FOTO: ANP

Heeft u vragen over franchise? Mail de redactie en zo mogelijk vindt u de antwoorden in deze rubriek.
E-mail: redactie.snackkoerier@reedbusiness.nl.

Voor direct juridisch advies dient u contact op te nemen met een advocaat.

Mr. Derk van Dam

Ludwig & Van Dam
Franchiseadvocaten
Rivierstraat 159
3016 CH Rotterdam
Tel.: (010) 241 57 77
E-mail: info@ludwigvandam.nl

De advocatenpraktijk biedt een keur aan bijzondere situaties. Die lenen zich vaak prima voor een redactionele bijdrage als deze pagina. Zo bleek onlangs uit een praktijksituatie weer eens hoe belangrijk niet alleen het verrichten van een grondig markt- en vestigingsplaatsonderzoek is, maar ook het juist interpreteren daarvan, voordat tot het openen van een locatie wordt overgegaan.

Markt- en vestigingsplaatsonderzoek:

belangrijker **dan u denkt**

ROTTERDAM - **Bij een markt- en vestigingsplaatsonderzoek kan de verantwoordelijkheid voor de juiste keuze van een locatie, in geval van een samenwerking op franchisebasis, ook nog eens zwaar wegen ten nadele van de betrokken franchisegever.**

In casu betrof het een cafetaria, in een op deze plaats niet nader te noemen gemeente, behorende tot een niet nader te noemen formule, geopend in een op zichzelf goed bekend staande winkelstraat. De cafetaria was mooi ingericht, het ondernemersechtpaar dat de cafetaria dreef, was deskundig en goed gemotiveerd en door de betrokken franchisegever uit een andere professie naar deze zaak getrokken. Dit met de mededeling dat op de betreffende locatie goede omzetten en dito verdiensten waren te genereren. Voorafgaand aan het sluiten van de franchiseovereenkomst gingen deze aanprijzingen vergezeld van een extern uitgevoerd locatieonderzoek, waaruit inderdaad zonneklaar mooie omzetten en resultaten bleken. Een deel van het locatieonderzoek was een concurrentieanalyse. Daarin werd de lokale cafetariamarkt doorgelicht. De conclusie van het locatieonderzoek was ook uit dien hoofde dat de concurrentieverhoudingen dusdanig waren dat zij de voorgespiegelde omzetten en resultaten meer dan mogelijk zouden maken.

McDonald's

Zoals gesteld was de cafetariamarkt onderzocht. Een nabijgelegen McDonald's-vestiging bleek echter volledig over het hoofd te zijn gezien. De reden daarvoor was dat een McDonald's-restaurant, in de visie van de marktonderzoekers, niet onder het begrip 'cafetaria' viel. Op die grond werd de daadwerkelijk op ongeveer 200 meter afstand liggende McDonald's-vestiging niet in de concurrentieanalyse meegenomen en dus ook niet betrokken bij de omzet- en resultaatprognoses. Het betrokken ondernemersechtpaar heeft, opnieuw voorafgaand aan het sluiten van de franchiseovereenkomst, nog wel geïnformeerd bij de franchiseorganisatie naar de nabijheid van de McDonald's, maar het antwoord vanuit die hoek was dat de concurrentieanalyse deugde en de voorspelde omzetten en resultaten meer dan haalbaar waren.

McDonald's valt volgens de marktonderzoekers niet onder het begrip 'cafetaria'

Na de opening van de cafetaria bleek de werkelijkheid heel anders. Het McDonald's-restaurant bleek een onweerstaanbare aantrekkingskracht uit te oefenen op de wijde omgeving. De voorspelde omzet en resultaten werden en worden bij lange na niet gehaald. Het voortbestaan van de cafetaria wordt ernstig bedreigd.

Kritische blik

Deze casus leert dat markt- en vestigingsplaatsonderzoeken bepaald niet in alle gevallen heilig zijn. Ondernemers doen er in alle gevallen goed aan de informatie met een kritische blik te bekijken. Franchisegevers dienen een en ander nog eens extra kritisch te bestuderen voordat zij hun goedkeuring hechten aan een dergelijk onderzoek. Zij kunnen immers, zoals wellicht ook in dit geval, aansprakelijk zijn voor de negatieve gevolgen van het niet behalen van de voorspelde omzetten en resultaten.

De voorspelde omzet en resultaten werden en worden bij lange na niet gehaald

Categorisering van branches, en zeker subcategorisering binnen een branche, zoals in deze kwestie de opdeling cafetaria/restaurant, kan onder omstandigheden catastrofaal uitwerken. Gezond verstand dient altijd te zegevieren. Indachtig een oud gezegde: bezint eer ge begint.

Voorafgaand aan deze bijdrage van advocatenkantoor Ludwig en Van Dam kwamen aan de orde: omzet- en resultaatprojecties, eenzijdige verhoging franchisefee, reputatieschade, non-concurrentiebeding, prognoses en vestigingsplaatsonderzoek en onderhuur.

ADVERTENTIE

SANOMAT slagroomautomaten
ZUMMO sinaasappelpersen
Vitamix blenders
Panasonic magnetronovens
winterhalter vaatwasmachines
iRiNOX blast chillers

Zummo
sinaasappelpersen

Als horecaondernemer wilt u dat uw klanten genieten van vers geperst sinaasappelsap met een heerlijke en pure smaak. Gun uzelf en uw klant de topkwaliteit van een Zummo sinaasappelpers.

De Zummo sinaasappelpersen worden gekenmerkt door het unieke "hand made" perssysteem. Dit systeem is uniek vanwege de uitstekende smaak, het optimale rendement, de hoge kwaliteit, de betrouwbare werking, de logische bediening en de eenvoudige reiniging.

Ontdek zelf het innovatieve en unieke persprincipe van Zummo!

Uniek perssysteem

WOERTMAN NEDERLAND

Woertman Nederland BV
Limburghaven 6
3433 PK Nieuwegein
Tel. (030) 608 41 41
Fax (030) 608 41 42
E-mail info@woertman.nl
www.woertman.nl