

## Franchising

Franchising ist eine Form geschäftlicher Kooperation. Dabei stellt ein Franchisegeber dem Franchisenehmer sein Know-how, also ein ganzes Paket von Erfahrungen und Informationen zur Verfügung, mit dem der Franchisenehmer sich einen Wettbewerbsvorsprung auf dem Markt sichern kann. Typische Merkmale von Franchisesystemen sind:

1. die langfristige Zusammenarbeit der Partner
2. die ständige Anpassung an den sich verändernden Markt
3. die vertraglich geregelte Kooperation der Partner
4. die vertikal-kooperative Systemstruktur mit genauen Regelungen der Arbeitsteilung zwischen den Partnern
5. die rechtliche Selbständigkeit des Franchisenehmers, bei gleichzeitiger unternehmerischer Selbständigkeit im Rahmen der vertraglichen Vereinbarungen.
6. Bereitstellung eines Franchisepakets (z. B. Marken, Namen, Firmenzeichen, Absatzprogramm)
7. Kontrollrecht des Franchisegebers
8. Unterstützung durch den Franchisegeber

Franchising ist also ein Absatzsystem, das zwar vertikal-kooperativ organisiert ist, in dem aber die Unternehmen selbständig bleiben. Deshalb müssen die Beziehungen zwischen dem Franchisegeber, also dem Systemkopf, und dem Franchisenehmer, dem Systempartner, vertraglich genauestens geregelt sein. Das Leistungspaket des Franchisegebers enthält in der Regel folgende Leistungen:

1. ein Beschaffungs-, Absatz-, und Organisationskonzept
2. die Ausbildung des Franchisenehmers
3. die Garantie von Schutzrechten
4. die Verpflichtung den Franchisenehmer aktiv und kontinuierlich zu unterstützen
5. die ständige Weiterentwicklung des Konzepts

Der Franchisenehmer seinerseits ist zwar im eigenen Namen und auf eigene Rechnung tätig, hat aber das Recht und die Pflicht, das Franchisepaket gegen Zahlung einer Gebühr zu nutzen. Sein Leistungsbeitrag ist also in erster Linie seine Arbeitsleistung und sein Kapital. Diese Geschäftsidee ist nicht neu. Während aber in den U.S.A. schon gegen Ende des 19. Jahrhunderts Franchisesysteme entstanden (z.B. Coca Cola), setzte die Entwicklung in Westeuropa deutlich später ein, so etwa zu Anfang der 60er Jahre unseres Jahrhunderts. In den letzten Jahren erlebt diese Form der Zusammenarbeit einen wahren Boom. Wer kennt heute Markennamen wie OBI, Foto Quelle oder Eismann nicht? Das sind alles Unternehmen, die nach dem Franchisesystem arbeiten.

### ÜBUNG 1

Bitte lesen Sie den Text und ergänzen Sie dann den Lückentext mit den richtigen Begriffen aus dem Schüttelkasten!

Franchisenehmer (2x) Franchising Gebühr Know-How Arbeitsteilung Franchisegeber Geschäftsidee samt Markennamen
--

### Franchising als Risikoversicherung ?

Der Markt \_\_\_\_\_ ist zur Zeit schwer im Kommen: 560 Franchisesysteme in Deutschland suchen nach neuen Partnern. Bereits 24.000 Jungunternehmer machten sich auf diese Weise selbständig, und jedes Jahr kommen viele dazu. Natürlich beinhaltet jede Existenzgründung ein Risiko. \_\_\_\_\_ haben aber den Systemkopf als Rückhalt und sind dadurch besser gesichert als Jungunternehmer, die sich völlig selbst überlassen sind. Doch auch etwa 7% der neuen \_\_\_\_\_ melden jedes Jahr Konkurs an. Deshalb muss darauf geachtet werden, dass der \_\_\_\_\_ seriös ist, das heisst eine etablierte \_\_\_\_\_ vertritt, wie es zum Beispiel bei OBI oder EISMANN gewährleistet ist. Der Franchisegeber muss sein \_\_\_\_\_ vollständig und richtig weitergeben, damit der Franchisenehmer über alle Risiken informiert ist, ein Service, den der Franchisenehmer nach Zahlung seiner \_\_\_\_\_ erwarten kann. Kurz gesagt: beide Partner müssen ihren Teil des Vertrages erfüllen, die \_\_\_\_\_ zwischen Partnern ist ja sowieso vertraglich festgelegt.

## Klassische Vertriebssysteme

Es gibt neben dem Franchising fünf klassische Vertriebssysteme:

1. Handelsvertreter
2. Kommissionsagentursysteme
3. Lizenzen
4. Filialsysteme
5. Vertragshändlersysteme

Im Gegensatz zu einem **Handelsvertreter** schliessen Franchisenehmer Geschäfte auf eigene Rechnung ab und erwirtschaften ihren Gewinn aus der Differenz zwischen Einkaufs- und Verkaufspreis. Im Vergleich zu einem **Vertragshändlersystem** ist das Organisations-, Management-, und Werbekonzept beim Franchising wesentlich straffer organisiert. Gegenüber **Lizenzverträgen** grenzt sich das Franchising durch sein einheitliches Werbekonzept und das Kontrollrecht des Franchisegebers ab. Ein **Filialsystem** ist, verglichen mit dem Franchising, rechtlich nicht selbständig. Bei **Kommissionsgeschäften** sind die Kommissionäre zwar selbständig, müssen aber auch die Gewinne an die Kommittenten weiterleiten, ebenso verbleibt das Lager in ihrem Besitz.

## ÜBUNG 2

Ordnen Sie die Satzteile zu!

### Warum hat „Selbermachen“ Konjunktur?

1. Die Bundesbürger reparieren selbst, um
  2. Die Deutschen greifen gern selbst zu Werkzeug, weil
  3. „Do it yourself“ ist gross in Mode, damit
  4. Die Zahl der Heimwerker ist stark gewachsen, denn
  5. Mehr und mehr Deutsche kaufen in Baumärkten, weil
- a) Selbermachen Spass macht.
  - b) die Handwerkerrechnungen sind oft hoch.
  - c) man dort alles findet, was der Heimwerker braucht.
  - d) Geld zu sparen.
  - e) die Kosten für Renovierungsarbeiten im Rahmen bleiben.



### Aus dem Sortiment eines Baumarktes

## ÜBUNG 3

Bitte ordnen Sie zu!

### Wozu brauchen Sie diese Produkte aus dem Baumarkt?

- |                           |                                       |
|---------------------------|---------------------------------------|
| 1. der Pinsel             | a) sägen                              |
| 2. der Hammer             | b) ein Brett anstreichen              |
| 3. die Rohrzange          | c) etwas messen                       |
| 4. der Schraubenschlüssel | d) einen Nagel einschlagen            |
| 5. die Schraube           | e) ein Werkstück festsetzen           |
| 6. der Zollstock          | f) ein Brett abhobeln                 |
| 7. der Hobel              | g) eine Mutter lösen oder festziehen  |
| 8. der Schraubstock       | h) Rohrverbindungen lösen             |
| 9. der Schraubenzieher    | i) verschiedene Materialien verbinden |
| 10. die Säge              | j) Schraube festdrehen oder lösen     |

## ÜBUNG 4

Bitte lesen Sie den Text und markieren Sie, ob die folgenden Aussagen richtig oder falsch sind!

1. Die Branche Franchising befindet sich im Aufwind.
2. Die Zahl der Betriebe hat sich seit 1990 mehr als verdoppelt.
3. Es werden in Zukunft besonders Servicetätigkeiten als Franchisesystem vermarktet.
4. Franchiseunternehmen sind bisher eher unbedeutende Arbeitgeber.

### Boombranche Franchising

Die Branche boomt. Gab es 1990 erst 12.500 Betriebe, so wurden bis Ende 1996 bereits 560 Systeme mit rund 24.000 Firmen und 250.000 Beschäftigten registriert. Der Franchise-Verband schätzt den Gesamtumsatz auf 25 Milliarden DM. Das Wachstum lag 1996 bei 8 Prozent. Rund 3.000 Menschen gründen jedes Jahr ein Lizenzunternehmen und schaffen so etwa 30.000 neue Vollzeit- und Teilzeitjobs in Handel, Gastronomie und Handwerk. Auch Schulen und Umweltsysteme liegen im Trend. Künftiges Potential

