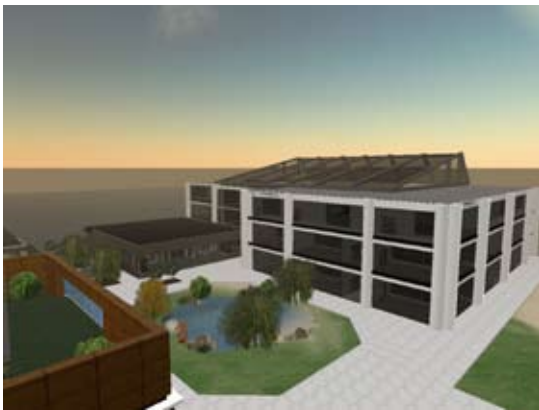
In der Startphase dieses Projektes gab es in Second Life nicht mehr als ein leeres Stück Land und die Möglichkeit für die Nutzer, ihr virtuelles Gegenstück, den Avatar, sehr individuell zu gestalten. Darüber hinaus wurde dem Nutzer ein umfangreiches Instrumentarium in die Hand gegeben, auf dem zur Verfügung stehenden Land Objekte zu schaffen und die Landschaft zu gestalten.

Online Welt mit eigener konvertierbarer Währung

Eine weitere Besonderheit von Second Life ist, dass diese parallele Welt über eine eigene Währung verfügt, den Lindendollar. Diese Währung ist frei konvertierbar und zwar in jede andere Währung dieser Welt. Der Erfolg dieser Plattform ließ nicht lange auf sich warten. Mittlerweile haben mehr als 8 Millionen Menschen mindestens einmal Second Life besucht. Diese hohe Anzahl von Menschen ist auch durch die dauernde massive Berichterstattung der Presse zum Besuch auf diese Plattform motiviert worden.

> **Einstieg für Nichtonline-Spieler eher schwierig**

Darunter befanden sich viele, die vorher nicht in einer anderen virtuellen Welt Erfahrungen gesammelt haben. Für diese Nutzer ist der Einstieg in Second Life relativ schwierig und aufwändig. Bevor man richtig in Aktion treten kann, ist ein aufwändiger Registratur- und Gestaltungsprozess mit einem kleinen Training zu absolvieren. Dies kann bis zu einer Stunde dauern und stellt hohe Anforderungen an die Hardware. Die Abbruchquote bereits in dieser Phase ist sehr hoch. Zurzeit nutzen ungefähr 1,7 Millionen Menschen relativ regelmäßig Second Life. Gleichzeitig sind immer zwischen 30 bis 50.000 Menschen auf dieser Welt unterwegs. Es hat in den vergangenen Monaten ein enormes Flächenwachstum gegeben. Insbesondere Firmen nutzen Second Life heute, um auf sich aufmerksam zu machen.



SYNAXON Niederlassung in SL

Es ist wieder eine Menge Silly Money unterwegs

Allerdings ist es hier genau wie bereits vorher im Internet. Die Kreativität der meisten, in diese virtuelle Welt stürmenden Firmen, ist sehr begrenzt. Den meisten fällt nichts anderes ein, als eine virtuelle Niederlassung in Second Life einzurichten und ansonsten auf ganz traditionelle Werbemethoden wie im echten Leben zu setzen.

Hierauf reagieren die übrigen Nutzer von Second Life zunehmend allergisch. Es hat in den vergangenen Tagen spektakuläre Schließungen von Niederlassungen in Second Life durch große Firmen gegeben. Der bekannteste Fall dürfte Dell gewesen sein. Es gibt eine ganze Menge weiterer völlig überflüssiger Firmenauftritte in Second Life. Auch hier ist mittelfristig mit weiteren Schließungen zu rechnen.

Zweite Welle von Real Life

Unternehmen mit ersten Erfolgen

Man kann aber bereits heute eine starke zweite Welle von Firmen in Second Life sehen, die sich vorher eingehend mit der genauen Mechanik dieser Plattform auseinander gesetzt haben. Diese Firmen haben gelernt, dass sie nur dann erfolgreich in Second Life sein können, wenn sie neben Werbeaussagen echten Zusatznutzen für die Nutzer bieten können.

Darüber hinaus gibt es Firmen, die gar nicht primär auf einen Kontakt mit den bereits bestehenden Nutzern von Second Life setzen werden, sondern die technischen Möglichkeiten dieser Plattform für die interne Kommunikation und die Kommunikation mit bereits bestehenden Kunden nutzen wollen.

3D-Plattformen haben erhebliche Vorteile

Second Life ist eine 3D-Plattform. In einer 3D-Umgebung bestehen ganz andere Möglichkeiten, ein Kommunikations- und Interaktionserlebnis zu gestalten, als auf einer reinen in 2D gehaltenen Internetseite.

Dies gilt natürlich ganz besonders für Unternehmen, die mit stark räumlich orientierten Produkten arbeiten, wie beispielsweise mit Fertighäusern. Auf einer Internetseite kann

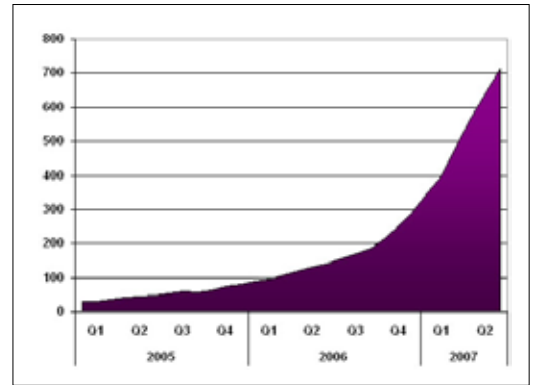
zwar heute bereits mit Kunden kommuniziert werden und man kann ihnen Fotos als Abbildungen der Häuser zeigen, aber ein virtueller Rundgang in einem 3D-Modell hat eine völlig andere Wirkung.

Meetings mit mobilen Teilnehmern haben eine andere Erlebnisqualität in Second Life

Nach der Einführung der Sprachfunktion in Second Life können auch Online-meetings in einer neuen Qualität durchgeführt werden. Somit besteht nun die Möglichkeit, mit den anwesenden anderen Nutzern nicht nur zu chatten sondern ganz normal zu sprechen.

Wie geht es weiter?

Nach dem Abebben der ersten Welle von Firmen in Second Life (SL) ist heute keine Hek-

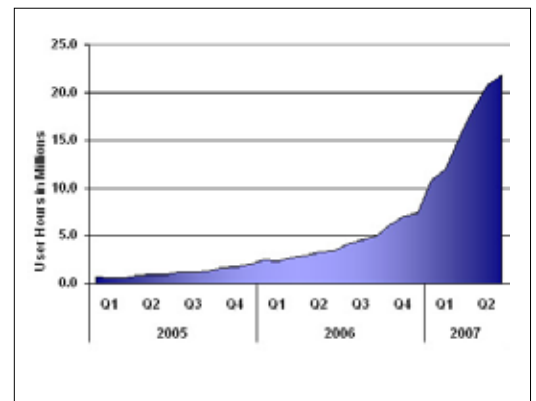


Flächenwachstum in SL.

Quelle: Linden Lab

tik geboten. Neben Second Life gibt es bereits die nächsten Projekte, die versuchen in Wettbewerb zu treten. Es ist heute unklar, ob Second Life auch in Zukunft die gleiche Dominanz haben wird wie heute. Allerdings ist klar zu erkennen, dass virtuelle Welten einen großen Reiz ausüben. Die Möglichkeiten der Zusammenarbeit in einer parallelen Welt sind heute noch nicht sonderlich gut erforscht. Es wird noch einige Zeit brauchen, bis die Mechanismen dieser Welten vollständig verstanden werden.

Den Aufbau reiner Markenrepräsentanz kann man sich jedenfalls getrost sparen. Man muss allerdings damit rechnen, dass in den virtuellen Welten die gleichen Verwerfungen in der Franchise-Wirtschaft auftreten können, wie es heute bereits durch Web 2.0 Technologien der Fall ist. Eine in-



Entwicklung der Nutzerstunden.

Quelle: Linden Lab

tensive Beschäftigung mit diesem Thema kann deswegen nicht schaden. Anhand des weiterhin stark ansteigenden Volumens der Nutzerstunden wäre ein entspanntes Zurücklehnen sicherlich genauso falsch wie in der Anfangszeit des Internets.

➤ Neues aus dem Franchise-Recht



➔ RA Prof. Dr. E. Flohr,
Düsseldorf/Kitzbühl

Ein Fall aus der Praxis: Widerrufsbelehrung bei Franchise-Verträgen

Kaum ein Problem beschäftigt die Gestaltung von Franchise-Verträgen so sehr wie das der **Widerrufsbelehrung**. Unterschiedliche Ansichten der Instanzgerichte, aber auch eine sich ständig ändernde Rechtsprechung der Obergerichte sowie Gesetzesänderungen führen immer wieder dazu, dass sich die „richtige Widerrufsbelehrung“ zu einem „Kunststück der Vertragsgestaltung“ entwickelt hat. Einher mit der sich ständig ändernden Gesetzgebung und Rechtsprechung geht die teilweise „notorische Weigerung“ von Franchise-Systemen, notwendige Widerrufsbelehrungen vorzunehmen oder bei Abschluss des Franchise-Vertrages den Franchise-Nehmer in einer solchen Weise über sein Widerrufsrecht zu belehren, dass diese der jeweiligen gesetzlichen Regelung nicht entspricht. Teilweise wird mehr Eigeninitiative in die vom Gesetz abweichende Gestaltung der Widerrufsbelehrung gesteckt, als in die Beachtung gesetzlicher Vorschriften.

Und dies, obwohl der Grundsatz der Widerrufsbelehrung relativ einfach ist: enthält der Franchise-Vertrag eine Bezugsbindung und liegen die Investitionen des Franchise-Nehmers unter EUR 50.000,00, so ist dieser über sein Widerrufsrecht gem. § 355 I BGB zu belehren, d.h. sein Recht, den abgeschlossenen Franchise-Vertrag innerhalb einer Frist von zwei Wochen zu widerrufen. Unterbleibt eine solche Belehrung oder entspricht diese nicht den gesetzlichen Vorgaben, so kann der Franchise-Nehmer gem. § 355 III BGB seine auf Abschluss des Franchise-Vertrages gerichtete Willenserklärung zeitlich unbefristet widerrufen. Die Konsequenz des Widerrufs ist die Entstehung eines sog. Rückgewährschuldverhältnisses, d.h. die beiderseits gewährten Leistungen sind gem. §§ 346 ff. BGB einander zurückzugewähren.

Die Tücken der Widerrufsbelehrung liegen demnach nicht in den an und für sich eindeutigen gesetzlichen Vorgaben, sondern in

der Ausführung der Widerrufsbelehrung und dort insbesondere in der Frage, wie sich die dem Franchise-Nehmer einzuräumende zweiwöchige Widerrufsfrist berechnet. Ursprünglich war davon ausgegangen worden, dass solche Diskussionen um die Berechnung der Widerrufsfrist der Vergangenheit angehören, nachdem der Gesetzgeber zum 01.01.2002 in Verbindung mit der Schuldrechtsreform die sog. BGB-Informationspflichtenverordnung (BGB-InfoV) erließ und diese in Anlage 2 zu § 14 BGB-InfoV eine Muster-Widerrufsbelehrung enthielt.

Weit gefehlt. Von Anfang an war umstritten, ob das amtliche Muster überhaupt den gesetzlichen Vorgaben entspricht. Im amtlichen Muster heißt es, dass die Widerrufsfrist „frühestens mit Erhalt der Widerrufsbelehrung“ beginnt. Demgegenüber enthält aber das Bürgerliche Gesetzbuch Bestimmungen über die Berechnung solcher Fristen, die nach Wochen oder Monaten bestimmt werden. Für die Berechnung des Fristbeginns gilt § 187 I BGB, d.h. die Widerrufsfrist beginnt um 00:00 Uhr des auf die Widerrufsbelehrung folgenden Tages. Für das Fristende ist § 193 BGB von Bedeutung, d.h. fällt das Ende der Zwei-Wochen-Frist auf einen Samstag, Sonntag oder gesetzlichen Feiertag, so endet die Widerrufsfrist erst um 00:00 Uhr des darauf folgenden Werktages.

Mit der Frage der „richtigen, d.h. rechtsprechungsfesten“ Widerrufsbelehrung hat sich nunmehr der BGH erneut mit seinem Urteil vom 14.04.2007 (VII ZR 122/06 BB 2007, 1296) befasst. Die Entscheidung des Bundesgerichtshofs reiht sich ein in die Entscheidungen der jüngsten Zeit, die sich mit der Wirksamkeit einer Widerrufsbelehrung auf der Grundlage von Anlage 2 zu § 14 BGB-InfoV befassen, also dem amtlichen Muster einer Widerrufsbelehrung. Das LG Halle stellte mit Urteil vom 13. Mai 2006 (BB 2006, 1817) fest, dass das amtliche Muster deswegen rechtswidrig ist, weil die Angabe zum Beginn der Widerrufsfrist nicht mit § 187 I BGB in

Einklang stand. In gleicher Weise äußerte sich das OLG Hamm im Beschluss vom 15. März 2007 (ZIP 2007, 824) und hielt fest, dass eine Widerrufsbelehrung mit der Formulierung „die Frist beginnt frühestens mit Erhalt dieser Belehrung“ den Eindruck erweckt, bereits mit der Lektüre sei die Belehrung erhalten und die Widerrufsfrist in Gang gesetzt worden. In entsprechender Weise stellte das LG Siegen in seinem Urteil vom 22. Januar 2007 (ZGS 2007, 279) fest, dass das Muster einer Widerrufsbelehrung, wonach die Widerrufsfrist „frühestens“ mit Erhalt der Belehrung beginnt, zumindest verwirrend und damit irreführend sei.



Eine Klarheit über die Wirksamkeit des amtlichen Musters zur Widerrufsbelehrung verschaffende Entscheidung des BGH war bereits im Anschluss an das Urteil des LG Halle vom 13. Mai 2006 erwartet worden, blieb aber aus, weil keine Revision eingelegt wurde.

Stellt man dann des weiteren noch darauf ab, dass § 355 II 1 BGB lediglich einen Hinweis auf den Fristbeginn und vom Unternehmen nicht zwingend verlangt, den Fristbeginn selbst anzugeben, so ist die von der Bundesregierung mit dem amtlichen Muster (Anlage 2 zu § 14 BGB-InfoV) gedachte Rechtssicherheit für Unternehmen dahin. Nach wie vor scheint es schwierig für die Unternehmen, eine gerichtsfeste Widerrufs-

➤ belehrung auszuarbeiten. Nach der Entscheidung des BGH vom 12. April 2007 steht nämlich lediglich fest, dass eine Widerrufsbelehrung nur dann § 355 II BGB entspricht, wenn diese den Verbraucher sowohl über seine Pflichten als auch über seine Rechte informiert. Die Unklarheiten zur Wirksamkeit des amtlichen Musters zur Anlage 2 zu § 14 BGB-InfoV bleiben damit aber bestehen.

Insofern erscheint es auch mehr als fraglich, ob Franchise-Gebern zumindest rechtsfortbildend Vertrauensschutz zu gewähren ist, weil diese das amtliche Muster im Vertrauen auf dessen Wirksamkeit verwendet haben. Ob dieser Einwand des Vertrauensschutzes greift, ist nämlich deswegen ungewiss, weil Vertrauensschutz immer nur soweit greifen kann, wie dieser sich nicht nachteilig für den Franchise-Nehmer auswirkt. Verkürzt aber das amtliche Muster nach dem Urteil des LG Halle die dem Verbraucher eingeräumte Widerrufsfrist, so ist dies für diesen wegen Nichtbeachtung von § 187 I BGB nachteilig. Dieser hat nämlich den Eindruck, dass die Frist zur Widerrufsbelehrung bereits im Zeitpunkt der Widerrufsbelehrung und nicht erst um 00:00 Uhr des darauf folgenden Tages beginnt. Eine solche Widerrufsbelehrung ist aber, wie der Beschluss des BGH vom 15. März 2007 (ZIP 2007, 824) zeigt, zugleich auch wettbewerbswidrig und

kann zu einer Abmahnung gem. § 1, 3 UWG führen.

Diese Bedenken werden auch nicht dadurch ausgeräumt, in dem man wie das LG Münster (WM 2007, 121) darauf abstellt, dass das derzeitige amtliche Muster zur Widerrufsbelehrung mit dem Gesetz zur Änderung der Vorschrift über Fernabsatzverträge bei Finanzdienstleistungen am 07. Dezember 2004 (BGBl. I 1302) Gesetzesrang erhalten hat. Nach der Entscheidung des BVerfG vom 13. September 2005 (NJW 2006, 1195) ist nämlich die BGB-Informationspflichtenverordnung trotz der Änderung des amtlichen Musters durch ein Gesetz nach wie vor als Rechtsverordnung zu qualifizieren.

Nach dem Urteil des BGH vom 12. April 2007 haben sich Franchise-Geber also zwischen zwei diametralen Eckpunkten zu entscheiden: stellt man auf das amtliche Muster zur Widerrufsbelehrung ab, so kann man sich nur darauf berufen, dass eine durch eine Verordnung vorgegebene Musterbelehrung den gesetzlichen Bestimmungen entspricht und insofern Vertrauensschutz in Anspruch nehmen. Oder man gestaltet das Muster der Widerrufsbelehrung so, dass entsprechend § 187 I BGB darauf hingewiesen wird, dass die Widerrufsfrist nicht mit dem Erhalt der Belehrung, sondern erst um 0:00 Uhr des da-

rauf folgenden Tages beginnt. Dann läuft man aber Gefahr, vom amtlichen Muster abgewichen zu sein.

In beiden Fällen ist die Konsequenz die gleiche: greift man auf das amtliche Muster zur Widerrufsbelehrung zurück und ist dies unwirksam, so wurde keine ordnungsgemäße Belehrung vorgenommen mit der Konsequenz, dass der Widerruf zeitlich unbefristet gem. § 355 III BGB erklärt werden kann. Entsprechendes gilt, wenn die Abweichung vom amtlichen Muster durch Hinweis auf § 187 I BGB nicht akzeptiert wird, weil bei einer streng formalen Betrachtung Abweichungen vom Gesetzeswortlaut nicht zulässig sind.

Klarheit wird also erst eine Entscheidung des BGH bringen, die sich ausdrücklich mit der Frage des Fristbeginns einer Widerrufsbelehrung und dem Verhältnis von Anlage 2 zu § 14 BGB-InfoV und § 187 I BGB befasst. Oder aber man wartet darauf, ob und wann es dem Gesetzgeber gelingt, das Muster einer rechtsprechungsfesten Widerrufsbelehrung vorzulegen.

➔ **Rechtsanwalt Prof. Dr. E. Flohr ist Rechtsreferent bei dem Seminar „Optimale Franchise-Verträge“ am 24. November in Köln, sowie bei der „40. Schule des Franchising“ vom 10. – 13. Dezember in München.**

VERANSTALTUNGSÜBERBLICK

VERANSTALTUNGSTHEMA	DATUM	ORT	LINK
22. Deutscher Franchise-Tag	13. September 2007	Düsseldorf	➔
Die Finanzierung von Franchise-Nehmern	25. Oktober 2007	Frankfurt/ Main	➔
Optimale Franchise-Verträge: Rechtsrahmen und Gestaltung	24. November 2007	Köln	➔
40. Schule des Franchising	10.-13. Dezember 2007	München	➔
START-Messe - Die Messe für Existenzgründung, Franchising und junge Unternehmen	14.-16. September 2007	Essen	➔

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Kontaktieren Sie uns für ein Gespräch unter 0911-32003-0 und besuchen Sie uns im Internet unter www.franchise-institut.de!

IMPRESSUM

Herausgeber: Deutsches Franchise Institut (DFI) GmbH
 Anschrift: Deutsches Franchise Institut GmbH
 Fürther Strasse 212 | D-90429 Nürnberg |
 Telefon ++49.911.32003-0 | Fax ++49.911.32003-20
 E-Mail: info@franchise-institut.de
 Internet: www.franchise-institut.de
 Handelsregister Nürnberg HRB 19216
 Geschäftsführer: Peter Karg

Gestaltung, Inhalt, Layout: Deutsches Franchise Institut (DFI) GmbH

Disclaimer: „Für die technische und konzeptionelle Erstellung des PDF-Newsletter ist die finanzpark AG verantwortlich. Die redaktionellen Inhalte stammen von Seiten des Deutschen Franchise Instituts. Wir weisen darauf hin, dass es sich bei Links, die auf fremde Internet-Angebote hinweisen, um unverbindliche Empfehlungen handelt. Das Deutsche Franchise Institute vermittelt über die Links lediglich den Zugang zu diesen Angeboten; sie hat keinen Einfluss auf deren Inhalte und macht sich diese Inhalte auch nicht zu Eigen.“

Copyright © 2007 Deutsches Franchise Institut (DFI) GmbH
 Alle Rechte vorbehalten. All rights reserved.