

[Branchenbuch](http://branchenbuch.abendblatt.de/hamburg/)

[Singles](http://www.abendblatt.de/service/partnersuche/)

[Jobs Hamburg](http://stepstone.abendblatt.de/includes/listing/DE/pb/ASVha/home.cfm)

[Kleinanzeigen](http://kleinanzeigen.abendblatt.de/)

[Immobilien Hamburg](http://immonet.abendblatt.de/)

[Info](http://www.abendblatt.de/service/)

[Rechner](http://www.abendblatt.de/vergleichsrechner/uebersicht/article1211976/Vergleichsrechner.html)

[Shopping](http://www.abendblatt.de/shopping-hamburg/)

Nachrichten(<http://www.abendblatt.de/>) >

[studiVZ](http://www.studivz.net/hamburg)

Region(<http://www.abendblatt.de/region/>) >

[meinVZ](http://www.meinvz.net/hamburg)

Stormarn(<http://www.abendblatt.de/region/stormarn/>)

[RSS](http://www.abendblatt.de/service/unternehmen/article962474)

[/Das-Abendblatt-als-RSS-Feed.html](http://www.abendblatt.de/service/unternehmen/article962474)

[Twitter](http://www.abendblatt.de/service/article596329/Twitter-Das-Abendblatt-mit-140-Zeichen.html)

[Das-Abendblatt-mit-140-Zeichen.html](http://www.abendblatt.de/service/article596329/Twitter-Das-Abendblatt-mit-140-Zeichen.html)

[Facebook](http://www.facebook.com/pages/abendblatt)

[/121580125458?v=wall&viewas=504586349](http://www.facebook.com/pages/abendblatt)

STORMARN

"SUBWAY"

€ Die Baguette-Macher meutern

VON ALEXANDER SULANKE

22. Mai 2010, 06:00 Uhr

Ahrensburger Anwalt vertritt mehr als 100 "Subway"-Franchisenehmer. Auch ein Oldesloer zahlt keine Gebühren mehr.



Kai Schmidt, 46, vor seinem Oldesloer Laden. Er zahlt keine Franchisegebühren, damit er keinen Verlust mehr macht.
Foto: Alexander Sulanke

BAD OLDESLOE. An der Fassade leuchten sie noch. Sechs große Buchstaben, die ersten drei weiß, die anderen gelb. "Subway". Ein Schnellrestaurant nach amerikanischem Vorbild. Hinter der Fassade werden Baguettes belegt und serviert, ob ihrer Form "Submarines" genannt. U-Boote. Hinter der Fassade brodeln sie. Auch Kai

Schmidt, 46, ist wütend. Er ist Eigentümer der Filiale an der Hude in Bad Oldesloe, ihm gehören drei weitere Läden in Lübeck. Und er hat gerade Post bekommen aus Milford, Connecticut. Post aus dem Hauptquartier. Die sechs Buchstaben, sie mögen bitte umgehend erlöschen. Frist: diese Woche.

Der auf den 5. Mai datierte Brief ist der vorläufige Höhepunkt einer Meinungsverschiedenheit zweier ungleicher Partner. Auf der einen Seite Kleinunternehmer Schmidt. Als sogenannter Franchisenehmer nutzt er gegen eine Gebühr das Subway-Konzept. Auf der anderen Seite das Subway-Imperium um den Sandwich-Milliardär Fred DeLuca. Der verdient anscheinend gut an den U-Booten. Schmidt hingegen gar nichts, sagt er. Die Gebühren seien hoch, der dafür gebotene Service nicht der Rede wert. Also

hat Kai Schmidt aus Stockelsdorf vor einem Jahr beschlossen, keine Gebühren mehr zu zahlen.

Ein fertiger TV-Spot wird aus Kostengründen nicht ausgestrahlt

Er ist nicht der einzige. Viele der 430 Partner meutern. "Ihnen geht es genau wie mir", sagt Schmidt. Allein sein Anwalt, der Ahrensburger Christian Prasse, 37, vertritt nach eigenen Angaben mehr als 100 Subway-Franchisenehmer. Menschen wie Kai Schmidt, die mit ihrer Bilanz nur unzufrieden sein können. Sie sind die Leidtragenden einer Krise, die auch den gesamten Konzern in Deutschland zu betreffen scheint.

Das Geschäft mit den belegten U-Booten hat offensichtlich an Fahrt verloren. In einem Rundschreiben, das Anwalt Prasse vorliegt, begründet Subway den Verzicht auf die Ausstrahlung eines geplanten TV-Spots. Darin ist von der "Entwicklung der Zahlungseingänge der Franchisepartner" die Rede, aber auch von "aktuellen Umsatzentwicklungen". In einem internen Newsletter heißt es, "Umsätze und Umsatzrends" seien "niedrig".

Es mag die Wirtschaftskrise sein, die der Baguette-Kette zusetzt. "Sie ist aber nicht die Ursache für das Problem der Franchisepartner. Sie hat dieses Problem nur offensichtlicher gemacht", sagt Anwalt Prasse. Er macht eine Modellrechnung auf: "Ein durchschnittlicher Subway-Laden macht 6000 Euro Umsatz pro Woche. Davon muss der Franchisenehmer Personal, Ware und Miete zahlen. Unterm Strich bleiben wenige Hundert Euro übrig." Subway fordere aber 12,5 Prozent des Umsatzes. Prasse: "Das bedeutet jährlich 37 500 Euro für den Konzern und Hartz-IV-Niveau für den Partner vor Ort."

Wenn überhaupt. Ein Restaurant kann so zwangsläufig überhaupt erst ab einer Umsatzrendite von 12,5 Prozent Gewinn für seinen Besitzer abwerfen. Investitionskosten von rund 100 000 Euro für eine neuwertige Einrichtung noch gar nicht mitgerechnet.

Kai Schmidt hat von Gewinnen zuletzt nur träumen können - obwohl sein Restaurant am Lübecker Kohlmarkt gut laufe. Trotzdem: Innerhalb eines Jahres 120 000 Euro Gebührenforderung von Subway und 40 000 Euro Verlust für ihn - das stehe in keinem Verhältnis. "Wenn ich dem guten Fred nichts mehr gebe, dann komme ich gerade so über die Runden", sagt Schmidt.

Deutscher Franchise-Verband versagt Subway die Vollmitgliedschaft

Aber auch nur gerade so. Denn bei ohnehin schmaler Marge in der Baguette-Branche sind selbst volle Restaurants kein Garant für ein volles Portemonnaie. Sonderangebote oder Rabattgutscheinaktionen locken zwar Kunden. Die Betreiber seien dann aber gezwungen, die Sandwiches fast zum Selbstkostenpreis abzugeben. "In so einem Fall ist jeder Euro Umsatz für Subway ein guter, für mich als Restaurantbetreiber aber nicht", sagt Schmidt.

Ein Jahr lang habe Subway nach Einstellung der Zahlungen so getan, als ob nichts geschehen sei, berichtet Schmidt. Er vermutet, dass die Firma an den Rohstoffen, die er bei festgelegten Händlern habe einkaufen müssen, immer noch gut verdient habe. Seit April wird der Stockelsdorfer nicht mehr beliefert. Er hat sich nach neuen Lieferanten umgesehen. "Manche Zutaten bekomme ich jetzt billiger", sagt er. Deutschland-Chef Marty Adomat auf Anfrage: "Der Wareneinkauf erfolgt über eine unabhängige Einkaufsorganisation, die sich als Non-Profit-Organisation im Besitz der Franchise-Partner befindet. Als Unternehmen profitiert Subway nicht vom Warenfluss."

Rechtsanwalt Christian Prasse, der sich seit Jahren mit Franchising beschäftigt und das Geschäftsmodell an sich grundsätzlich gut findet, wirft unterdessen die Frage auf, ob das System Subway diesen Namen überhaupt verdiene. "Den Partnern wird gezeigt, wo sie ihre Ladeneinrichtung kaufen müssen, wo sie einkaufen müssen und wie sie ein Sandwich belegen", sagt er. Zur Franchising-Philosophie gehöre aber auch die ständige Unterstützung der Partner durch Beratung, durch Werbung, durch eine regionale Anpassung der Angebote. "Dafür gibt es bei anderen Unternehmen einen riesengroßen Bereich. Bei Subway ist es eher ein Kontroll- und Inkassobereich", sagt Prasse.

Darüber hinaus kritisiert er 20 Seiten dicke Franchiseverträge, die er für unübersichtlich hält. Zumal er der Auffassung ist, dass das mehr als 100-seitige, mit Anweisungen und Vorschriften gespickte Betriebshandbuch für die Franchisenehmer eigentlich auch als Vertragsbestandteil anzusehen sei. "Dann wird's erst recht unübersichtlich", sagt er.

Die Verträge sind in der Vergangenheit auch ein Thema für den Deutschen Franchiseverband gewesen. Der hat Subway die Vollmitgliedschaft versagt. Sprecherin Pascale Taube: "Bei uns gibt es einen System-Check. Das ist so eine Art TÜV. Da werden Prozesse und Leistungen überprüft. Und - ganz wichtig: die Zufriedenheit der Franchisenehmer." Subway habe nicht bestanden.

Kai Schmidt, der seine Restaurants vor vier Jahren als Kapitalanlage gekauft hat, hofft nun, dass es Christian Prasse gelingt, bessere Verträge für ihn und seine Leidensgenossen durchzusetzen. Denn er will weitermachen. Die sechs Buchstaben an der Fassade nimmt er erst mal nicht ab.