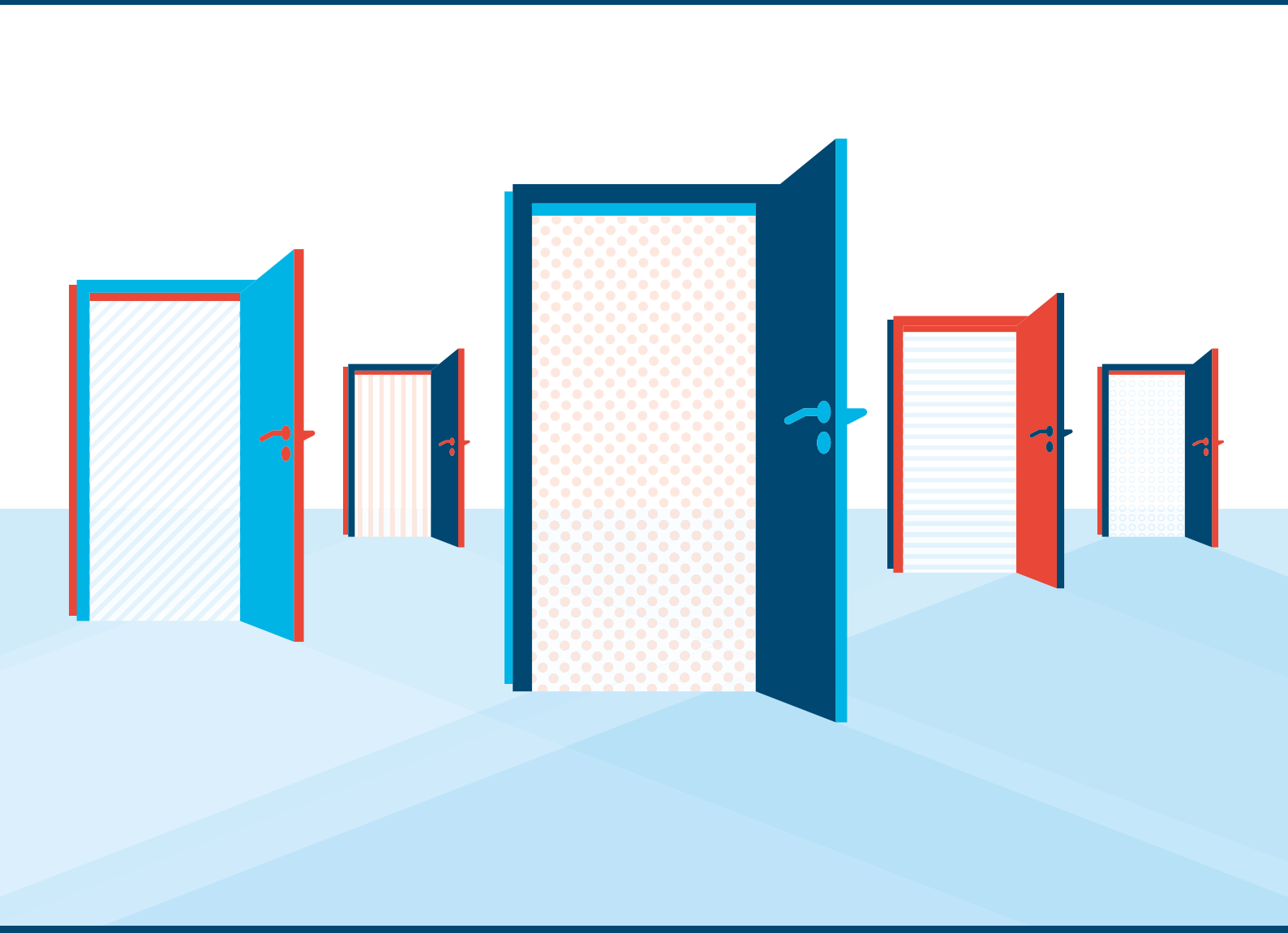
DEUTSCHER FRANCHISEVERBAND

QUALITÄTSSYSTEME VEREINT.



FRANCHISERATGEBER 21/22

Perspektive Selbstständigkeit

INHALT

5 **Vorwort**

6 FRANCHISING – THEMEN UND FAKTEN

8 **Definition Franchising**

9 **Perspektive Franchising**

10 **Checkliste für angehende Franchisenehmer**

12 **Vorvertragliche Aufklärung**

13 **Der Franchisevertrag – Checkliste für Franchisenehmer**

16 **Der Franchisevertrag**

18 **Die Digitalisierung der Knowhow-Dokumentation im Franchising**

19 **Einfacher gründen mit den Bürgschaftsbanken**

22 DER DEUTSCHE FRANCHISEVERBAND UND SEINE SERVICES

24 **Aufgaben und Ziele des Deutschen Franchiseverbandes**

27 **Vollmitglied? Nur mit Systemcheck!**

28 **Vorteile der Mitgliedschaft**

29 **Das passende Franchisesystem finden**

30 **Die FRANCHISEconnect – unser Verbandsmagazin**

32 **Praxisorientierte Bildungsangebote im Franchising**

33 **Streitschlichtung beim Deutschen Franchiseverband**

34 **Oft gestellte Fragen**

38 **Ihre Ansprechpartner im Deutschen Franchiseverband**

40 VOLLMITGLIEDER IM ÜBERBLICK

56 ASSOZIIERTE MITGLIEDER, EXPERTEN UND FÖRDERER

58 **Assoziierte Mitglieder**

64 **Experten**

68 **Förderer**

IMPRESSUM

Deutscher Franchiseverband e. V.
Luisenstraße 41
10117 Berlin

www.franchiseverband.com

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung männlicher und weiblicher Sprachformen verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.

VORWORT

Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Gründungsinteressenten,

der eigene Chef zu sein, ist für viele ein lang gehegter Wunsch. Um der Selbstständigkeit auch ganz praktisch näherzukommen, ist Franchising eine ebenso sinnvolle wie erfolgversprechende Gründungsvariante – stellt sie doch eine moderne und innovative Form der Unternehmenskooperation dar. Dass sie stetig an Bedeutung gewinnt und sich kontinuierlich weiterentwickelt, spricht zudem für dieses Geschäftsmodell. Auch und gerade in der Krise hat sich Franchising als äußerst widerstandsfähig gezeigt – das wundert nicht, denn schließlich steht der Franchisenehmer auch in herausfordernden Zeiten nicht allein da, kann sich also auf den Support seines Franchisegebers verlassen.

Fest steht: Als ein auf Partnerschaft basierendes, kooperierendes Geschäftsmodell bietet Franchising eine enorme Erfolgsperspektive. Als vollwertiger Teil eines Franchisesystems selbstständig zu sein, hat den Vorteil, sich an eine bestehende Geschäftsidee anzukoppeln und den bereits erprobten Weg weiterzugehen und mitzu prägen. In Form einer kooperativen Partnerschaft auf Augenhöhe ermöglicht Franchising Unternehmertum und Selbstständigkeit mit einem Maximum an Sicherheit.

Was Gründungsinteressenten in Bezug auf Knowhow, Weiterbildung, Vertrag und Finanzierung schon im Vorfeld wissen sollten, darüber informiert dieser Franchiseratgeber.

Und auch bei der Entscheidung für das passende Franchisesystem soll er Hilfestellung geben, sind doch die im Verband organisierten Systeme hier gelistet.

Wer darüber hinaus Experten zu Rate ziehen möchte, dem seien die assoziierten Berater und Anwälte empfohlen – eine entsprechende Übersicht ist in diesem Ratgeber ebenfalls enthalten.

Wir laden herzlich ein, den Franchiseverband als Informationstool zu nutzen – schließlich gibt es rund um professionelles Franchising viel zu erfahren. Ganz gleich, ob über diesen Ratgeber, den ausführlichen und stets aktuellen Webauftritt unter → **www.franchiseverband.com** oder auch persönlich bei einer der vielen physischen oder digitalen Gründungsveranstaltungen, auf denen wir vertreten sind. Wir sind in jedem Fall gern da und freuen uns, Ihnen so Perspektiven für eine erfolgreiche Zukunft im Franchising geben zu können.

Lassen Sie sich von diesem Ratgeber und den zahlreichen spannenden Gründerbeispielen inspirieren. In diesem Sinne wünschen wir Ihnen eine informative Lektüre und viel Erfolg für Ihre Selbstständigkeit!

Ihr

Kai Enders
Präsident

FRANCHISING
THEMEN UND FAKTEN

DEFINITION FRANCHISING

Franchising ist ein auf Partnerschaft basierendes Geschäftsmodell. Dabei übernimmt der Franchisenehmer gegen Zahlung von Gebühren an den Franchisegeber ein bestehendes Franchisekonzept und setzt dieses vor Ort um. Der Franchisenehmer ist dabei ein rechtlich selbstständiger und eigenverantwortlich tätiger Unternehmer.

Ein Franchisesystem ist ein kooperatives, arbeitsteiliges und straffes Vertriebssystem, das auf Multiplikation und strukturelle Expansion setzt. Als solches weist es folgende Merkmale auf:

Ein **Absatzsystem** im Franchising besteht aus dezentralen Vertriebsstellen, d. h., der Vertrieb wird nicht vom Franchisegeber reguliert, sondern von den jeweiligen Franchisenehmern vor Ort gesteuert. Das franchisespezifische Absatzsystem ermöglicht zudem eine systematische Potenzialausschöpfung. Dadurch, dass der Vertrieb dem Franchisenehmer obliegt, der die Nachfrage in seinem Gebiet am besten kennt, wird dieser von Standort zu Standort gesteuert; die Marktmasse bleibt flexibel.

Zu den **Leistungen des Franchisegebers** gehören u. a. das Erstellen von Beschaffungs-, Absatz- und Organisationskonzepten sowie der Betriebsaufbau, die Ausbildung der Partner, ihre laufende aktive Unterstützung und die ständige Weiterentwicklung des Systems.

Die **Leistungen des Franchisenehmers** setzen sich zusammen aus seinem Arbeits- und Kapitaleinsatz sowie den Markt- und Erfolgsinformationen, die er der Systemzentrale zur professionellen Auswertung übermittelt.

Rechtlicher Status: Sowohl der Franchisegeber als auch der Franchisenehmer sind selbstständige Unternehmer. Sie arbeiten in eigenem Namen und auf eigene Rechnung. Der Franchisegeber hat lediglich richtlinienähnliche Kompetenzen, die es ihm ermöglichen, systemkonformes Verhalten durchzusetzen.

Die **Organisation eines Franchisesystems** zeichnet sich zum einen durch seine vertikale Struktur aus, d. h., der Franchisegeber erstellt und überlässt dem Franchisenehmer das bewährte Geschäftskonzept, das wiederum dessen unternehmerischen Erfolg sichert. Für Franchisegeber und Franchisenehmer bedeutet dies eine faire Erfolgsbeteiligung. Zum anderen zeichnet sich die Organisation durch eine komplementäre Arbeitsteilung aus, die eine gruppeninterne Spezialisierung ermöglicht: Jeder konzentriert sich auf das, was er am besten kann. Der Franchisegeber hat eine richtlinienähnliche Kompetenz inne, die das systemkonforme Verhalten aller Beteiligten ermöglicht. Die Selbstständigkeit des Franchisenehmers wird dadurch nicht berührt.

Das **einheitliche Auftreten** des Systems stärkt nicht nur das Gesamterscheinungsbild, sondern auch die Marke und das Image des Systems; zudem wird der Bekanntheitsgrad gesteigert. Der homogene Auftritt und das Image des Franchisesystems sind wesentliche Erfolgsfaktoren und tragen erheblich zum Wir-Gefühl von Franchisegeber und Franchisenehmer bei.

Die **vertragsrechtliche Bindung der Partner** ist grundsätzlich auf eine nachhaltige Zusammenarbeit ausgerichtet. Diese Dauerhaftigkeit schützt einerseits Franchisegeber und Franchisenehmer vor einer kurzfristigen ordentlichen Kündigung. In den meisten Fällen bedeutet gerade für den Franchisenehmer eine solche Kündigung den Entzug der Existenzgrundlage. Während der fest vereinbarten Laufzeit ist daher für beide Seiten nur eine fristlose Kündigung aus wichtigem Grund möglich. Eine lange Vertragslaufzeit ermöglicht dem Franchisegeber die längerfristige Planung des gesamten Systems. Dem Franchisenehmer ermöglichen lange Vertragslaufzeiten die nachhaltige Existenzsicherung und die Erwirtschaftung des eigenen Kapitaleinsatzes. Dem Franchisenehmer dient der – zuvor mit dem Franchisegeber abgestimmte – Verkauf seines Unternehmens als Altersvorsorge.

PERSPEKTIVE FRANCHISING

FRANCHISESYSTEME

Ein Franchisesystem besteht aus einem erfahrenen Unternehmer, der seine Geschäftsidee entsprechend weitergibt. In Deutschland gibt es rund 930 Franchisesysteme, die diese Kooperationsform anbieten. Mit etwa 138.748 Franchisepartnern, 749.198 Beschäftigten und einem Umsatz von knapp 135 Milliarden Euro im Jahr 2020 stellen Franchiseunternehmen einen enormen Wirtschaftsfaktor dar.

FRANCHISEGEBER

Neben dem Franchisevertrag ist das Franchisehandbuch die Basis für eine erfolgreiche Franchisepartnerschaft. Während der Vertrag für alle beteiligten Parteien geltende Rahmenbedingungen regelt, dient das Handbuch als Leitfaden und gesammeltes Knowhow-Tool, mit dem der Systemgeber als eine Art Mentor auftritt – ergänzt natürlich um die kontinuierliche auf Partnerschaft basierende Zusammenarbeit.

FRANCHISENEHMER

Franchising ist eine clevere Art der Selbstständigkeit, schließlich muss der selbstständige Unternehmer als Franchisenehmer kein Alleskönner sein. Er kann sich vor Ort komplett für den Kunden einsetzen. Tiefergehende unternehmerische Aufgaben übernimmt der Konzeptgeber. Eine Zusammenarbeit, von der alle Beteiligten profitieren.

Doch bevor sich Gründungsinteressierte entscheiden, sollten sie Franchisesystem sowie Geschäftskonzept für eine solche Partnerschaft sorgfältig prüfen und sich bestmöglich über den Franchisegeber informieren. Hilfreiche Empfehlungen und Checklisten stellt der Franchiseverband zur Verfügung.

WAS MAN WISSEN SOLLTE …

Franchising ist die Partnerschaft zweier selbstständiger Unternehmer. Das Geschäftsmodell bietet zweifelsohne vielfältige Vorteile für beide Parteien. Doch: Nicht jeder ist für eine Selbstständigkeit im Franchising geschaffen. Gründungsinteressierte sollten ihre Entscheidung daher bewusst treffen und Folgendes bedenken:

Rascher Markteintritt: Die bestehende, etablierte Marke erleichtert den Markteintritt. Zudem unterstützt der Franchisegeber aktiv bei der Gründung.

Minimiertes Gründungsrisiko: Der Franchisenehmer profitiert vom Knowhow des Franchisegebers. Gründungsfehler können so reduziert werden.

Ausgereifte Marketingstrategie: Während Einzelkämpfer selbst aktiv werden müssen, können sich Franchisenehmer auf die Professionalität der Systemzentrale verlassen.

Einkaufsvorteile: Als Teil eines Franchisesystems kann von besonderen Konditionen und Einkaufsvorteilen profitiert werden.

Gemeinsam stark unter einem Markendach: Teil eines Franchisesystems zu sein, erhöht die Verhandlungsposition bei der Beschaffung von Fremdkapital. Das Unternehmerrisiko ist deutlich minimiert.

Das Wesentliche im Fokus: Der Franchisenehmer konzentriert sich auf seine Kernkompetenzen. Weiterentwicklung, Vermarktung etc. übernimmt der Franchisegeber.

An Spielregeln halten: Franchisenehmer sind Teil eines bestehenden Systems. Damit verfügen sie über einen vorab definierten Verhaltensspielraum.

Teil eines Systems: Dazu gehört auch, regelmäßig entsprechende Gebühren an den Konzeptgeber zu entrichten.

Alle für einen, einer für alle: Das gilt im Positiven wie im Negativen. Wenn der Ruf der Marke beschädigt wird, betrifft dies zwangsläufig alle Franchisepartner.

Fest steht: Nicht jeder ist für eine Selbstständigkeit im Franchising gemacht. Wer auf Unabhängigkeit und Eigenständigkeit setzt, sollte den individuellen Gründungsweg wählen.

Hilfreiche Empfehlungen und Checklisten stellt der Franchiseverband zur Verfügung.

CHECKLISTE
FÜR ANGEHENDE FRANCHISENEHMER

Franchiseunternehmen bieten Gründern vielfältige Vorteile. Bevor Sie sich entscheiden und den Vertrag unterzeichnen, sollten Sie das Franchisesystem und das Geschäftskonzept sorgfältig überprüfen und sich bestmöglich über den Franchisegeber informieren. Jeder erfolgs- und partnerschaftlich orientierte Franchisegeber wird Ihnen gern Informationen über sich und sein Unternehmen geben. Denn Transparenz steht für Franchisesysteme an oberster Stelle. Das sind die wichtigsten Fragen, die Sie mit dem zukünftigen Franchisegeber klären sollten:

CHECKLISTE

Basisfragen

- ◯ Passen die Idee, das Produkt, die Dienstleistungen und das Franchisesystem zu mir?
- ◯ Ist Erfahrung bzw. eine Vorqualifikation zum Betreiben des Franchise erforderlich?
- ◯ Welche Schulungen bietet der Franchisegeber vor und nach Beginn der Selbstständigkeit an?
- ◯ Steht der Franchisegeber mit Rat und Tat in der Gründungsphase und auch während der Franchisepartnerschaft zur Seite?
- ◯ Wie ist die Unterstützung des Franchisegebers bei der Betriebsvorbereitung ausgestaltet?
- ◯ Wie ist das sogenannte Franchisepaket (bspw. laufende Service- und Unterstützungsleistungen, Schulungen, IT-Infrastruktur, Marketing) ausgestaltet?
- ◯ Spiegelt der Franchisevertrag die Äußerungen der vorvertraglichen Aufklärung wider?
- ◯ Weist der Franchisegeber die Eintragung von gewerblichen Schutzrechten (Marke, Warnzeichen, Dienstleistungsmarke, Wort-/Bildzeichen, Patente etc.) nach?
- ◯ Existiert ein Franchisehandbuch bzw. eine Knowhow-Dokumentation?
- ◯ Gibt es im System institutionalisierte Franchisenehmer-Gremien (Franchisebeiräte, Erfahrungsaustauschgruppen, Ausschüsse etc.)?

Alleinstellungsmerkmal und Wettbewerbsvorteil:

- ◯ Wie ist die Stellung von Produkten und/oder Dienstleistungen im Markt?
- ◯ Wie grenzen sich die Produkte und/oder Dienstleistungen vom Wettbewerb ab (Alleinstellung)?
- ◯ Gibt es rechtliche Verbote und/oder Hindernisse?

Ausgangslage des Franchisesystems:

- ◯ Zeitraum der Markt- bzw. Branchenerfahrung?
- ◯ Gibt es einen Pilotbetrieb?
- ◯ Zeitraum der Franchiseerfahrung?
- ◯ Wie viele Franchisenehmer gibt es?
- ◯ Wie lange sind die Franchisenehmer bereits im Franchisesystem tätig?
- ◯ Ist der Franchisegeber Mitglied im Deutschen Franchiseverband?
- ◯ Ist der Franchisegeber Vollmitglied im Deutschen Franchiseverband?
- ◯ Wenn Vollmitglied, wird die Franchisepartner-Zufriedenheitsanalyse offengelegt?
- ◯ Legt der Franchisegeber seine Partnerliste offen und ermöglicht Ihnen so den Kontakt zu seinen Franchisenehmern?

Bereitstellung von Daten:

- ◯ Werden – auch in anonymisierter Form – Vergleichszahlen von bestehenden Franchisebetrieben zur Verfügung gestellt?
- ◯ Werden Zahlen vom Pilotbetrieb zur Verfügung gestellt?
- ◯ Wie setzt sich die Investitionssumme zusammen?
- ◯ Was ist in der Eintritts- und der laufenden Franchisegebühr enthalten?
- ◯ Welche zweckgebundenen Gebühren gibt es (bspw. Marketing- und Werbegebühr)?
- ◯ Werden Marktdaten zur Verfügung gestellt?

Der Weg in die Selbstständigkeit:

- ◯ Gibt es Unterstützung bei der Standortwahl?
- ◯ Gibt es Vergleichszahlen für die Erstellung eines Businessplans und einer Standortanalyse?
- ◯ Gibt es ein Rücktrittsrecht bei Nichtfinden eines geeigneten Standorts?
- ◯ Wer ist Pächter und wer Verpächter?
- ◯ Welche Möglichkeiten der Förderung von Fremdfinanzierung gibt es?
- ◯ Welche Unterstützungsleistung – auch in Form von Zurverfügungstellung von Daten – gibt es im Rahmen der Unternehmensgründung?

Fragen, die interessant sein könnten:

- ◯ Ist das Franchise für eine Nebentätigkeit oder eine Hauptexistenz ausgelegt?
- ◯ Gibt es einen Gebietsschutz?
- ◯ Bekomme ich weitere Franchiseoptionen für weitere Standorte?
- ◯ Gibt es eine Regelung für die Nachfolge?
- ◯ Gibt es eine Vertragsverlängerungsoption?
- ◯ Wie werden eventuelle Streitigkeiten geregelt (bspw. Mediation beim Deutschen Franchiseverband)?

Weitere Informationen unter
→ **www.franchiseverband.com**

VORVERTRAGLICHE AUFKLÄRUNG

Grundsätzlich ist jede Vertragspartei selbst dafür verantwortlich, sich über die allgemeinen Marktverhältnisse und die daraus resultierenden Risiken zu informieren. Der Franchisenehmer hat als wirtschaftlich selbstständiger Unternehmer wie jeder andere Geschäftsmann die mit dem Abschluss des Franchisevertrages verbundenen wirtschaftlichen Risiken selbst zu tragen. Um diese Risiken realistisch einschätzen zu können, muss der Franchisegeber den potenziellen Franchisenehmer aber vor dem Vertragsschluss über solche Umstände aufklären, die allein dem Franchisegeber bekannt sind und von denen er weiß oder wissen muss, dass sie die Entscheidung des potenziellen Franchisenehmers über den Vertragsschluss beeinflussen können. Hierzu ist der Franchisegeber gesetzlich verpflichtet. Denn bereits durch die Aufnahme der Vertragsverhandlungen entsteht ein vorvertragliches Vertrauensverhältnis mit gegenseitigen Schutzpflichten (§§ 311 Abs. 2, 241 Abs. 2 Bürgerliches Gesetzbuch).

Die Bedeutung der vorvertraglichen Aufklärungspflichten darf nicht unterschätzt werden. Denn falls der Franchisegeber nicht oder nur unvollständig über die für den Vertragsschluss relevanten Umstände aufklärt und der Franchisenehmer den Vertrag bei ordnungsgemäßer Aufklärung nicht geschlossen hätte, besteht ein Schadensersatzanspruch des Franchisenehmers. Schlimmstenfalls ist das gesamte Franchiseverhältnis aufzuheben und rückabzuwickeln. Auch ist dann dem Franchisenehmer der Vertrauensschaden zu ersetzen: Der Franchisenehmer ist so zu stellen, wie er ohne die fehlerhafte Aufklärung gestanden hätte. Das bedeutet, dass die Einstiegsgebühr und die laufenden Franchisegebühren sowie sämtliche Kosten und Aufwendungen – allerdings abzüglich etwaiger Gewinne des Franchisenehmers – zurückzuerstatten sind.

Das Gesetz regelt jedoch nicht den konkreten Umfang der vorvertraglichen Aufklärungspflichten, wodurch bei der praktischen Umsetzung erhebliche Schwierigkeiten entstehen. Hinweise für den Umfang der Aufklärungspflichten ergeben sich in erster Linie aus den Entscheidungen der Oberlandesgerichte. Über viele Jahre legten die Gerichte den Fokus auf wirtschaftliche Selbstständigkeit des Franchisenehmers: Sie betonten, dass die Erstellung einer Kalkulationsgrundlage zur Einschätzung des geschäftlichen Risikos eine ureigene Aufgabe des Franchisenehmers sei. Lange war es deshalb einhellige Auffassung, dass keine überhöhten Anforderungen an die Aufklärung durch den Franchisegeber gestellt werden dürften, weil der Franchisegeber kein Existenzgründungsberater des Franchisenehmers sei. Seit der Entscheidung des Oberlandesgerichts Hamm (Urteil vom 22.12.2011, Az. 19 U 35/10) ist hingegen eine gegenläufige Tendenz erkennbar, wonach die Anforderungen an die Aufklärungspflichten verschärft werden.

Die Richtlinie zur vorvertraglichen Aufklärung des Deutschen Franchiseverbandes, die exklusiv für dessen Mitglieder erarbeitet wurde, soll daher Franchisegebern Mindestanforderungen für die vorvertragliche Aufklärung ihrer Franchiseinteressenten an die Hand geben. Den Franchisegebern soll deshalb ein praxistaugliches Instrument zur Verfügung gestellt werden, um sich einen Überblick über die zu erbringenden Informationen zu verschaffen. Die Richtlinie stellt die Mindestanforderungen an die vorvertragliche Aufklärung dar, jedoch erhebt diese keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

Für den Franchiseinteressenten bedeutet dies: Plant er, sich unter dem Dach eines im Verband organisierten Unternehmens selbstständig zu machen, kann er von der Einhaltung der Richtlinie zur vorvertraglichen Aufklärung ausgehen.

DER FRANCHISEVERTRAG – CHECKLISTE FÜR FRANCHISENEHMER

Es ist so weit: Sie sind bereit, sich mit einem starken Partner an Ihrer Seite als Franchisenehmer selbstständig zu machen. Dann ist es an der Zeit, sich dem Vertraglichen zuzuwenden. Der Deutsche Franchiseverband hilft dabei mit einem detaillierten Fragebogen zum Franchisevertrag.

Beachten Sie allerdings, dass die Fragen nur ergänzend herangezogen werden sollten. Entscheidend bleibt eine Beratung durch einen versierten und im Franchising erfahrenen Rechtsanwalt. Bei der Suche nach den passenden Ansprechpartnern nutzen Sie einfach die Liste am Ende dieses Ratgebers oder den Expertenfinder unter → **www.franchiseverband.com**

Beantworten Sie die Fragen überwiegend mit JA, sind Sie einer Selbstständigkeit als Franchisenehmer einen wichtigen Schritt nähergekommen.

FRANCHISEVERTRAG

Jeder Franchisevertrag sollte auf das jeweilige Franchisesystem zugeschnitten sein. Es gibt aber bestimmte Regelungen, die in allen Franchiseverträgen enthalten sein sollten. Dabei dürfen die Bestimmungen des Franchisevertrages zum einen den Franchisenehmer nicht unangemessen benachteiligen und müssen zum anderen klar und verständlich formuliert sein, um dem Transparenzgebot zu genügen. Diese Themenbereiche werden in der Regel bei der Abfassung von Franchiseverträgen von Bedeutung sein. Wobei zu beachten ist, dass nicht alle Bereiche zwingender Bestandteil der Verträge sein müssen, sondern es auf das jeweilige Franchisesystem ankommt (bspw. verfügen manche Systeme nicht über Geschäftslokale oder schalten keine überregionale Werbung).

DER FRANCHISEVERTRAG – CHECKLISTE FÜR FRANCHISENEHMER (TEIL 1 VON 2)

Präambel

Sind die Grundlagen des Franchisesystems benannt (Charakteristika des Systems und Unternehmensphilosophie)? ◯ Ja ◯ Nein

Vertragsgegenstand

Werden die Leistungen des Franchisegebers benannt? ◯ Ja ◯ Nein

Werden die gewerblichen Schutzrechte des Franchisesystems (Marke/Domain) benannt und als Kopie beigefügt? ◯ Ja ◯ Nein

Vertragsgebiet | Geschäftslokal

Wenn ein Gebietsschutz vereinbart wird: Sind die Grenzen genau festgelegt? ◯ Ja ◯ Nein

Gibt es Unterstützung von Seiten des Franchisegebers bei der Standortauswahl? ◯ Ja ◯ Nein

Ist im Franchisevertrag geregelt, wer Pächter des Geschäftslokals sein soll? ◯ Ja ◯ Nein

Falls das Geschäftslokal vom Franchisegeber gemietet wird, sind Franchisevertrag und Unterpachtvertrag aufeinander abgestimmt (z. B. Laufzeit, Kündigungsgründe)? ◯ Ja ◯ Nein

Pflichten des Franchisegebers

Sind die Pflichten des Franchisegebers aufgelistet? ◯ Ja ◯ Nein

Gibt es ein Franchisehandbuch – dokumentiert dies das Knowhow des Franchisesystems und lässt insgesamt erkennen, wie Sie Ihr Franchise-Outlet betreiben können? ◯ Ja ◯ Nein

Fortsetzung auf der nächsten Seite →

DER FRANCHISEVERTRAG – CHECKLISTE FÜR FRANCHISENEHMER (TEIL 2 VON 2)

Hat sich der Franchisegeber zur ständigen Weiterentwicklung des franchisespezifischen Knowhows und der Handbücher verpflichtet? ◯ Ja ◯ Nein

Werden Schulungsmaßnahmen (Erstschulung, laufende Schulungen) durchgeführt? ◯ Ja ◯ Nein

Wareneinkauf/-verkauf bei Bezugsverpflichtung

Besteht die Möglichkeit, Vertragsprodukte, die nicht vom Franchisegeber oder von dem vom Franchisegeber benannten Lieferanten angeboten werden, zu kaufen? ◯ Ja ◯ Nein

Besteht auch die Möglichkeit, frei gewählte Diversifikationsprodukte im geringen Umfang abzusetzen (bis zu 20 %)? ◯ Ja ◯ Nein

Ist der Umfang der Bezugsbindung im Franchisevertrag oder im Anlageverzeichnis zum Franchisevertrag konkretisiert? ◯ Ja ◯ Nein

Haben Sie den Eindruck, dass die Einkaufskonditionen des Franchisegebers im Vergleich mit denen auf dem Markt wettbewerbsfähiger sind? ◯ Ja ◯ Nein

Pflichten und Rechte des Franchisenehmers | Zahlungsverpflichtung

Sind die Pflichten des Franchisenehmers aufgelistet? ◯ Ja ◯ Nein

Handelt der Franchisenehmer im eigenen Namen und auf eigene Rechnung? ◯ Ja ◯ Nein

Ist in dem Franchisevertrag ausdrücklich geregelt, dass dem Franchisenehmer gegenüber den Endabnehmern die Preisbildungsfreiheit zusteht? ◯ Ja ◯ Nein

Hat der Franchisenehmer die Möglichkeit, eigenständige Personalentscheidungen zu treffen? ◯ Ja ◯ Nein

Sind die vom Franchisenehmer zu zahlenden Gebühren (z. B. Eintrittsgebühr, Franchisegebühr, Werbe- oder Marketinggebühr) vertraglich festgelegt? ◯ Ja ◯ Nein

Gibt es die Bestimmung, zu wann die Gebühren zur Zahlung fällig sind? ◯ Ja ◯ Nein

Sind die Gebühren angemessen, d. h., stehen diese in einem angemessenen und ausgewogenen Verhältnis zum Knowhow und zu den Systemeingliederungsleistungen sowie zu den im Franchisevertrag festgelegten laufenden Leistungen des Franchisegebers? ◯ Ja ◯ Nein

Haben Sie darauf geachtet, dass es keine unangemessene Vertragsstrafe bei Zuwiderhandlungen gibt? ◯ Ja ◯ Nein

Werbung

Wird eine monatliche Werbegebühr verlangt und wird diese zweckbestimmt verwandt? ◯ Ja ◯ Nein

Ist die Verteilung der Werbeaktivitäten und der Kosten geregelt? Gibt es Vorlagen und Vorgaben (bspw. für Druck und Layout) für regionale Werbung?

Gibt es überregionale Werbung? ◯ Ja ◯ Nein

Vertragsdauer und Kündigung

Ist eine Vertragslaufzeit bestimmt (z. B. 5 Jahre) ◯ Ja ◯ Nein

Amortisiert sich das investierte Kapital innerhalb der Vertragsdauer? ◯ Ja ◯ Nein

Enthält der Franchisevertrag eine Verlängerungsoption? ◯ Ja ◯ Nein

Sieht der Franchisevertrag neben dem Recht zur ordentlichen Kündigung auch eine fristlose Kündigung des Franchisevertrages sowohl für den Franchisegeber als auch für den Franchisenehmer vor? ◯ Ja ◯ Nein

Wird auf Seiten des Franchisegebers davon abgesehen, Mindestumsätze vom Franchisenehmer zu verlangen? ◯ Ja ◯ Nein

Beendigung des Franchisevertrages

Haben Sie darauf geachtet, dass die Verjährungsregeln nicht von der gesetzlichen dreijährigen Verjährungsfrist abweichen? ◯ Ja ◯ Nein

Werden nach Vertragsbeendigung gegenseitige Forderungen innerhalb einer bestimmten Frist miteinander aufgerechnet? ◯ Ja ◯ Nein

Gibt es ein nachvertragliches Wettbewerbsverbot? Falls ja, gibt es eine Entschädigungsregelung? ◯ Ja ◯ Nein

Sieht der Franchisevertrag eine Regelung zur Übertragbarkeit im Todesfall/bei dauerhafter Geschäftsunfähigkeit vor? ◯ Ja ◯ Nein

Regelung bei Streitigkeiten

Gibt es eine Gerichtsstandsvereinbarung? ◯ Ja ◯ Nein

Wird bei gerichtlichen Auseinandersetzungen eine Mediation oder Ähnliches als Mittel der außergerichtlichen Streitschlichtung vorgeschaltet? ◯ Ja ◯ Nein

Ist eine außergerichtliche Schlichtung grundsätzlich vorgesehen? ◯ Ja ◯ Nein

Werden Streitigkeiten vor den ordentlichen Gerichten entschieden? ◯ Ja ◯ Nein

Gibt es ein Schiedsgericht/Mediationsverfahren? ◯ Ja ◯ Nein

Grundsätzliches

Befindet sich der Gerichtsstand in Deutschland? ◯ Ja ◯ Nein

Ist der Vertrag in deutscher Sprache verfasst? ◯ Ja ◯ Nein

Widerrufsrecht | Widerrufsbelehrung

Sind Name und Anschrift des Franchisegebers in der Widerrufsbelehrung angegeben? ◯ Ja ◯ Nein

Enthält die Widerrufsbelehrung den Hinweis, dass der Widerruf innerhalb einer Frist von 14 Tagen zu erklären ist und keiner Begründung bedarf? ◯ Ja ◯ Nein

Ist in der Widerrufsbelehrung festgehalten, dass zur Wahrung der Widerrufsfrist für die Erklärung des Widerrufs die rechtzeitige Absendung des Widerrufs genügt? ◯ Ja ◯ Nein

Die nun folgenden Fragen sind nicht nur für Sie als angehenden Franchisenehmer, sondern auch für den Franchisegeber von Relevanz und sollten gemeinsam geklärt werden. Hier können die Antworten unterschiedlich ausfallen. Rückschlüsse auf eine positive wie negative Bewertung des Franchisesystems sind nicht möglich. Lediglich in der Art und Ausgestaltung der Widerrufsbelehrung sind Besonderheiten zu beachten.

Stellt der Abschluss des Franchisevertrages für Sie als Existenzgründer den ersten Schritt in die unternehmerische Selbstständigkeit dar? ◯ Ja ◯ Nein

Falls Sie Existenzgründer sind: Enthält der von Ihnen abzuschließende Franchisevertrag eine Bezugsbindung (vertraglich vereinbarte Verpflichtung des Franchisenehmers, die bezugsgebundenen Produkte oder Dienstleistungen ausschließlich beim Franchisegeber zu beziehen) im Hinblick auf die Produkte des Franchisesystems oder Materialien für die von Ihnen zu erbringenden Dienstleistungen? ◯ Ja ◯ Nein

Falls eine solche Bezugsbindung besteht: Liegen die Investitionen, die Sie auf der Grundlage des Franchisevertrages zu tätigen haben, über oder unter 75.000 Euro? ◯ Ja ◯ Nein

Besteht eine Bezugsbindung und liegen die Investitionen unter 75.000 Euro: Erhalten Sie als Franchisenehmer eine deutlich gestaltete Belehrung über Ihr Widerrufsrecht (ein befristetes Widerrufsrecht des Franchisenehmers kann sich aufgrund von Verbraucherschutzbestimmungen [§§ 355 BGB ff.] ergeben)? ◯ Ja ◯ Nein

DER FRANCHISEVERTRAG

„Ein guter Franchisevertrag liegt in der Schublade und bleibt dort auch. Wenn eine Seite den Vertrag herausholt, ist schon viel verloren.“

„Ein schlechter Franchisevertrag kann ein ganzes Franchisesystem zusammenbrechen lassen.“

„Bei Franchiseverträgen gilt das Prinzip des „take it or leave it“. Ein Franchisenehmer kann nicht über den Inhalt des Vertrages verhandeln.“

„Vor Unterzeichnung muss sich ein Franchisenehmer einen Franchisevertrag genau anschauen und sich beraten lassen. Alles andere wäre viel zu leichtsinnig.“

All diese Aussagen werden über Franchiseverträge gemacht, Aussagen, die unterschiedlicher kaum sein könnten. Dennoch haben sie alle einen wahren Kern.

Wir wollen dies im Folgenden genauer beleuchten, zunächst allgemein, dann aus der Sicht eines Franchisenehmer-Interessenten und schließlich aus der Sicht eines zukünftigen Franchisegebers.

1. BEDEUTUNG DES FRANCHISEVERTRAGES

Der Erfolg eines Franchisesystems beruht in aller Regel auf einem pfiffigen Geschäftstyp, der den Erwartungen der Zeit und des Marktes entspricht; einer gelungenen Werbe- oder Marketingkampagne; einer glücklichen Auswahl qualitätsvoller und preiswerter Lieferanten; einem durchdachten Knowhow-Transfer vom Franchisegeber zu seinen Franchisenehmern; einer vertrauensvollen und engagierten Atmosphäre in dem System und vielem mehr. In den seltensten Fällen wird ein Franchisevertrag in solcher Weise aktiv und positiv zum Erfolg eines Franchisesystems beitragen.

Gute Franchiseverträge können aber vor Angriffen auf ein Franchisesystem schützen und haben eine erhebliche Bedeutung für den Schutz eines Franchisesystems und seiner Mitglieder. Ein Franchisevertrag stellt so zwar keinen Erfolgs-, wohl aber einen wichtigen Schutzfaktor dar.

Fehler in einem Franchisevertrag oder in seiner Umsetzung können schwerwiegende Folgen für das gesamte Franchisesystem und für einzelne Beteiligte haben. Sehr viele unterschiedliche Bereiche des Rechts spielen bei der juristischen Beurteilung von Franchiseverhältnissen eine Rolle, nicht nur das Zivil- und das Handelsrecht, sondern auch das Arbeits- und Sozialversicherungsrecht, das Kartellrecht, das Datenschutzrecht und das Wettbewerbsrecht. Da in einem Franchisesystem nicht nur ein Vertrag mit einem Franchisenehmer abgeschlossen wird, sondern mit einer großen Zahl an Franchisenehmern, können sich Fehler in dem Vertrag gleich vielfach auswirken. Wenn bestimmte zentrale Bestimmungen eines Franchisevertrages von einem Gericht in einem Fall für unwirksam erklärt werden, wird sich diese Nachricht schnell unter den Franchisenehmern verbreiten. Dann fehlt nicht mehr viel und bald hält sich kein Franchisenehmer mehr an diese Vertragsklausel. Eine der bekanntesten Gerichtsentscheidungen auf dem Gebiet des Franchisings betraf das System Pronuptia. Das Gerichtsverfahren, das das System unter Juristen so bekannt machte, führte dazu, dass die Franchisenehmer keine Gebühren mehr zahlten. Der Franchisegeber musste während des Gerichtsverfahrens Insolvenz anmelden. Dies hätte wohl mit einem weniger angreifbaren Vertrag vermieden werden können.

Der Netzwerkcharakter eines Franchisesystems erhöht die Bedeutung eines juristisch korrekten Vorgehens. Während eine Vertragspartei bei einem normalen Austauschvertrag gegenüber der anderen Partei nachgeben kann, um den Frieden zwischen den Parteien wiederherzustellen, ist die Lage in Franchisesystemen nicht so einfach. Ein Franchisenehmer erwartet von seinem Franchisegeber, dass er auf die korrekte Umsetzung und Befolgung bei allen seinen Franchisenehmer-Kollegen achtet, besonders bei denen, zu denen er in einer Art Konkurrenzverhältnis steht. Der Fall des Burger-King-Franchisesystems zeigt dies besonders drastisch. Ein Franchisenehmer hatte fast einhundert Systemrestaurants erworben und meinte, dass ihn jetzt niemand mehr zur Einhaltung der Systemrichtlinien drängen werde. Undercover-Filmaufnahmen in seinen Restaurants brachten die gesamte deutsche Bevölkerung gegen ihn auf, und gegen sämtliche Burger-King-Restaurants, denn die Bevölkerung differenzierte nicht zwischen den Restaurants des einen Franchisenehmers und denen der anderen. Sämtliche Restaurants mussten für längere Zeit geschlossen werden mussten. Dadurch entstand den Franchisenehmern ein erheblicher Schaden. Einige Franchisenehmer wollten diesen Schaden von dem Franchisegeber ersetzt erhalten, mit der Begründung, dass die Pflicht zur Kontrolle der Franchisenehmer verletzt sei.

2. VERTRAGSPRÜFUNG DURCH EINEN FRANCHISENEHMER

Nach all dem sollte sich ein Franchisenehmer-Interessent bei der Bewertung von Franchisesystemen zunächst vorrangig von deren wirtschaftlichem Erfolg oder Erfolgspotenzial und der Praxis in dem System leiten lassen. Erst wenn ein Systemkonzept einen Franchisenehmer-Kandidaten wirtschaftlich zu überzeugen vermag, sollte man den Franchisevertrag prüfen und bewerten.

Die Prüfung des Franchisevertrages wird dabei meist unter der Fragestellung stehen, ob der Franchisenehmer den Vertrag in der vorgelegten Form unterzeichnen kann. Selten kann erfolgreich nach Aspekten gesucht werden, an denen der Franchisenehmer noch verhandeln sollte. Aus juristischen und wirtschaftlichen Gründen kann sich ein Franchisegeber nämlich nicht erlauben, mit seinen Franchisenehmern jeweils inhaltlich unterschiedliche Verträge abzuschließen. Andernfalls ist die Einheitlichkeit des Franchisesystems in Gefahr, ein wichtiger Aspekt bei Franchisesystemen. Juristisch gibt es ein Gleichbehandlungsgebot. Daher ist die Aussage richtig, dass Franchiseverträge „take it or leave it“-Verträge sind, an denen nicht mehr viel verhandelt werden kann. Bietet ein Franchisegeber allzu bereitwillig und ohne erkennbaren Grund an, über viele oder gar alle Passagen des Franchisevertrages zu verhandeln, sollte ein Franchisenehmer sogar hellhörig und eher skeptisch werden. Wie will der Franchisegeber die so wichtige Einheitlichkeit des Systems bewahren, wenn die Verträge mit den Franchisenehmern ganz unterschiedlich aussehen?

3. ENTWICKLUNG EINES FRANCHISEVERTRAGES DURCH EINEN FRANCHISEGEBER

Ein Franchisegeber, der sein System startet und den oder die ersten Franchisenehmer unter Vertrag nehmen möchte, muss einen Franchisevertrag erarbeiten oder erarbeiten lassen. In dieser Phase ist das Geld bei den meisten Franchisegebern besonders knapp. So ist gerade dann die Versuchung groß, bei der Erstellung des Franchisevertrages zu sparen. Ein Franchisegeber kann so in die Versuchung kommen, einen Vertrag selbst zu erstellen. Dabei mögen die Vertragsmuster besonders verlockend wirken, die heutzutage in Büchern oder im Internet veröffentlicht sind.

Muster haben allerdings den Nachteil, dass sie nicht auf den Einzelfall abgestimmt sind und deshalb im Einzelfall eben gerade nicht passen. Das für ein großes Hotelfranchise entwickelte Vertragsmuster kann für ein Franchisesystem unpassend sein, das sich an soloselbstständige Franchisenehmer richtet, und umgekehrt. Bei der ungeprüften Übernahme von Vertragsmustern kann jede einzelne Klausel des Vertrages juristisch wirksam erscheinen, aber nichts mit der Realität des Systems zu tun haben. Auch solche Abweichungen zwischen Vertragstext und gelebter Vertragswirklichkeit können zur Unwirksamkeit des Vertrages oder zu ähnlich gravierenden Folgen führen. Dann kann sich ein Franchisegeber in einem solchen Mustervertrag zu etwas verpflichten, was er nicht erfüllen kann oder will. Auch die Durchsetzung wichtiger Systemvorgaben kann dann erschwert oder unmöglich sein.

Bei Franchiseverhältnissen gilt die Besonderheit, dass ein Franchisesystem ständig an sich ändernde Märkte angepasst werden können muss. Solche ständigen Anpassungen an den sich wandelnden Markt sind ja gerade das, was Franchising in den Augen vieler attraktiv macht. Daraus ergibt sich ein Bedarf an Anpassung und Modifizierbarkeit. Um sie zu gewährleisten, kann die Auslagerung von Bestimmungen in das Franchisehandbuch in Betracht kommen. Soll dies in juristisch wirksamer Weise geschehen, sollte sich ein erfahrener Jurist auch das Handbuch ansehen und für eine gute und reibungsfreie Abstimmung zwischen Handbuch und Vertrag sorgen.

Ein Franchisevertrag soll die Basis für den Aufbau eines wachsenden Systems mit ganz erheblichen Umsätzen darstellen. Um hier die Funktion des Schutzes und der Absicherung vor Misserfolg erfüllen zu können, sollte der Franchisegeber auf Qualität und individuelle Beratung achten. Billige Lösungen bieten häufig nichts anderes als mit wenigen Handstrichen angepasste (womöglich auch veraltete) Vertragsmuster, bei denen nicht auf die Passform zwischen Vertragsform und Vertragswirklichkeit geachtet wird. Manchmal werden nur die Adressen des Franchisegebers und die Marke des Systems ausgetauscht.

Ein guter Franchisegeber begreift daher, dass ein kompetent und individuell erstellter Franchisevertrag eine wichtige Investition darstellt, mit der er sein System für die Zukunft absichert.

Horst Becker
Rechtsanwalt

Horst Becker
Rechtsanwalt

Prinzregentenplatz 14
81675 München
T +49 89 980 314
info@ariathes.eu
www.ariathes.eu

DIE DIGITALISIERUNG DER KNOWHOW-DOKUMENTATION IM FRANCHISING

Mag. Waltraud Martius
Franchiseberaterin

Josef-Mayburger-Kai 82
5020 Salzburg
T +43 662 874245-0

Nördl. Auffahrtsallee 25
80638 München
T +49 89 159166-30

waltraud.martius@syncon.at
www.syncon.at

Wozu braucht es eine Knowhow-Dokumentation im Franchising?
Franchising steht für „partnership for profit". Damit Franchisegeber und Franchisepartner das erreichen, braucht es einen umfassenden Knowhow-Transfer vom Franchisegeber auf den Franchisepartner und seine Mitarbeiter. Die Voraussetzung dafür ist die Standardisierung und Dokumentation des Erfahrungswissens des Franchisegebers mittels der Knowhow-Dokumentation.

Reicht zur Dokumentation nicht der Franchisevertrag aus?
Der Franchisevertrag regelt die Rechte und Pflichten zwischen Franchisegeber und Franchisepartner. Das konkrete Anwendungs-Knowhow ist nicht im Franchisevertrag beschrieben, sondern wird mit der Knowhow-Dokumentation dem Franchisepartner übergeben.

Welche Bedeutung hat die Knowhow-Dokumentation für den oben erwähnten Knowhow-Transfer?
Die Knowhow-Dokumentation ist das Fundament des Knowhow-Transfers und „klopft" bei der Grundausbildung, im laufenden Partnermanagement und bei regelmäßigen Trainings beim Franchisepartner und bei seinen Mitarbeitern an. Viel zu oft ist die Knowhow-Dokumentation jedoch kein Instrument des gelebten Knowhow-Transfers, sondern verkümmert ungeöffnet beim Franchisepartner im Regal. Im Zeitalter der Digitalisierung ist eine Printfassung der Knowhow-Dokumentation kein adäquates Instrument, um Franchisepartner und Mitarbeiter zu begeistern.

Was ist zu tun, damit das Franchisehandbuch nicht zum „Standbuch" im Regal des Franchisepartners wird?
Die Antwort darauf können wir uns selbst geben: Immer öfter suchen wir nach Lösungen und Anleitungen auf YouTube. Tutorials zu allen Bereichen des Arbeits- und Privatlebens helfen uns mit Videos und ergänzend gesprochenen Anleitungen, Antworten auf unsere Fragen zu finden. Gerade im Bereich der Wissensvermittlung ist diese Entwicklung für Franchising spannend.

Das heißt, das Print-Franchisehandbuch ist gestorben, und es gibt nur mehr ein Video-Franchisehandbuch?
In der Beratung mit unseren Kunden erlebe ich, dass wir uns in einer Übergangsphase befinden. Es heißt nicht „entweder – oder", sondern „sowohl – als auch". In der täglichen Arbeit nutzen wir Print und online, und so soll sich auch der professionelle Knowhow-Transfer gestalten. Konkret empfehle ich unseren Kunden, ein kurzes und knackiges „Buch der Franchisepartnerschaft" zu schreiben, in dem die grundlegende Philosophie, das Konzept und die Strategien beschrieben sind. Idealerweise findet der Franchisepartner im Buch der Franchisepartnerschaft Inhalte, die im Franchisesystem Bestand haben und sich nicht so rasch verändern. Das Buch der Franchisepartnerschaft verstärkt die Wertigkeit, Seriosität und Kontinuität des Franchisesystems. Alles Werte, die dem Franchisepartner Sicherheit vermitteln.

Zusätzlich werden alle konkreten Prozessbeschreibungen und Instrumente für den Franchisepartner und seine Mitarbeiter zur Umsetzung in der täglichen Arbeit in einem intelligenten Intranet bereitgestellt. Schritt-für-Schritt-Anleitungen, die videounterstützt das Wissen in kleinen Lerneinheiten vermitteln, sind aus meiner Sicht die Zukunft oder besser die Gegenwart für Franchisesysteme.

Wir kommunizieren nur mehr digital?
Nein. Der digitale Knowhow-Transfer mit intelligentem Intranet, Webinaren, Online-Meetings und Ähnlichem stellt ein systemkonformes Umsetzen durch den Franchisepartner und seine Mitarbeiter sicher. Ergänzend dazu werden Gespräche mit dem Partnermanager, analoge und digitale Trainings und Treffen zum Erfahrungsaustausch angeboten. Die richtige Mischung bringt den Erfolg beim Franchisepartner und Effizienz in der Franchisezentrale.

Intranet ist aber nicht gleich Intranet?
Das sehe ich auch so. Wissensmanagement-Lösungen gibt es viele. Ich habe die Erfahrung gemacht, dass es nicht darum geht, einfach Print durch Online im Knowhow-Transfer zu ersetzen – das ist lediglich „more of the same". Ein intelligentes Intranet stellt nicht nur Wissen bereit, sondern bietet aktiv engpasskonzentrierte Maßnahmen an und fördert die Kommunikation unter den Franchisepartnern und Mitarbeitern und stellt eine digitalisierte Kommunikation und Information im Franchisesystem sicher.

Mag. Waltraud Martius
Franchise-Expertin

EINFACHER GRÜNDEN MIT DEN BÜRGSCHAFTSBANKEN

Franchise ist eine sich stetig weiterentwickelnde Branche: 2020 waren über 930 Systeme am deutschen Markt, die Umsätze stiegen – trotz Pandemiejahr – um über vier Prozent. Über 138.000 Partner und fast 750.000 Beschäftigte sprechen ebenfalls für sich. Kein Wunder also, dass Franchise bei Gründerinnen und Gründern beliebt ist. Weitere gute Punkte: Gründungen mit einem etablierten Geschäftssystem im Rücken sind einfacher, weil die Zentralen die Gründer beim Start beraten, bei der Suche nach Standorten oder Personal unterstützen und das Marketing steuern. Wenn Sie sicher sind, dass Sie sich als Franchisenehmer selbstständig machen wollen, gilt es das richtige System zu finden. Der nächste Schritt ist dann ein Businessplan. Die meisten Zentralen haben Vorlagen für Gründer.

Ein Businessplan ist das A und O jeder Gründung. Darin legen Sie fest, was Sie planen und was Sie tun müssen, damit Ihr Vorhaben gelingt. Nach dem Start gibt er die grobe Richtung für die Entwicklung vor. Für die Finanzierung ist er DIE entscheidende Grundlage für Gespräche mit Banken.

Was müssen Sie beachten? Ein Businessplan sollte klar gegliedert sein: Beginnen Sie mit einer kurzen Zusammenfassung zu Chancen und Risiken. Gerade für Banken ist das der wichtigste Teil. Erklären Sie Ihr Franchisevorhaben, stellen Sie das Produkt oder die Dienstleistung sowie den Nutzen für Kunden vor. Branche, Marktsituation und Standort sind andere wichtige Aspekte. Außerdem interessant sind Marketingaktivitäten des Systems, Angebots- und Preisstrategie sowie Vertrieb. Um die Erfolgsaussichten einschätzen zu können, wollen Banken wissen, ob das System vor Ort Konkurrenz hat, Produkte oder Dienstleistungen saisonabhängig sind, ob der Markenname geschützt ist und welche Rechtsform geplant ist. Außerdem sollten Sie auf sich, Ihre Eignung und Motivation eingehen. Dazu gehören auch ein Lebenslauf und eine Selbstauskunft.

Für eine stabile Gründung sollte der Gründer möglichst viel Eigenkapital mitbringen. Zusätzlich wählen Sie aus Angeboten wie Krediten, Einlagen oder Beteiligungen bzw. Angeboten der Systeme wie Darlehen, Mietzuschüssen, Lieferanten- und Warenkrediten oder der Staffelung der Franchisegebühren den für Sie passenden Finanzierungsmix. Gerade Gründern helfen Bürgschaften, um möglicherweise fehlende Sicherheiten zu ersetzen und die Banken zu überzeugen.

Wenn der Businessplan fertig ist, beginnt die Suche nach einer Bank. Vereinbaren Sie erst Termine, wenn der Plan fertig ist, um gut vorbereitet zu sein. Und: Sprechen Sie neben Ihrer Hausbank mit weiteren regionalen Banken. Überlegen Sie sich, mit welcher Bank Sie am liebsten zusammenarbeiten möchten, und priorisieren Sie die Gespräche. Gründer lernen bei jedem Bankgespräch hinzu. Sie sollten deshalb zuerst mit der Bank sprechen, die für Sie am wenigsten in Frage kommt, und zuletzt mit der, die auf Ihrer Prioritätenliste ganz oben steht. Je besser Ihre Bonität und Ihre Sicherheiten, desto günstiger sind die Kreditkonditionen, da die Banken dann weniger eigene Sicherheiten vorhalten müssen.

Wenn Ihre Hausbank einer Finanzierung grundsätzlich zustimmt, Ihnen aber Sicherheiten fehlen, kann Ihre Bank die Bürgschaftsbank Ihres Bundeslandes mit ins Boot holen. Denn: Bürgschaften sind von Hausbanken anerkannte Sicherheiten. Damit übernehmen sie bis zu 80 Prozent des Ausfallrisikos für einen Hausbankkredit und ersetzen so möglicherweise fehlende bankübliche Sicherheiten. Interessierte Gründer können eine kostenlose und unverbindliche Anfrage über das Finanzierungsportal der Bürgschaftsbanken unter → **www.ermoeglicher.de** stellen.

Die Bürgschaftsbanken unterstützen meist Gründer in einem System, das mindestens ein bis zwei Jahre am Markt ist. Das System sollte eine gewisse Marktabdeckung haben und für das Gründungsvorhaben sollten Vergleichszahlen vorgelegt werden können.

Durch eine Kooperation mit dem Deutschen Franchiseverband und den Austausch untereinander haben die Bürgschaftsbanken bundesweite Informationen zu Franchising und können Systeme und ihren Markterfolg leichter beurteilen. Davon profitieren die Franchisenehmer: Von den 930 Systemen, die 2020 in Deutschland registriert waren, wurden bereits über 800 verbürgt.

Die Bürgschaftsbanken fördern viele Existenzgründungen und Unternehmensnachfolgen. Ihr Anteil an allen Bürgschaften ist in den letzten Jahren deutlich gestiegen. Mittlerweile geht etwa die Hälfte jedes Jahr an Gründer und Nachfolger, darunter zahlreiche Franchisegründungen.

Sie sind an einer Bürgschaft interessiert? Kontaktdaten aller Bürgschaftsbanken gibt es unter **www.vdb-info.de**

Eine kostenlose und unverbindliche Finanzierungsanfrage kann über das Finanzierungsportal gestellt werden: **www.ermoeglicher.de**

Stephan Jansen
Geschäftsführer
Verband Deutscher
Bürgschaftsbanken e. V. (VDB)

Deutscher Mietkautionsbund e.V.®

Erfahren Sie mehr unter **www.mietkautionsbund.de**

Der Deutsche Mietkautionsbund als Partner in Franchisesystemen

Effizientes Arbeiten ist ein vorrangiges Unternehmensziel. Dies gilt insbesondere für den Einsatz der zur Verfügung stehenden finanziellen Ressourcen. Gerade bei Neugründung oder Expansion im Rahmen von Franchise-Partnermodellen muss das Kapital möglichst sinnvoll investiert werden. Der Deutsche Mietkautionsbund e. V. hat sich hierbei als verlässlicher Partner in Kooperation mit dem Deutschen Franchiseverband etabliert. Mit der Vermittlung von Mietkautionsbürgschaften als Kautionsversicherungen werden Unternehmen unterstützt und zusätzliche finanzielle Spielräume geschaffen. Die Mietkautionsbürgschaft bindet kein Kapital, ist bankenunabhängig und belastet somit auch nicht die Kreditlinie bei der jeweiligen Hausbank. Die Vorteile, die die damit einhergehende Verbesserung der Bonität nach sich zieht, liegen auf der Hand.

Neben Mietkautionsbürgschaften wurden zudem Leasingbürgschaften für Kfz und Mobilien sowie Franchisebürgschaften konzipiert. In Zusammenarbeit mit dem Franchisegeber entwickeln wir individuelle Konzepte und können Neugründer somit gezielt auf ihrem Weg begleiten. Verbandsmitglieder profitieren von exklusiven Konditionen.

Erfahren Sie mehr unter → **www.mietkautionsbund.de**

COMPANYLINKS

Erfahren Sie mehr unter **www.companylinks.com**

COMPANYLINKS betreibt eine unabhängige Matching-Plattform für den diskreten Unternehmensverkauf oder die Eigenkapitalsuche, z. B. zur Wachstumsfinanzierung. Franchisesysteme und -nehmer unterstützen wir dabei gleichermaßen.
COMPANYLINKS ist an keine Bank, Wirtschaftsprüfungsgesellschaft oder sonstige Institution gebunden und somit frei von Interessenkonflikten. Bei erfolgreicher Vermittlung erhalten wir vom Verkäufer eine Provision.

Die Datenbank

- kombiniert intelligente Technologie mit der Expertise der Berater
- ermittelt in Kürze eine Liste passender Käufer
- enthält über 10.000 Kaufgesuche geprüfter Investoren; stetig wachsend
- schafft durch detaillierte, in Interviews erhobene Informationen eine hohe Match-Genauigkeit
- ermöglicht keinen externen Log-in und ist somit absolut diskret

Die Dienstleistungen

- Vermittlung von mittelständischen Unternehmensverkäufern und -käufern bzw. Kapitalgebern
- Umfassendes Netzwerk von M&A-Beratern, Anwälten, Steuerberatungen und sonstigen Dienstleistern
- Fallweise Koordinationsfunktion beim M&A-Prozess
- Key-Account-Betreuung zur Sicherung der Datenqualität und -aktualität

Erfahren Sie mehr unter
→ **www.companylinks.com**

CRONBANK Aktiengesellschaft

Erfahren Sie mehr unter **www.cronbank.de**

„Finanzkonzepte von Experten für Experten"

Wir sind eine auf Verbundgruppen und Systemzentralen sowie deren Handels- und Franchisepartner spezialisierte Geschäftsbank. Durch den engen und intensiven Austausch mit der jeweiligen Franchisezentrale sind wir mit den Bestandteilen und Besonderheiten des Franchisesystems bestens vertraut. Mit dieser Expertise verfügen wir über fundiertes Branchen- und Systemwissen und stellen den Franchisenehmern bundesweit passgenaue Finanzierungen für die Existenzgründung, die Geschäftserweiterung und die Expansion zur Verfügung.

Wir setzen öffentliche Förderprogramme gezielt ein, informieren über die passenden Programme mit niedrigen Zinsen, tilgungsfreien Anlaufjahren sowie optimale Laufzeiten und garantieren eine maßgeschneiderte Versorgung mit Finanzierungsmitteln.

Dank der einzigartigen Kombination aus Hintergrundwissen und maßgeschneiderten Lösungen sind wir in der Lage, schnelle und klare Entscheidungen zu treffen, um Ihr Unternehmen zukunftsfähig und solide aufzustellen.

Unsere Produktpalette wird durch branchenspezifische Lösungen in den Bereichen Finanzkauf und Assekuranz-Service abgerundet.

Unsere Qualität ist Ihr Vorteil:

- Leistungsstarker Spezialist für Systemzentralen und deren Franchisenehmer
- Sehr kurze Entscheidungswege
- Ausgeprägtes Branchenwissen durch direkten Austausch mit der Systemzentrale
- Keine regionale Begrenzung des Geschäftsgebietes (bundesweit)
- Gute Konditionen und Top-Service
- Betreuung von Branchenexperten vor Ort

Erfahren Sie mehr unter → **www.cronbank.de**

UVW LEASING

Erfahren Sie mehr unter **www.uvw.de**

Eine entscheidende Hürde beim Schritt in die Selbstständigkeit, aber auch bei der Expansion im Bereich des Multi-Unit-Franchisings ist immer die Finanzierung des geplanten Projektes. Während bei Existenzgründungen die Liquiditätsbeschaffung und frühe Planungssicherheit durch feste Kreditzusagen im Vordergrund stehen, schätzen bestehende Unternehmer zudem steuerliche Gestaltungsmöglichkeiten.

Die inhabergeführte UVW Leasing GmbH begleitet inzwischen seit über 30 Jahren Franchisesysteme und deren Partner in finanziellen Belangen. Existenzgründungen und von Banken sonst ungern gesehene Branchen stellen für uns kein Hindernis dar. Die persönliche Beratung ist selbstverständlich. Dabei gehen wir im Rahmen steuerlicher und gesetzlicher Gestaltungsmöglichkeiten gern auf Kundenwünsche, wie z. B. reduzierte Anfangsraten oder individuelle Restwerte, ein.

Durch die sehr schnelle Bearbeitungszeit – in der Regel dauert eine Kreditentscheidung längstens zwei Tage – kann sich der Unternehmer schnell auf sein originäres Geschäft konzentrieren. Nach Vertragsabschluss treten wir in direkten Kontakt mit den Lieferanten der Leasingobjekte, um den Aufwand für den Leasingnehmer möglichst gering zu halten.

Mit einer Finanzierungszusage durch die UVW Leasing GmbH gestalten sich die parallelen Gespräche mit Banken, die neben Eigenkapital und Leasing die dritte Säule der Gesamtfinanzierung darstellen, leichter.

Daneben gibt es zahlreiche weitere Vorteile, die wir Ihnen gern persönlich erläutern.

Erfahren Sie mehr unter
→ **www.uvw.de/portfolio/franchise-und-partnersysteme**

DER DEUTSCHE FRANCHISEVERBAND
UND SEINE SERVICES

AUFGABEN UND ZIELE DES DEUTSCHEN FRANCHISEVERBANDES

Der Deutsche Franchiseverband e. V. ist die Interessenvertretung der Franchisewirtschaft in Deutschland. Er wurde 1978 gegründet. Sein Sitz ist in Berlin-Mitte in direkter Nachbarschaft zur Politik. Als Qualitätsgemeinschaft repräsentiert er Franchisegeber und Franchisenehmer gleichermaßen. Als Dienstleister bietet der Franchiseverband seinen Mitgliedern vielfältige Services und praxisnahe Hilfestellungen. Derzeit gehören dem Deutschen Franchiseverband etwa 450 Mitglieder an. Darunter neben Voll- und Probemitgliedern auch Rechtsanwälte und Unternehmensberatungen, die sich auf Franchising spezialisiert haben. Ihnen allen bietet der Deutsche Franchiseverband wichtige Verbandsleistungen und Vorteile.

Kernanliegen des Verbandes ist es, die Interessen der Franchisewirtschaft ökonomisch, gesellschaftlich und politisch zu vertreten. So pflegt der Verband engen Kontakt zum Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, zum Deutschen Bundestag, zum Deutschen Industrie- und Handelskammertag und zur Bundesagentur für Arbeit.

International gewährleistet die aktive Mitarbeit in verschiedenen Gremien und Kooperationen mediale Präsenz und Einflussnahme auf Richtlinien und Verordnungen. Zudem setzt sich der Deutsche Franchiseverband dafür ein, seinen Mitgliedern einen besseren Zugang zu internationalen Märkten zu ermöglichen.

Alle Verbandsaktivitäten fußen auf den klar definierten Maßstäben der Zusammenarbeit in Bezug auf Qualität und Ethik.

DIE FRANCHISE COMPLIANCE DEUTSCHLAND

Qualität und Ethik im Miteinander der Franchisepartner sind essentielle Bestandteile in einem funktionierenden und wettbewerbsstarken Franchisesystem. Die Mitglieder des Deutschen Franchiseverbandes gehören einer Qualitätsgemeinschaft an, die sich dem sogenannten Ethikkodex für ihr wirtschaftliches Handeln verpflichtet fühlen. In der *Franchise Compliance Deutschland* finden sich alle Empfehlungen und Richtlinien, die Franchisegeber und Franchisenehmer für eine erfolgreiche Arbeit und eine dauerhafte Partnerschaft benötigen. Um eine entsprechende Handhabung der *Franchise Compliance Deutschland* zu gewährleisten, ist diese in „Muss-Richtlinien" und „Kann-Empfehlungen" eingeteilt. Dies stärkt die Kräfte der Selbstregulierung der Franchisewirtschaft. Die Durchsetzungsmöglichkeit der *Franchise Compliance Deutschland* wird demnach gewährleistet, da bei Verstoß gegen die Richtlinien der *Franchise Compliance Deutschland* Sanktionsmöglichkeiten des Deutschen Franchiseverbandes gegenüber seinen Mitgliedern bestehen.

Die *Franchise Compliance Deutschland* ist eine Richtschnur für den „Lebenszyklus" in einer Franchisepartnerschaft. Dabei wird zwischen drei Phasen unterschieden: der Kennenlernphase/der Phase der Vertragsanbahnung, der Zeit während der Partnerschaft und der Zeit nach Beendigung des Franchiseverhältnisses. Mit dem konsequenten Ausbau und der strikten Umsetzung der *Franchise Compliance Deutschland* baut der Deutsche Franchiseverband seine Rolle als führende Qualitätsgemeinschaft der deutschen Franchisewirtschaft weiter aus. Franchisegeber und Franchisenehmer können effektiver und reibungsloser zusammenarbeiten und profitieren von einem gemeinsamen wirtschaftlich nachhaltigen Erfolg.

LEITBILD FRANCHISING IN DEUTSCHLAND

Qualität durch Partnerschaft: Franchising ist ein faires und transparentes Geschäftsmodell. Es wird geprägt durch eine Partnerschaft auf Augenhöhe und respektvollen Umgang zwischen Franchisegeber und Franchisenehmer. Sie wirken arbeitsteilig zusammen und stärken so die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens.

Erfolgreiches Unternehmertum nachhaltig multiplizieren: Nur ein erfolgreiches und gut erprobtes Geschäftsmodell lässt sich nachhaltig multiplizieren. Ein zügiges und flächendeckendes Wachstum ist die besondere Stärke professionell geführter Franchisesysteme, denn Franchisegeber und Franchisenehmer arbeiten gemeinsam systematisch und ständig an der Perfektionierung des Geschäftsmodells. Beim Aufbau eines Franchisesystems müssen der Schutz der Marke und die permanente Weiterentwicklung des Leistungspaketes für Franchisenehmer von Beginn an sichergestellt sein.

Klare Regeln für beständige Beziehungen: Klar definierte Spielregeln sind die Basis für den nachhaltigen Erfolg von Franchisegeber und Franchisenehmer. Durch ihre Bereitschaft zu einer verbindlichen, ehrlichen und auf Dauer angelegten Partnerschaft profitieren beide Seiten gleichermaßen. Dabei stellt der Franchisegeber die unternehmerischen Rahmenbedingungen, der Franchisenehmer agiert als sein Multiplikator. Durch einen offenen, transparenten und interaktiven Umgang arbeiten beide kontinuierlich an der Weiterentwicklung des Systems und des Markenimages.

Unsere Mission: partnerschaftliches Unternehmertum schaffen: Auf Grundlage dieser Werte ergibt sich der zentrale Auftrag für die deutsche Franchisewirtschaft. Wir schaffen erfolgreiches Unternehmertum durch nachhaltige Multiplikation.

Unsere Vision: Franchising als Qualitätsmarke stärken: Franchising ist die erste Wahl für multiplizierbare Geschäftsmodelle. Es ist die Marke für erfolgreiches Unternehmertum mit einem festen Platz in allen Branchen. Denn Franchising ist branchenunabhängig und vielseitig. Diese Vielfalt macht stark und braucht Gemeinschaft. Als Franchisewirtschaft gemeinschaftlich aufzutreten und gemeinsame Werte zu vertreten, ist unerlässlich. So wird Franchise zu einer starken, glaubwürdigen und vertrauenswürdigen Marke mit Geltung und Wertschätzung in Wirtschaft und Gesellschaft. Die unter Franchise Compliance Deutschland des Deutschen Franchiseverbandes zusammengefassten Werte und Regeln dienen diesen Zielen. Sie stehen für die Kultur der Wertegemeinschaft der im Deutschen Franchiseverband organisierten Franchisesysteme und werden von diesen gemeinsam vertreten.

ETHIKKODEX ALS GRUNDLAGE FÜR SERIÖSES FRANCHISING

Grundlage der erfolgreichen Verbandsarbeit des Franchiseverbandes ist der Ethikkodex. Dieser ist auf Basis des mit der EU-Kommission abgestimmten Verhaltenskodex der European Franchise Federation (EFF) entstanden. Der Ethikkodex des Deutschen Franchiseverbandes definiert verbindliche Spielregeln für kooperative, selbstständige Unternehmen im professionellen Franchising und benennt Rechte und Pflichten von Franchisegebern und Franchisenehmern gleichermaßen. Franchisegeber, die Verbandsmitglied werden wollen, unterliegen einer strengen Aufnahmeordnung und müssen belegen, dass sie gemäß dem Ethikkodex agieren – gegenwärtig und künftig. Auf diese Weise wahrt der Franchiseverband seine Funktion als Qualitätsgemeinschaft der deutschen Franchisewirtschaft.

VOLLMITGLIED? NUR MIT SYSTEMCHECK!

Der **Systemcheck** dient dem Qualitätsmanagement der Vollmitglieder des Deutschen Franchiseverbandes. Die Teilnehmer erhalten fundiert aufgearbeitete Informationen über ihr Franchisesystem, die sie für zukünftige unternehmensstrategische Entscheidungen nutzen können. Mit dem erfolgreichen Abschluss des Systemchecks positionieren sie sich als ein professionell und nachhaltig arbeitendes Franchisesystem und heben sich im Wettbewerb um neue Franchisenehmer von anderen Anbietern ab. Das attraktive Qualitätssiegel des Deutschen Franchiseverbandes unterstreicht diese Position und kann für die Unternehmenskommunikation und Werbekampagnen eingesetzt werden.

DER SYSTEMCHECK BEINHALTET FOLGENDE LEISTUNGEN

- Befragung der Franchisepartner (Partnerzufriedenheit)
- Bewertung des Systems auf Basis von Selbstauskunft und Partnerbefragung
- Die Bewertung umfasst folgende Aspekte: Systemkonzept, Produkte/Leistungen, Strategie, Management, Knowhow-Dokumentation
- Prüfung des Franchisevertrages und des Dokuments zur vorvertraglichen Aufklärung auf Grundlage der geltenden Verbandsrichtlinien
- Telefonisches Interview mit der Bewertungsgesellschaft
- Erstellung der kurzgutachterlichen Stellungnahme durch die Bewertungsgesellschaft und Vergabe des Gütesiegels und Urkunde durch den Deutschen Franchiseverband

VORTEILE FÜR GEPRÜFTE FRANCHISESYSTEME

- **Unabhängige Beurteilung/Benchmarking:** Das Franchisesystem erhält eine unabhängige Beurteilung durch eine neutrale, unabhängige Bewertungsgesellschaft unter wissenschaftlicher Begleitung des Instituts F&C. Sie erfahren, wie es um die Strukturen in Ihrem System bestellt ist. Dieses Wissen ermöglicht wertvolles Benchmarking.
- **Zukunftsfähigkeit:** Der Check zeigt auf, wie es um die kontinuierliche Weiterentwicklung des Konzeptes und damit um die Zukunftsfähigkeit bestellt ist. Damit nimmt der Franchisegeber die Aufgabe wahr, das System permanent weiterzuentwickeln. Dieser Aspekt kann unter anderem gegenüber bestehenden Franchisenehmern dokumentiert werden.
- **Franchisenehmer-Gewinnung:** Angehende Franchisenehmer können den Check als Qualitätskriterium werten und sich leichter für eine Partnerschaft entscheiden.
- **Erleichterte Finanzierungen:** Geldinstitute finanzieren erfahrungsgemäß angehende Franchisepartner eher, wenn das Unternehmen den Systemcheck absolviert hat. Ganz konkret werden, dank der Kooperation mit den Bürgschaftsbanken, Finanzierungen von Vollmitgliedern mit Systemcheck vorgezogen.
- **Empfehlung durch Multiplikatoren:** Gründerzentren und Industrie- und Handelskammern (IHK's) empfehlen Existenzgründern im Franchising in der Regel Franchiseunternehmen, die das Verbandssiegel besitzen. Die ordentliche Mitgliedschaft im Deutschen Franchiseverband wird in Verbandspublikationen und auf den gängigen Franchiseportalen hervorgehoben (exklusive Darstellung).

Wie's geht. → **www.systemcheck.info**

VORTEILE DER MITGLIEDSCHAFT

Der Deutsche Franchiseverband ist der Spitzenverband der deutschen Franchisewirtschaft. In ihm sind aktuell rund 450 Mitglieder organisiert. Der Franchiseverband ist die Qualitätsgemeinschaft, die Professionalität gewährleistet – insbesondere durch den Ethikkodex für faires Franchising und die Standards des verbandseigenen Systemchecks.

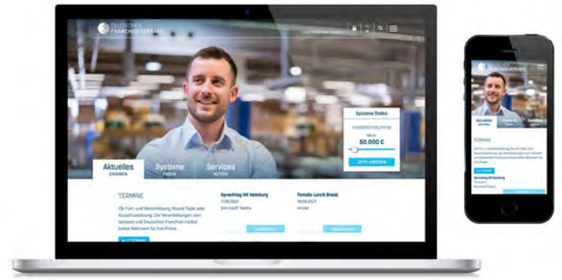
DAS HABEN FRANCHISESYSTEME VON EINER MITGLIEDSCHAFT: DIE LEISTUNGEN

- Stetige **Betreuung und Beratung**
- Prominente **Präsentation des Systems im attraktiven Systemfinder**
- **Verbesserte Finanzierungsmöglichkeiten** durch Kooperationen mit Kreditinstituten
- **Praxisnahe Unterstützung** bei der Gewinnung qualifizierter Franchisenehmer
- Vermittlung von **fundierten Brancheninformationen** und Fachwissen über unterschiedliche Infokanäle
- **Networking und regelmäßiger Erfahrungsaustausch,** wie das jährliche Franchise Forum, Fachausschüsse und Verbandsgremien, Round Tables und vieles mehr
- Unterstützung beim Import/Export, Förderung der **Aus- und Weiterbildung** mittels eines großen Angebots an praxisnahen **Schulungen und Seminaren –** zum Großteil durch das dem Franchiseverband angeschlossene Deutsche Franchise Institut
- **Nutzung der Rechtsdatenbank** des Deutschen Franchiseverbandes, einer umfassenden Sammlung franchiserelevanter Urteile und Entscheidungen
- **Mediations- oder Ombudsmannverfahren:** außergerichtliche Schlichtungsverfahren für im Verband organisierte Franchisegeber und ihre Franchisenehmer
- **Qualifizierte Beratung** für Franchisegeber, Existenzgründer und angehende Franchisenehmer durch assoziierte Experten des Verbandes
- **Auszeichnungen für herausragende Leistungen** im Franchising mit den verbandseigenen Franchise Awards

Für Gründungsinteressierte und Franchisenehmer ist die Zugehörigkeit zum Deutschen Franchiseverband Signal und Indikator für ein professionell und auf Partnerschaft und Kooperation ausgerichtetes Franchisesystem. Die mit einer Mitgliedschaft verbundenen Leistungen, wie beispielsweise verbesserte Finanzierungsoptionen durch die enge Kooperation mit dem Verband Deutscher Bürgschaftsbanken oder ein professionelles Qualitätsmanagement, kommen nicht zuletzt auch den Franchisepartnern primär und sekundär zugute

DAS PASSENDE FRANCHISESYSTEM FINDEN

In Deutschland sind rund 900 Franchisesysteme am Markt aktiv und damit eine enorme Branchenvielfalt. Doch wie ist es möglich, sich einen Überblick zu verschaffen und die professionell und nachhaltig agierenden Konzepte herauszufiltern?



Hier setzt der Webauftritt des Deutschen Franchiseverbandes an. Im Zentrum der Homepage steht der komfortable Systemfinder. Alle Verbandsmitglieder haben hier die Möglichkeit, sich auf einer entsprechenden Profilseite individuell zu präsentieren. Gründungsinteressierte erfahren in ihm alles Wissenswerte zu dem jeweiligen Franchisesystem – von den wichtigen Daten und Fakten zu beispielsweise Eigenkapitalsumme und Eintrittsgebühren über persönliche Erfahrungen von bestehenden Franchisenehmern bis hin zu Erklärvideos und Produktbildern steht hier alles Relevante zur Verfügung. Zudem haben Interessenten die Möglichkeit, direkt über ein Kontaktformular erste Informationen über eine mögliche Franchisepartnerschaft anzufragen. Einen besonderen Service bietet darüber hinaus die Filterfunktion des Systemfinders: Hier kann der Franchiseinteressierte sowohl nach Branche als auch nach benötigtem Startkapital clustern und sich nur die jeweils in Frage kommenden Franchisesysteme anzeigen lassen. Die Entscheidung für oder gegen ein Unternehmen erleichtert zudem die Vergleichsoption im Systemfinder. Mehrere Systemprofile können verglichen und so die individuelle Vorabentscheidung getroffen werden.

Eine weitere Hilfe bei der Suche nach dem richtigen Franchisesystem ist das Siegel des Deutschen Franchiseverbandes. Alle Vollmitglieder des Verbandes sind mit dem entsprechenden Zertifikat markiert. Damit wird deutlich, dass es sich dabei um ein System handelt, dessen Qualitätsstandards mit dem Systemcheck überprüft wurden. Unternehmen, die dieses Siegel tragen, sind dazu verpflichtet, im Turnus von drei Jahren die Rezertifizierung erneut zu durchlaufen. Dies stellt einen wichtigen Qualitätsmarker für Gründungsinteressierte auf ihrem Weg in die Selbstständigkeit dar.

Für eine stets aktuelle Auflistung der Verbandsmitglieder einfach Code einscannen oder hier schauen
→ **www.franchiseverband.com/systemfinder**

FRANCHISEEXPO21
4.–6. NOV. 2021 FRANKFURT & ONLINE

FRANCHISE EXPO: PARTNER VON MORGEN TREFFEN

Bei der Liebe entscheiden Sekunden, ob ja oder nein. Nicht ganz so schnell geht es bei der Wahl des richtigen Franchisesystems. Doch auch hier gilt: Nichts geht über den persönlichen Kontakt. Franchisesysteme können sich im Rahmen der Franchise Expo wunderbar präsentieren und Existenzgründer erhalten einen umfangreichen Einblick in die Vielfalt der Franchisewirtschaft und nicht zuletzt einen vertiefenden Eindruck von den Franchisekonzepten.

Um diesen nutzenbringenden Austausch zu ermöglichen, öffnen sich alljährlich die Türen der Messe Frankfurt. Zahlreiche Aussteller – national wie international – stellen sich auf der Franchise Expo vor und zeigen spannende Möglichkeiten für eine erfolgreiche Existenzgründung auf. Eine Messe, bei der wir als Deutscher Franchiseverband gern als Hauptkooperationspartner dabei sind!

Weitere Informationen unter
→ **https://fex.online/de**

DIE FRANCHISECONNECT – UNSER VERBANDSMAGAZIN

Als die Interessenvertretung für professionelles Franchising in Deutschland haben wir viel über und für die Franchisecommunity zu berichten. Neben den vielfältigen Kommunikationskanälen, die wir aktiv nutzen, tun wir dies auch in einer eigenen Verbandszeitschrift, die viermal im Jahr erscheint. Wir informieren über Erfolgsbeispiele – von Franchisenehmern wie Franchisegebern –, erörtern aktuelle Rechtsthemen, lassen Experten zu den unterschiedlichen Lebenszyklen von Franchisesystemen zu Wort kommen und geben einen informativen Abriss über unsere komplexen Verbandsaktivitäten. Bei all diesen Themen liegt der Fokus immer darauf, Franchising als vielversprechende Möglichkeit für erfolgreiches Unternehmertum sichtbar zu machen.

Unsere Leser sind dabei Gründungsinteressierte und bereits aktive Franchisenehmer ebenso wie Franchisegeber und Unternehmer, die auf Franchising setzen möchten. Darüber hinaus richten wir uns auch an Berater und Anwälte, Mitarbeiter in den Systemzentralen, Dienstleister für die Franchisewirtschaft sowie an Politik, Wirtschaft und Öffentlichkeit.

Um diese Vielfalt zu erreichen, setzen wir auf unterschiedlichste Vertriebsformen: Neben dem Direktversand an Franchisegeber, Franchisenehmer, Politik und Keyplayer kann die FRANCHISEconnect auch am führenden Bahnhofs- und Flughafenbuchhandel erworben werden. Auch einige unserer Mitglieder vertreiben das Magazin an ihren Standorten. Und zwar in Deutschland und Österreich. Zudem wird das Magazin auf Messen und Gründerveranstaltungen gestreut.

Als Hauptmedienpartner der Franchise Expo kann das Magazin franchiseaffine Gründungswillige direkt erreichen. Mehr zur FRANCHISEconnect unter → **www.franchiseverband.com/franchise-connect**. Da gibt es auch alle Ausgaben als E-Magazin.

FRANCHISE Connect

PRAXISORIENTIERTE BILDUNGSANGEBOTE IM FRANCHISING

Das Deutsche Franchise Institut bringt das Franchise-Knowhow aus der Praxis in die Praxis. Das Institut wurde auf Initiative des Deutschen Franchiseverbandes gegründet. Es ist die Bildungsinstitution für die Franchisewirtschaft im deutschsprachigen Raum und bietet Seminare, Fortbildungen, Workshops und exklusive Trainingseinheiten für alle im Franchising agierenden Personen an: vom Franchisegeber bis hin zum Mitarbeiter der Systemzentralen oder zu den Franchisenehmern. Die Themen umfassen das gesamte Spektrum der franchisespezifischen Herausforderungen. Zudem ist es aktiv in der Erstberatung von am Franchising interessierten Unternehmen und Institutionen. Neben Face-to-Face-Beratungen werden individuelle Strategieworkshops von ausgewiesenen Experten für alle bei der Franchisierung relevanten Unternehmensparts angeboten.

Das Portfolio des Franchise Institutes reicht von ganzheitlichen Franchiseveranstaltungen, wie der *Schule des Franchisings* über exklusive Fachseminare zu Qualitätsmanagement bis hin zu Workshops zu beispielsweise Engpassanalysen oder Digitalisierungschancen. Etabliert hat sich bereits der bislang einzigartige *IHK-Zertifikatslehrgang zum Franchisemanager*. Auch Fortbildungen für junge Franchisepartner stehen mit im Bildungsportfolio des Deutschen Franchise Institutes. Ein weiteres Plus: Für Seminare des Deutschen Franchise Institutes kann ein Prämien Gutschein für eine Bildungsprämie von bis zu 500 Euro beantragt werden. Dieser wird vom Bundesministerium für Bildung und Forschung vergeben und ist bundesweit in zahlreichen Beratungsstellen erhältlich.

Das Deutsche Franchise Institut ist eine 100-prozentige Tochter des Deutschen Franchiseverbandes. Auf diese Weise kann der Franchiseverband maßgeblich Einfluss auf Inhalte und vor allem Qualität und Nachhaltigkeit der Bildungsangebote nehmen. Zahlreiche Experten mit langjähriger Praxiserfahrung unterstützen das Institut als Referenten und Impulsgeber und tragen so aktiv dazu bei, das Weiterbildungsangebot entsprechend aktuellen Themenschwerpunkten umzusetzen.

DEUTSCHES FRANCHISE INSTITUT

BILDUNG IM FRANCHISING

Informationen zu Bildungsangeboten und Veranstaltungsformaten erhalten Sie auf der Institutswebsite unter → **www.franchise-institut.de**

STREITSCHLICHTUNG BEIM DEUTSCHEN FRANCHISEVERBAND

In jeder guten Partnerschaft kann es zu Meinungsverschiedenheiten kommen – da bildet die Partnerschaft zwischen Franchisegeber und Franchisenehmer keine Ausnahme. Sollten Konflikte allerdings nicht mehr eigenständig gelöst werden können, kann es sinnvoll sein, einen unparteiischen Dritten als Schlichter oder Mediator einzuschalten.

Die Mediation dient dazu, zusätzlich zu den grundsätzlich bestehenden zwei Wegen (staatliche Gerichtsbarkeit oder Schiedsgerichtsbarkeit) einen neuen und alternativen Weg zur Konfliktlösung im Rahmen des Franchisesystems unter Hinzuziehung eines Mediators zu eröffnen. Die Mediation ist dabei eine Methode, die es den Parteien bei widerstreitenden Interessen im Rahmen einer Auseinandersetzung erlaubt, eine gütliche Lösung zu finden, ohne auf die staatliche Gerichtsbarkeit oder Schiedsgerichtsbarkeit zurückgreifen zu müssen.

Der Deutsche Franchiseverband hat ein Regelwerk für die Durchführung eines Mediationsverfahrens entwickelt, das Verbandsmitgliedern und deren Franchisenehmern für die Durchführung eines außergerichtlichen Mediationsverfahrens zur Verfügung gestellt wird. Der Verband verwaltet und organisiert das Mediationsverfahren und stellt eine Liste von Mediatoren zur Verfügung. Die vorgeschlagenen Mediatoren haben ausgewiesene Sachkunde in den Bereichen Mediation und Franchising erworben und müssen dies gegenüber dem Verband nachweisen und aktualisieren.

Das Mediationsverfahren ist ausschließlich Mitgliedern des Deutschen Franchiseverbandes vorbehalten, d. h. nur solchen Franchisegebern, die Mitglied im Deutschen Franchiseverband sind, und deren Franchisenehmern.

Das Mediationsverfahren ist ein kostengünstiges und zeitsparendes Verfahren. Die Mediationsregeln des Verbandes sehen zwischen Eingang des Antrages und dem Abschluss des Verfahrens nach Durchführung der Mediationssitzung einen Zeitraum von maximal drei Monaten vor.

An der Mediationssitzung nehmen nur die Parteien des Franchisevertrages, nicht aber deren etwaige anwaltliche Berater teil. Auch der Franchisegeber ist gehalten, zur Mediationssitzung einen bevollmächtigten Vertreter aus der Geschäftsleitung zu entsenden, um sicherzustellen, dass in der Mediationssitzung die nötige Entscheidungskompetenz vertreten ist.

Das Mediationsverfahren wird durch eine schriftliche Erklärung eines Franchisenehmers oder Franchisegebers gegenüber dem Deutschen Franchiseverband eingeleitet. Dieser Antrag muss bestimmte Angaben enthalten, und mit dem Antrag muss eine Bearbeitungsgebühr gezahlt werden. Alle Einzelheiten ergeben sich aus einem Formblatt, das der Deutsche Franchiseverband auf Anforderung zur Verfügung stellt. Haben die Parteien, z. B. im Franchisevertrag, keine zwingende Mediationsregelung vorgesehen, so stellt der Verband eine Musterregelung einer Mediationsvereinbarung zur Verfügung, die beide Parteien vor Beginn des Verfahrens abzuschließen und zu unterzeichnen haben.

Das Mediationsverfahren endet durch eine in schriftlicher Form fixierte Einigung beider Parteien oder durch eine schriftliche Erklärung des Mediators, dass das Mediationsverfahren erfolglos verlaufen ist, bzw. durch schriftliche Mitteilung einer oder beider Parteien an den Mediator, dass das Mediationsverfahren nicht weiterbetrieben werden soll.

Oberstes Gebot des Mediationsverfahrens ist Vertraulichkeit, die sowohl hinsichtlich der Inhalte als auch des Ergebnisses des Mediationsverfahrens zu gewährleisten ist. Im Rahmen der Mediationsregelungen des Deutschen Franchiseverbandes und der abzuschließenden Mediationsvereinbarung wird sichergestellt, dass alle eingenommenen Positionen, Vorschläge, Stellungnahmen und Dokumente vertraulich nur in diesem Verfahren Verwendung finden dürfen.

Erfahren Sie mehr unter **www.franchiseverband.com/services-nutzen**

OFT GESTELLTE FRAGEN

FRANCHISING – UNTERNEHMERTUM OHNE RISIKO?

Franchisegründer haben gute Erfolgsaussichten, verglichen mit unabhängigen Gründern, denn während sich unabhängige Existenzgründer den Zugang zur Kundschaft selbst erarbeiten müssen, profitieren Franchisenehmer von der etablierten Marke und vom Marktanteil ihres Franchisesystems. Diese Grundvoraussetzungen erleichtern es, Kunden langfristig an sich zu binden. Das etablierte und am Markt erprobte Franchisekonzept reduziert also das Risiko einer Unternehmensgründung deutlich, garantieren kann es den erfolgreichen Schritt in die Selbstständigkeit hingegen nicht. Schließlich hängt der nachhaltige unternehmerische Erfolg wesentlich von der Persönlichkeit des Gründers ab.

WAS IST EIN FRANCHISENEHMER?

Ein Franchisenehmer (auch Franchisepartner genannt) ist jemand, der sich einem Franchisesystem anschließt und das Geschäftskonzept des Franchisegebers selbstständig umsetzt.

WAS IST EIN FRANCHISEGEBER?

Ein Franchisegeber ist der Initiator eines multiplizierbaren Geschäftskonzeptes, der Existenzgründern (Franchisenehmern) den Einstieg in das System gegen Gebühr ermöglicht.

IST MAN ALS FRANCHISENEHMER ANGESTELLTER ODER SELBSTSTÄNDIGER UNTERNEHMER?

Franchisenehmer sind rechtlich selbstständige Unternehmer.

WAS SIND DIE VORTEILE VON FRANCHISING?

Franchising verbindet die Vorteile von großen Unternehmen (Marktmacht) mit denen von kleineren Unternehmen (Marktnähe). Der Franchisegeber ermöglicht Existenzgründern oder bestehenden Unternehmen die Übernahme und Umsetzung seines markterprobten Geschäftskonzeptes gegen Gebühr. Der Franchisenehmer profitiert von der etablierten Marke mit Schutzrechten, Einkaufsvorteilen, Schulungen und Dienstleistungen sowie Unterstützung in betriebswirtschaftlichen Fragen, in Marketing und PR.

Dieses Knowhow kann der Franchisenehmer als rechtlich selbstständiger Unternehmer an seinem Standort umsetzen. Während sich der Franchisenehmer ganz auf den Vertrieb vor Ort und auf seine Kunden konzentrieren kann, ist der Franchisegeber für die Weiterentwicklung, Vermarktung und Kontrolle seines Betriebskonzeptes verantwortlich.

WIE VIELE FRANCHISESYSTEME SIND AM DEUTSCHEN MARKT?

In Deutschland sind derzeit rund 900 Franchisesysteme am Markt. Ein Drittel von ihnen sind geprüfte Mitglieder des Deutschen Franchiseverbandes.

WIE SIND DIE ENTWICKLUNGSCHANCEN?

Allein im Jahr 2020 erwirtschafteten die in Deutschland aktiven Franchisegeber – gemeinsam mit circa 138.748 Franchisenehmern und 749.198 Mitarbeitern – einen Umsatz von rund 135 Milliarden Euro. Die Stabilität des Franchisings hat dem Mittelstand auch in den letzten Jahren Stärke verliehen. Darüber hinaus sind gute und professionelle Franchisesysteme ein Wachstumsmotor, denn sie verfügen über ein sich eng an den Bedürfnissen des Kunden orientierendes Geschäftsmodell.

WAS IST EIN MASTER-FRANCHISENEHMER?

Ein Master-Franchisenehmer (auch: Masterpartner) ist ein Franchisepartner, der das Franchisesystem im Ausland aufbaut. Der Master wird in seinem Land selbst zum Franchisegeber und vergibt Franchises. Dabei erhält er das Recht und die Verpflichtung, innerhalb eines ihm exklusiv überlassenen Territoriums weitere Franchisenehmer zu akquirieren und sie als Franchisegeber zu betreuen.

IST JEDES GESCHÄFTSKONZEPT FRANCHISIERBAR?

Unter bestimmten Voraussetzungen ist jedes Geschäftskonzept franchisierbar. Die Leistungen des Franchisegebers müssen ein geschlossenes Paket ergeben, das sich vor allem auf den Bestand und die Entwicklung der besonderen Wettbewerbsvorteile des Produktes/der Dienstleistung bezieht. Grundsätzlich muss das Geschäftskonzept jedoch multiplizierbar sein.

Ein Konzept zu multiplizieren, bedeutet, es muss „einfach" sein. Franchisierbare Leistungen wie Produkte, Dienstleistungen und/oder Technologien sollten über Immaterialgüterrechte wie eine Marke, ein Patent, ein Muster oder Modelle möglichst geschützt werden.

Franchisierbare Geschäftskonzepte benötigen einen Markt, der aufnahmefähig ist. Das gilt nicht nur für den Kundenmarkt mit ausreichendem Volumen für eine größere Anzahl selbstständiger Partner. Das gilt gleichermaßen für die Möglichkeit, qualifizierte Franchisepartnerschaften mit geeigneten Franchisenehmern aufzubauen.

WIE FINDE ICH DAS PASSENDE FRANCHISESYSTEM?

Ein wichtiges Auswahlkriterium bei der Suche nach einem geeigneten Franchiseunternehmen ist die gegenseitige »Chemie«. Geschäftskonzept, persönliche und fachliche Qualifikationen müssen miteinander harmonieren. Dabei kommt es besonders auf unternehmerische Eigenschaften und persönliches Engagement an. Mindestens ebenso wichtig ist das gegenseitige partnerschaftliche Vertrauen. Wer sich für ein Franchisesystem interessiert, sollte sich vorab bestmöglich informieren. Nur wer sich optimal mit dem Unternehmen identifizieren kann, kann unter dessen Dach erfolgreich agieren. Das Mitgliederverzeichnis des Franchiseverbandes hilft, das passende Konzept zu finden.

WIE LASSEN SICH PROFESSIONELLE FRANCHISESYSTEME ERKENNEN?

Neben der Übersicht in diesem Ratgeber gibt es auf der Website des Franchiseverbandes eine stets aktuelle Liste der Verbandsmitglieder. Die Übersicht steht mit entsprechenden Filterfunktionen unter → **www.franchiseverband.com/systemfinder** zur Verfügung. Wichtig auch: Geprüfte und zertifizierte Franchisesysteme sind mit einem Siegel markiert.

Die ausgezeichneten Unternehmen werden in einem Turnus von drei Jahren auf Rentabilität und Fairness geprüft.

WELCHE VORAUSSETZUNGEN SOLLTE EIN FRANCHISENEHMER MITBRINGEN?

Aufgrund der guten Ausbildungskonzepte in Franchisesystemen haben Interessenten unterschiedlichster Vorbildung gleiche Chancen. An selbstständige Unternehmer wird – auch innerhalb eines Franchisesystems – eine Reihe von Anforderungen gestellt. Wer diesen gewachsen ist, kommt dem Schritt zum erfolgreichen Franchisepartner deutlich näher. Was Franchiseinteressenten vorab bedenken sollten, darüber informiert auf Seite 10 und 11 eine detaillierte Checkliste.

WORIN UNTERSCHEIDEN SICH EINSTIEGSGEBÜHREN, INVESTITIONSKOSTEN UND LAUFENDE GEBÜHREN, DIE EIN FRANCHISENEHMER LEISTEN MUSS?

Eintritts-/Einstiegsgebühr: Eintrittsgebühren divergieren je nach Konzept deutlich. Manche Systeme erheben keine Eintrittsgebühren, verlangen dafür in der Regel meist höhere laufende Gebühren. Eintrittsgebühren ergeben sich aus den Vorleistungen des Franchisegebers wie

- Entwicklung des Geschäftstyps
- Erprobung in Pilotbetrieben
- Dokumentation des Knowhows
- Image/Bekanntheitsgrad sowie
- aus Aufbau-/Transferleistungen wie Suche/Auswahl der Franchisenehmer
- Standortanalysen
- Betriebsaufbau
- Erstschulung
- Unterstützung bei der Markteinführung

Laufende Gebühren: Die Höhe der laufenden Gebühren – auch Franchisegebühr genannt – ist abhängig von den Leistungen, die der Franchisegeber dem Franchisenehmer bietet. Sie errechnet sich in der Regel aus dem monatlichen Nettoumsatz. Die laufenden Gebühren sollen die Vorleistungen amortisieren und werden für die kontinuierliche Nutzung von

- Knowhow
- Training
- Markenschutz
- Werbemitteln
- Unternehmensberatung
- Weiterentwicklung (Innovation) des Systems

gezahlt. Neben der laufenden Gebühr können Franchisegeber auch *Werbeumlagen* berechnen. In diesem Fall empfiehlt es sich nachzuprüfen, ob diese auch tatsächlich für überregionale Werbung und die allgemeine Marketingstrategie verwendet werden. Dabei haben Franchisenehmer gegenüber dem Franchisegeber Anspruch auf Rechnungsnachweis und Auskunftserteilung.

Wie hoch sind laufende Gebühren üblicherweise? Die laufenden Gebühren sollten sich im Rahmen von 1 bis 15 Prozent des Nettoumsatzes halten. Sie sind abhängig von den Leistungen, die der Franchisegeber dem Franchisenehmer bietet.

Investitionssumme: Die Gesamtinvestitionssumme ergibt sich aus der Eintrittsgebühr und den Investitionskosten für den Aufbau des Franchisebetriebs mit Ladenbau, Geschäftsausstattung, Warengrundstock etc.

WER HILFT BEI DER FINANZIERUNG?

Eine Existenzgründung im Franchising erfordert meist eine solide Eigenkapitalausstattung. Diese eröffnet dem Existenzgründer die Möglichkeit, Chancen wahrzunehmen und vorhersehbaren und/oder unvorhergesehenen Herausforderungen gelassen zu begegnen. Das notwendige Eigenkapital berechnet sich prozentual aus dem Investitionsbedarf und bildet die Basis für das erste Gespräch mit dem Finanzinstitut. Existenzgründer wenden sich einfach an ihre »Hausbank«, die kompetent weiterhilft. Häufig verfügen Franchiseunternehmen auch über eigene Kontakte zu Hausbanken oder können ein Kreditinstitut zur Finanzierung empfehlen. Interessenten sollten bei einer Finanzierungsanfrage verschiedene Kreditinstitute aufsuchen und nach einer Einbindung von Eigenkapitalhilfe, Bürgschaftsbanken, Beteiligungsgesellschaften, Förderprogrammen etc. fragen. Ein kompetenter Berater kann umfassend informieren und eine maßgeschneiderte Finanzierung anbieten.

GIBT ES MUSTER-FRANCHISEVERTRÄGE?

In der Literatur lassen sich Muster-Franchiseverträge finden; jedes System hat jedoch ein auf seine Bedürfnisse zugeschnittenes Vertragswerk. Deshalb ist es ratsam, immer einen spezialisierten Rechtsanwalt bei der Erstellung und Optimierung der Verträge hinzuzuziehen. Sie können sich beispielsweise an die im Franchiseverband als assoziierte Experten gelisteten Rechtsanwälte wenden, die sich im komplexen Rechtsgebiet Franchising auskennen. Welche Bestandteile ein üblicher Franchisevertrag aufweisen sollte, darüber wird ab Seite 13 informiert.

WAS BEDEUTET DIE VORVERTRAGLICHE AUFKLÄRUNGSPFLICHT?

Läuft der Kontakt zwischen Franchisegeber und Franchisenehmer auf den Abschluss eines Vertrages hinaus bzw. liegt ein ähnlicher geschäftlicher Kontakt vor, ist der Franchisegeber verpflichtet, eine vorvertragliche Aufklärung zu leisten. Das zwischen Franchisegeber und Franchisenehmer entstandene Vertrauensverhältnis verpflichtet den Franchisegeber in besonderem Maße, dem Franchisenehmer die für die spätere Zusammenarbeit erheblichen Informationen wahrheitsgemäß offenzulegen. Zur vorvertraglichen Aufklärungspflicht zählen beispielsweise wahrheitsgemäße Informationen über Leistungen der Systemzentrale, Investitionssummen oder auch zum durchschnittlichen Jahresumsatz. Weitere Informationen zur vorvertraglichen Aufklärung stehen auf Seite 12 zur Verfügung.

Es ist ratsam, immer einen Experten bei der Erstellung und Optimierung der Verträge hinzuzuziehen.
Mehr dazu unter **www.franchiseverband.com/expertenfinder**

WAS IST EIN FRANCHISEHANDBUCH?

Ein Franchisehandbuch ist die schriftliche Dokumentation des gesamten Knowhows des Franchisegebers zur Weitergabe an den Franchisenehmer mit dem Ziel der erfolgreichen Umsetzung des Geschäftskonzeptes. Eine Bereitstellung im Onlineformat ist mittlerweile üblich. Wie diese aussehen kann, darüber informiert der Expertenbeitrag auf Seite 18.

Mehr Wissenswertes rund ums Franchising
unter → **www.franchiseverband.com**

IHRE ANSPRECHPARTNER IM DEUTSCHEN FRANCHISEVERBAND

VORSTAND

Kai Enders
(Engel & Völkers)
Präsident

Matthias H. Lehner
(Bodystreet)
Vizepräsident

Anja Roske
(NORDSEE)
Schatzmeisterin

Nadine Brenner
(Rainbow International)
Vorstandsmitglied

Benjamin Dawo
(Town & Country)
Vorstandsmitglied

Ute Petrenko
(MBE Deutschland)
Vorstandsmitglied

GESCHÄFTSSTELLE

Torben Leif Brodersen
Hauptgeschäftsführer
Tel.: +49-30-278902-13
brodersen@franchiseverband.com

Jan Schmelzle
Geschäftsführer
Tel.: +49-30-278902-16
schmelzle@franchiseverband.com

Arne Dähn
Leiter Recht und
Qualitätsmanagement
Tel.: +49-30-278902-17
daehn@franchiseverband.com

Sabine Kammler
Leiterin Finanzmanagement und
Mitgliederverwaltung
Tel.: +49-30-278902-14
kammler@franchiseverband.com

Michaela Fischer
Leiterin IT und
Veranstaltungsmanagement
Tel.: +49-30-278902-10
fischer@franchiseverband.com

Antje Katrin Piel
Leiterin Presse- und
Öffentlichkeitsarbeit
Tel.: +49-30-278902-12
piel@franchiseverband.com

Denise Hockarth
Assistentin der Geschäftsstelle,
Veranstaltungsmanagement
Tel.: +49-30-278902-20
hockarth@franchiseverband.com

VOLLMITGLIEDER
IM ÜBERBLICK *

* Stand 1. Oktober 2021.

VOLLMITGLIEDER IM ÜBERBLICK

25 MINUTES GmbH
→ www.franchise.25minutes.de

ABACUS Nachhilfeinstitut
Franchise GmbH
→ www.abacus-franchisezentrale.de

ACADEMY Holding GmbH
→ www.academy-fahrschulen.de

AccorHotels Deutschland GmbH
→ www.accorhotels.com

Agentur Traumhochzeit
→ www.agentur-traumhochzeit.de

House of Gelato S.L. Amorino
→ www.amorino.com/de

Apollo-Optik Holding GmbH & Co. KG
→ www.apollo.de

arko GmbH
→ www.arko.de

CKT Moden GmbH
AUST Fashion
→ www.austfashion.com

Autobahn Tank & Rast GmbH
→ www.tank.rast.de

AUTOMEISTER GmbH
→ www.automeister.de

BabyOne
Franchise- und Systemzentrale GmbH
→ www.babyone.de

BACKFACTORY GmbH
→ www.back-factory.de

BackWerk
Valora Food Service Deutschland GmbH
→ www.back-werk.com

Barrique GmbH
→ www.franchisepartner.de

BAUEN+LEBEN Service GmbH & Co. KG
Systemzentrale
→ www.bauenundleben.de/franchise

Betreuungswelt GmbH
Häusliche Betreuung mit Herz
→ www.betreuungswelt.de/lizenz

BLUME 2000 SE
→ unternehmen.blume2000.de

BNI GmbH & Co. KG
→ www.bni.de

BoConcept A/S
→ www.boconcept.com/franchise

Body Shape Fitness GmbH
→ www.bodyshapefitness-franchise.de

BODYSTREET GmbH
→ www.bodystreet.com

Bossmann Franchise GmbH
Haus & Wohnungssanierung
→ www.bossmann-franchise.de

burgerme GmbH
→ www.burgerme.de

Calzedonia Germany GmbH
→ de.calzedonia.com

gdw süd Genossenschaft der Werkstätten für behinderte Menschen Süd eG
→ www.cap-markt.de

Franchise Services Development AG
CENTURY 21 DEUTSCHLAND
→ century21.de

clever fit GmbH
→ www.clever-fit-franchise.com

CRYOSIZER GmbH
→ cryosizer.com

DAHLER & COMPANY
Franchise GmbH & Co. KG
→ www.dahlercompany.de

DAS FUTTERHAUS
Franchise GmbH & Co. KG
→ www.futterhaus.com

DIALOGMINDS Sales Support GmbH
Premium Marke in der B2B Telefonakquise
→ www.dialogminds.com

S&D System GmbH
DIE STEINPFLEGER
→ www.die-steinpfleger.de

DOGSTYLER SOEST GmbH
→ www.dogstyler.de

Domino's Pizza Deutschland GmbH
→ www.dominos.de

DI Lerntherapie GmbH
Duden Institute für Lerntherapie
→ www.duden-institute.de

EASYFITNESS Management GmbH
→ easyfitness.club

EINER.ALLES.SAUBER.®
Systemzentrale AG
→ partnerschaft.einer-alles-sauber.de

einsnulleins GmbH
→ einsnulleins.de/ueber-uns/franchisesystem

rehaConsult GmbH
Elithera
→ www.elithera.net

enerix Franchise GmbH & Co KG
→ www.franchise4me.de

Engel & Völkers AG
→ www.engelvoelkers.com

ERA Deutschland GmbH
ERA Immobilien
→ www.eraimmobilien.de

Exclusive Medical Fitness GmbH
→ www.exclusive-clubs.de

Expense Reduction Analysts (DACH) GmbH
→ www.expensereduction.com

FiltaFry Deutschland GmbH
Mobiles Fritteusen-, Öl- & Fettmanagement
→ www.filtafry.de

fitbox GmbH
→ www.fitbox.de

Fressnapf Tiernahrungs GmbH
→ www.fressnapf.com

ACISO Fitness & Health GmbH
FT-CLUB
→ www.ft-club.com

global office Deutschland GmbH
→ www.global-office.de

GCM Gastro Concept Management GmbH
grillbar / GrillGut
→ www.gcm-online.de

General Mills GmbH
Häagen-Dazs Shops
→ www.haagen-dazs.de

hairfree GmbH
→ www.hairfree.com

HANS IM GLÜCK Franchise GmbH
→ hansimglueck-franchise.de

HOL'AB! Getränkemarkt GmbH
→ www.holab.de

Home Instead GmbH & Co. KG
→ www.homeinstead.de

immergrün Franchise GmbH
→ www.mein-immergruen.de

ACISO Fitness & Health GmbH
INJOY International Sports- & Wellnessclubs
→ www.injoy.de

ISOTEC GmbH
→ www.isotec.de

JANNY'S Eis Franchise GmbH
→ www.jannys.com

Joe Peñas Franchise GmbH
→ www.joepenas.com

Kamps GmbH
→ www.kamps.de/franchise

Katzentempel GmbH
→ www.katzentempel.de

Finest Properties Deutschland GmbH
KENSINGTON Finest Properties International
→ www.kensington-international.com

KERN – Unternehmensnachfolge. Erfolgreicher
→ www.kern-unternehmensnachfolge.com

KOCHLÖFFEL GmbH
→ www.kochloeffel.de

Küche&Co GmbH
→ www.kueche-co.de

Kunst & Kreativ Franchise GmbH
→ www.kuk-markt.de

La Maison du Pain MOMENTUM LMDP AG
→ www.lamaisondupain.com

Leaders Academy GmbH
→ www.leaders-academy.com

Linde GmbH
Linde Gases Division
→ www.gasandmore.de

Locatec Ortungstechnik GmbH
→ www.locatec.com

L'Osteria
→ www.losteria.de

Maloa Franchise GmbH
→ www.maloa.com

MBE Deutschland GmbH
Mail Boxes Etc.
→ www.mbe.de

Mama Pizza & Hot Wok Franchise GmbH & Co. KG
→ www.mamapizza.de

Maschinenring Personaldienste GmbH
→ www.maschinenring-personaldienste.de

MC Shape Holding GmbH
→ www.mcshape.com

McDonald's Deutschland LLC
Zweigniederlassung München
→ www.mcdonalds.de

RMS Franchisetotal GmbH
Mia Gelateria
→ www.mia-gelateria.com

Mini-Lernkreis-Systemzentrale
→ www.minilernkreis.de

mobilcom-debitel Shop GmbH
Ein Unternehmen der freenet Group
→ www.mobilcom-debitel.de

Mortimer Franchise GmbH
→ www.mortimer-english.com

Morgengold Franchise GmbH
→ www.morgengold.de

Mrs.Sporty GmbH
→ www.mrssporty-franchise.de

MUNDFEIN GmbH
→ www.mundfein.de

Musikschule Fröhlich
→ www.musikschule-froehlich.de

New Horizons Computer Learning Centers in Germany GmbH
→ www.newhorizons.de

NORDSEE GmbH
→ www.nordsee.com/franchise

OBI GmbH & Co. Deutschland KG
→ www.obi.de

PIRTEK Deutschland GmbH
24/7 HydraulikService
→ www.pirtek.de

Pizza Pasta Tübingen GmbH
→ www.pizzapasta.de

PLAMECO Systems B.V.
→ www.plameco.de

PLANA Lizenz + Marketing GmbH
→ www.plana.de

Pommes Freunde Franchise GmbH
→ pommesfreunde.de

PORTAS DEUTSCHLAND
→ www.portas.de

Ayono Chemie GmbH
POTEMA
→ www.potema.de

GD Handelssysteme GmbH
Premio Reifen+Autoservice
→ www.premio.de

PROMEDICA PLUS Franchise GmbH
→ www.promedicaplus.de/franchise

GD Handelssysteme GmbH
Quick Reifendiscount
→ www.quick.de

TERRES Marketing- und Consulting GmbH
Raiffeisen-Markt „Wir leben Nähe“
→ www.terres.de

Rainbow International
Systemzentrale Deutschland GmbH
→ www.management-franchisekonzept.de

RE/MAX Germany
REF Real Estate Franchise GmbH
→ www.remax.de

REDDY Küchen & ElektroWelt
Internationale Franchise GmbH
→ franchise.reddy.de

Rentas Mietgeräte GmbH
→ www.rentas.de

RohrStar® AG
→ www.rohrstar.de

SANIFAIR GmbH
→ www.sanifair.de

ZGS Bildungs-GmbH
Schülerhilfe
→ www.schuelerhilfe-franchise.de

DB Station&Service AG
ServiceStore DB
→ www.servicestoredb.de

Smiley's Franchise GmbH
→ www.smileys.de

FISHBULL Franz Fischer Qualitätswerkzeuge GmbH
Sonderpreis Baumarkt
→ www.sonderpreis-baumarkt.de

Sporteve GmbH
Pure Lady Fitness
→ www.sporteve.de

Stagecoach Theatre Arts GmbH
→ www.stagecoach.de

Storebox Holding GmbH
→ yourstorebox.com/de

Studienkreis Partnersysteme GmbH
→ www.studienkreis.de

Subway Vermietungs- und Servicegesellschaft mbH
→ www.subway.com

Peer Boards Deutschland GmbH & Co KG
TAB The Alternative Board
→ thealternativeboard.biz

TeeGschwendner GmbH
→ www.teegschwendner.de

The Body Shop Germany GmbH
→ www.thebodyshop.de

Tiroler Bauernstandl GmbH
→ www.tiroler.eu

Town & Country Haus Lizenzgeber GmbH
→ www.HausAusstellung.de

Treppenmeister GmbH
→ www.treppenmeister.com

FSP Leitung und Service GmbH
TÜV Rheinland / FSP Fahrzeug-Sicherheits-Prüfung
→ fsp.de

Varia Franchise GmbH
→ www.varia.de

VBC Academia Gesellschaft für Erwachsenenbildung GmbH
→ www.vbc.de

Viterma AG
→ www.viterma.com

VOM FASS AG
→ www.vomfass-franchise.com

Nilfisk GmbH
Wap WaschBär® Partnersystem
→ www.wap-waschbaer.org

WAX IN THE CITY GmbH
→ franchise.wax-in-the-city.com

Wentzel Dr. Franchise GmbH
→ www.wentzel-dr.de

GW Franchise GmbH
WERTHMANN® Franchise
→ www.werthmann-franchise.de

Wintec Autoglas GmbH
→ www.wintec.de

WonderWaffel Marketing GmbH
→ www.wonderwaffel.de

WORLD OF PIZZA GmbH
Systemzentrale Deutschland
→ www.world-of-pizza.de

Ytong Bausatzhaus GmbH
→ www.ytong-bausatzhaus.com

Yves Rocher GmbH
→ www.yves-rocher.de/franchise

Zaunteam Franchise AG
→ www.zaunteam.com

Scannen und das Wunschsystem finden
→ **www.franchiseverband.com/systemfinder**

ASSOZIIERTE MITGLIEDER,
EXPERTEN UND FÖRDERER *

* Stand 1. Oktober 2021.

ASSOZIIERTE MITGLIEDER

ActionCOACH business coaching
→ www.actioncoach-franchise.de

AfH...für Sie da!
→ www.agentur-fuer-haushaltshilfe.de

AIS 24 Stunden Betreuung
→ www.ais-24stundenbetreuung.de

Alles klar! Veranstaltungs-Service
→ www.allesklar-verleih.com

Amazon Delivery Service Partner Programm
→ logistics.amazon.de

Ambulante und Intensivepflege
→ www.gosab-ambulante.de

Anytime Fitness Germany
→ www.anytimefitness.de

ApraxaZ
→ apraxaz.de

Asentiv
→ deutschland.asentiv.com

audibene
→ www.audibene.de

AURUM
→ www.aurumfit.com

AVIOR SWISS
→ www.avior-swiss.con

bauXpert
→ www.bauxpert.com

BBQ
→ eukogroup.de

Bellazzo
→ www.bellazzo.de

Bento Box
→ www.bentobox.de

BERK Immobilien
→ www.berk-online.de

Biogena
→ www.biogena.com

Bodyfitmamas
→ www.bodyfitmamas.de

BODYTERIA
→ www.bodyteria.de

Braintreeacademy® – Teamevents und Coaching
→ braintree-academy.com/franchise

BURGERISTA
→ www.burgerista.com

Burgermeister
→ www.burger-meister.de

Carls Jr
→ www.carlsjr.com

chidoba
→ www.chidoba.com

Chidonkey
→ www.chidonkey.de

Chrissie's
→ www.chrissies.de

Ciao Bella
→ ciao-bella.de

cigo
→ www.valoraretail.de

CiP city personalbüro
→ www.city-personalbuero.de

city-map
→ www.lizenz.city-map.de

cleanus Hygiene-System
→ www.cleanus.de/franchise

coffreez
→ www.coffreez.de

Concept & Coaching für anspruchsvolle Kinderbetreuung
→ www.dassahnehaeubchen.de

cookionista
→ cookionista.com

COSI Go
→ www.cosi-group.com

Cotidiano
→ www.cotidiano.de

Curegia Franchise - Pflege & Physiotherapie
→ www.curegia-franchise.de

Curry & Co. Currywurst und Pommes
→ www.curryundco.com

Daniel Moquet Gestaltet Ihre Wege
→ www.daniel-moquet.de

der mathe-spezialist
→ www.mathe-spezialist.de

Die Kaffeemeister
→ www.die-kaffeemeister.de

die putzfrauen®, die putzfrauen home®
→ www.die-putzfrauen.de

die Wunderkerze / Interaktive Kerzenwerkstatt für Groß und Klein → www.wunderkerze.de

easyApotheke
→ info@easyapotheke.ag

EDELFUCHS-LODGE
→ edelfuchs-franchise.de

EQUUSIR Franchise
→ www.equusir.com

Estate5
→ www.estate5.de

Estilo Argentino
→ www.estiloargentino.com

Exklusiv Wohnbau
→ partner.exklusiv-wohnbau.de

Extrawurst
→ www.extrawurst-franchise.de

eyes + more
→ www.eyesandmore.de

Fish & Chips
→ www.fishandchips.de

fit+
→ www.fitplus-club.de

fit20
→ www.fit20.de

Fitness First
→ fitnessfirst.de

FitnessLOFT
→ www.fitnessloft.de

Fladerei
→ www.fladerei.com

FLEETLINK Now
→ www.fleetlink.de

FOKUS Sprachen & Seminare
→ www.fokussprachen.com

footpower
→ www.footpower.de

Franz und Wach Personalservice
→ www.franz-wach.de

Gourmetrebellen by Bührmann
→ www.buehrmann.de

Gravity Active Entertainment
→ www.gravity-uk.com

Gregory's
→ www.gregorysgermany.de

GWA Supplies
→ www.gwasupplies.com

hello fit
→ www.hellofit.de

HOBRASIO
→ hobrasio.de

Homebox
→ www.homebox-lager.de

Husse
→ www.husse.com

Ideaform International
→ www.ideaform.de

Impero Pizza & Natura
→ www.imperopizzanatura.de

INSEKTUM
→ www.insektum.com

InterGest
→ www.intergest.com

InXpress
→ www.inxpress.com

Joon
→ joon.de

Karate Geiger
→ www.karate-geiger.de

KindergartenCup
→ www.kindergartencup.de

Kinderschuhe Eichelmann
→ www.kinderschuhe-eichelmann.de

Konntec Sicherheitssysteme GmbH
→ www.konntec.de

Konzept Haus Interiors
→ www.konzepthaus-franchise.com

Kouro
→ www.kouro.de

KundenMagnet®
→ www.kundenmagnet.com

La Flamme
→ www.la-flamme.de

LAGERIS
→ www.lageris.de

Laminat Depot
→ www.laminatdepot.de

LetMeRepair mobile
→ www.letmerepair.com

LIMBECK® GROUP
→ limbeckgroup.com

Little Green Rabbit
→ www.littlegreenrabbit.com

Little Kickers - educational pre-school football classes
→ www.littlekickers.ca

L'Occitane en Provence
→ www.loccitane.de

LOOP Kinderhilfe
→ www.loop-kinderhilfe.de

Lucky Car
→ www.lucky-car.at

Luxstay
→ www.luxstay.de

Makery DIY Restaurant
→ www.makeryworld.com

Mary Lou
→ www.mary-lou.de

mc Group
→ www.mcgroup.com

Media Markt Saturn
→ www.mediamarktsaturn.com

Mega Screen
→ www.mega-screen.de

Mobile Coffee Moped
→ www.fogarolli.com

mobile mech
→ www.autoreifenonline.de/partner

MOIA
→ www.moia.io

Montario GmbH
→ montario.de

Mpu One Praxis für Verkehrspsychologie
→ www.mpu-one.de

Muno's – Taste of Italy
→ www.ilovemunos.com

my Indigo
→ www.myindigo.com

mymoria
→ www.mymoria.de

MySpa
→ www.myspa.me

natürlich Bioladen & Bistro
→ www.gpe-mainz.de

NEBBIA
→ www.nebbia.fitness/de

Neumüller & Partner
→ www.neumueller.org

Paco's Tacos
→ www.pacostacos.de

Pädagogisch Therapeutische Einrichtung
→ www.pte.de

Pano - Brot & Kaffee
→ www.pano.coop

Partyland
→ www.partyland.party

Paulaner Franchise für bayerische Systemgastronomie
→ www.paulaner-brauhaus-worldwide.com

PicturePeople
→ picturepeople.de/kontakt

Pinsta
→ www.pinstalove.com

Pizza AVANTI
→ www.avanti.de

PIZZA HUT
→ www.pizzahut.de

Porta Mondial
→ homes-holiday.com/franchise

Pottsalat
→ pottsalat.de

PRADLER
→ www.pradler-gruppe.de

PRESS THE BUTTON
→ www.pressthebutton.net

Pret A Manger
→ www.pret.co.uk

pretty.fit®
→ dortmund.pretty.fit

prizeotel
→ www.prizeotel.com

ProKilo
→ www.prokilo.de

ProLog Pflegedienst
→ www.prolog-pflegedienst.de

Protectclean
→ www.protectclean.de

QUICK SCHUH
→ www.quick-schuh.com

RÄDERLOGISTIK.DE
→ www.raederlogistik.de

Regus
→ regus.de

relog RECHENZENTRUM FÜR LOHN UND GEHALT
→ www.relog.de

RENOfloor®
→ www.renofloor.de

renosys Renovieren mit System
→ renosys.de

ROCK YOUR LIFE!
→ www.rockyourlife.de

Ruff's Burger
→ www.ruffsburger.de

s Fachl - der Kreativ-Design-Kulinarikshop
→ www.fachl.de

Saddle Me
→ www.saddleme.com

SchlafTEQ - Ergonomisches Liegezentrum
→ www.schlafteq.com

schlecks ice cream & candies
→ www.schlecks.com

SCHMAZZ - endlich lecker
→ www.schmazz.de

SCHMIDT Küchen
→ www.schmidt-kuechen.de

SenVitaris SENIORENSERVICE
→ www.senvitaris.de

SERVICE Allstars
→ service-allstars-franchise.de

shizoo.
→ shizoo.asia

SIGGIS vegan & fresh food
→ www.siggis.jetzt

Silicio2
→ www.silicio2.com

Simulation.Centers
→ www.simulationtirol.com

SMARTY Hotel | Boardinghouse
→ www.franchise-hotel.com

SOLUTO
→ www.soluto.cc

SONNENTOR
→ www.sonnentor.com

sono.
→ sono.business.site

Speed Queen Premium Waschsalons
→ www.speedqueenstores.com

Stava
→ stava.eu

Steinhart
→ www.steinhart-pt.de

StrandStulle
→ www.strandstulle.com

Sugar Mum
→ sugar-mum.com

Superfly Air Sports
→ www.superfly.de

Supply Chain Value Engineering
→ www.nexus-packaging.de

Tchibo
→ www.tchibo.com/partner

THE CANNABIS SHOP by Hemp Brothers
→ www.thecannabisshop.eu

The Gin and Beef Club
→ ampulle.com

Tierbetreuungs-Agentur Katzensitter-Netzwerk
→ www.vor-ort-tierbetreuung.de

tobi's Snack-Konzept
→ www.tobis-food.de

TopBetreuuung
→ www.topbetreuung.de

TÜV SÜD
→ www.tuev-sued.de/autopartner

Twinkle Brow Bar
→ www.twinklebrowbar.de

U Store
→ www.valoraretail.de

UIF POKÉ BAR
→ www.uf-pokebar.de

UNIQAESTHETICS®
→ uniqaesthetics.de

VAPIANO
→ www.vapiano.de

Vapora optisept complete
→ www.vapora.com

Veloland
→ www.veloland-franchise.de

Vermittlung für Nanny/Hausangestellte und medizinischem Fachpersonal
→ elite-swiss.com

Victorinox Franchising
→ www.victorinox.com

Vincent Vegan
→ www.vincent-vegan.com

VIVA
→ www.omv.com

VON POLL IMMOBILIEN, COMMERCIAL, REAL ESTATE, FINANCE
→ www.von-poll.com

Vrohstoff
→ vrohstoff.de

Water Babies
→ www.waterbabies.de

WE ARE PINSA
→ www.wearepinsa-franchise.de

Wir können TÜRELEMENTE
→ www.fries24.de

wuddi
→ www.wuddi.de

YoungGo MoveCenter
→ movecenter.younggo.de

Zauberfrau
→ www.zauberfrau.de

Zeit + Gewinn Immobilienfinanzierung GmbH
→ www.zeitundgewinn.com

ZOO & Co.
→ www.sagaflor.de

EXPERTEN

ANWÄLTE

Dr. Ivan S. Aladyev
AladyevLegalSevices

Dr. Dietmar Althaus
Deloitte Legal Rechtsanwaltsgesellschaft mbH
→ www.deloitte.com/de

Horst Becker
ARIATHES Rechtsanwälte
→ www.ariathes.eu

Dr. Tom Billing
Noerr Partnerschaftsgesellschaft mbB
Rechtsanwälte Steuerberater Wirtschaftsprüfer
→ www.noerr.com

Christoph L. Boeminghaus
Osborne Clarke
→ www.osborneclarke.com

Reinhard Böhner
Rechtsanwalt Reinhard Böhner
→ www.sgp-legal.de

Rita d'Avis
TIGGES Rechtsanwälte
→ www.tigges-info.de

Thomas Doeser
Doeser Anwaltskanzlei
→ doeser.de

Ruth Dünisch
TCI Rechtsanwälte München
→ www.tcilaw.de

Peter Endres
CMS Hasche Sigle Partnerschaft von
Rechtsanwälten und Steuerberatern mbB
→ www.cms-hs.com

Dr. Matthias Epple
EPPLE LUTHER RECHTSANWÄLTE
→ www.eppleluther.de

Günter Erdmann
SCHLARMANNvonGEYSO
Rechtsanwälte Steuerberater Wirtschafts-
prüfer Partnerschaft
→ www.schlarmannvongeyso.de

Prof. Dr. Eckhard Flohr
LADM Liesegang Aymans Decker
Mittelstaedt & Partner
→ www.ladm.com

Dr. Jan Patrick Giesler
BUSSE & MIESSEN
Rechtsanwälte Partnerschaft mbB
→ www.busse-miessen.de

Dr. Volker Güntzel
BUSSE & MIESSEN
Rechtsanwälte Partnerschaft mbB
→ www.busse-miessen.de

Thomas Hellhake
Rechtsanwälte
Hellhake & Oettl
→ www.kanzlei-hellhake.de

Marco Hero
SCHIEDERMAIR RECHTSANWÄLTE
Partnerschaftsges. von Rechtsanwälten und
Steuerberatern mbB
→ www.schiedermair.com

Dr. Kay Jacobsen
Jacobsen & Confurius
Rechtsanwälte Partnerschaft
→ www.jacobsen-confurius.de

Alexander Jehn
Kolaschnik Partner Rechtsanwälte PartGmbB
→ www.kolaschnik-partner.de

Dr. Grischa Kehr
BUSSE & MIESSEN
Rechtsanwälte Partnerschaft mbB
→ www.busse-miessen.de

Joachim Klapperich
Steding – Rechtsanwälte
→ www.steding-rae.de

Dr. Hans-Clemens Köhne
CMS Hasche Sigle Partnerschaft von
Rechtsanwälten und Steuerberatern mbB
→ www.cms-hs.com

Andreas Th. E. Kreutzer
SCHLARMANNvonGEYSO
Rechtsanwälte Steuerberater Wirtschaftsprüfer
Partnerschaft
→ www.schlarmannvongeyso.de

Dr. Helmuth Liesegang
LADM Liesegang Aymans Decker
Mittelstaedt & Partner
→ www.ladm.com

Dr. Hermann Lindhorst
SCHLARMANNvonGEYSO
Rechtsanwälte Steuerberater Wirtschaftsprüfer
Partnerschaft
→ www.schlarmannvongeyso.de

Prof. Dr. Karsten Metzlaff
Noerr Partnerschaftsgesellschaft mbB
Rechtsanwälte Steuerberater Wirtschaftsprüfer
→ www.noerr.com

Martin Niklas
Anwaltskanzlei Niklas
→ www.anwaltskanzlei-niklas.de

Dr. Nina Ollinger
Rechtsanwaltskanzlei Dr. Ollinger
→ www.ra-ollinger.at

Dr. Ilmo Pathe
LADM Liesegang Aymans Decker
Mittelstaedt & Partner
→ www.ladm.com

Dr. Mathias Reif
Deloitte Legal Rechtsanwaltsgesellschaft mbH
→ www.deloitte.com/de

Dr. LL.M. Thomas Schneider
Zumtobel Kronberger Rae OG
→ www.eulaw.at

Stephanie Scriba
Scriba Rechtsanwältin
→ www.rechtsanwaeltin-scriba.de

Christian Treumann
Christian Treumann Rechtsanwalt
→ www.treumann.eu

Jörg Ullmann
Kanzlei Wack & Ullmann
→ www.ra-ullmann.de

Dr. Swen Vykydal
SCHIEDERMAIR RECHTSANWÄLTE
Partnerschaftsges. von Rechtsanwälten und
Steuerberatern mbB
→ www.schiedermair.com

Dr. Dagmar Waldzus
Buse Heberer Fromm
→ www.buse.de

Dr. jur. Julia Wulf
Taylor Wessing
Partnerschaftsgesellschaft mbB
→ www.taylorwessing.com

BERATER

Christian Becker
Artemis Franchise GmbH
→ www.artemis-franchise.com

Prof. Veronika Bellone
Bellone FRANCHISE CONSULTING GmbH
→ www.bellone-franchise.com

Lars Bobach
Franchise Rockstars GmbH
→ www.franchise-rockstars.de

Dr. Hubertus Boehm
SYNCON International Franchise Consultants
SYNCON GmbH
→ www.syncon.de

Thomas Brodbeck
tob impulsakademie
→ www.tob-startup.de

Sascha Busse
Goalgetter GmbH
→ goalgetter.hamburg

Dr. Johannes B. Dammann
TREUBUCH - Colonia
Potberg-Rath Partnerschaft
→ www.treubuch-colonia.de

Christian Deska
Punkt.Landung
Marketing- und Unternehmensberatung
→ www.punkt-landung.de

Jörg T. Eckhold
Eckhold Consultants GmbH
→ www.eckhold-consultants.de

Sebastian Eich
hanseConcept GmbH & Co. KG
→ www.hanseconcept.de

Eva Erden
FranNet Deutschland
→ www.frannet.de

Benjamin Fröhling
compreneur GmbH
→ www.compreneur.de

Andreas C. Fürsattel
BEI Business Education Intl. GmbH
→ www.bei-training.de

Jörn Grote
ETL Systeme AG
Steuerberatungsgesellschaft
→ www.etl-franchise.de

Andreas M. Idelmann
imc Unternehmensberatung
→ www.imc-services.de

Prof. Dr. Stephan A. Jansen
BICICLI Holding GmbH
→ www.bicicli.de

Dr. Johannes Jungblut
IoE Institute of Entrepreneurship
Deutschland GmbH
→ www.IoE-Deutschland.de

Simon Kentsch
NEXT Consulting
→ www.simonkentsch.de

Dr. Jürgen Knigge
Dr. Knigge Franchise & System Consult
→ www.franchise-knigge.de

Fred Koller
Deutscher Mietkautionsbund e. V.
→ mietkautionsbund.de/private-mietkaution

Sabine Krämer
ETL Systeme AG
Steuerberatungsgesellschaft
→ www.etl-franchise.de

Thomas Kühn
audalis NOTAX GmbH
WPG / StGB
→ audalis.de/de

Thorsten Linge
Perseus Technologies GmbH
Cybersicherheit auf den Punkt.
→ www.perseus.de

Prof. Dr. Peter Lüdemann
LWP LÜDEMANN WILDFEUER & PARTNER
→ www.kanzlei-lwp.de

Timo Marschall
timo marschall Business Solutions
→ www.timomarschall.com

Mag.a Waltraud Martius
SYNCON International Franchise Consulting
Syncon Consulting GmbH
→ www.syncon-franchise.com

Dr. Matthias Menke
finanziat GmbH
→ www.finanziat.de

Stephan Neuschulten
Neuschulten Unternehmensberatung GmbH
→ www.neuschulten-unternehmensberatung.de

Joachim Pawlik
Pawlik Consultants GmbH
→ www.pawlik.de

Felix Peckert
Peckert Gruppe
→ www.peckert.de

Aristidis Poursanidis
FRANTAX GmbH & Co. KG Steuerberatungsgesellschaft
→ www.frantax.de

Sebastian Reif
RFM – MediaMix AG
→ www.MediaMixAG.de

Roland Schwerdtfeger
conlab GmbH
Management Consultants
→ www.conlab.de

Sylvia Steenken
FranchiseForYou
→ www.franchiseforyou.de

Matthias Wittenburg
Companylinks GmbH
→ www.companylinks.com

FÖRDERER

AGA Norddeutscher Unternehmensverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistung e.V.
→ www.aga.de

AGICAP GmbH
→ agicap.com/de

Ampere AG
→ www.ampere.de

Blütenwerk GmbH
→ www.bluetenwerk.de

CRONBANK Aktiengesellschaft
→ www.cronbank.de

CYRIS Service-Agentur e.K.
→ www.franchise-versicherung.de

denkwerk GmbH
→ www.denkwerk.com

FranchiseCHECK.de – ein Service der Nexodon GmbH
→ www.franchisecheck.de

GRENKE BANK AG
→ www.grenkebank.de

hyperspace GmbH
→ www.hyperspace.de

INTERGASTRA (Landesmesse Stuttgart GmbH)
→ messe-stuttgart.de/intergastra/

marcapo GmbH
→ www.marcapo.com

Marsh GmbH
→ www.marsh.de

Projekt Sichtbarkeit GmbH
→ www.projekt-sichtbarkeit.de

REA Card GmbH
→ www.rea-card.de

remind.me GmbH
→ remind.me

Revenue Management Solutions (+RMS)
→ revenuemanage.com

Rotonda Business Club GmbH & Co. KG
→ www.rotonda.de

Rotonda Investor Office GmbH
→ www.rotonda.io

sage GmbH
→ sage.com

SHL Versicherungsmakler GmbH
→ www.shlgruppe.de

sonnenklar.TV
→ www.sonnenklar.tv

tixxt (mixxt GmbH)
→ www.tixxt.com/de/

UVW Leasing GmbH
→ www.uvw.de

SERVICEFINDER

Verbandsmitglieder, die auf der Suche nach den passenden Servicepartnern, Experten und Dienstleistern sind, können nun auf ein neues, komfortables Tool zurückgreifen: den neuen, attraktiven Servicefinder des Franchiseverbandes. Hier stehen mit nur wenigen Klicks passende Kontakte zu Themen wie Finanzierung, Digitalisierung, Leadgenerierung, Kundenbindung, Marketing und vielem mehr zur Verfügung.
→ **www.franchiseverband.com/servicefinder**

NOTIZEN