

Streit ums Sandwich

Die Imbisskette Subway hat Ärger mit ihren Wirten

VON CHRISTIAN SIEDENBIEDEL

Bei den Kunden hat die amerikanische Sandwich-Kette Subway einen besseren Ruf als McDonald's. Sandwiches, in Sichtweite der Besucher frisch zubereitet, dazu Wraps und Salate – das gilt vielen als die charmantere Form von Fastfood.

Das 1965 in Amerika von dem damals 17 Jahre alten Fred DeLuca gegründete Unternehmen hat sich auch in Deutschland stark ausbreitet. 686 Restaurants gibt es hierzulande mittlerweile; bis 2011 sollen es sogar 1500 sein.

Weniger zufrieden sind offenbar viele Restaurantbetreiber, die das Konzept als Franchisenehmer von Subway übernommen haben. Sie klagen über rücksichtslose Lizenzverträge – und fühlen sich über den Tisch gezogen.

So wie Thilo Fritzsche aus Stade bei Hamburg. Seit Mitte 2005 betreibt er in der Fußgängerzone der Kleinstadt ein Subway-Restaurant. Tolle Umsätze habe man ihm versprochen, erzählt er. Jetzt steht er mit 185 000 Euro Schulden da, weil das Ganze nicht lief. Schuld ist Subway, meint er – weil die ihn vorher falsch beraten und später nicht im Geringsten unterstützt hätten.

Er ist kein Einzelfall. Viele dieser Streitigkeiten enden derzeit vor Gericht. „Etwa 100 der Subway-Betreiber haben Kontakt zu mir aufgenommen“, sagt Rechtsanwalt Christian Prasse aus Ahrensburg in Schleswig-Holstein. 45 hätten ihn bereits fest beauftragt, sie vor Gericht gegen Subway zu vertreten.

Vor mehreren Oberlandesgerichten haben die Kritiker bereits gegen Subway gewonnen. Jetzt steht eine Entscheidung des Bundesgerichtshofes an. „Der wichtigste Punkt ist, ob die Lizenzverträge mit Subway überhaupt rechtswirksam sind“, sagt Prasse.

Zumindest in den älteren Verträgen ist unter anderem eine Kuriosität vereinbart: Streitigkeiten zwischen Subway und seinen Restaurant-Betreibern müssen vor einem Schiedsgericht in New York nach

Lichtensteiner Recht ausgetragen werden. Prasse hält das für unzulässig; mehrere Oberlandesgerichte sind seiner Auffassung gefolgt.

„Wenn der Bundesgerichtshof uns jetzt in dieser Frage recht gibt, wird das eine große bundesweite Klagewelle gegen Subway auslösen“, prophezeit der Anwalt.

Zu murren haben die Restaurant-Betreiber nämlich viel. Schon bei der Suche nach neuen Lizenznehmern gehe das Unternehmen zu furchtbar und informiere zu wenig über die Risiken.

Die Standortanalysen, die Subway ihnen erstellt habe, seien oft mangelhaft, sagen die Kritiker. Häufig stelle sich heraus, dass ein Restaurant schon aufgrund der schlechten Lage gar nicht laufen könne. Später gebe es dann kaum Unterstützung in Marketing und Management. „Subway ist ein reines Inkassobüro“, machte ein Franchisenehmer aus Norddeutschland seinem Unmut Luft.

Zu allem Überfluss verlangt Subway auch noch vergleichsweise hohe Gebühren. 12,5 Prozent des Netto-Umsatzes müssen die Restaurant-Betreiber jedes Jahr an die Zentrale abführen, einschließlich ei-

ner Gebühr für Werbung. Auch wenn das Unternehmen behauptet, damit liege man im Mittelfeld – die Kritiker sind sich sicher: „Das ist deutlich mehr als bei McDonald's oder Burger King.“

Mit Kritik spart auch der Deutsche Franchise-Verband nicht. Mehrmals weigerte er sich, Subway überhaupt in seine Reihen aufzunehmen. Schließlich hatten im Herbst 2006 bei einer Befragung mehr als die Hälfte der Subway-Betreiber angegeben, sie seien insgesamt unzufrieden.

Jetzt hat der Verband Subway aufgenommen. Allerdings nur als vorläufiges Mitglied, wie Verbandsgeschäftsführer Torben Brodersen am Freitag verkündete. Neuere Befragungen hätten Fortschritte gezeigt – trotzdem gibt es eine Auflage: In sechs Monaten müssen die Restaurant-Betreiber noch einmal befragt werden. Und sich dann wesentlich zufriedener äußern.

Eine Chance haben sie: Seit drei Wochen hat das Unternehmen einen neuen Deutschlandchef, Michael Pokorski. Er verkündet als eines seiner wichtigsten Ziele die „verstärkte Unterstützung der Franchisepartner“.