

FRANCHISERATGEBER 23/24

Perspektive Selbstständigkeit

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.

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
58	ASSOZIIERTE MITGLIEDER, FÖRDERER UND EXPERTEN
60	Assoziierte Mitglieder
65	Förderer
66	Experten

VORWORT

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Gründungsinteressenten,

selbstständig sein, das ist für viele ein lang gehegter Wunsch. Um dem 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 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 franchise-spezifische 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 Erfolgsmeldungen, 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 144.000 Franchisepartnern, 815.000 Beschäftigten und einem Umsatz von rund 142 Milliarden Euro im Jahr 2022 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.)?



Weitere Informationen unter
→ www.franchiseverband.com

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 Franchisenerfahrung?
- 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)?

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

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

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

Vertragsgegenstand

Werden die Leistungen des Franchisegebers benannt? Ja Nein

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

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

Pflichten des Franchisegebers

Sind die Pflichten des Franchisegebers aufgelistet? Ja Nein

Vertragsgebiet | Geschäftslokal

Wenn ein Gebietsschutz vereinbart wird: Sind die Grenzen genau festgelegt? 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 Streit-schlichtung 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 an-gehenden 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 Widerrufs-belehrung 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-Interesse 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 Einzel-

fall eben gerade nicht passen. Das für ein großes Hotelfranchise entwickelte Vertragsmuster kann für ein Franchisesystem unpassend sein, das sich an solselbstständige 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

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



Horst Becker
Rechtsanwalt

DIE DIGITALISIERUNG DER KNOWHOW-DOKUMENTATION IM FRANCHISING



Mag. Waltraud Martius
Franchiseberaterin

Syncon Consulting GmbH
Maierhofstrasse 108
5202 Neumarkt am
Wallersee
T +43 662 874 245-0
waltraud.martius@
syncon.at

De-la-Paz-Straße 2
80639 München
T +49 89 159 166 33
waltraud.martius@
syncon.de

Wozu braucht es eine Knowhow-Dokumentation im Franchising?

Franchising steht für „partnership for profit“. Damit Franchisegeber und Franchisepartner*innen das erreichen, braucht es einen umfassenden Knowhow-Transfer vom Franchisegeber auf die Franchisepartner*innen und seine Mitarbeiter*innen. Die Voraussetzung dafür ist die Standardisierung und Dokumentation des Erfahrungswissens des Franchisegebers mittels der Knowhow-Dokumentation (analog und digital).

Reicht zur Dokumentation nicht der Franchisevertrag aus?

Der Franchisevertrag regelt die Rechte und Pflichten zwischen Franchisegeber und Franchisepartner*innen. Das konkrete Anwendungs-Knowhow ist nicht im Franchisevertrag beschrieben, sondern wird mit der Knowhow-Dokumentation den Franchisepartner*innen 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 bei den Franchisepartner*innen und seinen Mitarbeiter*innen an. Viel zu oft ist die Knowhow-Dokumentation jedoch kein Instrument des gelebten Knowhow-Transfers, sondern verkümmert ungeöffnet bei den Franchisepartner*innen im Regal. Im Zeitalter der Digitalisierung ist eine reine Printfassung der Knowhow-Dokumentation kein adäquates Instrument, um Franchisepartner*innen und Mitarbeiter*innen zu begeistern.

Was ist zu tun, damit das Franchisehandbuch nicht zum „Standbuch“ im Regal der Franchisepartner*innen 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?

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-Trans-

fer gestalten. Konkret empfehle ich unseren Kund*innen, ein kurzes und knackiges „Buch der Partnerschaft“ zu schreiben, in dem die grundlegende Philosophie, das Konzept und die Strategie beschrieben sind. Idealerweise finden die Franchisepartner*innen im Buch der Partnerschaft Inhalte, die im Franchisesystem Bestand haben und sich nicht so rasch verändern. Das Buch der Partnerschaft verstärkt die Wertigkeit, Seriosität und Kontinuität des Franchisesystems. Alles Werte, die dem Franchisepartner*innen Sicherheit vermitteln. Zusätzlich werden alle konkreten Prozessbeschreibungen und Instrumente für die Franchisepartner*innen und die Mitarbeiter*innen zur Umsetzung in der täglichen Arbeit in einem intelligenten Intranet bereitgestellt. Schritt-für-Schritt-Anleitungen, die videounterstützt das Wissen in kleinen Lerneinheiten vermitteln, sind die Zukunft oder besser die Gegenwart für Franchisesysteme.

Wir kommunizieren nur mehr digital?

Nein. Der digitale Knowhow-Transfer mittels intelligentem Intranet, Webinaren, online-Meetings und Ähnlichem stellt ein systemkonformes Umsetzen durch die Franchisepartner*innen und die Mitarbeiter*innen sicher. Ergänzend dazu werden Gespräche mit den Partnermanager*innen, analoge und digitale Trainings und Treffen zum Erfahrungsaustausch angeboten. Die richtige Mischung bringt den Erfolg bei den Franchisepartner*innen 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 (wie z.B. syncONE) stellt nicht nur Wissen bereit, sondern bietet aktiv engpasskonzentrierte Maßnahmen an und fördert die Kommunikation unter den Franchisepartner*innen und den Mitarbeiter*innen und stellt eine digitalisierte Kommunikation und Information im Franchisesystem sicher.

Mag. Waltraud Martius

SYNCON INTERNATIONAL
FRANCHISE CONSULTANTS

→ www.syncon-franchise.com



4 TIPPS, UM MIT BÜRGSCHAFTSBANKEN EINFACHER ZU GRÜNDEN

Die Bürgschaftsbanken fördern viele Existenzgründungen und Unternehmensnachfolgen. Ihr Anteil an allen Bürgschaften ist in den letzten Jahren deutlich gestiegen. Mittlerweile geht mehr als die Hälfte jedes Jahr an Gründer und Nachfolger, darunter zahlreiche Franchisegründungen. Denn Franchise ist eine sich stetig weiterentwickelnde Branche, die sich robust zeigt. Kein Wunder also, dass Franchise bei Gründerinnen und Gründern beliebt ist. Auch, weil die Zentralen im Gründungsprozess ganz praktisch unterstützen. So auch beim Businessplan. Er legt fest, was Sie planen und was Sie tun müssen, damit Ihr Vorhaben gelingt. Er bestimmt die grobe Richtung und ist die Grundlage für Gespräche mit Banken.

1. BUSINESSPLAN ERSTELLEN

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 Franchise vorhaben, stellen Sie Produkt, Dienstleistung sowie deren Nutzen 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.

2. FINANZIERUNG STRUKTURIEREN

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.

3. HAUSBANK FINDEN

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 als letztes mit der Bank sprechen, 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.

4. UNTERSTÜTZUNG DURCH BÜRGSCHAFTSBANK

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 an erkannte Sicherheiten. Damit übernehmen sie bis zu 80 Prozent des Ausfallrisikos für einen Hausbankkredit und ersetzen so möglicherweise fehlende bankübliche Sicherheiten. Gemeinsam mit ihren Netzwerkpartnern können Bürgschaftsbanken bereits bei den ersten Schritten unterstützen. 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 Marktdeckung haben und für das Gründungsvorhaben sollten Vergleichszahlen vorgelegt werden können.

DURCH KOOPERATION STÄRKER PROFITIEREN

Durch eine Kooperation mit dem Deutschen Franchiseverband haben die Bürgschaftsbanken bundesweite Informationen zu Franchising und können Systeme und ihren Markterfolg leichter beurteilen. Davon profitieren die Franchisenehmer: Von den über 930 Systemen, die 2022 in Deutschland registriert waren, wurden bereits mehr als 800 verbürgt.



Sie sind an einer Bürgschaft interessiert? Kontaktdaten aller Bürgschaftsbanken sowie die Möglichkeit einer kostenlosen und unverbindlichen Finanzierungsanfrage über das Finanzierungsportal finden Sie unter www.ermoeglicher.de

Stephan Jansen

Geschäftsführer
Verband Deutscher
Bürgschaftsbanken e. V. (VDB)



PASSENDE FINANZIERUNGSPARTNER FINDEN

NACHHALTIGE GRÜNDUNGSFINANZIERUNG

Stabile und nachhaltige Unternehmensgründungen sind von enormer Bedeutung für die deutsche Wirtschaft. Selbstständige Unternehmer schaffen Arbeitsplätze, fördern Innovationen und beleben den Wettbewerb. Die deutsche Franchisewirtschaft ist dafür ein wichtiger, stabiler Pfeiler. Das zeigt die Franchisestatistik deutlich. Im Jahr 2022 waren es schließlich knapp 145.000 Menschen, die den Weg in die Franchisepartnerschaft und damit in ihre Selbstständigkeit gegangen sind. Um den nachhaltigen Erfolg einer Unternehmensgründung im Franchise zu sichern, ist eine solide Finanzierung außerordentlich wichtig. An dieser Stelle bietet der Deutsche Franchiseverband in enger Zusammenarbeit mit unterschiedlichsten Finanzierungsexperten umfangreiche Informationen an, um Gründungsinteressierte aktiv zu unterstützen. Mit den stets aktuellen Finanzierungsseiten im Umfeld des Verbandsauftrittes unter www.franchiseverband.com werden praxisnahe Antworten auf die vielen Fragen der Unternehmensgründung gegeben und über die wichtigsten Finanzierungsaspekte informiert.

Als Interessenvertretung für professionelles Franchising in Deutschland ist es dem Deutschen Franchiseverband ein wichtiges Anliegen, Gründungsinteressierten nicht nur Fragen zu Auf- und Ausbau von Franchisesystemen zu beantworten, sondern direkt mit Kreditinstituten, Leasingexperten und Finanzierungsberatern zu vernetzen.



Zu den Finanzierungsseiten des Deutschen Franchiseverbandes

→ <https://www.franchiseverband.com/services-nutzen/finanzierungsseiten>

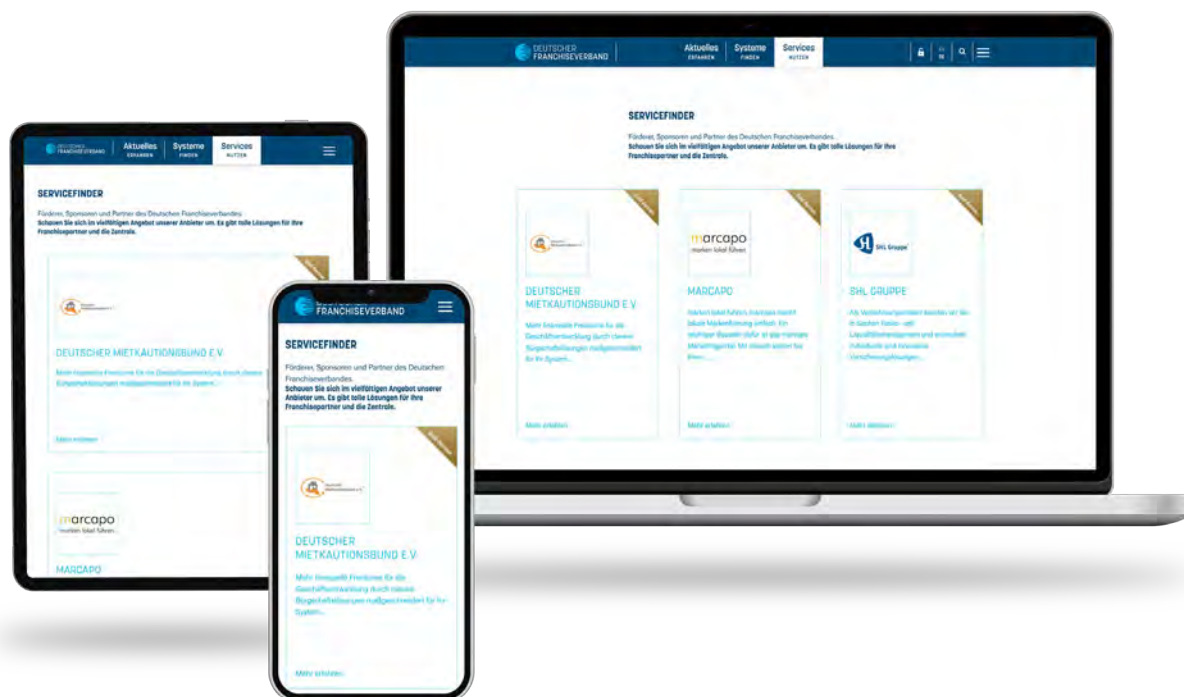
SERVICEPARTNER FINDEN

DIE RICHTIGE UNTERSTÜTZUNG BEKOMMEN

Ganz gleich, ob es um Finanzierung, Marketing oder Controlling geht, sei es Steuerberatung, Personalverwaltung oder Zahlungssysteme – der Servicefinder des Deutschen Franchiseverbandes ermöglicht es Ihnen, mit nur wenigen Klicks die passenden Kontakte zu Produktanbietern und Dienstleistern zu finden. Hier sind die Förderer und Sponsorpartner des Franchiseverbandes übersichtlich aufgeführt, die bewährte Produkte und Dienstleistungen anbieten, um den Systemalltag erheblich zu erleichtern.



Zum Servicefinder geht es hier:
 → www.franchiseverband.com/servicefinder



A man with a beard, wearing a blue button-down shirt, is shown from the chest up on the right side of the frame. He is looking towards the left. The background is a blurred office interior with a bright window and a green exit sign above a doorway.

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.

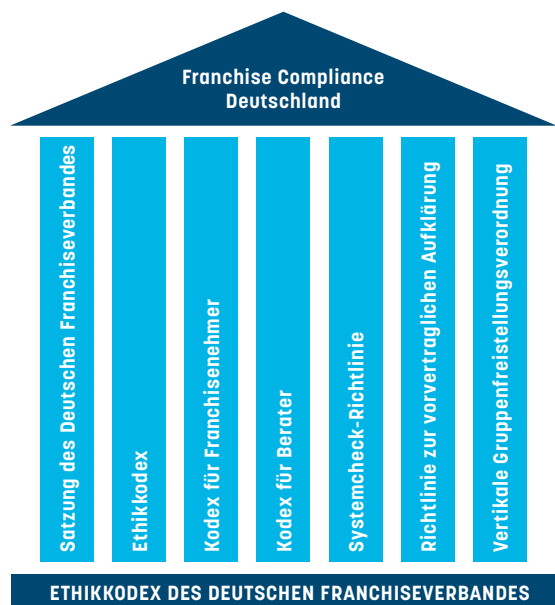
Die *Franchise Compliance Deutschland* ist eine Richtschnur für den „Lebenszyklus“ in einer Franchisepartnerschaft. Dabei wird zwischen drei Phasen unterschieden: der Kennenlernphase/der Phase der Vertragsanbahnung, der Zeit während der Partnerschaft und der Zeit nach Beendigung des Franchiseverhältnisses. 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.

REGELN FÜR FAIRES FRANCHISING

FRANCHISE COMPLIANCE DEUTSCHLAND

MUSS

Zwingend einzuhalten, um auch den Standards des Deutschen Franchiseverbandes zu entsprechen



KANN

Empfehlungen des Deutschen Franchiseverbandes, um faires Franchising in Franchisesystemen zu gewährleisten

1. Franchisevertrag-Checkliste
2. Franchisesystem-Checkliste
3. Checkliste zur vorvertraglichen Aufklärung
4. Muster für eine Beiratsordnung
5. Leitlinie zu einer Beiratsordnung
6. Muster einer Widerrufsbelehrung
7. Richtlinien und Merkblatt zur Mediation
8. Satzung und Merkblatt zum Ombudsmannverfahren

DIE LEBENSZYKLEN EINER FRANCHISEPARTNERSCHAFT

FRANCHISE COMPLIANCE DEUTSCHLAND

BEGINN

der Franchisepartnerschaft/
Vertragsanbahnung

- Richtlinien zur vorvertraglichen Aufklärung
- Kodex für Berater
- Kodex für Franchisenehmer
- Franchisevertrag-Checkliste
- Franchisesystem-Checkliste
- Finanzierungsfibel

WÄHREND

der Franchisepartnerschaft

- Systemcheck
- Vertikale Gruppenfreistellungsverordnung
- Muster für eine Franchisenehmer-Beiratsatzung
- Kodex für Berater
- Kodex für Franchisenehmer
- Richtlinien und Merkblatt zur Mediation
- Satzung und Merkblatt zum Ombudsmannverfahren
- Network-Governance-Kodex UNIDROIT-Vorgaben

BEENDIGUNG

der Franchisepartnerschaft

- Kodex für Franchisenehmer
- Richtlinien und Merkblatt zur Mediation
- Satzung und Merkblatt zum Ombudsmannverfahren
- Kodex für Berater

ETHIKKODEX DES DEUTSCHEN FRANCHISEVERBANDES



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 **fundierte Brancheninformationen** und Fachwissen über unterschiedliche Infokanäle
- **Networking und regelmäßiger Erfahrungsaustausch**, wie das jährliche Franchise Forum, Fachausschüsse und Verbandsgruppen, 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



FRAUEN IM FRANCHISE

Die Möglichkeiten, die Frauen in der Franchisewirtschaft geboten werden, sind so vielfältig wie die Franchise-Frauen selbst. Grund genug für den Franchiseverband, diese Vielfalt sichtbar zu machen und in ganz unterschiedlichen Berufsbiografien rund ums Franchising vorzustellen. Initiiert übrigens von unserem Frauennetzwerk FiF-Frauen im Franchise, das mit wiederkehrenden Netzwerktreffen für den Austausch und die Stärkung der Frauen im Franchise sorgt.

Zudem ist es mit den regelmäßig stattfindenden FiF-Talks ein klares Anliegen, Frauen mit erfolgreichen Gründungen als Franchisenehmerin in den Fokus zu stellen und ihnen eine Bühne zu bieten - und gründungsinteressierte Frauen damit zu inspirieren.

Aktuelle Veranstaltungstermine unter
→ www.frauen-im-franchise.com

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

FRANCHISEEXPO23
9.-11. NOVEMBER 2023 GERMANY

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

→ www.franchise-expo.com/

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 mehrmals 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 vielseitige 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 auf führenden Messen, Job- Karriere- und Gründertagen in Deutschland und Österreich bezogen werden. Auch einige unserer Mitglieder vertreiben das Magazin an ihren Standorten ebenso wie ausgewählte IHKn und Arbeitsagenturen.

Als Hauptmedienpartner der Franchise Expo erreicht das Magazin franchiseaffine Gründungswillige direkt.



Mehr zur FRANCHISEconnect unter
 → www.franchiseverband.com/franchise-connect. Da gibt es auch alle Ausgaben als E-Magazin.



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 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.



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 Kundenschaft 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 2022 erwirtschafteten die in Deutschland aktiven Franchisegeber – gemeinsam mit circa 144.000 Franchisenehmern und gut 815.000 Mitarbeitern – einen Umsatz von über 142 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 zertifizierten 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 UNTERSCHIEDEN SICH EINSTIEGS- GEBÜHREN, INVESTITIONSKOSTEN UND LAUFENDE GEBÜHREN, DIE EIN FRANCHISE- NEHMER 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
- Ersts Schulung
- 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.

? 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.



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



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

IHRE ANSPRECHPARTNER IM DEUTSCHEN FRANCHISEVERBAND

VORSTAND



Kai Enders
Präsident



Emma Lehner
(Bodystreet)
Vizepräsidentin



Alexander Mehnert
(KERN-System GmbH)
Schatzmeister



Thomas Kiderlen
(vomFASS)
Vorstandsmitglied



Maria L. Linz-Bender
(Global Office)
Vorstandsmitglied



Ute Petrenko
(MBE Deutschland)
Vorstandsmitglied

GESCHÄFTSSTELLE



Jan Schmelzle

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



Arne Dähn

Stellvertretender Geschäftsführer
Tel.: +49-30-278902-17
daehn@franchiseverband.com



Denise Hockarth

Referentin der Geschäftsführung
und Veranstaltungsmanagement
Tel.: +49-30-278902-20
hockarth@franchiseverband.com



Antje Katrin Piel

Leiterin Presse- und
Öffentlichkeitsarbeit
Tel.: +49-30-278902-13
piel@franchiseverband.com



Roman Khorolskyi

Referent Online Kommunikation
Tel.: +49-30-278902-21
khorolskyi@franchiseverband.com



Vincent Berckenhagen

Referent Politische Kommunikation
Tel.: +49-30-278902-13
berckenhagen@franchiseverband.com



Michaela Fischer

Leiterin Mitgliedersupport,
Prozesse und IT
Tel.: +49-30-278902-10
fischer@franchiseverband.com



Dirk Nowak

Referent Veranstaltungsmanagement
Tel.: +49-30-278902-19
nowak@franchiseverband.com



Sabine Kammler

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



Pauline Schumacher

Assistentin Presse- und
Öffentlichkeitsarbeit
Tel.: +49-30-278902-18
schumacher@franchiseverband.com



VOLLMITGLIEDER IM ÜBERBLICK *

* Stand 1. Oktober 2023



VOLLMITGLIEDER IM ÜBERBLICK



ABACUS Nachhilfeeinstitut

Franchise GmbH

→ www.abacus-franchisezentrale.de

→ www.abacus-Nachhilfe.de



ACADEMY Franchise GmbH

→ www.academy-fahrschulen.de



Agentur Traumhochzeit

→ www.agentur-traumhochzeit.de

→ www.hochzeit-auf-mallorca.de



Apollo-Optik Holding GmbH & Co. KG

→ www.apollo.de



arko GmbH

→ www.arko.de



Aterima

→ www.aterima-care.de



Aurum Fitness AG

→ www.aurumfit.com



CKT Moden GmbH

AUST Fashion

→ www.austfashion.com

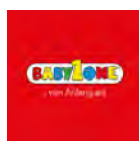
→ www.aust24.shop



Autobahn Tank & Rast GmbH

→ www.tank.rast.de

→ tank.rast.de/unsere-partner



BabyOne

Franchise- und Systemzentrale GmbH

→ www.babyone.de

BACK-FACTORY
eine Marke von Valora

BACK-FACTORY
→ www.back-factory.de

**back
WERK**

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

Barrigue[®]
The famous Art of Spirit

Barrigue GmbH
The famous Art of Spirit
→ www.eigener-chef.com
→ www.franchisepartner.de

BAUEN+LEBEN
IHR BAUFACHHANDEL

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

 **Betreuungswelt**
Häusliche 24-Stunden-Betreuung mit Herz

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

 **BIOGENA**
GOOD HEALTH FOR ME

Biogena GmbH & Co KG
→ www.franchisepartner.de
→ www.biogena.com/de-DE/franchise/werden-sie-franchise-nehmer.html

**BLUME
2000**

BLUME 2000 SE
→ unternehmen.blume2000.de
→ unternehmen.blume2000.de/vorhang-auf/auch-mal-chef-sein

BNI

BNI GmbH & Co. KG
→ www.bni.de
→ www.bni-blog.de

BoConcept
Official Certified Franchise Partner

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

BODY STREET

Bodystreet GmbH
→ Bodystreet GmbH



Bossmann Franchise GmbH
 → bossmann-franchise.de
 → bossmann-koeln-bonn.de



burgerme GmbH
 → www.burgerme.de



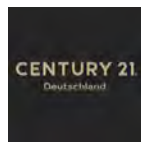
**gdw süd Genossenschaft der Werkstätten für
 behinderte Menschen Süd eG**
 → www.cap-markt.de



CFS GmbH
 → www.capito.eu



CELEBRE FRANCHISE GmbH
 → www.celebreyourday.com
 → shop.celebreyourday.com



**Franchise Services Development AG
 CENTURY 21 DEUTSCHLAND**
 → century21.de



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



coffreez GmbH
 → www.coffreez.de



Cotidiano Lizenz GmbH
 → www.cotidiano.de



CRYOSIZER GmbH
 → cryosizer.com
 → KalorienburnerToGo.de



**DAHLER & COMPANY
Franchise GmbH & Co. KG**

- www.dahlercompany.de
- www.dahlercompany.com/de/das-franchisesystem-fuer-luxusimmobilien



**DAS FUTTERHAUS
Franchise GmbH & Co. KG**

- www.futterhaus.com
- www.futterhaus.de



**DIALOGMINDS Sales Support GmbH
Premium Marke in der B2B Telefonakquise**

- www.dialogminds.com
- www.dialogminds-franchise.de



**S&D System GmbH
DIE STEINPFLEGER**

- www.die-steinpfleger.de
- www.sd-systemgruppe.de



DOGSTYLER SOEST GmbH

- dogstyler-shop.de



Domino's Pizza Deutschland GmbH

- www.dominos.de
- www.dominos.de/franchise



**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
- einer-alles-sauber.de



einsnulleins GmbH

- einsnulleins.de/ueber-uns/franchisesystem

	<p>rehaConsult GmbH Elithera → www.elithera.net → www.elithera.net/franchise-physiotherapie</p>
	<p>e-motion experts GmbH Atelier 58 im WALZWERK → www.emotion-technologies.de</p>
	<p>enerix Franchise GmbH & Co KG → www.franchise4me.de → www.enerix.de</p>
	<p>Engel & Völkers AG → www.engelvoelkers.com/de-de/franchise-de-at</p>
	<p>ERA Deutschland GmbH ERA Immobilien → www.eraimmobilien.de → eradeutschland.de/franchise-immobilienmakler-frankfurt-am-main</p>
	<p>Exclusive Medical Fitness GmbH → www.exclusive-clubs.de</p>
	<p>Expense Reduction Analysts (DACH) GmbH → www.expensereduction.com</p>
	<p>FiltaFry Deutschland GmbH Mobiles Fritteusen-, Öl- & Fettmanagement → www.filtafry.de</p>
	<p>fitbox GmbH → www.fitbox.de → www.fitbox-franchise.com</p>
	<p>freenet Shop GmbH Ein Unternehmen der freenet Group → www.freenet-mobilfunk.de</p>

FRESSNAPF MAXI ZOO

Fressnapf Tiernahrungs GmbH

- www.fressnapf.com
- www.fressnapf.de



GETIR GERMANY GMBH

- franchisenehmer-werden.getir.com
- getir.com/de



global office

- global-office.de/franchise-konzept



General Mills GmbH

- www.haagen-dazs.de



hairfree GmbH

- so easy to be free**
- www.hairfree.de



HANS IM GLÜCK Franchise GmbH

- hansimglueck-franchise.de
- hansimglueck-burgergrill.de



HOL'AB! Getränkemarkt GmbH

- www.holab.de



Home Instead GmbH & Co. KG

- homeinstead.de/franchise
- www.homeinstead.de



HOMECARE – die Alltagshelfer GmbH

- www.homecare-alltagshelfer.de/franchisepartner



immergrün Franchise GmbH

- www.mein-immergruen.de


INJOY QUALITY GmbH

 → www.injoy.de

www.injoy.de

 → www.isotec.de

 → franchise.isotec.de

Joe Peñas Franchise GmbH

 → www.joopenas.com

 → www.joopenas-franchise.de

Kamps GmbH

 → www.kamps.de/franchise


KATZENTEMPEL

Katzentempel GmbH

 → www.katzentempel.de

Finest Properties Deutschland GmbH

 → www.kensington-international.com

KERN-System GmbH

 → www.kern-unternehmensnachfolge.com

 → www.kern-unternehmensnachfolge.com/franchising

KOCHLÖFFEL GmbH

 → www.kochloeffel.de

Küche&Co GmbH

 → www.kueche-co.de

**Kunst & Kreativ
Franchise GmbH**

 → www.kuk-markt.de



Kvik A/S
→ www.kvik.com



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
→ franchise.locatec.de



FR L'Osteria SE
VERWALTUNG-MÜNCHEN
→ www.losteria.de



Ma'Loa Franchise GmbH
→ www.maloo.com



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



Mama Pizza
Mama Pizza & Hot Wok Franchise
→ www.mamapizza.de



Maschinenring Personaldienste
Maschinenring Personaldienste GmbH
→ www.maschinenring-personaldienste.de



MC Shape Holding GmbH

- www.mcshape.com
- www.mcshape-franchise.com



**McDonald's Deutschland LLC
Zweigniederlassung München**

- www.mcdonalds.de



Medeco Cleantec GmbH

- www.medeco-cleantec.com
- www.medeco-cleantec.de



Mini-Lernkreis-Systemzentrale

- www.minilernkreis.de



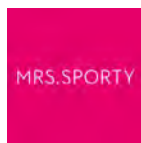
Morgengold Franchise GmbH

- www.morgengold.de



Mortimer Franchise GmbH

- www.mortimer-english.com



Mrs.Sporty GmbH

- www.mrssporty-franchise.de
- www.mrssporty.de



MUNDFEIN GmbH

- www.mundfein.de



Musikschule Fröhlich

- www.musikschule-froehlich.de
- www.kinder-musiklehrer.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



Peter Pane Franchise GmbH
→ peterpane.de/



Pflege zu Hause Küffel GmbH
→ www.pflegezuhause.info



Pflegehelden Franchise GmbH
→ www.pflegehelden.de



Pflegehilfe für Senioren 24 GmbH
→ www.pflegehilfe-senioren.de



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



Pizza Pasta Tübingen GmbH
→ www.pizzapasta.de



PLAMECO Systems B.V.
Morgen schöner wohnen
→ www.plameco.de
→ www.plameco.com



PLANA Lizenz + Marketing GmbH
→ www.plana.de
→ franchise.plana.de



Pommes Freunde Franchise GmbH

→ pommesfreunde.de



**PORTAS DEUTSCHLAND
Folien GmbH & Co. Fabrikations KG**

→ www.portas.de
→ www.partnerschaft.portas.de



Goodyear Retail Systems GmbH

→ www.premio.de
→ g-rs.de



**PROMEDICA PLUS
Franchise GmbH**

→ www.promedicaplus.de/franchise
→ www.promedicaplus.de



Goodyear Retail Systems GmbH

→ www.quick.de
→ g-rs.de



**Terres
Marketing- und Consulting GmbH**

→ www.terres.de



**Rainbow International
Systemzentrale Deutschland GmbH**

→ www.management-franchisekonzept.de
→ www.rainbow-international.de



**RE/MAX Germany
REF Real Estate Franchise GmbH**

→ www.remax.de



**REDDY Küchen & ElektroWelt
Internationale Franchise GmbH**

→ franchise.reddy.de
→ www.reddy.de



Rentas Mietgeräte GmbH

→ www.rentas.de
→ www.rentas-franchise.de



RohrStar@ AG
→ www.rohrstar.de



Ruff's Burger Restaurant GmbH
→ www.ruffsburger.de



SANIFAIR GmbH
→ www.sanifair.de/franchise-partnerschaft



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



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



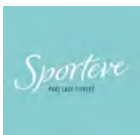
SNA Germany GmbH
Geschäftsbereich Snap-on Tools
→ www.snapon.de
→ snapon-franchise.de



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



TVG Touristik Vertriebsgesellschaft mbH
→ www.tvg-franchiseerfolg.de



Sporteve GmbH
→ www.sporteve.de



Stagecoach
Theatre Arts GmbH
→ www.stagecoach.de



rasant GmbH | Steinfresh® Systemzentrale Deutschland

→ www.steinfresh.de



Storebox Holding GmbH

→ franchise.yourstorebox.com



Studienkreis Partnersysteme GmbH

→ www.studienkreis.de



**Subway Vermietungs-
und Servicegesellschaft mbH**

→ www.subway.com

→ www.subway-franchise.de



TeeGschwendner GmbH

→ www.teegschwendner.de



Frey Advisory Boards

→ www.thealternativeboard.biz

→ www.thealternativeboard.biz/franchise



The Body Shop Germany GmbH

→ www.thebodyshop.de



Tiroler Bauernstandl GmbH

→ www.tiroler.eu



**Town & Country Haus
Lizenzgeber GmbH**

→ www.HausAusstellung.de

→ www.FranchisePartnerschaft.de



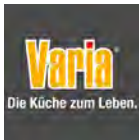
Treppenmeister GmbH

→ www.treppenmeister.com



FSP Leitung und Service GmbH

→ fsp.de



Varia Franchise GmbH

→ www.ruffsburger.de

→ www.varia-franchise.de



VBC

Academia Gesellschaft für Erwachsenenbildung GmbH

→ www.vbc.biz



Viterma AG

→ www.viterma.com

→ www.viterma-franchise.com



VOM FASS AG

Größtes Nachhaltigkeits-Franchise in Deutschland

→ www.vomfass-franchise.com

→ www.vomfass-franchise.de



Nilfisk GmbH

→ www.wap-waschbaer.org



Wax in the City GmbH

→ wax-in-the-city.com

→ wax-in-the-city.com/franchise



Wentzel Dr. Franchise GmbH

→ www.wentzel-dr.de



wineBANK Franchise GmbH & Co. KG

→ winebank.de

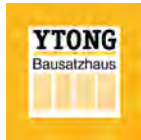


Wintec Autoglas GmbH

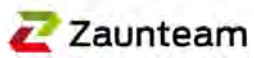
→ www.wintec.de



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



Ytong Bausatzhaus GmbH
→ www.ytong-bausatzhaus.com



Zaunteam Franchise AG
→ www.zaunteam.com
→ www.zaunteam.ch/franchise



Da geht's Tier gut

SAGAFLOL AG
→ www.sagafloer.de/home.html



Eine stets aktuelle Listung aller Verbandsmitglieder einsehen? Hier scannen und das passende Franchisesystem finden!

→ www.franchiseverband.com/systemfinder



A blurred background image of an office interior. In the foreground, a person is seen from behind, sitting at a desk and working on a laptop. The office has a modern aesthetic with a white wall on the left and a dark wall on the right. The lighting is soft and focused on the work area.

ASSOZIIERTE MITGLIEDER, EXPERTEN UND FÖRDERER *

* Stand 1. Oktober 2023.



ASSOZIIERTE MITGLIEDER

25MINUTES

→ www.franchise.25minutes.de

AER Reisemanufaktur

→ www.aer-manufaktur.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

Amazon Freight Partner

→ freightpartner.amazon.de

Ambulante und Intensivpflege

→ www.gosab-ambulante.de

ambulanter Pflegedienst

→ www.innovative-pflege.de

Amorino

→ www.amorino.com

Anytime Fitness Germany

→ www.anytimefitness.de

Asentiv

→ deutschland.asentiv.com

ASL

→ www.asl-leipzig.de

audibene

→ www.audibene.de

Automobilienagentur

→ agenceauto.com/fr

Autosmart

→ autosmart.de

bauXpert

→ www.bauxpert.com

BBQ Chicken

→ www.bbq-chicken.de

Belchicken

→ www.belchicken.com

Bento Box

→ www.bentobox.de

Biocannoea

→ www.biocannoea.de

BIRKHOVEN GmbH

→ www.birkhoven.com

Bloomest self-service laundry Miele

→ www.bloomestlaundry.de

BODYTERIA Vitality Studios

→ www.bodyteria.de

Burgermeister

→ www.burger-meister.de

bus dich weg!

→ deutschland.busdichweg.com

Callidus Card und Callidus App

→ www.calliduspay.com

Carls Jr

→ www.carlsjr.com

Chrissie's

→ www.chrissies.de

Ciao Bella

→ ciao-bella.de

cigo

→ www.valoraretail.de

CleverMatch

→ www.clevermatch.com

Cloud Kitchen

→ cloud-kitchen.de

Club Pilates→ www.clubpilates.com.de**Condo**→ www.condogroup.de**CORPORE Gesundheit**→ www.corpore-franchise.de**Curegia Franchise - Pflege & Physiotherapie**→ www.curegia-franchise.de**Curry & Co. Currywurst und Pommes**→ www.curryundco.com**Das Blümchen | Schwarzwald Tapas**→ www.bluemchen.restaurant/franchise**Das Sahnehäubchen Concept & Coaching**→ www.dassahnehaeubchen-franchise.de**Die Kaffeemeister**→ www.die-kaffeemeister.de**die Wunderkerze / Interaktive Kerzenwerkstatt für Groß und Klein**→ www.wunderkerze.de**easyApotheke**→ www.easyapotheker.de**EasyMotionSkin BodyClub**→ bodyclub24.com**Eli die Fee Seniorendienst**→ www.elidiefee-franchise.de**ENERDOMO Gebäude-Energieberatung**→ www.enerdomo.de**Estilo Argentino**→ www.estiloargentino.com**Evernest**→ www.evernest.com**Exklusiv Wohnbau**→ partner.exklusiv-wohnbau.de**Extrawurst**→ www.extrawurst-franchise.de**FALC Immobilien**→ www.falcimmo.de**Fish & Chips**→ www.fishandchips.de**fit20**→ www.fit20.de**FLEETLINK Now!**→ www.fleetlink.de**FLEXO - Die Handlaufprofis**→ franchise.flexo-handlaufprofis.de**Fogarolli**→ www.fogarolli.com**Gold´s Gym**→ golds-gym.de/franchise**Gregory's**→ www.gregorysgermany.de**Haarstudio für Menschen mit Demenz**→ www.haarstudio-fuer-menschen-mit-demenz.de**HABITA**→ www.habita.com**Haferkater**→ www.haferkater.com**hello fit**→ www.hellofit.de**Homebox**→ www.homebox-lager.de**Husse**→ www.husse.com**Ideaform International**→ www.ideaform.de

INSEKTUM→ www.insektum.com**InXpress**→ www.inxpress.com**Jean Fred Noël**→ www.j-f-noel.com**KAYAKOMAT by Point 65 Sweden**→ kayakomat.com**KidsCampAmerica (KCA)**→ www.kidscampamerica.com**Konzept Haus Interiors**→ konzepthaus-franchise.com**Koppenhöfer GmbH**→ www.koppenhoefer.immobilien**Kouro**→ www.kouro.de**KundenMagnet@**→ www.kundenmagnet.com**La Flamme**→ www.la-flamme.de**Laminat Depot**→ www.laminatdepot.de**Lanos Care**→ www.lanos-care.services**Lara Future**→ www.lara-future.de**LetMeRepair mobile**→ www.letmerepair.com**LIMBECK@ GROUP**→ limbeckgroup.com**Little Green Rabbit**→ www.littlegreenrabbit.com**L'Occitane en Provence**→ www.loccitane.de**Lucky Car**→ www.lucky-car.at**Luxfit**→ luxfit.com**MAM MAM Burger**→ mam-mam-burger.de**MAMAGEHTTANZEN**→ www.mamagehttanzen.de**Mary Lou**→ www.mary-lou.de**mc Group**→ www.mcgroup.com**Media Markt Saturn**→ www.mediamarktsaturn.com**Mmaah Korean BBQ Express**→ www.mmaah.de**MOVETOS**→ www.movetos.com**my Indigo**→ www.myindigo.com**mymoria**→ www.mymoria.de**MySpa**→ www.myspa.me/franchise**Pädagogisch Therapeutische Einrichtung**→ www.pte.de**Pano - Brot & Kaffee**→ www.pano.coop**Papa Napoli**→ www.papa-napoli.de**Partyland**→ www.partyland.party**Paulaner Franchise für bayerische Systemgastronomie**→ www.paulaner-brauhaus-worldwide.com**Pinsta**→ www.pinstalove.com**Pizza AVANTI**→ www.avanti.de

PIZZA HUT→ www.pizzahut.de**Poda Zäune und Tore**→ podazaun.de**POKÉ BAR**→ www.pokebar.de**Pottsalat**→ pottsalat.de**PRADLER**→ www.pradler-gruppe.de**pretty.fit®**→ dortmund.pretty.fit**Public Coffee Roasters**→ www.publiccoffeeroasters.com**RÄDERLOGISTIK.DE**→ www.raederlogistik.de**Regus**→ regus.de**RehaBox**→ www.rehabox.de**relog RECHENZENTRUM FÜR LOHN UND GEHALT**→ www.relog.de**RENOfloor®**→ www.renofloor.de**Roatel**→ www.roatel.com**RobShare**→ www.robshare.de**ROCK YOUR LIFE!**→ www.rockyourlife.de**ROCKET'S**→ www.rocket-restaurants.com**Rottler Brillen + Hörgeräte**→ www.rottl.de/start**s Fachl - der Kreativ-Design-Kulinarikshop**→ www.fachl.de**Saddle Me**→ www.saddleme.com**Schimmelsanierung, Ursachenanalyse, Desinfektion**→ www.mgn-pura.de**SchlafTEQ - Ergonomisches Liegezentrum**→ www.schlafteq.com**SCHMIDT Küchen**→ www.schmidt-kuechen.de**SenPrima**→ www.senprima.de**SERVICE Allstars**→ service-allstars-franchise.de**shizoo.**→ shizoo.asia**SIGGIS vegan & fresh food**→ www.siggis.jetzt**SOLUTO**→ www.soluto.cc**SONNENTOR**→ www.sonnentor.com**sono.**→ sono.business.site**Stava**→ stava.eu**Sülzle Holding GmbH & Co. KG**→ suelzle-gruppe.de/**Superfly Air Sports**→ www.superfly.de**Sushi Palace**→ www.sushi-palace.com**Tchibo**→ www.tchibo.com/partner**Teo**→ www.tegut.com**The Flying Coffee**→ www.theflyingcoffee.de

The Gin and Beef Club

→ ampulle.com

TINY TOWN - holiday concepts -

→ tiny-town.eu

TÜV SÜD

→ www.tuev-sued.de/autopartner

Twinkle Brow Bar

→ www.twinklebrowbar.de

U Store

→ www.valoraretail.de

UnfallExpert24

→ info@unfallexpert24.de

UNIQAESTHETICS@

→ uniquaesthetics.de/franchise

VAPIANO

→ www.vapiano.de

Vapora optisept complete

→ www.vapora.com

Velocity

→ velocitymobility.com

Veloland

→ www.veloland-franchise.de

Vincent Vegan

→ www.vincent-vegan.com

VISSOLAR

→ vissolar.com

Vitamin Lounge

→ www.vitamin-lounge.com

VIVA

→ www.omv.com

Water Babies

→ www.waterbabies.de

WE ARE PINSA

→ www.wearepinsa-franchise.de

weedo - Dein Hanf und CBD Shop #Weedo

→ myweedo.de

Wen Cheng

→ wenchengnoodles.de

Wiki Wiki Poke

→ wikiwikipoke.com

WorldGym

→ www.worldgym.com

WRAPUBLIC

→ www.wrapublic.de

Youpila Studios - Feminine Fitness und MamaConcept

→ www.youpila.de

Zauberfrau

→ www.zauberfrau.de

FÖRDERER

**AGA Norddeutscher Unternehmensverband
Großhandel, Außenhandel, Dienstleistung e.V.**

→ www.aga.de

bbg bitbase group GmbH

→ bitbasegroup.com

CB Bank GmbH

→ www.cb-bank.de

CRONBANK AG

→ www.cronbank.de

CYRIS Service-Agentur e. K.

→ www.franchise-versicherung.de

Energie Audit Deutschland GmbH

→ energie-audit-deutschland.de

Erfolgswind GmbH & Co KG

→ www.erfolgswind.de

ERW Entsorgungsgesellschaft Rhein-Wied mbH

→ erw-entsorgung.de

Expert Systems AG

→ www.provenexpert.com

FLEXVELOP GmbH

→ www.flexvelop.com

FranchiseCHECK.de

→ www.franchisecheck.de

Franchise Direkt McGarry Internet Ltd.

→ www.franchisedirekt.com

FranchisePORTAL GmbH

→ www.franchiseportal.de

GRENKE BANK AG

→ www.grenkebank.de

HASE GmbH + Co. KG

→ www.haseundco.de

HHL Hamburg Leasing GmbH

→ www.hamburgleasing.de

hyperspace GmbH

→ www.hyperspace.de

Landesmesse Stuttgart GmbH

→ www.messe-stuttgart.de/intergastra

marcapo GmbH

→ www.marcapo.com

Marsh GmbH

→ www.marsh.com/de/de/services/cyber-risk.html

Rotonda Business Club GmbH & Co. KG

→ rotonda.de

Rotonda Investor Office GmbH

→ rotonda.de/rotonda-investor-office

SHL Versicherungsmakler GmbH

→ www.shlgruppe.de

RTL Ad Alliance

→ rtl-adalliance.com

Transgourmet Deutschland GmbH & Co. OHG

→ www.transgourmet.de

UVW Leasing GmbH

→ www.uvw.de

W. Meier GmbH Großküchentechnik

→ www.meierservice.com

WIGeoGIS GmbH

→ www.wigeogis.com



SERVICEFINDER

Verbandsmitglieder, die auf der Suche nach den passenden Servicepartnern, Experten und Dienstleistern sind, können auf dieses, komfortable Tool zurückgreifen: den Servicefinder des Franchiseverbandes.

→ www.franchiseverband.com/servicefinder

EXPERTEN

ANWÄLTE

Martin Niklas

Anwaltskanzlei Niklas

→ www.anwaltskanzlei-niklas.de

Horst Becker

ARIATHES Rechtsanwälte

→ www.ariathes.eu

Dr. Ivan S. Aladyev

AWG LegalTax Partnerschaft

Dr. Aladyev & Wegener-Gärtner

→ www.awg-legaltax.de

Dr. Dagmar Waldzus

BUSE Rechtsanwälte Steuerberater

→ www.buse.de

Dr. Grischa Kehr

BUSSE & MIESSEN

Rechtsanwälte Partnerschaft mbB

→ www.busse-miessen.de

Dr. Volker Güntzel

BUSSE & MIESSEN

Rechtsanwälte Partnerschaft mbB

→ www.busse-miessen.de

Dr. Jan Patrick Giesler

BUSSE & MIESSEN

Rechtsanwälte Partnerschaft mbB

→ www.busse-miessen.de

Rita d'Avis

BUSSE & MIESSEN

Rechtsanwälte Partnerschaft mbB

→ www.busse-miessen.de

Dr. Hans-Clemens Köhne

**CMS Hasche Sigle Partnerschaft von Rechtsanwälten
und Steuerberatern mbB**

→ www.cms-hs.com

Peter Endres

**CMS Hasche Sigle Partnerschaft von Rechtsanwälten
und Steuerberatern mbB**

→ www.cms-hs.com

Thomas Doeser

Doeser Anwaltskanzlei

→ www.franchiseanwalt.de

Dr. Matthias Epple

EPPLE LUTHER Rechtsanwälte

→ www.eppleluther.de

Dr. Christine Freifrau von Hauch

Grant Thornton Rechtsanwalts-gesellschaft mbH

→ www.grantthornton.de

Dr. Mathias Reif

Grant Thornton Rechtsanwalts-gesellschaft mbH

→ www.grantthornton.de

Jochen Stauder

Jacobsen + Confurius Partnerschaftsgesellschaft mbB

→ www.jacobsen-confurius.de

Jörg Ullmann

Kanzlei Wack & Ullmann

→ www.ra-ullmann.de

Alexander Jehn

Kolaschnik Partner Rechtsanwälte PartGmbH

→ www.kolaschnik-partner.de

Prof. Dr. Eckhard Flohr

LADM Liesegang Aymans Decker

Mittelstaedt & Partner mbB

→ www.ladm.com

Dr. Ilmo Pathe

LADM Liesegang Aymans Decker

Mittelstaedt & Partner mbB

→ www.ladm.com

Dr. Helmuth Liesegang

LADM Liesegang Aymans Decker

Mittelstaedt & Partner mbB

→ www.ladm.com

Dr. Henning Liesegang

LADM Liesegang Aymans Decker

Mittelstaedt & Partner mbB

→ www.ladm.com

Stephanie Scriba
LADM Liesegang Aymans Decker
Mittelstaedt & Partner mbB
 → www.ladm.com

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

Partnerschaftsgesellschaft mbB
Rechtsanwälte Steuerberater Wirtschaftsprüfer
 → www.noerr.com

Christoph L. Boeminghaus
Osborne Clarke
 → www.osborneclarke.com/de/lawyers/christoph

Thomas Hellhake
Rechtsanwalt Thomas Hellhake
 → www.kanzlei-hellhake.de

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

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

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

Dr. Hermann Lindhorst
SKNvonGEYSO
Rechtsanwälte Steuerberater Wirtschaftsprüfer
Partnerschaft
 → www.skn.partners

Günter Erdmann
SKNvonGEYSO
Rechtsanwälte Steuerberater Wirtschaftsprüfer
Partnerschaft
 → www.skn.partners

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

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

Ruth Dünisch
TCI Rechtsanwälte München
 → www.tcilaw.de

Christian Treumann
Treumann Rechtsanwälte
 → www.treumann.eu

Dr. Thomas Schneider
Zumtobel Kronberger Rae OG
 → www.eu-law.at

BERATER

Christian Becker

Artemis Franchise GmbH

→ www.artemis-franchise.com

Thomas Kühn

audalis NOTAX GmbH WPG / StGB

→ www.audalis.de

Thorsten Beck

Beck[s] Unternehmerberatung

→ www.becks-ub.de

Andreas C. Fürsattel

BEI Business Education

international GmbH - BEITRAINING

→ www.bei-training.com

Prof. Veronika Bellone

Bellone FRANCHISE CONSULTING GmbH

→ www.bellone-franchise.com

Benjamin Fröhling

compreneur AG

→ www.compreneur.de

Fred Koller

Deutscher Mietkautionsbund e.V.

→ www.mietkautionsbund.de

Dirk Mertens

Dirk Mertens Sales Consulting

→ www.dm-salesconsulting.de

Dr Jürgen Knigge

Dr. Knigge Franchise & System Consult

→ www.franchise-knigge.de

Jörg T. Eckhold

Eckhold Consultants GmbH

→ www.eckhold-consultants.de

Annika Lyndgrun

EINZIGMARKE GmbH

→ www.einzigmarke.de

Sabine Krämer

ETL Systeme AG Steuerberatungsgesellschaft

→ www.etl-franchise.de

Kristof Wied

Franchise Coach

→ www.franchise-coach.de

Sylvia Steenken

FranchiseForYou

→ www.franchiseforyou.de

Eva Erden

FranNet Deutschland

→ www.frannet.de

Aristidis Poursanidis

FRANTAX GmbH & Co. KG Steuerberatungsgesellschaft

→ www.frantax.de

Sascha Busse

Goalgetter GmbH

→ www.goalgetter.hamburg

Sebastian Eich

hanseConcept GmbH & Co. KG

→ www.hanseconcept.de

Dr. Johannes Jungblut

IoE Institute of Entrepreneurship Deutschland GmbH

→ www.ioE-Deutschland.de

Stephan Neuschulden

Neuschulden Unternehmensberatung GmbH

→ www.neuschulden-unternehmensberatung.de

Felix Peckert

Peckert Gruppe

→ www.peckert.de

Christian Deska

Punkt.Landung Marketing- und Unternehmensberatung

→ www.punkt-landung.de

Mag.a Rita Schmiederer

Syncon Digital GmbH

→ www.syncon-franchise.com

Dr. Hubertus Boehm

SYNCON International Franchise Consultants

SYNTEX GmbH

→ www.syncon-franchise.com

Mag.a Waltraud Martius

SYNCON International Franchise Consultants

SYNTEX GmbH

→ www.syncon-franchise.com

Thomas Brodbeck

tob impulsakademie

→ www.tob-impulsakademie.de

Dr. Johannes B. Dammann

TREUBUCH - Colonia

Potberg-Rath Partnerschaft

→ www.treibuch-colonia.de

Filip Fischer

welovefranchises GmbH

→ www.welovefranchises.de

PLATZ FÜR IHRE NOTIZEN



