



Door: [Ruby Nefkens voor 'Meubel'](#) op 9 oktober 2006

## Franchise (2)

Franchising is een systeem voor de verkoop van goederen, diensten of technologie waarbij samengewerkt wordt tussen de franchisegever en de franchisenemer(s). De franchisenemer maakt tegen een vergoeding gebruik van bijvoorbeeld de handelsnaam, merknaam, reclame, knowhow en de formule van de franchisegever. Franchising wint steeds meer aan populariteit, ook in de meubelsector. De franchisegever en de franchisenemer kunnen vergaande afspraken maken in de franchiseovereenkomst, maar dienen zich wel te houden aan de algemene regels van redelijkheid en billijkheid. De franchiseovereenkomst dient ook te voldoen aan de regels van de Nederlandse Mededingingswet en de Europese regelgeving. Ondanks de contractsvrijheid tussen de franchisegever en de franchisenemer zijn er bepalingen die niet in de franchiseovereenkomst opgenomen mogen worden, de zogenaamde "hardcore restricties". De eerste hardcore restrictie heb ik besproken in mijn vorige column. Deze restrictie houdt in dat het aan de franchisegever verboden is om indirect of direct aan de franchisenemer een vaste prijs of minimumprijs op te leggen, dan wel een vast- of minimumprijsniveau.

De tweede hardcore restrictie houdt in dat het aan de franchisegever verboden is om aan de franchisenemer absolute beperkingen op te leggen met betrekking tot de verkoop aan bepaalde klanten of in een bepaald gebied.

Op de tweede hardcore restrictie zijn echter vier uitzonderingen gemaakt. Met andere woorden de franchisegever is wel toegestaan een aantal specifieke activiteiten van de franchisenemer te verbieden. Ten eerste mag de franchisegever wel de actieve verkoop verbieden van de franchisenemer aan klanten in het gebied of de klantenkring van een andere franchisenemer. Actieve verkoop is bijvoorbeeld het direct aanschrijven of bezoeken van klanten in het gebied of de klantenkring van een andere franchisenemer. Ook valt daaronder het maken van reclame speciaal gericht op klanten in het gebied of de klantenkring van een andere franchisenemer. Ten tweede mag de franchisegever beperkingen leggen op de verkoop van de franchisenemer aan klanten wanneer deze een groothandelaar is. Ten derde mag de franchisegever de verkoop door de franchisenemer aan andere niet erkende franchisenemers beperken. Ten vierde mag de verkoop door de franchisenemer van onderdelen waardoor het product van de franchisegever nagemaakt kan worden ook worden beperkt door de franchisegever.

Het bovenstaande brengt met zich mee dat het maken van *algemene* reclame in de media of op het Internet door de franchisenemer om de eigen klantenkring te bereiken, bijvoorbeeld via een website, waarbij mogelijk ook de klanten in het gebied of de klantenkring van een andere franchisenemer bereikt zouden kunnen worden, is toegestaan. De franchisegever mag de franchisenemer ook niet verbieden in te gaan op spontane verzoeken van klanten uit het gebied of de klantenkring van een andere franchisenemer. De zogenaamde passieve verkoop kan dus evenmin aan banden worden gelegd.

Ruby Nefkens, Advocate bij Van der Steenhoven Advocaten te Amsterdam

Aan de samenstelling en inhoud van dit artikel is de meeste zorg besteed. Ruby Nefkens en Van der Steenhoven advocaten aanvaarden geen verantwoordelijkheid ten aanzien van op basis van dit artikel genomen beslissingen, tenzij zij vooraf in concrete gevallen zijn geraadpleegd.

Van der Steenhoven advocaten N.V.  
Herengracht 582-584, 1017CJ Amsterdam  
Tel +31(0)206077979, [www.vandersteenhoven.nl](http://www.vandersteenhoven.nl)



+	+	+	+	+	+	+	+
+	+	+	+	+	+	+	+
+	+	+	+	+	+	+	+
+	+	+	+	+	+	+	+
+	+	+	+	+	+	+	+
+	+	+	+	+	+	+	+
+	+	+	+	+	+	+	+
+	+	+	+	+	+	+	+
+	+	+	+	+	+	+	+
+	+	+	+	+	+	+	+