

GRÜNDER ZEITEN

BWV NACHRICHTEN ZUR EXISTENZGRÜNDUNG UND -SICHERUNG Nr. 4

Thema: „Franchise“

Franchising – Chancen und Risiken

Von Knut S. Pauli

Vorweg: Franchising ist kein System ohne Risiken; es ist nicht auf die „schnelle Mark“ ausgelegt – weder für Franchise-Geber, noch für Franchise-Nehmer.

Franchise-Geber: Die Herausforderung für Franchise-Geber, ein Franchise-System zu organisieren, besteht darin, hoch motivierte Mitunternehmer und zusätzliches Kapital für die Expansion zu gewinnen. Franchising – seriös organisiert – verlangt dabei zunächst erhebliche Aufwendungen des Franchise-Gebers: Die eigene Geschäftsidee muss einem Praxistest unterzogen werden. Diesen Test sollte der Geber auf eigenes Risiko finanzieren. Das Ergebnis ist – wenn alles gut geht – eine erprobte Geschäftskonzeption und ein im Detail niedergelegtes Geschäftskonzept im Franchise-Handbuch.

Vorarbeit ist teuer: Experten rechnen mit Aufwendungen von mindestens zwei Millionen Mark. Manche Franchise-Systeme, die im Markt operieren, haben diese Investitionen nicht getätigt. Die Folge: Die notwendige Entwicklungsarbeit hat der Franchise-Nehmer selbst zu leisten.

Franchise-Nehmer: Vorteilhaft für ihn ist, das Know-how und die Erfahrung des System-Gebers übernehmen zu können, dessen erprobte und erfolgreiche Produkte oder Dienstleistungen. Der Nehmer trifft seine Investitionsentscheidungen also unter größtmöglicher Sicherheit, profitiert von der Kostenteilung für Marketingausgaben, von Arbeitsteilung mit dem Franchise-Geber und erhält dadurch die Möglichkeit, sich auf die Kunden konzentrieren zu können.



Welches Franchise-System? Selbständige, die sich unter den genannten Prämissen in ein Franchise-System einkaufen wollen, stehen vor der Qual der Wahl: rund 1.000 Systeme operieren am Markt. Davon sind etwa gut die Hälfte im Deutschen Franchise-Verband organisiert, der sich mit eigenen Aufnahme Richtlinien die Aufgabe gestellt hat, die schwarzen von den weißen Schafen zu trennen. Denn mancher Franchise-Geber liefert seinen Franchise-Partnern nur Ware und ein umstrittenes Werbepaket, mehr nicht! Das ist für ein Franchise-System zu wenig. Es fehlen die betriebswirtschaftliche Unterstützung, Rat und Tat durch exzellente Betriebsberater und eine Fortentwicklung des Systems durch Mitbestimmung in Franchise-Nehmer-Beiräten.

Um wirtschaftliche Schief lagen zu vermeiden, sollte jeder Franchise-Geber ein regelmäßig aktualisiertes Controlling-System installieren, in dem die Erfahrungen seiner Franchise-Nehmer berücksichtigt werden: einen monatlichen Vergleich aktueller Wirtschaftsdaten der Franchise-Partner. Dieses Controlling-System muss den Franchise-Nehmern zur Verfügung stehen.

Dipl.-Volkswirt Knut S. Pauli ist Wirtschaftsjournalist und Geschäftsführer von ADVISA Wirtschaftskommunikation GmbH, Monheim, und Autor des Fachbuches „Franchising“.

Das Franchise-Handbuch ...

- ist das Rückgrat eines Franchise-Systems und fasst alle bisherigen Erfahrungen zusammen;
- dokumentiert systematisch alle betrieblichen Abläufe und vermittelt dem Franchise-Nehmer eine optimale Aufbau- und Ablauforganisation;
- gibt nähere technische Anleitung und Erläuterung zu den im Vertrag geregelten Rechten und Pflichten;
- vermittelt die Grundlagen des Franchise-Konzeptes und gibt Antwort auf alle im Geschäftsalltag auftauchenden Probleme;
- sichert einen gemeinsamen einheitlichen Marktauftritt;
- betont die Selbständigkeit des Franchise-Nehmers (z. B. Organisation des Geschäftsbetriebes, Festlegung der Arbeitszeit), soweit das Franchise-System dadurch nicht gefährdet wird;
- muss regelmäßig durch den Franchise-Geber aktualisiert und ergänzt werden;
- muss individuell auf das entsprechende Franchise-Konzept zugeschnitten sein;
- sollte attraktiv und komfortabel gestaltet sein, damit der Franchise-Nehmer täglich damit arbeiten kann.

Quelle: Franchise-Institut für die deutsche Wirtschaft GmbH, Hannover 1999.

Inhalt

Interview	
Erfolgreiches Franchising	Seite 2
Gründergeschichten	
Intensive Vorbereitung lohnt sich	Seite 3
Franchise-International	
Master-Franchise	Seite 3
Übersicht	
Fünf typische Stolpersteine für Franchise-Nehmer	Seite I
Übersicht	
Worauf Franchise-Nehmer bei der Franchise-Auswahl und Partner-suche achten sollten	Seite II
Master-Franchise-Vertrag	Seite 4
Literatur und Kontaktadressen (Auswahl)	Seite 4

Erfolgreiches Franchising: ein ausgeglichenes Verhältnis von „Geben“ und „Nehmen“

Interview mit Ulrich Kessler, Mitautor und Herausgeber eines europaweiten Franchise-Führers für Existenzgründer.

Frage: Welche Informationsquellen würden Sie dem Franchise-Interessent empfehlen, bevor er in konkrete Verhandlungen mit einem Anbieter eintritt?

U. Kessler: Wenn er eine engere Auswahl getroffen hat, sollte er sich über die betreffenden Franchise-Geber bei Franchise-Verbänden, Industrie- und Handelskammern, Handwerkskammern und Banken erkundigen. Über den Ruf und den Bekanntheitsgrad der Unternehmen kann man auch etwas bei Wettbewerbern und im Bekanntenkreis erfahren. Nicht zu vergessen sind Wirtschaftsverbände, Wirtschaftsdatenbanken und Fachzeitschriften als wichtige Informationsquellen.

Frage: Sollten in erster Linie Franchise-Anbieter mit langjähriger Marktpräsenz bevorzugt werden?

U. Kessler: Leider fehlt es vielen jungen Franchise-Anbietern an Professionalität. Eine gute Geschäftsidee ist für den Aufbau eines Franchise-Systems keinesfalls ausreichend, selbst ein erfolgreicher Pilotbetrieb bietet keine Erfolgsgarantie. Neueinsteiger unterschätzen immer wieder den damit verbundenen Aufwand.

Frage: Wirtschaftsanalysen zeigen, dass es in Deutschland im Vergleich zu anderen Ländern viel weniger Dienstleister gibt. Dabei wird geschätzt, dass der Dienstleistungssektor hierzulande einen Markt für mehr als eine Million Betriebe bietet. Warum wird diese Marktlücke nicht durch junge Franchise-Systeme geschlossen?

U. Kessler: In den USA haben Franchise-Systeme einen entscheidenden Beitrag zum wirtschaftlichen Aufschwung geleistet. Auch bei uns verzeichnen Dienstleistungssysteme die höchsten Zuwachsraten. Schon heute sind in Deutschland 60 Prozent der Franchise-Systeme auf dem Dienstleistungssektor tätig, während der Handel nur noch auf einen Anteil von 30 Prozent kommt.

Frage: Wie steht es um die wirtschaftliche Selbständigkeit der Franchise-Nehmer? Ist ein Franchise-Nehmer in seinen unternehmerischen Aktivitäten nicht doch vom Franchise-Geber abhängig?

U. Kessler: Der Franchise-Geber ist für die Identität, das Image und die Funktionsfähigkeit des gesamten Franchise-Unternehmens zuständig. Er achtet darauf, dass sich die Franchise-Nehmer an die allgemeinen „Spielregeln“ halten. Das heißt, ihr Geschäft, ihr Betrieb muss dem vorgegebenen einheitlichen Erscheinungsbild und Auftreten entsprechen. Das eigentliche Tagesgeschäft ist Sache des Franchise-Nehmers. Entscheidend ist die Kommunikation zwischen Franchise-Zentrale und Franchise-Nehmern.

Frage: Es besteht demnach ein hohes Maß an gegenseitiger Abhängigkeit, das mitunter beträchtliches Konfliktpotenzial bergen dürfte. Werden bei Meinungsverschiedenheiten nicht im Zweifelsfall die Interessen des Franchise-Gebers den Ausschlag geben?

U. Kessler: Erfolgreiche Systeme unterscheiden sich von anderen dadurch, dass sie sinnvolle Wege der Konfliktbewältigung kennen. Schon eine geringe Störung kann bedrohliche Folgen für das gesamte Franchise-Unternehmen haben. Dann beispielsweise, wenn der Franchise-Geber in wirtschaftliche Schwierigkeiten gerät und daraufhin seine Partner über das übliche Maß hinaus kontrolliert. Wird dies von den Franchise-Nehmern als ungerechtfertigt oder überzogen empfunden, werden sie versuchen, die Maßnahmen des Franchise-Gebers zu unterlaufen. Das Miteinander entwickelt sich dann zu einem Gegeneinander und der sich verschärfende Konflikt kann das gemeinsame System gefährden.

TOP 20

Gesamtzahl der Franchise-Nehmer-Betriebe in Deutschland (Stand 1/2000)

Rang	Franchise-System	Konzept	Franchise-Nehmer
1	Photo Porst	Fotohandel	2.226
2	Foto Quelle	Fotohandel	1.388
3	Schmetterling	Reisebüros	935
4	Schülerhilfe	Nachhilfe	674
5	Ad-Auto Dienst	Autoreparatur	610
6	McDonald's	Fast Food	597
7	Musikschule Fröhlich	Musikpädagogik	500
8	Sunpoint	Sonnenstudios	480
9	TUI ReiseCenter/First Reisebüro	Reisebüros	472
10	Quick-Schuh	Schuhhandel	452
11	DATA C	Buchhaltungsservice	450
12	Studienkreis	Nachhilfe	430
13	AYK	Sonnenstudios	390
14	MINIT	Schnelldienst	380
15	Clean Park	Autowaschanlagen	340
16	OBI	Heimwerkermärkte	339
17	Wap WaschBär	Autowaschanlagen	322
18	PORTAS	Fenster und Türen	245
19	TopaTeam	Möbelhandel	230
20	MobilCom	Telekommunikation	225

Quelle: www.franchise-portal.de Fachverlag U. Kessler, Lohmar, Erhebung bei rund 850 deutschen Franchisegebern (440 Rückläufe)

Franchise international Master-Franchise

Ausländische Franchise-Unternehmen, die sich auf dem deutschen Markt etablieren möchten, denen aber das nötige kulturelle Wissen oder die personellen und finanziellen Möglichkeiten fehlen, bieten ein so genanntes Master-Franchise an: Der Master-Franchise-Nehmer erhält eine Lizenz für ein bestehendes Franchise-System, wobei er nicht direkt als Franchise-Nehmer aktiv wird, sondern sich um die Akquisition weiterer Franchise-Nehmer in einem bestimmten Gebiet (z. B. Deutschland) bemühen muss. Dies tut er auf eigene Rechnung und auf eigenen Namen.

Bitte beachten Sie, dass

- das Franchise-Konzept für das Zielgebiet geeignet ist (Infrastruktur, Branchenstruktur, Kundenmentalität, politische Situation, rechtliche Situation);
- der Vertrag genau ausgehandelt und dabei auch Ihre Kapitalsituation berücksichtigt wird;
- der Vertrag in deutsches Recht umgewandelt wird;
- die „Chemie“ zwischen Ihnen und dem Franchise-Geber stimmt;
- das Franchise-System ggf. geändert werden muss, um es auf den deutschen Markt zu übertragen;
- der Name ausreichend geschützt ist und in der eigenen Landessprache keine andere oder negative Bedeutung hat;
- Sie mit der Branche und der Muttersprache vertraut sind;
- die finanziellen Konditionen für beide Parteien fair ausgehandelt werden;
- Sie zu Beginn mit extrem hohen Kosten für die Lizenzübernahme (siebenstellige Beträge sind die Regel) und hohen Anlaufkosten rechnen müssen;
- die Vertragslaufzeit ausreichend ist und eine Verlängerungsoption vereinbart wird (Ihre Investition muss sich schließlich amortisieren);
- der Systemgeber seriös ist. Informieren Sie sich bei den entsprechenden Landes-Franchise-Verbänden (Adressen über FIW).

Quelle: Franchise-Institut für die deutsche Wirtschaft GmbH (FIW), Hannover 1999.

Intensive Vorbereitung lohnt sich



Stefan Ahle mit seinem Team

Wer, wie beispielsweise Stefan Ahle, über vier Jahre als kaufmännischer Leiter eines mittelständischen Franchisegebers gearbeitet hat, weiß, auf was es bei einem Franchise-System ankommt: „Die ‘Chemie’ zwischen Franchise-Geber und -Nehmer muss stimmen. Der Franchise-Vertrag muss fair sein und die Systemzentrale sollte über ausreichend Personal verfügen, um alle zugesagten Leistungen erfüllen zu können.“ Der Betriebswirt hat im November 1999 sein Unternehmen eröffnet und ist Franchise-Nehmer eines internationalen Franchise-Systems. Die Geschäftsidee: ein mobiler 24-Stunden-Reparaturservice für Hydraulikschläuche und Armaturen für Baugeräte, Maschinen oder auch Autotransporter. Anstatt in der Werkstatt, werden die Schläuche direkt an Ort und Stelle, zum Beispiel auf der Baustelle, repariert.

Von dem Franchise-System erfuhr Stefan Ahle aus dem Bekanntenkreis. Der erste Kontakt kam auf der Frankfurter Franchise-Messe zustande. „Schon das erste Gespräch mit dem Geschäftsführer war positiv. Ich erhielt umfangreiche Unterlagen, wie Franchise-Vertragsmuster, ein Info-Paket mit allen relevanten Unternehmenszahlen und ein Finanzierungsplan-Muster.“

Aus betriebswirtschaftlicher Sicht konnte Stefan Ahlich das Unternehmen problemlos beurteilen, technisch war er allerdings ein „Greenhorn“. Ob der mobile Reparaturservice tatsächlich für die Praxis taugt, ließ er daher von seinen Eltern und Geschwistern – allesamt Unternehmer und Angestellte in der Baubranche – überprüfen. Die Frage, ob er selbst Chancen als Betriebswirt in einer technischen Branche hat, ließ er sich vom Franchisegeber durch genaue Daten anderer fachfremder Franchisenehmer beantworten. Geklärt wurden auch Fragen zum Umfang des Gebietsschutzes

oder auch Akquise- und Fachschulungen für Ahle selbst und seine späteren Mitarbeiter.

„Überhaupt“, so Stefan Ahle, „haben wir viel Zeit in vorbereitende Gespräche investiert.

Allein der zweite Besuch dauerte über acht Stunden.“ Auch bei der Ausarbeitung des Finanzierungsplans und den Bankgesprächen stand ihm die Systemzentrale mit Rat und Tat zur Seite. Für die Finanzierung der Fahrzeuge, des Lagers und der

Anlaufzeit beantragte der Franchise-Nehmer in spe öffentliche Existenzgründungsdarlehen. Erst als tatsächlich alle Fragen geklärt waren, unterschrieb der Unternehmensgründer 1999 den Franchise-Vertrag. Vereinbart wurde unter anderem, dass der Franchise-Geber zwei Prozent des monatlichen Umsatzes erhält und 70 Prozent der Schläuche und Armaturen von ihm bezogen werden müssen.

Gemeinsam mit vier Mitarbeitern eröffnete Stefan Ahle im November sein Franchise-Unternehmen. Die gründliche Vorbereitung macht sich bereits bezahlt, schon jetzt ist deutlich, dass die Kosten niedriger sind als geplant. Auch die Akquisebemühungen sind erfolgreich. Was die besonderen Vorteile der Franchise-Gründung angeht, so meint Stefan Ahle, dass er als Neugründer sicher über mehr technisches Know-how verfügen müsste. Als Franchise-Nehmer dagegen kann er jederzeit seinen Franchise-Geber um Rat fragen. Andererseits, auch das muss man sehen, ist vermutlich der Zeitaufwand für Berichte, Umsatzaufstellungen usw. größer als für einen Neugründer.

Die wichtigsten Franchise-Aktivitäten

(Stand: 1/2000)

Einzelhandel	40,7 %
Schulung und Beratung	9,4 %
Reparatur und Renovierung	9,4 %
Makeln und Vermitteln	8,8 %
Hotellerie und Gastronomie	6,9 %
Reinigung und Instandhaltung	5,5 %
Büroarbeit und Geschäftshilfe	5,3 %
Personenbetreuung und -pflege	4,8 %

Quelle: www.franchise-portal.de, Fachverlag U. Kessler, Lohmar, Erhebung bei rund 850 deutschen Franchisegebern (440 Rückläufe)

Internationale Franchise-Messe in Frankfurt/Main

Jedes Jahr findet die Internationale Franchise-Messe auf dem Messegelände in Frankfurt/Main mit Ausstellern aus Deutschland und dem Ausland statt. Informationen dazu gibt es bei folgender Adresse: Miller Freeman, Blenheim Heckmann GmbH, Völklinger Straße 4, 40219 Düsseldorf
Ansprechpartner: Christoph Miller, Nils Hoch, Tel.: 02 11/9 01 91-1 45/-1 47
Fax: 02 11/9 01 91-1 55
E-Mail: info@franchise-messe.com
Internet: www.franchise-messe.com

Master-Franchise – vertragliche Mindestvereinbarungen

- Vertragsgebiet und Gebietsschutz des Master-Franchise-Nehmers
- Regelung über Waren- und Schutzrechte
- Leistungen des Master-Franchise-Gebers hinsichtlich Schulung und Betreuung: Aufbau der Systemzentrale des Master-Franchise-Nehmers, bei Errichtung des/der Pilotbetriebe und während der Startphase, bei Entwicklung des Franchise-Systems in der Aufbauphase, laufende Schulung und Betreuung nach Etablierung des Master-Franchise-Systems
- Pflichten des Master-Franchise-Nehmers: Markt entwickeln und Expansionsziele festlegen, Wahrnehmung der vertraglichen Pflichten gegenüber dem (Unter-) Franchise-Nehmer, Verpflichtung zur Teilnahme an den Schulungen des Master-Franchise-Gebers und zur Durchführung des Schulungskonzeptes bei den eigenen Franchise-Nehmern, die laufende Verbesserung und Perfektionierung des Franchise-Systems, die Durchführung sämtlicher Kernfunktionen und organisatorischen Regelungen der Master-Franchise (Marketing, Werbung, Organisation, Controlling)
- Realisierung des Europäischen Verhaltenskodex für Franchising (falls Europa)
- Laufzeiten des Master-Franchise-Vertrages und der (Unter-)Franchise-Verträge
- Master-Franchise-Gebühren und Franchise-Gebühren

- Regelungen der Gebiets-, Bezugs-, Ausschließlichkeits- und Vertriebsbeschränkungen sowie Preisempfehlungen, soweit mit der EG-Gruppen-Freistellungsverordnung vereinbar
- Informationspflichten des Master-Franchise-Nehmers und Datenzugriffsrechte durch den Master-Franchise-Geber
- Wettbewerbsverbot
- Kündigungsrecht und Folgen der Vertragsbeendigung

Quelle: Franchise-Institut für die deutsche Wirtschaft GmbH, Hannover 1999.
Hinweise zu Franchise-Verträgen innerhalb Deutschlands s. S. I und II.

Literatur (Auswahl)

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi); **Starthilfe** – Der erfolgreiche Weg in die Selbständigkeit, Bonn. **Bestelladresse:** BMWi, Postfach 300265 in 53182 Bonn, Tel.: 0 18 88/615 41 71, **Bestellfax:** 02 28/42 23 462, **Internet-Download:** www.bmwi.de

BMWi: Junge Unternehmen – Die Schritte nach dem Start, Probleme und Lösungen bei der Existenzfestigung, Bonn. Bestelladresse: s. o.

BMWi: CD-ROM – Softwarepaket für Gründer und junge Unternehmen, Bonn. Bestelladresse: s. o.

Franchise-CD 1999, 3.500 internationale Geschäftsideen, 800 Franchise-Systeme, Informationen und Checklisten zum Thema „Franchise“. Bestelladresse: Fachverlag U. Kessler, Heidestraße 30a, 53797 Lohmar, Tel. 02 241/38 84 40, Fax 02 241/91

Deutscher Franchise-Verband e. V. (Hg.); Jahrbuch Franchising 1999/2000, Deutscher Fachverlag, Frankfurt/Main.

Kontakte (Auswahl)

Deutsches Franchise-Institut GmbH, Fürtherstr. 212, 90429 Nürnberg, Tel.: 09 11/32 00 30, Fax: 09 11/32 00 320, Internet: www.dfv-franchise.de
Das Institut führt Seminare durch (Themen u.a.: „Franchise-Handbuch“, „Partnermanagement“, „Gestaltung, steuerliche Aspekte etc. von Franchise-Verträgen“, „Finanzierungsmodelle“, „Controlling“).

Deutscher Franchise Nehmer Verband e. V., Celsiusstr. 43, 53125 Bonn, Tel.: 02 28/25 03 00
Fax: 02 28/25 05 86, Internet: www.franchiserecht.de

Franchise-Institut für die deutsche Wirtschaft GmbH (FIW), Herderstr. 1, 30625 Hannover, Tel.: 05 11/55 11 73 0, Fax: 05 11/55 11 73 2
Internet: www.franchise-world.de

Deutsche Ausgleichsbank (DtA), Fördermöglichkeiten bestehen auch für Existenzgründer, die sich als Franchise-Nehmer selbständig machen. Die Förderprogramme: ERP-Eigenkapitalhilfe (EKH), ERP-Existenzgründungsprogramm und DtA-Existenzgründungspro-

gramm. Weitere Informationen im DtA-Faltblatt „Franchise: Chancen für Existenzgründer“, zu bestellen unter der Faxnr. 02 28/8 31-21 30, Internet: www.dfv-franchise.de. Für Existenzgründer gibt es außerdem eine Info-Line: 02 28/8 31-24 00.

Deutscher Franchise-Verband e. V. (DFV), Paul-Heyse-Str. 33-35, 80336 München, Tel.: 0 89/5 30 71 40, Fax: 0 89/53 13 23, Internet: www.dfv-franchise.de
Verband gibt Adressenlisten von Beratern und Rechtsanwälten, die sich auf Franchising spezialisiert haben, sowie eine Übersicht europäischer und internationaler Franchise-Verbände heraus.

Franchise-Börse für Hotellerie und Gastronomie, gleiche Anschrift wie DFV, Tel.: 0 89/5 43 85 97, Fax: 0 89/53 13 23
Informations- und Kontaktstelle über Franchise-Systeme des Gastgewerbes

www.impulse.de. Rund 400 Adressen von Franchise-Anbietern.

www.franchise-euro.com Internationale Franchise-Informationen im Internet.

www.franchise-net.de Franchise- und Existenzgründer-Informationsbörse im Internet

www.franchise-portal.de Franchisebörse, Checklisten, Geschäftsideen etc.

Redaktionservice

Schwerpunkt der nächsten Ausgabe: „Umweltschutz für Existenzgründer - Planungsaufgaben und Marktchancen“.

Wenn Sie dazu Informationen oder Anregungen haben oder Fragen zu anderen Themen der GründerZeiten, wenden Sie sich bitte an:

Bernd Geisen, Regine Hebestreit
PID Arbeiten für Wissenschaft und Öffentlichkeit
Menzenberg 9, 53604 Bad Honnef
Tel. 0 22 24/90 03 40, Fax 0 22 24/90 03 41

Impressum

Herausgeber:

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie
Referat Öffentlichkeitsarbeit
D-11019 Berlin
E-Mail: buero-li@bmwi.bund.de
Internet: www.bmwi.de

Redaktion und Produktion:

PID Arbeiten für Wissenschaft und Öffentlichkeit

Satz:
Andrea Werner, Sankt Augustin

Druck:
Thormann & Goetsch, Berlin

Auflage: 40.000

Hinweis in eigener Sache:

Aus technischen Gründen kann jeder Abonnent jeweils nur ein Exemplar der GründerZeiten erhalten. Einzelne Ausgaben können in höherer Zahl extra bestellt werden. Wir bitten um Ihr Verständnis.

Fünf typische Stolpersteine für Franchise-Nehmer

1. Neuheit

Vorsicht bei Franchise-Systemen, die erst seit kurzem auf dem Markt sind! Das Konzept kann noch nicht erprobt sein. Die Gefahr zu scheitern ist groß.

2. Keine Pilotprojekte

Vorsicht, wenn der Franchise-Geber sich weigert, mindestens zwei Pilotprojekte zu benennen und die wirtschaftlichen Eckdaten aufzudecken! Ohne Einblick in die Zahlenwelt keine Unterschrift leisten!

3. Keine Referenzen

Finger weg, wenn der Franchise-Geber nicht bereit ist, Referenzen zu benennen! Mehrere Franchise-Nehmer Ihrer Wahl sollten Sie nach deren Erfahrungen befragen: betriebswirtschaftliche Seite des Franchise-Systems und der Partnerschaft mit dem Franchise-Geber.

4. Kein Franchise-Handbuch

Hände weg, wenn es kein Franchise-Handbuch gibt! Ein paar Checklisten genügen, um eine Geschäftsidee komplett zu dokumentieren. Seriöse Franchise-Geber haben das.

5. Zeitdruck

Lassen Sie sich Zeit! Lassen Sie sich nie unter Druck setzen! Schließen Sie nie einen Vertrag ab, ohne das Vertragswerk und die kaufmännischen Unterlagen sorgfältig geprüft zu haben (mit fachkundigem Rechtsanwalt)!

Quelle: Knut S. Pauli
(Wirtschaftsjournalist)

Worauf Franchise-Nehmer bei der Franchise-Auswahl und Partner-Suche achten sollten

Die Entscheidung

Eignung zum Franchise-Nehmer?

- Wenn Sie sich selbständig machen wollen:
Verlieren Sie durch die Franchise-Vorgaben nicht zu viel eigene Entscheidungsfreiheit?
- Verfügen Sie über ausreichende kaufmännische oder

fachliche Qualifikationen für die Selbständigkeit und sind Sie bereit, ständig dazuzulernen?

- Sind Sie bereit, die für das Funktionieren des jeweiligen Franchise-Systems notwendigen Vorgaben einzuhalten?

Die Planung

Welche Marktchancen hat die Franchise-Idee?

- Haben Sie Konkurrenz am Ort?
- Inwiefern heben sich Ihre Produkte und Dienste von der Konkurrenz vor Ort ab? Sind sie saisonabhängig?
- Was denken potentielle Kunden über das Franchise-Angebot?
- Ist der Markenname geschützt? Sind Patente und Warenzeichen erteilt?
- Ist der Verkaufspreis am Standort realisierbar?

- Ist er Mitglied in einem Fachverband (DFV)?
- Schreibt der Franchise-Geber die Preise für Ihr Produkt vor (nicht zulässig!)?
- Müssen Sie Betriebsmittel und Waren zu 100 % beim Geber beziehen?

Ist das Franchise-Angebot hieb- und stichfest?

Information über den Franchise-Geber?

- Wie lange ist er im Geschäft?
- Wie gut ist das Management?
- Wie viel Erfahrung hat er?
- Gibt es dafür Referenzen?
- Wie ist seine Kapitalsituation?
- Wie ist das Firmen-Image?
- Wie viele Franchise-Nehmer gibt es? Seit wann?
- Führt er einen Eignungstest mit Ihnen durch?

- Passen Produkt, Partner und Franchise-Paket zu Ihnen?
- Ist fachliche und kaufmännische Erfahrung erforderlich?
- Gibt es eine ausreichende Schulung und Betriebsvorbereitung, Weiterbildung?
- Existiert ein Handbuch zur Betriebsführung?
- Gibt es Beratung und Hilfe bei Schwierigkeiten?
- Gibt es Serviceleistungen des Gebers in den Bereichen Einkauf, Werbung, PR-Maßnahmen etc.?

Der Finanzplan

Stimmt das Zahlenwerk?

- Was werden Sie verdienen?
- Wie hoch ist Ihr Kapitalbedarf?
- Sind alle Kosten drin? Auch die kalkulatorischen?
- Sind Einstiegsgebühr und laufende Gebühren, zahlbar in Prozent vom Bruttoumsatz, angemessen/marktgerecht?
- Was ist in Einstiegs- und laufenden Gebühren enthalten?
- Was ist extra zu zahlen?
- Wie sichern Sie die Liquidität in den nächsten drei Jahren?
- Unterstützt Sie der Franchise-Geber bei der Erstellung eines Liquiditätsplans und einer Erfolgsvorschau?

Finanzierung

- Gibt es öffentliche Fördermittel?
- Legt Ihnen der Franchise-Geber eine Bestätigung der Deutschen Ausgleichsbank vor, daß eine Förderung von Franchise-Nehmern dieses System grundsätzlich möglich ist?
- Bankenfinanzierung: Gibt es bereits ein partnerschaftliches Verhältnis des Franchise-Gebers zu einem Kreditinstitut? Bestehen Vereinbarungen zwischen Kreditinstitut und Franchise-Geber?

Das Unternehmen

Franchise-Vertrag

- Wie lang haben Sie Zeit, den Vertrag vor Ihrer Unterschrift zu prüfen?
- Ist Ihr Franchise-Vorhaben ein zweites Standbein zu einer bestehenden Existenz? Zu einer unselbständigen Tätigkeit?
- Wird Ihnen Gebietsschutz garantiert?
- Ist der Vertrag von der Deutschen Ausgleichsbank anerkannt?
- Wie sind die Vertragsfristen? Sie betragen in der Regel zunächst zehn Jahre. Darum, vertrauen Sie Ihrem Vertragspartner.
- Welche Verlängerungsmöglichkeiten bestehen?
- Bei Vertragsverstößen Ihrerseits: Kündigt der Geber

mit sofortiger Wirkung oder ist eine Abmahnungsmöglichkeit vorgesehen?

- Wie hoch sind die Vertragsstrafen?
- Bei Beendigung der Partnerschaft: Welche Möglichkeiten des Verkaufs gibt es?
- Gibt es ein Ausübungs- bzw. Wettbewerbsverbot? Reichen (kleine) Veränderungen im Erscheinungsbild, Warensortiment etc., um weiterhin in der Branche tätig zu sein?
- Gibt es eine Konkurrenzklausel?
- Ist lt. Vertrag eine Anfangsschulung vorgesehen?
- Sind gewerbliche Schutzrechte vertraglich nachgewiesen? (Firmen-Logo u. Name sollten beim Deutschen Patentamt eingetragen sein.)

Quellen: Michela M. Tittmann, DtA., Knut S. Pauli, Wirtschaftsjournalist, Deutscher Franchise-Verband e.V.