



GründerZeiten

Informationen zur Existenzgründung und -sicherung

Mittelstandspolitik, Existenzgründungen, Dienstleistungen

Nr. 4 Thema: Franchise

Franchising – Chancen und Risiken

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 Million Euro. Manche Fran-



chise-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 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 910 Systeme operieren derzeit am Markt. Davon sind etwa 270 im Deutschen Franchise-Verband (DFV) organisiert. Der DFV hat sich mit eigenen Aufnahmerichtlinien 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.

Inhalt

Interview	
Erfolgreiches Franchising	2
Hilfen bei der Auswahl von Franchise-Systemen	3
Franchise-International: Master-Franchise	3
Übersicht: Das sollte ein Franchise-System bieten ..	I
Übersicht: Worauf Franchise-Nehmer bei der Franchise-Auswahl und Partnersuche achten sollten	II
Master-Franchise-Vertrag	4
Print- und Online-Informationen	4

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

Interview mit Ulrich Kessler, Herausgeber der deutschsprachigen Internetplattform FranchisePORTAL und Mitglied des internationalen Netzwerkes FranchiseKey.

Welche Informationsquellen würden Sie dem Franchise-Interessenten 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.

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.

Wie sollen Gründungswillige mit Franchise-Gebern 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 usw. 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.

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.

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.

Wird sich die Franchise-Wirtschaft im Zuge der Globalisierung verändern?

U. Kessler: Mit fortschreitender Globalisierung wird sich die Auswahl erfolgversprechender Franchise-Konzepte in Deutschland deutlich vergrößern. Während momentan noch kleine nationale Systeme mit 20 bis 40 Franchise-Nehmern vorherrschen, werden zunehmend große Franchise-Systeme – vor allem aus dem europäischen Ausland und aus Nordamerika – in den Markt eintreten. Zudem werden internationale Konzerne verstärkt die Vorteile des Franchising für ihre Expansion entdecken und nutzen.

Die Top 10 Franchising-Hitliste 2007

Gesamtzahl der Franchise-Nehmer-Betriebe in Deutschland

Rang	Franchise-System	Branche	Betriebe Deutschland
1	TUI/First	Reisebüros	2.060
2	Foto Quelle	Fotohandel	1.315
3	McDonald's	Fast Food	1.276
4	Schülerhilfe	Nachhilfe	1.079
5	Studienkreis	Nachhilfe	1.041
6	Kamps Bakeries	Bäckereien	1.000
7	Ihr Platz	Drogerien	733
8	Fressnapf	Handel/Zoomarkt	625
9	Ad-Auto Dienst	Autoreparatur-Werkstätten	600
10	Burger King	Fast Food	525

Quelle: ADVISA Wirtschaftskommunikation, Monheim;
Deutscher Franchise Verband e.V., Berlin

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-Nehmer 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.

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.

▶ Der Franchise-Geber muss dem Franchise-Nehmer unmittelbar nach Unterzeichnung durch beide Parteien den Franchise-Vertrag aushändigen.

Weitere Informationen:
www.dfv-franchise.de

Franchisebörse des BMWi und der KfW Mittelstandsbank

In der Franchisebörse präsentieren sich Franchise-Systeme, deren Standardvertragsbedingungen grundsätzlich eine Förderung für Franchise-Nehmer (Existenzgründer) mit öffentlichen Fördermitteln der KfW Mittelstandsbank zulassen. Mit dieser Präsentation 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-franchiseboerse.org

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

Der DFNV prüft 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.

Bitte beachten Sie, dass

- ▶ das Franchise-Konzept für das Zielgebiet geeignet ist (Infrastruktur, Branchenstruktur, Kundenmentalität, politische Situation, rechtliche Situation);
- ▶ das Franchise-System ggf. geändert werden muss, um es auf den deutschen Markt zu übertragen;
- ▶ Sie zu Beginn mit extrem hohen Kosten für die Lizenzübernahme (siebenstellige Beträge sind die Regel) und hohen Anlaufkosten rechnen müssen.

Achtung: Der DFNV hat noch nicht alle Systeme prüfen können. Daher müssen ungeprüfte Systeme gesondert betrachtet werden. Der DFNV hilft Interessenten dabei.

Weitere Informationen:
www.dfnv.de, Tel.: 02 28/25 03 00

Gründerberatung

Auf dem Weg hin zu dem passenden Franchise-System sind der Deutsche Franchising Service e.G. sowie die Initiat GmbH behilflich. Die in diesen Organisationen arbeitenden Personalberater und Existenzgründungsberater ermitteln ein persönliches Leistungsprofil des Franchise-Interessenten. Zugleich wird über eine Datenbankrecherche ausfindig gemacht, welche Anforderungsprofile der Franchise-Systeme mit dem Leistungsprofil des Franchise-Interessenten übereinstimmen. Auf diese Weise erhalten Interessenten ein realistisches Bild davon, was sie mit ihren Fähigkeiten in dem jeweiligen Franchise-System erreichen können.

Franchise-Aktivitäten

Die wichtigsten Franchise- & Lizenz-Aktivitäten in Deutschland

Aktivität	Anzahl	%
Beratung & Schulung	145	9
Büroarbeit & Geschäftshilfe	105	7
Einzelhandel	394	24
Entsorgung & Recycling	34	2
Herstellung & Verarbeitung	57	4
Hotellerie & Gastronomie	160	10
Personenbetreuung & -pflege	151	9
Reinigung		
& Instandhaltung	46	3
Reparatur & Renovierung	80	5
Sonstiger Service	53	3
Sonstiger Vertrieb	95	6
Transport & Zustellung	44	3
Untersuchung & Schutz	22	1
Vermietung & Leasing	51	3
Vermittlung & Makeln	121	7
Versandhandel & Direktvertrieb	56	3
Gesamt	1.614	100

Quelle: www.franchiseportal.de
FranchisePORTAL GmbH, Stand:05.04.08

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

Das sollte ein Franchise-System bieten

Ein gutes Franchise-System hilft Ihnen durch seine Leistungen dabei, sich auf Ihre eigentliche Geschäftsidee zu konzentrieren. So sollten Ihnen die System-Leistungen anfallende Verwaltungsaufgaben abnehmen. Außerdem sollten sie Ihnen Ruhe und Sicherheit in Ihrer täglichen Arbeit vermitteln: z. B. durch die Bereitstellung der richtigen Werbemittel. Dadurch bleiben Ihnen Zeit und Energie für den Aufbau Ihres Geschäftes.

Die verschiedenen Franchise-Systeme bieten eine Vielzahl von konkreten Leistungen. Welche Leistungen ein Franchise-System bieten sollte, finden Sie im Folgenden aufgelistet. Da die meisten Franchise-Angebote direkt oder indirekt mit dem Einzelhandel zu tun haben, beziehen sich auch unsere Beispiel-Leistungen beispielhaft darauf.

- ▶ Existenzgründungshilfen wie Finanzierungsberatung, Einrichtungs- und Planungshilfen usw.
- ▶ Konzipierung von Werbemaßnahmen
- ▶ Durchführung regionaler und überregionaler Werbe- und PR-Maßnahmen
- ▶ Bereitstellung von Werbe- und Verkaufsförderungsartikeln
- ▶ zentraler Einkauf
- ▶ zentrale Buchhaltung
- ▶ zentrale Datenverarbeitung
- ▶ Bereitstellung von Marktvergleichsdaten in Form eines Betriebsvergleiches
- ▶ Bereitstellung von Handbüchern, welche die wichtigsten Fragen in Bezug auf Organisation, Werbung usw. im täglichen Geschäftsablauf erklären
- ▶ laufende betriebswirtschaftliche Beratung
- ▶ Beratung bei Steuer- und Jahresabschlüssen
- ▶ demokratische Organe in Beiräten (Systembeirat, Werbebeirat, Produktbeirat, EDV-Beirat)
- ▶ Hilfe bei Versicherung, Gebühren usw.
- ▶ Schulungen und Seminare

Worauf Franchise-Nehmer bei der Franchise-Auswahl und Partnersuche 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?
- ▶ 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?

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?
- ▶ **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 usw.?

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 Konkurrenzklausel?
- ▶ Ist lt. Vertrag eine Anfangsschulung vorgesehen?
- ▶ Sind gewerbliche Schutzrechte vertraglich nachgewiesen? (Firmen-Logo u. Name sollten beim Deutschen Patentamt eingetragen sein.)

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 Pilotbetriebs/e 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 Verhaltenskodexes 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 (FIW), Rodenberg. Hinweise zu Franchise-Verträgen innerhalb Deutschlands s. S. I und II.

Franchise-Förderung

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

Fünf typische Stolpersteine für Franchise-Nehmer

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.

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!

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.

Kein Franchise-Handbuch

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

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)!

Print- und Online-Informationen

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi)

Broschüren und Infoletter:

- ▶ Starthilfe – Der erfolgreiche Weg in die Selbständigkeit

CD-ROM:

- ▶ Softwarepaket für Gründer und junge Unternehmen

Bestellmöglichkeiten:

Bestelltel.: 03018 615 4171

bmwi@gvp-bonn.de

Download u. Bestellfunktion:

www.existenzgruender.de

Internet:

- ▶ BMWi-Existenzgründungsportal
www.existenzgruender.de
- ▶ Förderdatenbank des Bundes
www.foerderdatenbank.de
- ▶ www.franchise-net.de
- ▶ www.franchiseportal.de
- ▶ www.franchise-institut.de
- ▶ www.dfnv.de
- ▶ www.franchise-world.de
- ▶ www.dfv-franchise.de
- ▶ www.dfs-franchising.de
- ▶ www.initiat.de
- ▶ www.nexxt-franchiseboerse.org

Redaktionsservice

Haben Sie Anregungen oder Fragen zu den GründerZeiten? Dann 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

info@pid-net.de

Impressum

Herausgeber:

Bundesministerium für Wirtschaft
und Technologie (BMWi)

Öffentlichkeitsarbeit

11019 Berlin

info@bmwi.bund.de

www.bmwi.de

Redaktion:

PID Arbeiten für Wissenschaft und

Öffentlichkeit GbR, Berlin

Produktion:

PRpetuum GmbH, München

Mitarbeiter dieser Ausgabe:

Dipl.-Volkswirt Knut S. Pauli,

Wirtschaftsjournalist

und Geschäftsführer ADVISA

Wirtschaftskommunikation, Monheim

Druck:

Harzdruckerei GmbH, Wernigerode

Auflage: 30.000