



---

## ANGENOMMENE TEXTE

---

### **P8\_TA(2017)0322**

### **Franchisingpraxis im Einzelhandel**

### **Entschließung des Europäischen Parlaments vom 12. September 2017 zur Franchisingpraxis im Einzelhandel (2016/2244(INI))**

*Das Europäische Parlament,*

- unter Hinweis auf seine Entschließung vom 11. Dezember 2013 zu dem Europäischen Aktionsplan für den Einzelhandel zum Nutzen aller Beteiligten<sup>1</sup>, und insbesondere auf deren Ziffer 29,
- unter Hinweis auf seine Entschließung vom 7. Juni 2016 zu unlauteren Handelspraktiken in der Lebensmittelversorgungskette<sup>2</sup>,
- unter Hinweis auf die vom IMCO-Ausschuss im April 2016 in Auftrag gegebene Studie über Franchising<sup>3</sup>,
- unter Hinweis auf die vom IMCO-Ausschuss im September 2016 in Auftrag gegebene Studie mit dem Titel „Legal Perspective of the Regulatory Framework and Challenges for Franchising in the EU“ (Rechtliche Perspektive des Regulierungsrahmens und der Probleme des Franchising in der EU)<sup>4</sup>,
- unter Hinweis auf das Briefing mit dem Titel „Future Policy Options in Franchising in the EU: Confronting Unfair Trading Practices (Künftige politische Optionen für das Franchising in der EU: Unlauteren Handelspraktiken die Stirn bieten)“<sup>5</sup>,
- unter Hinweis auf den Workshop mit dem Titel „Relations between franchisors and franchisees: regulatory framework and current challenges (Beziehungen zwischen Franchisegebern und Franchisenehmern: Regelungsrahmen und aktuelle Probleme)“, der am 12. Juli 2016 vom IMCO-Ausschuss durchgeführt wurde,
- gestützt auf Artikel 52 seiner Geschäftsordnung,
- unter Hinweis auf den Bericht des Ausschusses für Binnenmarkt und Verbraucherschutz

---

<sup>1</sup> ABl. C 468 vom 15.12.2016, S. 140.

<sup>2</sup> Angenommene Texte, P8\_TA(2016)0250.

<sup>3</sup> IP/A/IMCO/2015-05, PE 578.978.

<sup>4</sup> IP/A/IMCO/2016-08, PE 587.317.

<sup>5</sup> PE 587.325.

und die Stellungnahme des Ausschusses für Wirtschaft und Währung (A8-0199/2017),

- A. in der Erwägung, dass es keine gemeinsame europäische Definition des Franchising gibt und sich Franchiseverträge von Unternehmen zu Unternehmen unterscheiden, wobei jedoch eines der Hauptmerkmale solcher Beziehungen eine auf freiwilliger Basis vereinbarte vertragliche Partnerschaft zwischen Unternehmern und natürlichen oder juristischen Personen ist, die rechtlich und finanziell voneinander unabhängig sind, in deren Rahmen eine Partei (der Franchisegeber) der anderen Partei (dem Franchisenehmer) das Recht einräumt, ihre Franchise-Formel, ihren Namen und ihre Handelsmarken zu benutzen, und unter Rückgriff auf das technische und organisatorische Fachwissen des Franchisegebers Know-how weitergegeben und Hilfestellung während der Laufzeit des Vertrags geleistet wird, wobei sich die Kunden auf die Einheit des Franchisesystems verlassen und die Absicht sowohl des Franchisegebers als auch des Franchisenehmers darin besteht, mit begrenzten Investitionen und erhöhten Erfolgchancen die schnelle Erschließung neuer Märkte zu ermöglichen;
- B. in der Erwägung, dass das Parlament in seiner Entschließung vom 11. Dezember 2013 das Franchising als ein Geschäftsmodell begrüßt hat, das neue Unternehmen sowie das Eigentum an kleinen Unternehmen fördert, aber auch festgestellt hat, dass es in bestimmten Fällen unlautere Vertragsbedingungen gibt, und transparente und faire Vertragsbedingungen gefordert hat; außerdem wies es insbesondere die Kommission und die Mitgliedstaaten auf die Probleme von Franchisenehmern hin, die ihren Betrieb veräußern oder ihr Geschäftskonzept verändern wollen, gleichzeitig aber in derselben Branche tätig bleiben wollen, und forderte die Kommission auf, das Verbot von Preisbindungsmechanismen bei Franchisesystemen sowie die Auswirkungen von langfristigen Wettbewerbsklauseln, Kaufoptionen und dem Multi-Franchising-Verbot zu untersuchen;
- C. in der Erwägung, dass das Franchising das volle Potenzial besitzt, ein Geschäftsmodell zu sein, das dazu beitragen kann, den Binnenmarkt im Einzelhandel zu vollenden, da es ein geeignetes Instrument sein kann, um mithilfe gemeinsamer Investitionen von Franchisegeber und Franchisenehmer einen Geschäftsbetrieb einzurichten; ist deshalb enttäuscht darüber, dass es derzeit in der EU nicht voll genutzt wird und lediglich 1,89 % des BIP ausmacht, im Vergleich zu 5,95 % in den USA und 10,83 % in Australien, wobei 83,5 % des Franchise-Umsatzes auf nur sieben Mitgliedstaaten entfällt<sup>1</sup> und es daher wichtig ist, eine weitere Ausbreitung dieses Geschäftsmodells in der gesamten EU zu fördern;
- D. in der Erwägung, dass das Franchising eine bedeutende grenzübergreifende Dimension aufweist, für das Funktionieren des Binnenmarktes von Bedeutung ist und so zur Schaffung von Arbeitsplätzen, zur Entwicklung von KMU und Unternehmertum sowie zur Erlangung neuer Kompetenzen und Fähigkeiten führen kann;
- E. in der Erwägung, dass es derzeit bei den auf das Geschäftsmodell des Franchising anwendbaren Rechtsvorschriften große Unterschiede zwischen den Mitgliedstaaten gibt, was technische Hindernisse schafft und sowohl Franchisegeber als auch Franchisenehmer davon abhalten kann, ihre Aktivitäten über die Grenzen hinaus

---

<sup>1</sup> „Legal perspective of the regulatory framework and challenges for franchising in the EU“, vom IMCO-Ausschuss im September 2016 in Auftrag gegebene Studie, S. 12.

auszuweiten; in der Erwägung, dass dies wiederum Auswirkungen auf die Endverbraucher haben kann, da deren Wahlmöglichkeiten eingeschränkt werden;

- F. in der Erwägung, dass je nach Bedingungen des Franchisevertrags zwischen „hartem“ und „weichem“ Franchising unterschieden wird, und dass darüber hinaus alternative Geschäftsmodelle bestehen, wie etwa „Zusammenschlüsse unabhängiger Einzelhändler“, die besondere Merkmale aufweisen und nur insoweit von den Regelungen für Franchising erfasst werden sollten, als sie die Voraussetzungen der Definition des Franchising-Begriffs erfüllen;
- G. in der Erwägung, dass es an branchenübergreifenden Informationen über die Funktionsweise des Franchising mangelt, da wichtige Informationen nicht schriftlich niedergelegt werden oder nur dem einem Franchisevertrag beiliegenden Begleitunterlagen entnommen werden können, die vertraulich und damit nicht öffentlich sind, und dass es auf EU-Ebene keinen Mechanismus zur Erfassung von Informationen über potenziell unlautere Vertragsbedingungen oder eine unfaire Ausführung von Verträgen gibt, weshalb es einer Plattform bedarf, die diese wichtigen Informationen enthält, um das Bewusstsein von Franchisegebern und Franchisenehmern in Bezug auf ihre Rechte und Pflichten zu stärken;
- H. in der Erwägung, dass der elektronische Geschäftsverkehr zunimmt und mehr und mehr von Verbrauchern genutzt wird und deshalb in Franchiseverträgen stärker berücksichtigt werden sollte; in der Erwägung, dass man deswegen im Kontext der Errichtung des digitalen Binnenmarkts besondere Aufmerksamkeit darauf richten sollte, inwieweit Spannungen zwischen Franchisegebern und Franchisenehmern hinsichtlich des elektronischen Geschäftsverkehrs – beispielsweise in Bezug auf das ausschließliche Recht des Franchisenehmers für ein bestimmtes geographisches Gebiet – auftreten, sowie auf die zunehmende Bedeutung von Verbraucherdaten für den Erfolg eines Franchise-Geschäftsmodells, insbesondere da die derzeitigen Franchiseverträge keine Bestimmungen über diese Fragen enthalten und deshalb Raum für unnötige Unsicherheit und Konflikte lassen;
- I. in der Erwägung, dass die Kommission unlautere Handelspraktiken als „Praktiken, die gröblich von der guten Handelspraxis abweichen, gegen das Gebot von Treu und Glauben und des redlichen Geschäftsverkehrs verstoßen und einem Handelspartner einseitig von einem anderen aufgezwungen werden,“<sup>1</sup> definiert hat;
1. ist der Auffassung, dass das Franchising vor dem Hintergrund der gegenwärtigen geringen Inanspruchnahme in der EU im Vergleich zu anderen entwickelten Volkswirtschaften für die Vollendung des Binnenmarktes im Einzelhandel eine noch bedeutendere Rolle spielen kann;
  2. hält es für wichtig, dass die Mitgliedstaaten wirksame Maßnahmen gegen unlautere Handelspraktiken im Bereich des Franchising anwenden, stellt allerdings fest, dass es immer noch eine große Divergenz und Diversifizierung unter den Mitgliedstaaten in dieser Hinsicht gibt; hält es deshalb für wichtig, dass homogene, nichtlegislative Leitlinien erstellt werden, in denen bewährte Verfahren bezüglich der Arbeitsweise des

---

<sup>1</sup> „Unlautere Handelspraktiken zwischen Unternehmen in der Lebensmittelversorgungskette“, COM(2014)0472.

Franchising im Einzelhandel dargestellt werden;

3. fordert die Kommission auf, Leitlinien für Franchiseverträge einzuführen, um so den normativen Rahmen von Franchiseverträgen besser zu gestalten, damit die Einhaltung des Arbeitsrechts sowie angemessene und hochwertige Dienstleistungen sichergestellt werden;
4. ist der Ansicht, dass angesichts der starken grenzüberschreitenden Komponente des Franchising ein einheitlicher Ansatz zur Beseitigung unlauterer Handelspraktiken auf EU-Ebene ratsam ist;
5. erkennt zwar an, dass auf einzelstaatlicher Ebene Rechtsvorschriften erlassen wurden, um Franchisenehmer zu schützen, stellt jedoch fest, dass der Schwerpunkt auf der vorvertraglichen Phase liegt, um den Franchisegebern Offenlegungspflichten aufzuerlegen; bedauert, dass in den einzelstaatlichen Systemen keine Durchsetzungsmechanismen vorgesehen sind, die die Fortsetzung der Franchisebeziehung wirksam sicherstellen;
6. betont, dass Franchisenehmer oft die schwächere Vertragspartei sind, insbesondere wenn es sich bei ihnen um KMU handelt, da die Franchise-Formel in der Regel vom Franchisegeber entwickelt wurde, und dass Franchisenehmer normalerweise finanziell schwächer und deshalb unter Umständen weniger gut informiert als der Franchisegeber und so auf das Fachwissen des Franchisegebers angewiesen sind; betont, dass Franchisesysteme in hohem Maße von der funktionierenden Zusammenarbeit zwischen dem Franchisegeber und dem Franchisenehmer abhängen, wobei zu berücksichtigen ist, dass das Franchisesystem davon abhängt, dass es von allen Beteiligten ordnungsgemäß umgesetzt wird;
7. erinnert daran, dass das Franchising ein Vertragsverhältnis zwischen zwei rechtlich eigenständigen Unternehmen darstellt;
8. betont, dass durch Regulierung das Vertrauen des Marktes in das Franchising als eine Art der geschäftlichen Tätigkeit gewahrt und gestärkt werden sollte, da Franchising für den Unternehmergeist – sowohl von Kleinstunternehmen sowie kleinen und mittleren Unternehmen, die Franchisegeber werden, als auch von Einzelpersonen, die Franchisenehmer werden – förderlich ist;
9. stellt fest, dass sich Franchisegeber auf nationaler und europäischer Ebene zur Vertretung ihrer Interessen organisiert haben, wogegen Franchisenehmer oft nicht über solche repräsentativen Organisationen verfügen, die sich für ihre kollektiven Interessen einsetzen, und weiterhin überwiegend auf individueller Grundlage tätig sind;
10. fordert die Kommission und die Mitgliedstaaten auf, einen Dialog zwischen Franchisegebern, Franchisenehmern und Entscheidungsträgern anzuregen, die Schaffung von Verbänden zur Vertretung der Franchisenehmer zu erleichtern und dafür zu sorgen, dass ihre Stimme immer dann gehört wird, wenn politische Maßnahmen oder Rechtsvorschriften, die sie betreffen können, vorbereitet werden, um eine für eine ausgewogenere Vertretung der Parteien zu sorgen; betont jedoch, dass die Mitgliedschaft in solchen Verbänden freiwillig bleiben muss;
11. betont, dass es nach wie vor nicht genügend Informationen über die Funktionsweise des

Franchising im Einzelhandel gibt, und fordert die Mitgliedstaaten auf, in Zusammenarbeit mit der Kommission und wann immer dies möglich ist Kontaktstellen für Informationen über die Probleme von Franchisegebern und Franchisenehmern zu benennen, und fordert die Kommission auf, die Sammlung von Informationen auf EU-Ebene zu verbessern, unter anderem auf Grundlage der Informationen, die von solchen Kontaktstellen bereitgestellt werden, wobei die Vertraulichkeit der auf diese Weise erhaltenen Informationen gewährleistet werden muss;

12. fordert die Kommission auf, die Funktionsweise des Franchising im Einzelhandel und insbesondere die Frage zu prüfen, ob es unlautere Vertragsbedingungen oder andere unlautere Handelspraktiken gibt, und Eurostat aufzutragen, diesem Modell Aufmerksamkeit zu widmen, wenn es statistische Informationen zu dem Sektor erhebt, und zwar ohne zusätzliche administrative oder sonstige Hindernisse für Unternehmer;
13. nimmt den vom Europäischen Franchise-Verband (European Franchise Federation – EFF) ausgearbeiteten Europäischen Verhaltenskodex für das Franchising zur Kenntnis, der ein potenziell effizientes Instrument darstellt, um bewährte Praktiken im Franchisesektor im Wege der Selbstregulierung zu fördern, weist jedoch auch darauf hin, dass der Kodex auf grundsätzliche Kritik seitens der Franchisenehmer gestoßen ist, die unter anderem darauf hinweisen, dass der Kodex vor seiner Überarbeitung im Jahr 2016 hinsichtlich der Verpflichtungen des Franchisegebers deutlichere Formulierungen enthielt; fordert Franchisegeber und Franchisenehmer dazu auf, für eine ausgewogene und faire Vertretung beider Seiten zu sorgen, um zu einer angemessenen Lösung zu gelangen;
14. bedauert jedoch, dass sich der Kodex nur auf eine kleine Minderheit von Franchiseunternehmen innerhalb der EU bezieht, da die Mehrheit der Franchiseunternehmen weder dem EFF noch den nationalen Verbänden angehört, die sich diesem angeschlossen haben, und es in manchen Mitgliedstaaten keine nationalen Verbände für Franchising gibt;
15. stellt fest, dass Bedenken darüber bestehen, dass es keinen unabhängigen Durchsetzungsmechanismus gibt, der den Europäischen Verhaltenskodex begleitet, und stellt fest, dass dieser Mangel an unabhängiger Durchsetzung in einigen Mitgliedstaaten dazu geführt hat, dass Rechtsvorschriften eingeführt wurden, mit denen unlautere Handelspraktiken im Franchising verhindert und bekämpft werden sollen;
16. erinnert daran, dass der Verhaltenskodex ein Regelwerk darstellt, das von den Franchisegebern zusätzlich zu den gesetzlich vorgeschriebenen Vorschriften akzeptiert wurde; vertritt die Auffassung, dass der Verhaltenskodex stets einen Mehrwert für jeden darstellen sollte, der sich auf die Einhaltung dieser Vorschriften einlässt;
17. ist der Auffassung, dass die Wirksamkeit des Systems der Selbstregulierung und der europäischen Supply Chain Initiative bewertet werden müssen, da die Mitgliedschaft der nationalen Franchise-Verbände eine Voraussetzung für die Beteiligung an dieser Initiative ist;
18. stellt fest, dass bei den Franchiseverträgen die Grundsätze einer ausgewogenen Partnerschaft in vollem Umfang eingehalten werden sollten, nach denen der Franchisegeber und der Franchisenehmer vernünftig und fair miteinander umgehen und Reklamationen, Beschwerden und Streitigkeiten über freimütige, transparente,

vernünftige und direkte Gespräche bereinigen müssen;

19. fordert die Mitgliedstaaten dazu auf, Beschwerden und andere relevante Informationen, die sie über eine Kontaktstelle oder in sonstiger Weise erhalten, der Kommission zu übermitteln; fordert die Kommission auf, auf der Grundlage dieser Informationen eine nicht erschöpfende Liste missbräuchlicher Vertragspraktiken auszuarbeiten, die veröffentlicht und allen Parteien zugänglich gemacht werden sollte; fordert die Kommission ferner auf, erforderlichenfalls eine Expertenplattform einzurichten, um weitere Informationen über die Franchise-Praxis im Einzelhandel, insbesondere über die Arten unlauterer Handelspraktiken, zu erhalten;
20. betont insbesondere, dass es konkreter Grundsätze bedarf, um ausgewogene vertragliche Rechte und Pflichten der Parteien zu gewährleisten, wie die Bereitstellung klarer, zutreffender und umfassender vorvertraglicher Informationen, darunter auch Informationen über die Performance der Franchise-Formel, und zwar sowohl allgemeiner Art als auch speziell für den vom Franchisenehmer ins Auge gefassten Standort, und dass Geheimhaltungspflichten klaren Beschränkungen unterliegen müssen und die Informationen in schriftlicher Form rechtzeitig vor der Unterzeichnung des Vertrags zur Verfügung gestellt werden müssen und gegebenenfalls eine Bedenkzeit nach Unterzeichnung des Vertrags eingeführt werden sollte; weist zudem darauf hin, dass der Franchisegeber dem Franchisenehmer während der Laufzeit des Vertrags gegebenenfalls eine kontinuierliche betriebliche und technische Unterstützung anbieten sollte;
21. betont, dass es gegebenenfalls einer spezialisierten Einführungsschulung und einer angemessenen Anleitung und Bereitstellung von Informationen durch den Franchisegeber für die Franchisenehmer während der Laufzeit des Vertrags bedarf;
22. erinnert an die Pflicht der Franchisenehmer, sich nach besten Kräften um das Wachstum des Franchisegeschäfts und die Wahrung der gemeinsamen Identität und Reputation des Franchisenetzes zu bemühen und hierfür loyal mit allen Partnern im Netz zusammenzuarbeiten sowie die Rechte des gewerblichen und geistigen Eigentums, die mit der Franchise-Formel verbunden sind, sowie das Wettbewerbsrecht zu achten;
23. fügt allerdings hinzu, dass Franchisegeber zuweilen von Franchisenehmern verlangen, Waren und Dienstleistungen zu erwerben, die in keinem Zusammenhang mit der Franchise-Formel stehen; ist der Auffassung, dass eine solche Auflage nicht als Teil der Pflicht der Franchisenehmer in Bezug auf die Wahrung der gemeinsamen Identität und Reputation des Franchisenetzes betrachtet werden sollten, sondern ohne Weiteres eine unlautere Handelspraxis darstellen kann;
24. betont, dass Wettbewerbsverbote klar formuliert, zumutbar und verhältnismäßig sein müssen und nicht länger gelten sollten, als dies unbedingt erforderlich ist, da insbesondere zu berücksichtigen ist, dass Franchisenehmer unter Umständen ihre Franchise-Formel ändern müssen, wenn sich ihre Nachbarschaft und damit die Nachfrage nach Waren und Dienstleistungen ändert;
25. nimmt die Probleme im Zusammenhang mit Online-Verkäufen zur Kenntnis, da diese für das Franchise-Geschäftsmodell zunehmend an Bedeutung gewinnen, jedoch nicht in traditionellen Franchiseverträgen abgedeckt werden, die die Wirkungen, die Internetverkäufe auf die darin enthaltenen Bestimmungen haben, nicht berücksichtigen;

schlägt daher vor, gegebenenfalls Bestimmungen über den Online-Vertrieb in die Franchiseverträge aufzunehmen, insbesondere in Fällen, in denen ein unausgewogenes Machtverhältnis zwischen Franchisegeber und Franchisenehmer besteht, etwa wenn es sich beim Franchisenehmer um ein KMU handelt;

26. fordert die Kommission auf, eine öffentliche Konsultation einzuleiten, um objektive Informationen zur tatsächlichen Situation im Franchise-Sektor zu erhalten, und nichtlegislative Leitlinien zu erstellen, in denen bewährte Verfahren in Bezug auf die Funktionsweise des Franchising im Einzelhandel, insbesondere in Bezug auf die neuesten technologischen Entwicklungen und Marktentwicklungen, wie Internetverkäufe, wiedergegeben werden, und diese Leitlinien bis spätestens Januar 2018 dem Parlament vorzulegen; empfiehlt der Kommission in dieser Hinsicht, eine Analyse der bestehenden Selbstregulierungsinstrumente sowie der legislativen Praktiken der Mitgliedstaaten im Bereich des Franchising im Einzelhandel vorzunehmen und ihre Ergebnisse dem Parlament zusammen mit Empfehlungen, wie der Franchise-Sektor in der EU weiterentwickelt werden kann;
27. betont, dass dem Parlament bei allen Tätigkeiten, die sich auf das Franchising im Einzelhandel beziehen, einschließlich bei der Anpassung von Verordnungen und Richtlinien im Bereich des Franchising, eine aktive Beteiligung eingeräumt werden sollte, damit ein konsequenterer und kohärenterer Regelungsrahmen erreicht wird;

### ***Wettbewerbsrecht***

28. hebt hervor, dass die Verordnung (EU) Nr. 330/2010 der Kommission vom 20. April 2010 über die Anwendung von Artikel 101 Absatz 3 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union auf Gruppen von vertikalen Vereinbarungen und abgestimmten Verhaltensweisen<sup>1</sup> in allen Mitgliedstaaten einheitlich angewendet werden muss, und bedauert, dass nicht genügend Informationen über die Anwendung dieser Verordnung vorliegen;
29. ist der Ansicht, dass die Kommission prüfen sollte, ob die Wirksamkeit dieser Verordnung durch ihre uneinheitliche Anwendung in den Mitgliedstaaten beeinträchtigt wird und ob sie, insbesondere in Bezug auf die Freistellung der nachvertraglichen Pflichten und die Einkaufsbedingungen, mit den aktuellen Marktentwicklungen im Einklang steht;
30. ist der Auffassung, dass die Kommission prüfen sollte, inwieweit die Anwendung der Verordnung mithilfe eines Bewertungsmechanismus im Rahmen des Europäischen Netzwerks der Wettbewerbsbehörden verbessert werden könnte; betont, dass inkohärente Folgemaßnahmen seitens der Kommission grenzüberschreitende Aktivitäten des Einzelhandels verhindern und nicht dazu geeignet sind, für gleiche Wettbewerbsbedingungen auf dem Binnenmarkt zu sorgen;
31. ist der Ansicht, dass eine bessere Durchführung der Verordnung auf nationaler Ebene, den Vertrieb und den Marktzugang für Unternehmen aus anderen Mitgliedstaaten verbessern und möglicherweise den Nutzen für die Endverbraucher erhöhen würde;
32. vertritt die Auffassung, dass die Kommission auch die unbeabsichtigten Auswirkungen

---

<sup>1</sup> ABl. L 102 vom 23.4.2010, S. 1.

des Wettbewerbsrechts in jedem einzelnen Mitgliedstaat untersuchen sollte;

33. fordert die Kommission auf, öffentliche Konsultationen einzuleiten und das Parlament über die Eignung des Modells zu informieren, das der künftigen Gruppenfreistellungsverordnung zugrunde liegen wird;
34. fordert die Kommission ferner auf, dafür Sorge zu tragen, dass unzulässige staatliche Beihilfen im Franchisebereich, die in Form von Steuervergünstigungen gewährt wurden, zurückgefordert werden, und bei der Durchführung der laufenden Ermittlungen Entschlossenheit zu zeigen; betont außerdem, dass die EU klarere Rechtsvorschriften über Steuervorbescheide benötigt; fordert die Kommission auf, im Falle etwaiger Verstöße im Bereich des Franchising Abhilfe zu schaffen, um den fairen Wettbewerb im Binnenmarkt sicherzustellen;
35. fordert die Kommission auf, Marktversagen zu beheben und die wirksame Bekämpfung der Steuerhinterziehung und der Steuervermeidung im Bereich des Franchising sicherzustellen;
36. fordert die Kommission auf, zu prüfen, ob eine Überarbeitung der Verordnung erforderlich ist, und in diesem Zusammenhang zu untersuchen und das Parlament darüber zu informieren, 1) wie sich der horizontale Ansatz auf die Funktionsweise des Franchising auswirkt; 2) ob das in der Verordnung zugrunde gelegte Franchisemodell auch der Marktrealität entspricht; 3) inwieweit die sogenannten „zulässigen vertikalen Beschränkungen“, also die Bedingungen, zu denen die Franchisenehmer bestimmte Waren oder Dienstleistungen beziehen, verkaufen oder weiterverkaufen dürfen, verhältnismäßig sind und mit negativen Auswirkungen auf den Markt und für die Verbraucher verbunden sind; 4) welche neuen Herausforderungen sich den Franchisegebern und Franchisenehmern im Zusammenhang mit dem elektronischen Handel und der Digitalisierung im Allgemeinen stellen; und 5) welche Marktinformationen zu neuen Trends und Marktentwicklungen im Bereich der Netzwerkorganisation und der technologischen Neuerungen vorhanden sind;
37. fordert die Kommission auf, die Vorschriften über die Durchsetzung der Verordnung durch die Mitgliedstaaten zu überarbeiten, wobei ihre Anwendung entsprechend angepasst werden sollte, damit das mit ihr verfolgte Ziel erreicht werden kann;

o

o o

38. beauftragt seinen Präsidenten, diese Entschließung dem Rat und der Kommission zu übermitteln.