

Aan:

Ministerie van Economische Zaken en Klimaat
Ministerie van Justitie en Veiligheid

Betreft: Reactie Franchiseverenigingen van Gall & Gall, Etos en Albert Heijn, verenigd in GEAF
op voorgenomen Franchisewetgeving

Woerden, 31 januari 2019

LS,

De verenigingen van franchisenemers van Gall & Gall, Etos en Albert Heijn, verenigd in GEAF, hebben kennis genomen van het voorstel voor de franchisewet, en van de toelichting op de conceptwetgeving. Gezamenlijk wensen de verenigingen enkele opmerkingen te plaatsen.

Achtergronden van franchising binnen AholdDelhaize

Gall & Gall, Etos en Albert Heijn zijn alle drie merken die binnen AholdDelhaize ("Ahold") worden geëxploiteerd door middel van het franchisemodel. Sinds meer dan 30 jaar bestaan franchisewinkels naast eigen winkels van het concern. Voor Gall & Gall en Etos betreft het franchiseaandeel ongeveer 50% van de winkels, en voor Albert Heijn betreft dit aandeel ongeveer 30%. Deze verhoudingen zijn sinds jaar en dag min of meer gelijk gebleven.

De Ahold franchiseverenigingen zijn grosso modo tevreden met de formules en met de ontwikkeling daarvan.

Dat ligt anders ten aanzien van hun relatie met de verschillende rechtspersonen binnen Ahold in de hoedanigheid van franchisegever.

In algemene zin zijn de we zeer blij met de concept wetgeving. We realiseren ons terdege dat de relatie tussen een franchisegever en franchisenemer per definitie een ongelijkwaardige relatie is, waarin de franchisenemer afhankelijker is van de franchisegever dan andersom. Het is goed dat de wetgever dit erkent en door middel van deze wetgeving de franchisenemer een stevigere positie geeft.

We zien dat de wet veel oog heeft voor de drie 'formele contractmomenten' die van belang zijn in de relatie tussen franchisenemer en franchisegever: het afsluiten, verlengen en beëindigen van de franchiseovereenkomst. Graag zouden we nog extra aandacht vragen voor de relatie gedurende de *looptijd* van het contract.

Probleem binnen franchising:

Wat opvalt in de berichtgeving vanuit franchisegevers, vanuit advocaten die vaak voor franchisegevers optreden en vanuit de NFV is dat er wordt gesuggereerd dat er geen (groot) probleem is dat wetgeving nodig maakt. Dat ziet men ook terug in verschillende reacties in de internetconsultatie.

Geaf wijst op de vele voorbeelden van problemen die bij rechtbanken of elders moeten worden uitgevochten. Daarbij moet men zich rekenschap geven van het feit dat altijd van een David-Goliath situatie sprake is. Voordat een franchisenemer (David) besluit om zijn eigen franchisegever in rechte te betrekken moet het water wel tot aan de lippen staan.

Er valt bij het ontkennen van de problemen in de sector wellicht een parallel te trekken met het moderne echtscheidingsrecht: als een van de echtelieden stelt dat de relatie duurzaam is ontworpen, dan valt dat eenvoudigweg niet betwisten.

Problemen in de franchiserelatie:

De verenigingen van Albert Heijn en Etos zijn in het zeer recente verleden genoodzaakt geweest om hun franchisegever in rechte te betrekken. Ook bij Gall & Gall spelen discussies en controverses die niet (eenvoudig) constructief kunnen worden opgelost.

De rode draad bij al die conflicten is de volledig onevenwichtige machtsbalans.

Op basis van powerplay worden door de franchisegever(s) rechten toegeëigend cq rechten ontnomen aan franchisenemers, wordt de wil doorgedrukt en wordt geen rekening gehouden met belangen van franchisenemers. Voorbeelden van onderwerpen waarbij een Ahold-dochter als franchisegever haar zin wenst door te drukken zijn legio. Te denken is aan de onwil om transparant over het verdienmodel te zijn, om het model eenzijdig uit te leggen en eenzijdig aan te passen en om een correcte jaarafrekening te presenteren. Ook is er tot op heden onwil om concreet over rechten op klanten en klantendata te spreken. Dit terwijl Ahold intussen de verplichte kassa- en spaarsystemen zo inricht dat "de facto" de franchisenemer geen toegang tot zijn eigen klanten of samenhangende gegevens meer heeft. Een ander voorbeeld is dat een Ahold-dochter winkelruimte van franchisenemers verkoopt/verhuurt aan derden zonder daar afspraken over te maken. Het gaat dan over bijvoorbeeld vloeren, schappen en andere commercieel bruikbare ruimten in de winkels. Tenslotte concurreert Albert Heijn met haar franchisenemers m.b.t. haar online activiteiten zonder rekenschap te geven van contractuele exclusiviteitsgebieden en zonder daar afspraken over te maken. Mede door franchisenemers opgebouwde (formule-)waarde wordt - zonder afspraken daartoe - naar andere concernonderdelen verplaatst (als voorbeeld het Etos eigen merk). En zo is er wel meer.

Het onderhouden van goede relaties met de collectieve franchisenemers en het nakomen van afspraken blijkt in diverse situaties ondergeschikt aan concernbelangen van franchisegever en aandeelhouderswaarde op korte termijn.

Ten onrechte wordt in diverse reacties van franchisenemers-zijde op de concept wetgeving (bv die van Jumbo Supermarkten BV) gesuggereerd dat franchisenemers die supermarkten exploiteren geen bescherming behoeven "omdat dit grote bedrijven zijn met veel personeelsleden". Het is van belang te onderkennen dat alle franchiseondernemingen (groot of klein) op de zelfde wijze hinder kunnen hebben van de machtsongelijkheid.

GEAF trekt de vergelijking met mededingingswetgeving, waarin bijvoorbeeld misbruik van marktmacht ook wordt bestreden als benadeelde partijen tevens zelf grote(re) ondernemingen zijn!

Ahold en andere franchisegevers benadrukken vaak dat franchisegever en franchisenemers verschillende bedrijven hebben. Elk met eigen belangen. Dat is juist. Die belangen zijn over en weer geborgd in onder meer de franchiseovereenkomst.

Daarnaast behoort een franchise relatie, met name bij de operationele uitvoering daarvan, ingevuld te worden door de goede trouw en begrippen als goed franchisegever-schap en goed franchisenemer-schap.

Toch wordt echter vaak door de franchisegever het zelf geformuleerde formule-belang of het concernbelang aangevoerd om eenzijdig in te grijpen in de (contractuele) relatie. Dat botst. Ook bij Ahold.

Het kan niet zo zijn dat gewijzigde inzichten bij één partij automatisch moeten doorwerken in de contractuele relatie met de andere partij. Het is juist omgekeerd. Normale franchiseverhoudingen moeten meebrengen dat gewijzigde inzichten, als die tot gezamenlijk voordeel kunnen leiden, evenzeer in gezamenlijkheid, maar wel pas na overleg (en instemming) kunnen worden omarmd.

Rem op innovatie?

Vaak wordt gesuggereerd dat formule ontwikkeling en innovatie geremd worden doordat franchisegever en franchisenemer een contractuele relatie hebben. Niets is minder waard. Het zijn vaak juist de ondernemers waar de ideeën voor innovatie vandaan komen. Immers, de ondernemers zitten dicht op de klant en weten precies waar de kansen liggen. Dat gebeurt ook bij de drie merken binnen Ahold.

Het is anders als de vernieuwing slechts één van de partijen meerwaarde brengt, of de negatieve effecten bij één van de partijen terecht komen. Als voorbeeld kan gewezen worden op de ontwikkeling van online winkelen. Modellen die in de totale keten operationele winst genereren zijn schaars. Als de klant toch behoefte heeft aan de online winkel-mogelijkheid, dat kan (moet?) een formule daar op inspelen. Dan is het zaak (in volledige transparantie) de opties met elkaar te bespreken en gezamenlijk verantwoordelijkheid te nemen. Dus niet klanten van FN's naar de centrale organisatie halen zonder de FN daarvoor te compenseren. Dus ook niet kosten door schuiven naar FN's of opbrengsten niet inzichtelijk te maken, laat staan die te delen.

Bij verschillende franchisegevers is dit echter exact wat gebeurt. Bescherming tegen dit soort praktijken is dan ook dringend gewenst.

Franchisegevers (ook Ahold) schermen vaak met het idee dat een bepaalde ontwikkeling moet "omdat de klant het wil". Vergeten wordt dat de klant (of achterliggende leveranciers) slechts oog heeft voor zijn eigen gemak, maar geen oog heeft voor hoe de pijn (of eventueel opbrengsten) aan de achterkant tussen FG en FN's moet worden verdeeld. Dat moet fair (conform "fair price beginselen"), en met respect voor bestaande afspraken, conditiestelsels en verdienmodellen tussen beide partijen geregeld te worden, voordat uitrol kan plaatsvinden.

Eenzijdige uitrol door de FG zonder instemming van FN's mag dus niet plaatsvinden.

De concept franchisewet maakt meer expliciet dat contractuele afspraken in franchising niet eenzijdig terzijde kunnen worden gezet. Het is spijtig dat het nodig is om dit extra te benadrukken, maar feitelijk is het verbod om eenzijdig de verhoudingen te wijzigen precies zo bij de meeste contractuele situaties.

De concept franchisewet staat innovatie dus niet in de weg. Integendeel. Er is niets nieuws aan: “afpraak is immers afspraak”.

Het gebrek bij franchisegevers om transparant de gevolgen van innovaties met franchisenemers te bespreken staat die innovatie echter wél in de weg. Net als de onwil om op basis van afspraken tot een gelijke (of eerlijke) verdeling van de lusten en lasten te komen.

De verantwoordelijkheid voor goede afspraken die rekening houden met elkaars belangen ligt bij beide partijen. Enerzijds bij franchisenemers zoals Ahold, en anderzijds bij de respectievelijke franchiseverenigingen zoals van Gall & Gall, Etos en Albert Heijn.

Uit bovenstaande voorbeelden blijkt dat het noodzakelijk is om de positie van franchisenemers te borgen. Dat geldt voor de relaties tussen Ahold en haar franchisenemers, en voor franchisenemers in alle andere sectoren evenzeer.

De concept franchisewet is wat dat betreft een initiatief dat zeer op zijn plaats is. Net als overigens het eerdere, en door minister Kamp omarmde, compromis van de Nederlandse Franchise Code.

Concept wetgeving:

GEAF kan zich in beginsel geheel vinden in de opzet en uitwerking van de wetgeving en de structuur daarvan. We zijn blij met het feit dat de wetgever oog heeft voor de scheve machtsverhouding tussen franchisegever en franchisenemer en dat er door middel van wetgeving nu echt iets lijkt te veranderen. Naast de formele ‘contractmomenten’ is het van belang om ook oog te hebben voor de verhoudingen tussen franchisegever en franchisenemer tijdens de looptijd van het contract. Te vaak zien we dat afspraken eenzijdig kunnen worden uitgelegd of zelfs gewijzigd. Als franchisenemer heb je per definitie een informatieachterstand, ook omdat gevraagde informatie vaak niet (of niet compleet) verschaft wordt. Het is van belang om in de wetgeving hier ook oog voor te hebben. Daarnaast is het verstandig enkele aanscherpingen in te voeren en toe te voegen en een paar aspecten nader toe te lichten. Ook om naderhand in de dagelijkse praktijk zo min mogelijk discussies¹ over uitleg en betekenis te moeten voeren.

Art 911.c: De tekst luidt:

franchisegever: natuurlijke persoon of rechtspersoon die rechthebbende is op een franchiseformule en in de uitoefening van zijn beroep of bedrijf anderen het recht verleent deze formule mede te exploiteren;

Het verdient aanbeveling in de toelichting op te nemen dat het niet de bedoeling is om binnen concerns een concurrerende formule in het leven te roepen, bijvoorbeeld om franchiseafspraken in een andere formule binnen het concern te omzeilen.

¹ Voor wat betreft het voorkomen van discussies, verdient het overigens aanbeveling in de Memorie van Toelichting gebruik te maken van (en te verwijzen naar) het recente vonnis van 9 januari 2019 van de rechtbank te Rotterdam inzake Domino's Pizza. De rechtbank heeft klip en klaar geoordeeld over de (on)mogelijkheid voor de franchisegever om eenzijdig de franchiseovereenkomst te wijzigen.

Art.911.f: de tekst luidt:

franchiseovereenkomst: overeenkomst waarbij de franchisegever aan een franchisenemer tegen vergoeding het recht verleent om een franchiseformule op een aangewezen wijze te exploiteren voor de productie of verkoop van goederen dan wel het verrichten van diensten;

Het begrip “franchiseovereenkomst” verdient meer aandacht. In vele gevallen hanteren franchisegevers (standaard) aanvullende overeenkomsten of bijlagen die mede de franchiserelatie kleuren. Denk daarbij aan huurovereenkomsten (vaak met non-concurrentiebedingen), aan losstaande (verplichte) afnameovereenkomsten, terugverkoopovereenkomsten, handboeken (in de concept wet al wel genoemd) en dergelijke. Daarnaast kunnen franchisegevers, franchisenemers en vertegenwoordigende verenigingen ook gebonden worden door samenwerkingsovereenkomsten of convenanten, die eveneens deel kunnen uitmaken van de franchiseovereenkomst. Wellicht kan één en ander worden meegenomen bij aanscherping van of bij de memorie van toelichting op artikel 915.lid 2.sub c

Het meest belangrijke element dat in elk geval onder de franchiseovereenkomst moet vallen is **het conditiestelsel**. GEAF adviseert om uitdrukkelijk in de wet of in de toelichting op te nemen dat alle financiële afspraken tussen partijen vooraf voor elke betrokkene transparant kenbaar moeten zijn, wat de verdienmodellen (kosten en baten) voor beide partijen zijn, en hoe met veranderende (markt-) omstandigheden moet worden omgegaan. Hiervan maakt deel uit dat voor het sluiten van een franchiseovereenkomst duidelijk moet zijn welke dienstverlening tegenover het betalen van een franchise-fee wordt geleverd. Voorkomen moet worden dat in een relatie tussen twee partijen steeds één van die twee (in casu de franchisegever) bepaalt hoe met meevallers of tegenvallers wordt omgegaan. Kortom: het conditiestelsel moet, als onderdeel van de franchiseovereenkomst, tenminste in de memorie van toelichting een plaats vinden.

Een suggestie voor een aparte definitie van het begrip “conditiestelsel” is: *“het stelsel van commerciële afspraken en voorwaarden geldend tussen de franchisegever en franchisenemer, zoals afspraken over marge, fee, vergoeding, begroting, concentratie en bonus”*. Daarbij adviseert GEAF om in de wet of de memorie van toelichting op te nemen dat een conditiestelsel (ook) bevat alle commerciële en andere relaties waarbij geldstromen ontstaan (bijvoorbeeld inkomsten en kosten), enerzijds ontstaan tussen partijen (FN en FG) maar anderzijds ook tussen franchisenemers en klanten

Vertegenwoordigend Orgaan:

GEAF adviseert om bij dit artikel eveneens op te nemen een aanvullende definitie van het begrip “vertegenwoordigend orgaan van de franchisenemers”, en wel als volgt: *“een van de franchisegever onafhankelijke formele vereniging (of andere rechtspersoon) met een ieder geval het doel en de juridische structuur en mogelijkheden om namens haar leden over collectieve belangen te overleggen met de franchisegever en invulling te kunnen geven aan artikel 919 lid 4 van deze wet.”*

De reden voor deze definitie ligt voor de hand: aan het vertegenwoordigend orgaan (gemakshalve “de vereniging”) krijgt in het wetsvoorstel een belangrijke rol. Ten voordele van zowel franchisegever als (collectieve) franchisenemers. De franchisenemers kunnen, door met een gezamenlijke stem te spreken, beter, en onafhankelijk van eventuele individuele omstandigheden of complexiteit de belangen behartigen. Het belangrijkste voordeel voor franchisegever bestaat erin dat niet met elke individuele franchisenemer

overleg hoeft te worden gepleegd, maar dat met collectieve gesprekken en afspraken² kan worden volstaan.

Dat de vereniging onafhankelijk moet zijn van de franchisegever ligt voor de hand. Die laatste dient zich dan ook te onthouden van bemoeienis met de invulling die franchisenemers aan de vereniging en haar organen geven. Niet ondenkbaar is dat franchisegevers, ook vanwege het te behalen voordeel met een georganiseerde gesprekspartij tot zaken te komen, de kosten van de vereniging (deels) voor haar rekening neemt. Bij artikel 919 lid 4 zijn nog enkele andere opmerkingen over de vereniging opgenomen.

Art.912:

Het verdient aanbeveling om in de memorie van toelichting voorbeelden van goed franchisegeverschap op te nemen.

Art.913:

De informatieverstrekking voor én tijdens de looptijd van de franchiseovereenkomst is belangrijk. Het is voor de (potentiële) franchisenemer ook van groot belang dat de verstrekte informatie daarbij correct en verifieerbaar is. Om die reden dienen deze woorden in de tekst te worden opgenomen. Indien verificatie, bijvoorbeeld om organisatorische redenen, zonder hoge kosten of om andere redenen niet goed mogelijk is, zou een verklaring van senior management ter zake (een zogenaamde "Letter of Representation" of LOR) mogelijk van pas kunnen komen.

Aan lid 1 kan worden toegevoegd ".... van de overeenkomst en de exploitatie van de franchiseonderneming". Hierbij kan worden gedacht aan het verwachte, of verplichte niveau van eenmalige of structurele, terugkerende/periodieke investeringen. Zie wat dat betreft ook artikel 915 lid 2 (in fine).

Ten aanzien van lid 3 merkt GEAF op dat de informatie ook relevant moet zijn bij de continuering van de franchiseovereenkomst.

Daarnaast is het denkbaar dat vooraf wordt vastgelegd dat bepaalde informatie via (of alleen aan) de vereniging ter beschikking kan worden gesteld.

Art.914:

GEAFF ziet niet in waarom in lid 3 een uitzondering wordt gemaakt. De situatie bij verlengen/vernieuwen van de franchiseovereenkomst is niet anders dan bij de eerste overeenkomst. Ook bij de latere momenten moet de franchisenemer kunnen beoordelen of verdere, of eventueel aanvullende investeringen bedrijfseconomisch verantwoord zijn. Daarnaast kunnen standaard overeenkomsten intussen gewijzigd zijn, waardoor eerdere afspraken een andere betekenis, ook financieel, kunnen krijgen. Lid 3 dient daarom te worden geschrapt. Deze opmerking is ook relevant bij de beoordeling van artikel 915.

Art.915:

GEAF ziet bij lid 1 graag uitdrukkelijk opgenomen dat bij de te verstrekken informatie een deugdelijke prognose en inzage in het conditiestelsel hoort. Bij lid 2 sub-b is het van belang niet alleen historische gegevens, maar ook voor zover mogelijk "forward looking" gegevens ter beschikking te stellen.

² Uiteraard dient dan wel de interne organisatie van de franchisenemers gedelegeerde/gemandateerde besluitvorming door een vereniging mogelijk te maken. Omdat dit vaak, zeker ook binnen de Ahold franchiserelaties, niet goed is geregeld en er geen mandaat voor vereniging is om alle leden te binden, vergt dit wellicht aanpassing van statuten t.a.v. het besluitvormingsproces en bijvoorbeeld t.a.v. taken/doel van de vereniging. Ook franchiseovereenkomsten en samenwerkingsovereenkomsten kunnen worden aangepast om ruimte te geven aan de nu eventueel mogelijk te maken collectieve besluitvorming en de wijze waarop individuele franchisenemers eventueel aan besluiten van de vereniging gebonden zijn. Inspiratie kan ontleend worden aan de besluitvormingswetgeving bij Verenigingen van Eigenaars (Art. 5:124 ev. BW).

In lid 2 sub-f-2 ziet GEAF dat de verplichting voor partijen wordt bedoeld om vooraf duidelijkheid aan elkaar te verschaffen over onder meer (i) e-commerce-activiteiten in overeengekomen exclusiviteitsgebieden en (ii) het toegang hebben tot klanten en (iii) tot data met betrekking tot klanten. Dit is terecht en daar hoort aandacht in de memorie van toelichting aan te worden besteed. Tenslotte is van belang in de memorie van toelichting ook op te nemen of, en op welke manier een franchisegever kennis kan nemen van de administratie van de franchisenemer. Zeker in gevallen waar in de franchiseovereenkomst verplicht wordt gesteld om de administratie van de franchise-exploitatie via de franchisegever, of een door de franchisegever aangegeven derde partij te laten verrichten.

Art.916:

GEAF herhaalt dat de verplichtingen ook gaan over opvolgende franchiseovereenkomsten (lid 1) en over wijzigingen in het conditiestelsel (lid 2 sub a).

Art.919:

Lid 1 lijkt te suggereren dat bij het einde van de franchiserelatie of bij tussentijdse verkoop van de exploitatie deze terug wordt verkocht (moet worden verkocht) aan de franchisegever. Dat is lang niet altijd het geval. Binnen de franchiseformules van Ahold is het geregeld zo dat franchisenemers eerst gehouden zijn hun exploitatie aan te bieden aan collega franchisenemers. Partijen beschouwen dit als een vrije markt, waarbij geen noodzaak is om tot een vooraf vastgestelde goodwillvergoeding over te gaan.

In andere gevallen heeft Ahold een (eerste) recht van koop, voorkeursrecht, soms tegen een vaste goodwillfactor en soms tegen marktwaarde.

Indien is overeengekomen dat de franchisegever verplicht is de exploitatie over te nemen dan is het van groot belang vast te leggen dat (en hoeveel) goodwill moet worden betaald. GEAF refereert zich wat dat betreft aan de opmerkingen hierover die zijn gemaakt door het Vakcentrum.

Lid 3 over het concurrentiebeding is onnodig, en zeker niet redelijk. Onduidelijk is waarom het uitgangspunt is gehanteerd dat alleen een concurrentiebeding van meer dan een jaar zonder meer niet is toegestaan. Voor GEAF kan de enige reden om überhaupt een concurrentiebeding te accepteren slechts zijn de bescherming van knowhow van de franchisegever. En dan nog slechts bezien als uitzondering op het uitgangspunt van vrije concurrentie. Dus alleen als uitzondering op de regel dat voor een concurrentiebeding geen plaats is.

Uitgangspunt is dat altijd rekening gehouden moet worden met de omstandigheden van het geval. Daarbij is van belang te onderkennen dat de knowhow van de franchisegever enerzijds vanwege de vluchtige veranderende wereld beperkt houdbaar is (en dus geen reden is voor een (lang) concurrentiebeding). Ook moet worden onderkend dat anderzijds als de franchisenemer geen toegang meer heeft tot de systemen van de franchisegever, hij feitelijk is afgesloten van te beschermen knowhow, waardoor een concurrentiebeding dus überhaupt niet kan bijdragen aan bescherming van knowhow.

Indien de franchiseovereenkomst is geëindigd om redenen die zijn toe te schrijven aan de franchisegever behoort geen concurrentiebeding van toepassing te zijn. Dan zou immers de franchisenemer dubbel benadeeld worden!

Een ander rechtens te beschermen belang van franchisenemers is gelegen in hun vastgoedpositie. Indien een franchisenemer eigenaar/hoofdhuurder van de winkelruimte is, zal een concurrentiebeding leiden tot leegstand en kapitaalvernietiging. Dit is niet aanvaardbaar, ook om redenen van leefbaarheid in winkelcentra.

Een concurrentiebeding is ook kapitaalvernietiging indien de franchisenemer aan het einde van de franchiseovereenkomst de door hem opgebouwde goodwill (klanten/locatie) niet kan verwaarden. Die goodwill is voor veel franchisenemers de basis van hun pensioen!

Mocht een concurrentiebeding in een franchiseovereenkomst worden opgenomen, dan kan een oplossing zijn om aansluiting te zoeken bij systemen in andere Europese landen bij het afdwingen van concurrentiebedingen in arbeidszaken. De partij die een concurrentiebeding wenst overeen te komen heeft de keuze: ofwel afdwingen van het beding met de verplichting tot volledige schadeloosstelling, dan wel volledig afzien van het concurrentiebeding.

Art.919 Lid 4:

De borging van wijzigingen van de franchiseovereenkomst door middel van toestemming van de vereniging is op zich een goede gedachte³, die voor alle betrokkenen een werkbare structuur biedt. Wat nu al kan worden voorzien is het probleem dat ontstaat als franchisegevers zelf kunnen bepalen wat een wijziging is “met aanzienlijke gevolgen”.

GEAF adviseert om in de wet of in de memorie van toelichting expliciet op te nemen dat partijen daar gezamenlijk over besluiten en dat het de voorkeur heeft om dergelijke “wijzigingen met aanzienlijke gevolgen” te beschrijven in een document, bijvoorbeeld in een samenwerkingsovereenkomst.

In de eerder genoemde Nederlandse Franchise Code werd gesproken over “majeure wijzigingen”. Het ligt voor de hand deze lijst integraal op te nemen in de memorie van toelichting.

Het is de vraag of het niet aan de vereniging zelf kan worden overgelaten hoe zij haar (al dan niet gekwalificeerde) besluitvorming wenst te organiseren. Daar liggen bijvoorbeeld vraagstukken over franchisenemers met meerdere franchiseondernemingen: soms is het aantal uit te brengen stemmen per (rechts-) persoon bij besluitvorming statutair gelimiteerd.

Overigens is het niet duidelijk of met twee derde meerderheid wordt bedoeld op aanwezigheid, op uitgebrachte stemmen, op het totale ledenaantal, op het aantal franchise vestigingen of anderszins. Nog meer redenen om het aan de verenigingen zelf over te laten.

Tenslotte is het van belang expliciet in de wet of memorie aan te geven dat, indien instemming met een “wijziging met aanzienlijke gevolgen” ontbreekt, deze wijziging ook niet mag worden doorgevoerd. Noch collectief, noch door middel van afspraken met individuele franchisenemers. Dat is geen beperking van de contractsvrijheid, maar een beperking van de mogelijkheid eenzijdig wijzigingen op te leggen!

GEAF kan zich voorstellen dat ingeval franchisenemer en franchisegever een onoverbrugbaar meningsverschil hebben, en de franchisegever ondanks gebrek aan instemming een voorgenomen besluit of wijziging wenst door te voeren, aansluiting kan worden gezocht bij art.27 van de Wet op de Ondernemingsraden. Indien het onthouden van instemming door franchisenemers onredelijk is, of indien het besluit of wijzigingsvoorstel van de franchisegever naar diens mening gevegd wordt door zwaarwegende bedrijfsorganisatorische, bedrijfseconomische of bedrijfs sociale redenen, alle belangen afwegend, zou een beroep op de (Kanton)rechter een mogelijkheid zijn. Naast uiteraard bestaande wettelijke mogelijkheden in het kader van onvoorziene omstandigheden.

Art.920

Zie de eerder gemaakte opmerkingen bij artikel 911 en bij artikel 919 lid 4.

Art.921

GEAF adviseert om expliciet op te nemen dat in franchisegeschillen de Nederlandse rechter (sectie Kanton) bij uitsluiting bevoegd is.

³ GEAF wijst hierbij wel op haar voetnoot 2 op bladzijde 5 van dit document: de interne huishouding van een vereniging (haar vermogen om namens franchisenemers voor hen te besluiten over het verkrijgen van rechten, het aangaan van verplichtingen of het sluiten/wijzigen van overeenkomsten) moet op juridische dekkende wijze worden ingebed.

Conclusie:

De verenigingen van franchisenemers van Gall & Gall, Etos en Albert Heijn, verenigd in GEAF, verzoeken u om bij de verdere behandeling van het wetsvoorstel met bovenstaande opmerkingen rekening te houden. Uiteraard zijn de besturen van genoemde verenigingen ten zeerste bereid om nadere toelichting te verschaffen.

Hoogachtend

Gall & Gall Franchisevereniging

Rick Huisman, voorzitter

Etos Franchisevereniging

Daan Lunter, voorzitter

Vereniging van Albert Heijn Franchisenemers

Twan van Meel, voorzitter

GEAF

Ton Croiset van Uchelen, voorzitter