

GRÜNDER ZEITEN

INFORMATIONEN ZUR EXISTENZGRÜNDUNG UND -SICHERUNG Nr. 4

Thema: „Franchise“

Beim Franchising vermietet ein Unternehmer (Franchise-Geber) sein am Markt erprobtes Geschäftskonzept an weitere Unternehmer (Franchise-Nehmer). Außerdem bietet er dazu ein Programm zur Schulung und regelmäßiges Training in allen wirtschaftlichen Belangen an.

Franchise-Nehmer können daher - in der Regel - mit einer bewährten Geschäftsidee starten. Franchising ist aber dennoch kein System ohne Risiken, 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 einer Millionen Euro. Manche Franchise-Systeme, die im Markt operieren, haben diese Investitionen nicht getätigt. Die Folge: Die notwendige Entwicklungsarbeit hat der Franchise-Nehmer selbst zu leisten.

Franchising – Chancen und Risiken



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

Welches Franchise-System?

Selbständige, die sich unter den genannten Prämissen in ein Franchise-System einkaufen wollen, stehen vor der Qual der Wahl: rund 830 Systeme operieren derzeit am Markt. Davon sind etwa 200 im Deutschen Franchise-Verband (DFV) organisiert. Der DFV hat sich mit eigenen Aufnahme Richtlinien die Aufgabe gestellt, die schwarzen von den weißen Schafen zu trennen. Denn mancher Franchise-Geber liefert seinen Franchise-Partnern nur Ware und ein umstrittenes Werbepaket, mehr nicht! Es fehlen die betriebswirtschaftliche Unterstützung,

Rat und Tat durch Betriebsberater und eine Fortentwicklung des Systems durch Mitbestimmung in Franchise-Nehmer-Beiräten.

Bei der Suche nach dem richtigen Konzept erhalten Interessenten Hilfe von der Initiative goFranchise!. Die Mitarbeiter von goFranchise! erstellen ein persönliches Leistungsprofil des Interessenten. Zugleich wird über eine Datenbankrecherche ausfindig gemacht, welche Anforderungsprofile der rund 830 Franchise-Systeme

mit dem individuellen Leistungsprofil übereinstimmen. goFranchise! Ist eine Initiative des Deutschen Franchise Verbandes (DFV), unterstützt vom Deutschen Industrie- und Handelskammertag (DIHK) und der KfW Mittelstandsbank. Büros von goFranchise! gibt es mittlerweile in über 30 großen Städten in Deutschland (Adresse S. 4).

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

Inhalt

Interview Erfolgreiches Franchising	Seite 2
Hilfen bei der Auswahl von Franchise-Systemen	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
Print- und Online-Informationen (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: Wie sollen Gründungswillige mit Franchisegebern in Kontakt treten?

U. Kessler: Nach intensiver Vorauswahl sollte sich der Interessent mit ausgewählten Franchise-Gebern in den Systemzentralen verabreden. Auf diese Weise gewinnt er einen ersten Eindruck über das äußere Erscheinungsbild des Unternehmens.

Er sollte Kopien relevanter Unterlagen wie Lebenslauf, Zeugnisse, Kapitalnachweis etc. mit sich führen. Wichtig ist auch das unternehmerische Talent im Gespräch deutlich zu machen. Einzelne Unternehmen haben Testverfahren entwickelt, um die unternehmerischen Fähigkeiten der Interessenten zu überprüfen. Wichtig ist aber auch, sich nicht in eine Bewerberrolle drängen zu lassen. Es handelt sich um ein Verkaufsgespräch, bei dem die beiderseitige Eignung nachgewiesen werden muss.

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 Selbstständigkeit 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-10 FRANCHISING-HITLISTE 2004

Gesamtzahl der Franchise-Nehmer-Betriebe in Deutschland (Stand 06/2004)

Rang	Franchise-System	Branche	Betriebe Deutschland
1	TUI/First	Reisebüro	1.381
2	McDonald's	Fast Food	1.248
3	Foto Quelle	Fotohandel	1.238
4	Kamps Bakeries	Bäckereien	1.008
5	Studienkreis	Nachhilfe	1.000
6	Schülerhilfe	Nachhilfe	942
7	Ihr Platz	Einzelhandel	850
8	Ad-Auto Dienst	Autoreparatur	600
9	Musikschule Fröhlich	Musikpädagogik	538
10	SUNPOINT	Sonnenstudios	535

Quelle: Deutscher Franchise-Verband e.V., www.dfv-franchise.de

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), Rodenberg.

Hilfen bei der Auswahl von Franchise-Systemen

Ethikkodex des Deutschen Franchise-Verbands e.V. (DFV) Mitglieder des DFV müssen sich dem Ethikkodex des Verbands verpflichten. Der DFV-Ethikkodex beschreibt die Richtlinien zum fairen Umgang zwischen Franchise-Nehmer und Franchise-Geber.

Die wichtigsten Bestimmungen des Ethikkodexes sind:

- Der Franchise-Geber muss sein Erfahrungswissen vor Vertragsabschluss mit dem ersten Franchise-Nehmer durch wenigstens ein Franchise-Projekt nachweisen.
- Der Franchise-Geber ist verpflichtet, jeden Franchise-Nehmers zu Beginn zu schulen, um dessen erfolgreichen Markteinstieg zu sichern.
- Der Franchise-Geber muss dem Franchise-Nehmer vor Vertragsunterzeichnung den Ethikkodex aushändigen, der die wesentlichen Vorschriften fairer Verhaltensweisen für die Franchise-Wirtschaft enthält.
- Der Franchise-Geber muss dem zukünftigen Franchise-Nehmer innerhalb einer angemessenen Frist vor Vertragsunterzeichnung alle für das Franchise-Verhältnis wichtigen Informationen und Unterlagen schriftlich übergeben haben.
- Der Franchise-Nehmer erhält vom Franchise-Geber vor Vertragsabschluss eine schriftliche Mitteilung über den Zweck des Vorvertrags und über die Entgeltregelung.
- Der Franchise-Geber muss dem Franchise-Nehmer unmittelbar nach Unterzeichnung durch beide Parteien den Franchise-Vertrag aushändigen.

Weitere Informationen: www.dfv-franchise.de

Prüfsiegel GEPRÜFTES SYSTEM des Deutschen Franchise-Nehmer Verbands e. V. (DFNV)

Seit September 2000 prüft der DFNV auf freiwilliger Basis Franchisesysteme und verleiht das Prüfsiegel GEPRÜFTES SYSTEM. Geprüft wird die vorvertragliche Aufklärung, die angemessene Vertragsgestaltung und das vertragskonforme Verhalten des Franchise-Gebers. Das Prüfsiegel wird jedes Jahr erneuert.

Achtung: Der DFNV hat noch nicht alle Systeme geprüft, daher können auch ungeprüfte Systeme zuverlässig und seriös arbeiten.

Weitere Informationen: www.dfnv.de

Franchisebörse des BMWA und der KfW Mittelstandsbank

In der Franchisebörse sind Franchise-Systeme aufgeführt, die die KfW Mittelstandsbank geprüft hat und die mit öffentlichen Fördermitteln gefördert werden können. Mit dieser Bewertung wird keine Aussage darüber getroffen, ob ein konkretes Franchise-Existenzgründungsvorhaben von der KfW Mittelstandsbank mitfinanziert werden kann. Sie ist auch keine grundsätzliche Empfehlung für diese Franchise-Systeme.

Weitere Informationen: www.nexxt.org

Die wichtigsten Franchise-Aktivitäten in Deutschland (Stand 1/2004)

Einzelhandel	31,3%
Hotellerie & Gastronomie	7,9%
Makeln & Vermitteln	7,6%
Schulung & Beratung	7,5%
Büroarbeit & Geschäftshilfe	7,1%
Personenbetreuung & -pflege	5,9%
Herstellung & Verarbeitung	5,1%
Transport & Zustellung	5,0%
Reparatur & Renovierung	4,8%
Reinigung & Instandhaltung	3,7%
Vermietung & Leasing	3,1%

Quelle: www.franchiseportal.de Fachverlag U. Kessler

Erhebung bei 1.131 Franchise-/Lizenzgebern

Fördermittel für Franchisenehmer

Franchisenehmer können - wie jeder andere Existenzgründer - öffentliche Fördermittel in Anspruch nehmen. Die KfW Mittelstandsbank prüft vor Antragstellung anhand eines Vorvertrags die Förderfähigkeit des Franchisevertrags.

Weitere Auskünfte:
Info-Line 01801-242400,
www.kfw-mittelstandsbank.de

Master-Franchise – vertragliche Mindestvereinbarungen

- Vertragsgebiet und Gebietschutz 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 Vertriebsbe-

schränkungen 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 (FIW), Rodenberg.
Hinweise zu Franchise-Verträgen innerhalb Deutschlands s. S. I und II.

Print- und Online-Informationen

Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit (BMWA), **Starthilfe** – Der erfolgreiche Weg in die Selbständigkeit, Berlin.
Bestelladresse: BMWA, Postfach 300265 in 53182 Bonn, Tel.: 01888 615-4171,
Bestellfax: 0228 4223-462, **Internet-Download:** www.existenzgruender.de

BMWA: **Gründerportal.** Online-Informationen zum Thema Existenzgründung, Expertenforum, Adressendatenbank, Downloads usw. Unter www.existenzgruender.de

BMWA: **CD-ROM – Softwarepaket für Gründer und junge Unternehmen,** Berlin. Bestelladresse: s. o.

Franchise-CD 2004, 5.000 internationale Kontaktadressen, 850 detaillierte Systembeschreibungen. Bestelladresse: Fachverlag U. Kessler, Heidestraße 30a, 53797 Lohmar, Tel. 02241 388440

Deutscher Franchise-Verband e. V. (Hg.); Jahrbuch Franchising 2002/2003, Deutscher Fachverlag, Frankfurt/Main.

Deutscher Industrie- und Handelskammertag: Franchising. Die Partnerschaftsform mit System. Ein Leitfaden zur ersten Orientierung. Bestellfax: 0228 104-1626

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-Informationen im Internet

www.franchise-portal.de
Online-Messe, Datenbank, Software FranRecruiter zur Vermittlung von Franchiseinteressenten

Kontakte (Auswahl)

Deutsches Franchise-Institut GmbH, Fürtherstr. 212, 90429 Nürnberg, Tel.: 0911 320-030, Fax: 0911 320-0320, 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 (DFNV), Celsiusstraße 43, 53125 Bonn, Tel.: 0228 250-300, Fax: 0228 250-586, www.dfnv.de, www.franchiserecht.de
Der DFNV prüft Franchisesysteme, berät und informiert Mitglieder, Vermittlung zu Rechtsanwälten.

Institut für die deutsche Wirtschaft GmbH, Im Seefeld 9, 31552 Rodenberg, Tel.: 05723 9444-74, Fax: 05723 9444-77, www.franchise-world.de

Deutscher Franchise-Verband e.V., Luisenstr. 41, 10117 Berlin, Tel.: 030 278902-0, Fax: 030 278902-15, 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.: 089 5438597, Fax: 089 531323
Informations- und Kontaktstelle über Franchise-Systeme des Gastgewerbes

goFranchise! Zur Waldesruh 45, 42329 Wuppertal, Tel.: 0202 6955-777, Fax: 0202 6955-769, info@gofranchise.de, www.gofranchise.de. goFranchise! Ist eine Initiative des DFV und (unterstützt vom DIHK und der KfW Mittelstandsbank). Sie hat den Auftrag, Gründer bei der Planung und Realisierung einer Franchisegründung zu beraten

BMWA/KfW: Franchise-Börse unter www.nexxt.org

Redaktionservice

Schwerpunkt der nächsten Ausgabe:

„Betrieblicher Umweltschutz“.

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 GbR

Menzenberg 9, 53604 Bad Honnef
Tel.: 02224 90034-0, Fax: 02224 90034-1
geisen@pid-net.de, hebestreit@pid-net.de

Impressum

Herausgeber:



Bundesministerium
für Wirtschaft und Arbeit

Kommunikation und Internet (LP4)
D-11019 Berlin
buero-lp4@bmwa.bund.de
www.bmwa.bund.de

Redaktion:

PID Arbeiten für Wissenschaft und Öffentlichkeit GbR

Produktion: PRpetuum GmbH, München

Druck: Köllen Druck und Verlag, 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)!

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 potenzielle Kunden über das Franchise-Angebot?
- Ist der Markenname geschützt? Sind Patente und Warenzeichen erteilt?
- Ist der Verkaufspreis am Standort realisierbar?

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?
- 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?

- 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 KfW Mittelstandsbank vor, dass eine Förderung von Franchise-Nehmern dieses Systems grundsätzlich möglich ist?
- Bankenfinanzierung: Gibt es bereits ein partnerschaftliches Verhältnis des Franchise-Gebers zu einem Kreditinstitut? Bestehen Vereinbarungen zwischen Kreditinstitut und Franchise-Geber?

Der Vertrag

Franchise-Vertrag

- Wie viel Zeit haben Sie, 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 KfW Mittelstandsbank 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 Konkurrenzklause?
- Ist lt. Vertrag eine Anfangsschulung vorgesehen?
- Sind gewerbliche Schutzrechte vertraglich nachgewiesen? (Firmen-Logo u. Name sollten beim Deutschen Patentamt eingetragen sein.)