

Aktuell

Spezial-Firmeninformation für Franchiseunternehmen

INHALT	
Editorial	1
Emotionsmomente im Rekrutierungsprozess	2
Mögliche Gesellschaftsformen im Franchising (Teil 3)	3
Umwelt und Sicherheit	5
Franchiseideen lebendig werden lassen	9
Verbesserung der Beweislast für Franchise-Geber?	10
Franchising in Polen	11
<hr/>	
Rückantwortformular	

Editorial

Das Franchise-Nehmer Training vor Beginn und während des laufenden Geschäftes ist eines der wichtigsten Verkaufsargumente eines Franchise-Systems, vorausgesetzt, man möchte selbständig handelnde Franchise-Nehmer. Die meisten Franchise-Systeme haben sehr gute Trainingsmethoden entwickelt, um ihre Franchise-Nehmer für das Tagesgeschäft - sei es für das Führen eines

Restaurants oder das Beilackieren eines Autoteils - fit zu machen.

Aber viele der zukünftigen Franchise-Nehmer sind noch nie selbstständig gewesen, brauchen also mehr als nur das Know-how des täglichen Geschäftsbetriebes.

Sie benötigen Unterstützung bei der Liquiditäts-, Businessplanung, Buchführung, Einstellung und Führung von Personal und den arbeitsrechtlichen Vorschriften etc.

Es ist unfair zu sagen, dass nur wenige Franchise-Geber eine ausreichende Ausbildung auf diesen Gebieten anbieten. Wahrscheinlich liegt der Grund hierfür in den Systemen selbst. Nur wenige verfügen über diese Vielfalt von Fachwissen. Wir dürfen uns nichts vormachen, obige Faktoren haben einen wesentlichen Einfluss auf den geschäftlichen Erfolg des Franchise-Nehmers und liegen somit im Verantwortungsbereich des Franchise-Gebers.

Greifen Sie an dieser Stelle auf das Know-how der Spezialisten zurück.

Je besser Ihr Franchise-Nehmer ausgebildet ist, sei es fachlich oder kaufmännisch, umso erfolgreicher handelt er. Das Resultat des Erfolges spiegelt sich immer im Umsatz wieder und somit haben beide Partner etwas davon.

**Ihr Franchise Berater Team
Consultants House GmbH**

kontakt@consultants-house.de
www.consultantshouse.de

Emotionsmomente im Rekrutierungsprozess

(von Dipl.-Kfm. Peter Thomas Stonn)

Das Etappen-Ziel ist der unterzeichnete Franchise-Vertrag. Die Entscheidung hierfür wird auf beiden Seiten meist sorgfältig vorbereitet. Argumente für und wider werden vorsichtig gegeneinander abgewogen. Letztlich ist es aber dann doch meist das berühmte Bauchgefühl, das die Unterschrift ermöglichte.

In der Psychologie wird oft von rationalisierten Entscheidungen gesprochen. Demnach wird eine Alternative affektiv gewählt und erst anschließend im Stillen eine stichhaltige Argumentation gesucht, die es „vernünftig“ erscheinen lässt. Aber auch vor dem Hintergrund vergleichbarer (Franchise-) Angebote kann der Eindruck, sich bei einem bestimmten System wohl zu fühlen, entscheidend sein. Warum sollte sich also ein Franchise-Geber im Wettbewerb um geeignete Partner diese Überlegungen nicht zunutze machen? Es ist sehr wohl möglich, emotionale Momente als Werkzeuge im Rekrutierungsprozess gezielt zu schaffen.

Sicherlich lassen sich Verhaltensweisen von Menschen, die nach einem interessanten Franchise-System suchen, nicht verallgemeinern. Sie treffen ihre Auswahl nicht immer nach gleichen Mustern. Daher ist es nicht sinnvoll, das Allheilmittel zu finden zu wollen. Viel Erfolg versprechender erscheint, die jeweiligen Momente herauszustellen, wo Emotionen einen besonderen Einfluss haben können, z. B.:

1. Werbliche Ansprache
2. Erster persönlicher Kontakt
3. Präsentation
4. Reaktion auf Fragen
5. Begleitung, Führung und Unterstützung

Die Gestaltung von Anzeigen, Presseartikeln sowie anderen Werbemitteln kann bereits wichtige Aussagen aufnehmen, die den gesuchten Typen von Bewerbern üblicherweise wichtige Entscheidungsgrundlagen liefern. Neben den Fakten können hierbei Aussagen wie „vertrauensvolle Partnerschaft“ oder „Teil/Sicherheit einer Gemeinschaft“ in dem einen Fall von Bedeutung sein. Für andere stellen vielleicht „unternehmerische Freiheit“ oder „trendige Produkte“ die Schlüsselreize dar. Die bereits bestehenden, erfolgreichen Franchise-Nehmer können hierbei Hinweise geben. Sie können sich sicherlich noch gut daran erinnern, was für sie die entscheidungsrelevanten Punkte über die Fakten hinaus waren.

Emotional betrachtet hat der erste Kontakt eine wichtige Aufgabe: Er soll eine Vertrauensbasis schaffen. Sie erst ermöglicht eine offene Haltung gegenüber dem Franchise-Geber für weitere Gespräche. Ein wesentlicher Hebel dabei ist die Zuverlässigkeit. Kurzfristige Reaktion auf die Anfrage oder Bewerbung. Einfache, klare und nicht zu verwirrende Aussagen – für Details ist später Zeit genug. Gleichzeitig ist es darzustellen, welche Abläufe und Schritte den Bewerber erwarten, damit er sich nicht vor Überraschungen fürchtet. Ein eindeutiger Verbleib im Anschluss hilft, einen verbindlichen Eindruck zu hinterlassen.

Die Systempräsentation muss sich nicht darauf beschränken, zu zeigen, wie phantastisch das Konzept ist und wie „ach so glücklich“ die Partner. Insbesondere, wenn es beispielsweise gelingt, die Ehepartner oder Lebensgefährten der Interessenten an dieser Stelle zu integrieren, entsteht die Chance, von dem künftigen Alltagsleben der Familie mit dem neuen Geschäft zu berichten. Es geht darum, nicht nur die Vertragspartner selbst, sondern auch deren Umfeld für das System zu gewinnen. Auf diese Weise wird sowohl eine Unterstützung für den Kandidaten bei der Entscheidung über die Vertragszeichnung als auch während der späteren Zugehörigkeit gewonnen.

In einer vertrauensvollen Atmosphäre haben ausweichende Antworten keinen Platz. Klare Angaben, auch wenn sie vielleicht nicht nur positiv sind, verschaffen den Eindruck der Offenheit. Letztlich entsteht ein Nutzen nicht nur auf der emotionalen Ebene. In dieser Phase muss ohnehin der vorvertraglichen Aufklärungspflicht genügt werden.

Viele angehende Franchise-Nehmer waren noch nicht selbständig oder starten zumindest in der Branche neu. Daher ist Unsicherheit und Unwissen über die kommenden Notwendigkeiten selbstverständlich. Hier wird eine Führung erwartet oder zumindest dankbar angenommen, solange sie keine Bevormundung darstellt. Alle erforderlichen Schritte sind dem Franchise-Geber bekannt. Warum also nicht einfach den nächsten Schritt ankündigen, erklären, Hilfe anbieten, bestimmte Tätigkeiten direkt (mit) übernehmen und anschließend das Erreichte dem Gründer verdeutlichen, so dass er seine Fortschritte fühlt? Ein gutes Beispiel für eine solche Gelegenheit ist die Begleitung der Suche nach einem geeigneten Ladenlokal.

Insgesamt ist das Nutzen von Emotionen im Verkauf nichts Neues. Im Zusammenhang mit der Gewinnung neuer Partner ist es allerdings wichtig, genau um die verschiedenen Momente und Situationen zu wissen. Da, wo Emotionen entstehen können, kann ihnen auch instrumentell begegnet werden. Und neben dieser Pflicht ist die systematische Einbindung derartiger Sachverhalte in den Rekrutierungsprozess die Kür.

Dipl.-Kfm. Peter Thomas Stonn

Eckhold & Klinger Unternehmensberatung
GmbH (BDU)

47918 Tönisvorst

Tel.: 02156/ 49191-10

peter.stonn@eckhold-klinger.de

www.eckhold-klinger.de

GASTBEITRAG

Mögliche Gesellschaftsformen im Franchising

(von Steuerberater Burkhard Hopf,
HoTax Steuerberatungsgesellschaft mbH)

Teil 3. Die Limited & Co. KG

Nach der Betrachtung der „deutschen“ Ltd. (britische private Ltd. mit Geschäftssitz bzw. Zweigniederlassung in Deutschland) bzw. dem Vergleich der beiden Rechtsformen (GmbH vs. Limited) innerhalb der letzten Ausgaben gehe ich in dieser Ausgabe auf die Limited & Co. KG ein.

Die Limited & Co. KG stellt nach deutschem Handelsrecht eine deutsche Personengesellschaft dar. Gem. den Vorschriften der §§ 161 ff. HGB wird der Gesellschafterkreis einer möglichen KG nicht weiter eingengt, so dass jede rechtsfähige natürliche oder juristische Person Gesellschafter werden kann.

Bei der Beteiligung einer ausländischen Gesellschaft als Komplementär (Vollhafter) oder Kommanditist (Teilhafter) spricht man von „grenzüberschreitender Typenmischung“.

Eine englische Limited kann sich daher als Gesellschafterin an einer KG beteiligen, wobei in der Praxis nahezu ausschließlich die Stellung als Komplementärin von Relevanz ist.

Eine Eintragung einer Zweigniederlassung der Komplementär Ltd. in das deutsche Handelsregister ist dazu nicht notwendig, da sie keineswegs zwingend in Deutschland ihren Verwaltungssitz oder auch nur eine eigene Geschäftstätigkeit entfalten muss.

A) Gründung:

Um eine Ltd. & Co. KG gründen zu können bedarf es mindestens zweier rechtsfähiger Personen, so dass sich die Ltd. im englischen Handelsregister eintragen lassen muss.

Es müssen mindestens jeweils ein Komplementär und ein Kommanditist die Gesellschafterstellung einnehmen.

Die Gründung und der Gesellschaftsvertrag der KG bedürfen grundsätzlich nicht der Schriftform und somit auch keiner Beurkundung.

In der praktischen Umsetzung wird jedoch regelmäßig, aus Gründen der Beweissicherung und Klarheit der getroffenen Vereinbarungen, die Schriftform gewählt.

Für den Nachweis der Existenz der persönlich haftenden Limited sind dem deutschen Handelsregister die entsprechenden Gesellschaftsunterlagen in amtlich beglaubigter, schriftlicher Form einzureichen.

Bei diesen notwendigen Unterlagen handelt es sich um die Gesellschaftssatzung, bestehend aus dem Memorandum of Association und den Articles of Association sowie der Gründungsbescheinigung, dem Certificate of Incorporation.

Die KG ist errichtet mit der Eintragung in das zuständige Handelsregister.

Die Anmeldung muss die im Handelsrecht geforderten Mindestangaben, Gesellschafter, Gesellschafterstellung, Haftsumme der Kommanditisten, Firma und die Vertretungsmacht enthalten und ist notariell zu beglaubigen.

Die Haftungsbeschränkung der Kommanditisten auf deren Haftsumme wirkt erst nach Eintragung in das Handelsregister.

B) Kapital:

Im englischen Recht findet sich hinsichtlich der Mindestkapitalisierung der Limited keine Regelung.

Insofern reicht für die Erfüllung der Gründungsvoraussetzungen der Betrag von zum Beispiel 1 englischen Pfund aus.

In der Praxis wird dieser Betrag oftmals auf 100 englische Pfund aufgestockt. Die Pflichteinlagen der Kommanditisten sind frei bestimmbar. Sie drücken die Kapitalbeteiligung der jeweiligen Kommanditisten im Innenverhältnis der Gesellschaft aus.

Grundsätzlich ist dadurch die Errichtung einer Ltd. & Co, KG mit sehr geringem (Eigen-) Kapitalaufwand möglich.

C) Haftung:

Das Haftkapital der komplementär Ltd. beschränkt sich auf das Gesellschaftskapital, genauer gesagt auf die von den Gesellschaftern übernommenen Einlageverpflichtungen (issued share capital).

Die Haftungsbeschränkung auf das Gesellschaftsvermögen und damit der Ausschluss der persönlichen Haftung der Gesellschafter muß jedoch explizit in der Gesellschaftssatzung aufgenommen werden.

Die Außenhaftung der Kommanditisten für Verbindlichkeiten der Gesellschaft beschränkt sich auf deren Haftkapital.

Es ist frei bestimmbar, muss jedoch in Geld ausgedrückt im Handelsregister eingetragen sein.

Sofern die Gesellschaft bereits vor Eintragung in das Handelsregister ihre Geschäftstätigkeit begonnen haben sollte, haftet jeder Kommanditist für die bis zur Eintragung angefallenen Verbindlichkeiten der Gesellschaft in vollem Umfang.

D) Geschäftsführung und Vertretung:

Die Geschäftsführung obliegt regelmäßig der Komplementärin. Die Kommanditisten sind grundsätzlich von der Geschäftsführung ausgeschlossen. Es besteht jedoch die Möglichkeit einer abweichenden Regelung im Gesellschaftsvertrag mit der Übertragung der Geschäftsführung auf einen Kommanditisten „atypische KG“.

Die Kommanditgesellschaft wird regelmäßig durch die Ltd., diese wiederum durch ihren Director vertreten. In dem dieser für die Ltd. handelt, kann er die KG daher berechtigen und verpflichten.

Der Nachweis über die Vertretungsberechtigung des Directors für die Ltd. und somit auch mittelbar für die KG erfolgt gegenüber dem deutschen Registergericht. Der Nach-

weis wird mittels entsprechender Gesellschafterbeschlüsse und der dazugehörigen Bestätigungen des Company Secretary geführt.

E) Jahresabschluss, Steuern:

Es werden beim Finanzamt zwei Steuerpflichtige, die Ltd. als Kapitalgesellschaft und die KG als Personengesellschaft, analog der GmbH & Co. KG, geführt.

Für die KG gilt ausschließlich das deutsche Steuerrecht.

Für die Ltd. gilt grundsätzlich sowohl das deutsche als auch das englische Recht.

Es müssen insbesondere 2 Jahresabschlüsse erstellt und jeweils offengelegt werden.

Bei optimaler Vertragsgestaltung kann der englische Jahresabschluss durch die Abgabe einer DOC-Erklärung (Dormant Company Account = ruhende Gesellschaft) beim englischen Handelsregister und einer Null-Steuererklärung minimiert werden.

F) Kosten:

Die Begründung einer Limited & Co. KG ist mit zusätzlichen Kosten verbunden.

Die Bereitstellung eines Secretarys in Großbritannien verursacht zusätzliche Kosten

(Professionelle Anbieter verlangen zwischen 300,00 Euro und 400,00 Euro für Übernahme dieser Dienste).

Die Erstellung der Jahresabschlüsse nach deutschem, bzw. britischem Recht der Komplementärgesellschaft verursachen erhöhte (ggf. doppelte) Beratungs-, Buchführungs- und Abschlusskosten.

G) Fazit:

Im Ergebnis sind die Risiken und Chancen dieser Rechtsform pauschal nicht zu beurteilen.

Im Einzelnen stehen Vorteile, wie einem geringen Kapitalaufwand bei der

Gründung, das geringe Haftkapital oder zügige Gründung der Limited, Nachteilen wie höhere laufende Kosten, strengere Behördenkontrollen in Großbritannien oder ggf. geringere Kreditwürdigkeit gegenüber.

Dennoch stellt die Limited & Co. KG generell eine im deutschen Geschäftsverkehr konkurrenzfähige Gesellschaftsform dar.

Das entbindet einen Franchise-Geber jedoch nicht davon, sich kritisch mit der Frage der für ihn sinnvollsten Gesellschaftsform auseinanderzusetzen.

Steuerberater Burkhardt Hopf

HoTax Steuerberatungsgesellschaft mbH
47918 Tönisvorst

Tel: 02156-49191 -91

hopf@hotax.eu

www.hotax.eu

GASTBEITRAG

Umwelt und Sicherheit

(von Dr. Grit Reimann,
Dr. Reimann Projektmanagement GmbH)

Als Unternehmer haben Sie und Ihre Mitarbeiter strenge Sicherheitsbestimmungen zu beachten. Hierbei ist es von großer Bedeutung, dass Sie sich mit diesen Vorschriften auseinandersetzen und diese bereits bei der Auswahl des geeigneten Objektes mit in Ihre Überlegungen einbeziehen.

Im Folgenden wurden für Sie die wichtigsten Regelungsbereiche zusammenfassend dargestellt und mit Verweisen auf die jeweils aktuelle Fassung der Vorschrift versehen. Sofern vorhanden, finden Sie ebenfalls Bezüge zu hilfreichen Checklisten.

Arbeitssicherheitsgesetz

Ab einem Mitarbeiter muss eine Fachkraft für Arbeitssicherheit schriftlich bestellt werden. Die Fachkraft für Arbeitssicherheit muss über eine entsprechende Ausbildung verfügen.

Auch der Unternehmer kann in Betrieben bis zu 10 Mitarbeitern diese Funktion übernehmen. Aufgrund der langen Ausbildungsdauer von rund zwei Jahren mit mehreren Modulen empfiehlt sich eine praxisrelevante Alternative. Dabei wird eine fremde dritte Person als Fachkraft für Arbeitssicherheit (externe Fachkraft für Arbeitssicherheit) vom Franchise-Partner beauftragt.

Betriebssicherheitsverordnung

Aus der Betriebssicherheitsverordnung ergibt sich für jedes Unternehmen die Notwendigkeit, arbeitsmittelbezogen eine Gefährdungs- und Belastungsanalyse zu erstellen. Auch dies kann von der externen Fachkraft für Arbeitssicherheit übernommen werden.

Gefahrstoffverordnung

Dem Unternehmer obliegt eine Ermittlungspflicht hinsichtlich des Umgangs mit Gefahrstoffen (Mit welchen Gefahrstoffen wird umgegangen? Liste/Kataster erstellen). Für jeden Gefahrstoff ist ein Sicherheitsdatenblatt vom Hersteller/Lieferanten abzufordern. Für alle Produkte, für die dort keine Sicherheitsdatenblätter verfügbar sind, oder von einer anderen Bezugsquelle bezogen werden konnten, fragen Sie bei dem jeweiligen Lieferanten gezielt nach.

Für jeden Gefahrstoff ist eine Betriebsanweisung gem. § 14 GefStoffVO zu erstellen. Im Gefahrstoffkataster sind die Mengen darzustellen, mit denen bei einem bestimmten Gefahrstoff umgegangen wird. Im Falle von Kleinstmengen mit geringster Gefährdung kann von der Erstellung einer Betriebsanweisung abgesehen werden. Alle anderen Gefahrstoffe werden im Gefahrstoffkataster einer Schutzstufe zugeordnet, die zu besonderen innerbetrieblich zu installierenden Schutzmaßnahmen verpflichtet.

Über alle Gefahrstoffe im Unternehmen müssen die Beschäftigten mind. 1x jährlich, Azubis ½ jährlich belehrt werden (Dokumentieren!).

Gefahrstoffe unterliegen einer Mindestkennzeichnungspflicht: Stoffbezeichnung und Gefahrstoffsymbol. Verpackungen, die

Gefahrstoffe enthalten, sind damit mindestens zu kennzeichnen. Die Erstellung des Gefahrstoffkatasters, der Betriebsanweisungen usw. kann ebenfalls durch die externe Fachkraft für Arbeitssicherheit erfolgen.

Wasserhaushaltsgesetz

Der Boden Ihres Betriebes muss durch einen Sanitärbetrieb nach WHG-Bestimmungen (Wasserhaushaltsgesetz) zur Vermeidung der Versickerung Wasser gefährdender Stoffe in den Boden abgenommen werden. Adressen hierzu finden Sie z. B. in den örtlichen Gelben Seiten.

Vorschriften der Berufsgenossenschaft

Mit der Anmeldung bei der Berufsgenossenschaft (Nord oder Süd, je nach Region) erhalten Sie in der Regel ausführliche Informationen über die entsprechenden Vorschriften.

Ein wichtiger Punkt, der an dieser Stelle herausgegriffen werden muss, betrifft die Ersthilfe. Alle zwei Jahre muss ein Erste-Hilfe-Kurs von 15 % der Beschäftigten absolviert werden (Nachweis erforderlich). Die Kosten trägt die BG. Die Ausbildung von Ersthelfern wird z. B. beim DRK oder Malteser-Hilfsdienst durchgeführt. Es muss sichergestellt sein, dass an jedem Produktions-/Leistungsort ein Ersthelfer verfügbar ist.

Sollte nur ein Ersthelfer bestellt sein, so benötigt dieser im Urlaubsfall eine Vertretung. Daher besser bereits von Anfang an möglichst zwei Ersthelfer (jedoch mind. 15 % der Beschäftigten) ausbilden.

An jedem Standort muss ein Verbandsbuch über die Entnahme von Verbandsmitteln geführt werden. Für Beschäftigte ist dies der einzig rechtlich gültige Nachweis, dass es sich um einen Arbeits- und nicht etwa Freizeitunfall handelt.

Betriebsärztliche Betreuung

Gemäß den Vorschriften der BGV A2 muss eine betriebsärztliche und sicherheitstechnische Regelbetreuung durchgeführt werden. Hiermit ist ein zugelassener Arbeitsmediziner zu beauftragen, der die Arbeitsplätze inspiziert und gemäß dem festgestellten Gefährdungspotential die

arbeitsmedizinische Untersuchung ausgewählter Arbeitnehmer und die Wiederholungsintervalle festlegt.

Bitte beachten Sie, dass ein Arbeitsmediziner nicht mit einem Allgemeinmediziner zu verwechseln ist. Einen Arbeitsmediziner erkennen Sie an einem entsprechenden Facharztzusatz („Facharzt für Arbeitsmedizin“) oder an einer Bestellkunde der Berufsgenossenschaft. Adressen in Ihrer Region erhalten sie von der Ärztekammer oder Ihrer Berufsgenossenschaft.

Prüfpflichten für Geräte und Maschinen

Alle ortsveränderlichen Geräte (mit Stecker), müssen bei starker Nutzung in der Regel halbjährlich überprüft werden. Dies gilt für alle E-Geräte.

Diese Überprüfung übernimmt eine sachkundige, elektrotechnisch unterwiesene Person. Die Überprüfung setzt eine Inventarliste voraus, anhand derer die Prüfung dokumentiert wird. Auf die ortsveränderlichen elektrischen Geräte werden Prüfsiegel mit dem Datum der nächsten Prüfung angebracht („geprüft bis ...“). Intervalle ergeben sich aus den Etiketten und sind in einer Überwachungsliste zu führen.

Maschinenanweisungen

Als Unternehmer sind Sie verpflichtet, für Maschinen und Geräte sogenannte Maschinenanweisungen (blau umrandet) anzufertigen oder anfertigen zu lassen (z. B. über Fachkraft für Arbeitssicherheit). Hier sind die wesentlichen Gefährdungen beim Umgang mit dem jeweiligen Gerät, der Anlage oder Maschine beschrieben.

Aus dem beim Kauf vom Hersteller übergebenen Maschinen- und Anlage-dokumentationen erhalten Sie Informationen über interne und externe Wartungs- und Prüfpflichten. Auch hier sollten Sie auf das Know-how der Fachkraft für Arbeitssicherheit zurückzugreifen. Die Prüffristen sind gemäß Betriebssicherheitsverordnung festzulegen, wenn nicht eindeutig vorgeschrieben, Ermessensfrage des Unternehmers.

Vergessen Sie die Prüfung elektrischer Geräte und Maschinen nicht!

Umweltrecht

Brennbare, leicht entzündliche Abfälle, müssen in einem feuerfesten Behältnis mit Deckel entsorgt werden (auch diverse Lappen mit Kontaminationen). Der Entsorgungsbetrieb muss gemäß Entsorgungsfachbetriebs-Verordnung zertifiziert sein (Nachweis einholen). Für jeden Abfall muss eine Abfallschlüsselnummer definiert werden (Abfallkatalog). Alle Abfälle müssen mit der Abfallschlüsselnummer in einem Abfallkataster registriert werden.

Eine Entsorgung durch den Entsorgungsbetrieb darf nur erfolgen, wenn dieser auch für diese Abfallschlüsselnummer zugelassen ist. Lassen Sie sich deshalb von Ihrem Entsorger einen entsprechenden Nachweis vorlegen und bewahren Sie dieses Dokument auf.

Zu erstellen und zu überprüfen von:

- a) bis 10 Mitarbeiter könnte der Arbeitgeber diese Tätigkeit selbst ausführen, wenn er die Ausbildung zur Fachkraft für Arbeitssicherheit absolviert hat (im Unternehmermodell)
- b) eine fremde dritte Fachkraft für Arbeitssicherheit wird beauftragt (externe Fachkraft für Arbeitssicherheit)

Sicherheitstechnische Inspektionen

Mindestens einmal jährlich müssen mindestens alle Arbeitsbereiche sicherheitstechnisch überprüft werden. Über die Begehung der Bereiche ist ein Inspektionsbericht mit Maßnahmeplan zu fertigen.

Zu überprüfen und zu erstellen von:

- a) bei Unternehmen bis 10 Mitarbeitern kann der Arbeitgeber diese selbst erstellen, wenn er die Ausbildung zur Fachkraft für Arbeitssicherheit absolviert hat (im Unternehmermodell)
- b) eine fremde dritte Fachkraft für Arbeitssicherheit wird beauftragt (externe Fachkraft für Arbeitssicherheit)

Arbeitsstättenverordnung

Hinsichtlich der Sanitärräume gilt beispielsweise:

- getrennte Toiletten für Männer und Frauen
- Abtrennung der Toiletten mit Vorraum und separatem Handwaschbecken
- Spiegel und Hygieneeimer gehören zur Mindestausstattung
- Hautschutzplan erstellen und aushängen
- Hautwasch- und -pflegemittel installieren

Die Auswahl dieser Mittel muss gemäß der Gefahrstoffeingruppierung mit der Berufsgenossenschaft oder der betriebs-ärztlichen Betreuung abgesprochen werden.

Zu überprüfen von:

- a) bei Unternehmen bis 10 Mitarbeitern kann der Arbeitgeber diese selbst erstellen, wenn er die Ausbildung zur Fachkraft für Arbeitssicherheit absolviert hat (im Unternehmermodell)
- b) eine fremde dritte Fachkraft für Arbeitssicherheit wird beauftragt (externe Fachkraft für Arbeitssicherheit)

Unterweisung Arbeitssicherheit für Beschäftigte

Alle Mitarbeiter müssen in folgenden Intervallen unterwiesen werden:

Mitarbeiter: jährlich

Auszubildende: halbjährlich

Unterweisungsinhalte

- Persönliche Schutzausrüstungen
- Erste Hilfe/ Umgang mit dem Verbandsbuch
- Brandschutz/ Explosionsschutz
- Tragen von persönlicher Schutzausrüstung
- Umgang mit elektrischen Geräten

- Sicherheits- und Gesundheitskennzeichnung
- Führen von Fahrzeugen
- Umgang mit Gefahrstoffen anhand der Betriebsanweisungen § 14 GefStoffVO
- Umgang mit Geräten und Maschinen anhand der Maschinenanweisungen

Die Unterweisungen sind zu dokumentieren (Datum, Inhalt, Unterschrift, Unterweisender)

Durch seine Unterschrift bestätigt jeder Mitarbeiter, dass er die Belehrung verstanden hat und anwesend war.

Zu überprüfen von:

- a) bei Unternehmen bis 10 Mitarbeitern kann der Arbeitgeber diese selbst erstellen, wenn er die Ausbildung zur Fachkraft für Arbeitssicherheit absolviert hat (im Unternehmermodell)
- b) eine fremde dritte Fachkraft für Arbeitssicherheit wird beauftragt (externe Fachkraft für Arbeitssicherheit)

Mustervordrucke für die Unterweisung der Beschäftigten können über den Weka-Verlag bezogen werden.

Wichtig:

Bitte beachten Sie, dass Sie als selbständiger Unternehmer direkt und in der Regel auch persönlich haften, falls Sie die beschriebenen Vorschriften nicht einhalten. Damit haben Sie für die Gesundheitsschäden Ihrer Mitarbeiter genauso wie für Schäden an Umwelt aufzukommen. Unabhängig davon können Behörden Verwarnungsgelder verhängen oder unter Umständen sogar eine Betriebs-schließung anordnen.

Dr. Grit Reimann

Dr. Reimann Projektmanagement GmbH

38667 Bad Harzburg

Tel.: 05322/7081

dr.reimann@t-online.de

www.tuev-projektmanagement-dr-reimann-gmbh.de

GASTBEITRAG

Franchiseideen lebendig werden lassen

(Detlef Kutta, franchise-net GmbH)

Dr. Zugehör ist Gründer und Geschäftsführer des deutschlandweiten Senders JobTV24, der Programm rund um die Themen Job, Karriere und Existenzgründung macht. Die zugehörige Internetplattform www.jobtv24.de hat sich 2006 zur größten Videoplattform im Internet zu diesen Themen entwickelt. In einem eigenen Channel werden Franchising-Konzepte in Form von exklusiven Informationsseiten und Videos präsentiert. Potenzielle Existenzgründer haben so die Möglichkeit, sich kompakt über den Start in die Selbstständigkeit und den umfangreichen Markt an Geschäfts- und Franchiseideen zu informieren. Franchise-Gebern bietet JobTV24 eine Plattform für die innovative Präsentation ihres Angebots. Das Interview mit Herrn Dr. Zugehör führte Detlef Kutta, Geschäftsführer der franchise-net GmbH, www.franchise-net.de

franchise-net: In Deutschland machen sich immer mehr Menschen selbstständig, wobei besonders die Gründung per Franchising enorme Zuwachsraten aufweist. Was hebt erfolgreiche Franchising-Ideen von weniger erfolgreichen ab?

Zugehör: Voraussetzung für den Erfolg eines Franchisingkonzepts am Markt ist eine klare Positionierung. Wofür steht das Unternehmen, die Idee? Die Positionierung gilt dem Unternehmer, dem Franchise-Nehmern und natürlich der Kundenorientierung. Sie erfordert Mut, weil damit auch Grenzen gezogen werden. Doch sie zahlt sich aus. Vielen Selbstständigen fällt gerade das Marketing schwer. Wer 20 oder 30 Jahre in einer Angestelltenrolle war, für den bedeutet die eigenständige Kundengewinnung einen besonders großen Schritt. Man muss plötzlich seine Leistung und sich selbst vermarkten. Das ist etwas anderes, als fremde Produkte zu verkaufen – macht aber auch viel mehr Spaß. Franchiselösungen bieten meist fundiertes Marketing-Know-how und natürlich die Übernahme eines ausgereiften Markennamens. Sie erleichtern so die

Unternehmensgründung. Auch deshalb sind Gründungen im Franchising sechsmal erfolgreicher als konventionelle Gründungen. Was erfolgreiche Franchise-Geber abhebt, Franchise-Nehmer und Kunden anzieht, ist das Image am Markt. Nach dem Motto: „Das Franchise-Konzept und die Produkte bzw. Dienstleistungen, die Sie anbieten, bieten andere auch an. Doch niemand macht es so gut und erfolgreich wie Sie.“ Das gilt es zu transportieren.

franchise-net: Auf JobTV24.de präsentieren sich schon heute zahlreiche Franchise-Geber mit Videos. Welche Vorteile bietet dieses Medium?

Zugehör: Viele wissen gar nicht, dass Franchising eine sichere Existenzgründung mit einem starken Partner im Hintergrund bietet. Nichts kann in diesem Zusammenhang ein überzeugendes Franchise-Konzept so visualisieren wie bewegte Bilder. Filme sind überzeugend, weil sie anschaulich sind. Filme können heute kostengünstig produziert werden, können leicht auf beliebig vielen Internetseiten eingebunden und jederzeit von den Zielgruppen angeschaut werden – weltweit und auf Wunsch in allen Sprachen und Medien. Mit der zunehmenden Akzeptanz des World Wide Web als Präsentationsplattform wird auch eine audiovisuelle Darstellung als Franchise-Geber im Internet unerlässlich.

Denn: Ob im Internet oder auf Messen – bewegte Bilder präsentieren emotional und vor allem überzeugend. Filmsequenzen bereichern jedes Image und können potenziellen Franchise-Nehmern einen lebendigen Eindruck des jeweiligen Franchise-Konzepts vermitteln. Sie machen die Geschäftsidee für den Gründer nachvollziehbar und ihm im wahrsten Sinne des Wortes auch sichtbar.

franchise-net: Welche Rolle spielt der von Ihnen angesprochene Video-Content heute in der Deutschen Gründer- und Franchiseszene?

Zugehör: Video-Content zum Thema Franchising hat ein immenses Potenzial. Der Franchise-Markt verzeichnet enorme

Wachstumsraten, immer mehr Konzepte und Ideen kommen dazu. 1996 gab es rund 24.000 Franchise-Nehmer in Deutschland, heute hat sich die Anzahl mit 45.000 Partnern und über 800 Franchiseideen fast verdoppelt. Zudem ist Selbständigkeit eine echte Alternative für jeden Arbeitnehmer geworden. Qualitativ hochwertige Informationen im Internet, die bei der Orientierung im Franchise-Dschungel helfen, sind daher gefragt wie nie. Unsere User in TV und Internet können sich kostenfrei Geschäfts- und Franchiseideen in bewegten Bildern ansehen und darüber hinaus zahlreiche Zusatzservices nutzen. Und den Franchise-Gebern wird mit der Möglichkeit, sich in bewegten Bildern zu präsentieren, ein spannendes, neues Instrument geboten, um sich und ihr Konzept vorzustellen.

franchise-net: Welche konkreten Möglichkeiten bieten Sie in diesem Zusammenhang Franchise-Anbietern?

Zugehör: JobTV24 bietet modulare Lösungen für eine professionelle Videopräsentation von Franchisekonzepten im Internet und TV – für jeden Franchise-Geber individuell und bedarfsgerecht umgesetzt. Von der Idee über die Produktion bis zur Einbindung im Internet erhält man bei uns kompetente Leistung aus einer Hand. JobTV24 bietet außerdem ein spannendes, reichweitenstarkes Netzwerk. Beispielsweise können die Videos nicht nur auf den JobTV24-Plattformen eingebunden werden, sondern zeitgleich auch bei unserem Kooperationspartner franchise-net. Gemeinsam lässt sich der Erfolg sicherer und schneller erreichen. Deshalb kooperieren wir mit auch Partnern wie Starting-up oder der deGUT. So können noch mehr potenzielle Franchise-Nehmer spannende Gründungs-ideen kennen lernen.

Detlef Kutta, Geschäftsführer

franchise-net GmbH

44803 Bochum

Tel.: 0234/ 904 89 89

kutta@franchise-net.de

www.franchise-net.de

GASTBEITRAG

Verbesserung der Beweislast für Franchise-Geber?

(Marco Hero, Eva Krix, TIGGES Rechtsanwälte)

Ein Thema, das Franchise-Geber leider immer wieder beschäftigt, ist die Erfüllung vorvertraglicher Aufklärungspflichten vor Abschluss eines Franchise-Vertrages. Allgemein gesprochen muss jeder Franchise-Geber den potentiellen Franchise-Nehmer vor Vertragsabschluss umfassend über all die Umstände informieren, die für seinen Entschluss, sich dem Franchise-System anzuschließen, wesentlich sind. Eine falsche, unvollständige oder irreführende Aufklärung des Franchise-Nehmers kann zu Schadensersatzansprüchen führen. Vor diesem Hintergrund kommt es immer wieder zu gerichtlichen Verfahren von Franchise-Nehmern, die eine Schadensersatzklage auf die Behauptung stützen, der Franchise-Geber sei seinen Aufklärungspflichten nicht nachgekommen.

In einer aktuellen rechtskräftigen Entscheidung befasst sich das Oberlandesgericht Karlsruhe mit der Frage, welche der Parteien bei einem Schadensersatzverlangen wegen Verletzung vorvertraglicher Aufklärungspflichten vor Gericht die relevanten Tatsachen darlegen und beweisen muss.

Das OLG hatte über die pauschale Behauptung eines Franchise-Nehmers zu entscheiden, er sei vor Abschluss des Franchise-Vertrages über die Erfolgchancen des Franchise-Systems nicht ausreichend unterrichtet worden. Das OLG wies die Ansprüche des Franchise-Nehmers wegen vorvertraglicher Falschaufklärung mit der Begründung zurück, dieser habe die anspruchsbegründenden Tatsachen nicht ausreichend dargetan und bewiesen. Zu den relevanten Tatsachen gehört neben der Aufklärungspflichtverletzung als solcher insbesondere auch die Ursächlichkeit der angeblichen Pflichtverletzung für den Vertragsabschluss bzw. den eingetretenen Schaden. Das Gericht stellte dabei auf die allgemeinen zivilprozessualen Grundsätze zur

Verteilung der Darlegungs- und Beweislast ab, wonach der Anspruchsteller für die Tatsachen, die seinen Anspruch stützen, darlegungs- und beweispflichtig ist.

Das OLG weicht hinsichtlich der Beweislastverteilung, von der bisherigen Rechtsprechungstendenz zur vorvertraglichen Aufklärung bei Franchise-Verträgen ab.

Die langjährige Rechtsprechungspraxis legt dem Franchise-Geber den Nachweis der richtigen und vollständigen Aufklärung auf, sofern der Franchise-Nehmer zuvor plausibel Tatsachen zur etwaigen Falschaufklärung darlegt. Dies beruhte auf dem Gedanken der Verteilung der Beweislast nach Organisations- und Gefahrenbereichen. Gleichzeitig entwickelte die Rechtsprechung eine Vermutung im Hinblick auf die Ursächlichkeit einer vom Franchise-Nehmer dargelegten fehlerhaften Aufklärung für dessen Entscheidung zum Vertragsabschluss.

Diese bewirkte bislang eine Beweiserleichterung für den Franchise-Nehmer zu Lasten des Franchise-Gebers. Es oblag dem Franchise-Geber, die Vermutung zu widerlegen, d.h. darzulegen und ggf. zu beweisen, dass der Franchise-Nehmer auch bei ordnungsgemäßer Information den Franchise-Vertrag abgeschlossen hätte.

Vor diesem Hintergrund enthält die vorliegende Entscheidung des Oberlandesgerichts eine andere Tendenz:

Das OLG legt die Darlegungs- und Beweislast für die Aufklärungspflichtverletzung sowie für die Ursächlichkeit derselben für das wirtschaftliche Scheitern des Franchise-Nehmers nach den allgemeinen Grundsätzen dem klagenden Franchise-Nehmer auf, ohne auf etwaige Beweiserleichterungen zugunsten des Franchise-Gebers einzugehen. Das Gericht zieht dabei die Anforderungen, die an den Tatsachenvortrag des klagenden Franchise-Nehmers zu stellen sind, erfreulich weit.

Es bleibt abzuwarten, ob es sich bei der Entscheidung um einen Einzelfall handelt, der sich nicht ohne weiteres auf andere

Situationen übertragen lassen wird. Jedenfalls bestätigt das Gericht mit seiner Entscheidung zumindest solchen Schadensersatzklagen von Franchise-Nehmern eine Absage erteilen zu wollen, die ohne entsprechende tatsächliche Anhaltspunkte ins Blaue hinein erhoben werden, in der Hoffnung, dass es dem Franchise-Geber nicht gelingen wird, sich zu entlasten.

Die Entscheidung des OLG bestätigt eine in den letzten Jahren erkennbare Tendenz der Rechtsprechung, allzu pauschalen Angriffen wegen angeblicher vorvertraglicher Falschaufklärung mehr und mehr präzisierende Schranken zu ziehen.

Rechtsanwalt Marco Hero Rechtsanwältin Eva Krix

TIGGES Rechtsanwälte
40221 Düsseldorf
Tel.: 0211 / 86 87 - 112
hero@tigges-info.de
www.tigges-info.de

GASTBEITRAG

Franchising in Polen

(Jarosław Ostrowski, KNW Rechtsanwalt,
Steuerberater)

Die Franchise ist eine angesehene und beliebte Form der wirtschaftlichen Zusammenarbeit überall in der Welt. Die Vorteile der Franchise, insbesondere die Finanzierung der Gründung und Entwicklung kleiner Unternehmen verursachen, dass sich der Franchisemarkt intensiv auch in Polen entwickelt.

Ferner, der Ansicht der Analytiker nach, lässt das große Potenzial der polnischen Wirtschaft (im ersten Quartal 2007 das Wirtschaftswachstum betrug 7,4% des BIP) sowie objektiv niedriger Grad der Marktsättigung weitere dynamische Entwicklung des polnischen Franchisemarktes begründen und prognostizieren.

Die Bildung und Entwicklung des Franchisemarktes in Polen war erst nach 1989, in den Bedingungen der freien Marktwirtschaft möglich. Innerhalb von 15 Jahren, ab dem Erscheinen auf dem

polnischen Markt der ersten Franchising-Kette (McDonald's, 1992), ist ein reifer und organisierter Franchisemarkt entstanden, der sich ständig ausbreitet.

Nach Angaben des Berichts einer Consultingfirma „Profit system“, die sich in der Analyse des polnischen Franchisemarktes spezialisiert, waren 309 Franchiseketten am Ende des Jahres 2006 in Polen tätig (Aufstieg um 10% im Verhältnis zu 2005).

Insgesamt 17 Tausend Franchise-Nehmer leitete ca. 20,6 Tausend Geschäfte und Dienstleistungsstellen, die insgesamt ca. 175 Tausend Arbeitnehmer beschäftigten. Die globale Zahl der Einnahmen aus dem Verkauf auf dem Franchisemarkt betrug im Jahre 2006 beinahe 50 Milliarden Zloty, was 4,8 % des polnischen BIP ausmacht.

Die Franchiseketten gibt es sowohl im Handel und Dienstleistungsbereich als auch in der Produktion. Die genaue Analyse des Franchisemarktes in den gegebenen Sektoren und Branchen lässt die Dynamik und den Grad der Marktsättigung in den konkreten Wirtschaftssegmenten festlegen.

Die meist beliebte Branche ist im Handel die Textilienbranche, in den Dienstleistungen die Gastronomie, wobei der Markt, trotz einer dynamischen Entwicklung des Franchisemarktes in der Gastronomie, noch weit entfernt von der Sättigung ist.

Im Sektor des Handels mit Lebensmitteln und Verbrauchsgüter ist die Entwicklung der Franchise immer noch zu sehen. Popularität der Franchise auf dem Lebensmittelmarkt ist durch die schnelle Entwicklung der Fachgeschäfte stark gefördert, die von den Großhändlern und Hersteller eröffnet werden, die keine ausgebauten Strukturen vom Einzelverkauf haben. Parallel zu der Marktentwicklung, steigt innerhalb des Marktes immer mehr die Zahl der Konsolidierungsprozesse.

Die Franchise entwickelt sich auch dynamisch im Bankwesen, was sicherlich mit der günstigen Konjunktur der Bankprodukte verbunden ist (u. a. Hypothekenkredit). Franchising-Systeme sind ein wichtiger

Bestandteil der Entwicklungsstrategie der polnischen Banken.

Die größten Gewinne aus der Franchise brachte im vorigen Jahr der Verkauf von flüssigen Treibstoffen (750 Tausend Zloty Gewinn aus einem Franchiseprodukt pro Jahr). Man muss jedoch merken, dass man bei der Aktivierung einer Franchisestelle in diesem Marktsegment mit großem Aufwand rechnen muss (ca. 2,5 Millionen Zloty).

Auch auf dem Markt der flüssigen Treibstoffe ist die Franchise eine Priorität bei der Entwicklung der Ketten, was eine dynamische Entwicklung der Franchise in Zukunft prognostizieren lässt.

Die Franchise in der Hotelbranche ist erst in der ersten Phase der Entwicklung und der Markt ist von der Sättigung weit entfernt. Die Investitionen werden hauptsächlich bei dem Bau der Hotels der economic Klasse und der mittleren Klasse benötigt. Der Ansicht der Analytiker nach, ist in den nächsten Jahren die größere Dynamik bei der Entwicklung der ganzen Branche zu erwarten.

Auf dem Markt der Franchise in Polen herrschen vor allem polnische Ketten (70,6 %) und nicht ausländische, was typisch für reife Märkte ist. Das Reife-Symptom ist auch die Expansion ins Ausland sowie lebendige Reaktion des Franchisesektors auf den Trend in der Wirtschaft.

Franchising – Rechtsfragen

Franchising ist im polnischen Recht ein sog. „ungenannter Vertrag“, es ist also nicht unmittelbar in dem Zivilgesetzbuch oder anderen Gesetzen geregelt. Die Zulässigkeit des Vertrags kommt aus der Vertragsfreiheit genannt im Art. 353¹ ZGB hervor.

Es wird definiert als *eine Art von Wirtschaftstätigkeit auf dem Gebiet von Waren- und Dienstleistungsvertrieb, die darin besteht, dass der Franchise-Nehmer das Verkaufsrecht von den bestimmten Waren und Dienstleistungen im eigenen Namen bekommt und im Rahmen von einem Marketingsystem des Franchise-Gebers mit Benutzung seines Namens, Warenzeichen*

und technisch-organisatorischen Erfahrung handelt.

Die polnische Bedeutung des Begriffs Franchise ist also ähnlich wie in Deutschland.

Im Rahmen von Vertragsfreiheit können die Parteien das Verhältnis untereinander nach eigenem Ermessen gestalten, es sei denn, der Inhalt oder Zweck verstößt gegen die Gesetze oder gute Sitten. Die Grenzen der Vertragsfreiheit werden unter anderem durch zwingendes Wettbewerbs- und Verbraucherrecht gestaltet.

Der Franchise-Vertrag ist ein zweiseitiger, entgeltlicher, kausaler Vertrag. Es gibt keine Einschränkung im Bezug auf die Parteien – es können sowohl die natürlichen als auch die juristischen Personen sein. Da der Franchise-Vertrag kein gesetzlich geregelter Vertragstyp ist, sollten die Parteien präzise alle wichtige Elemente des Rechtsverhältnisses regeln, vor allem den Gegenstand des Vertrags und die Rechte und Pflichten der Parteien. In den nicht geregelten Sachen finden die allgemeinen Vorschriften des Zivilgesetzbuchs die Anwendung (z. B. für die Haftung der Parteien des Franchise-Vertrags aus der Vertragsverletzung gilt die allgemeine Norm des Art. 471 ZGB) und entsprechend die Vorschriften des besonderen Teils über einem ähnlichen Vertragstyp, wie Auftrag, Handelsvertretung, Gesellschaft. Der Franchise-Vertrag ist aber im polnischen Recht ein selbständiger Vertragstyp und darf nicht mit anderen Verpflichtungsverträgen verwechselt werden.

**Jaroslav Ostrowski,
Rechtsanwalt/Steuerberater**

Kancelaria Radców Prawnych i Adwokatów
Nowakowski i Wspólnicy Sp.j.

Oddział w Toruniu
ul. Łazienna 24/2

87 - 100 Torun

Tel. (056) 651-07-93, 651-07-94

www.knw.pl

j.ostrowski@knw.pl

Franchise-Nehmertag

Am Samstag, dem 02. Juni 2007 fand in der Industrie- und Handelskammer in Krefeld der 3. Franchise-Nehmertag statt. Hier wurden ausgewählte und erfolgreiche Konzepte von Franchise-Gebern vorgestellt. Für die Besucher gab es die Möglichkeit, sich an Informationsständen oder durch die Teilnahme an verschiedenen Workshops zu informieren.

Die Unternehmen Granite Transformations Deutschland GmbH, COLORWORKS Autoservice Deutschland GmbH, PhotoVan GmbH & Co. KG, Lomborg Immobilien, Scheiben Doktor, Bemer Medizintechnik, Bodycure Deutschland GmbH, Harper & Fields, Senior Shop Master Franchise GmbH und viele mehr, nahmen an dem Franchise-Nehmertag 2007 teil. Eine im Anschluss daran stattgefundene Befragung der Teilnehmer bestätigte eine positive Resonanz qualitativ guter Interessenten.

Impressum

Herausgeber und Redaktion:

Consultants House® GmbH

Gut Groß-Lind

Kehner Weg 144

47918 Tönisvorst

Tel.: 02156-4 9191-0

Fax: 02156-4 9191-60

Alle Informationen wurden mit größter Sorgfalt aufbereitet, für Irrtümer und Unterlassungen kann jedoch keine Haftung übernommen werden. Ein Teil der verwendeten Namen sind geschützte Handelsnamen und/oder Warenzeichen der jeweiligen Hersteller.

Antwortfax/E-Mail



Fax: 02156-4 91 91 60, franchiseteam@eckhold-klinger.de

Gut Groß-Lind
Kehner Weg 144
47918 Tönisvorst

Wir bitten um Kontaktaufnahme im Zusammenhang mit:

- Emotionsmomente im Rekrutierungsprozess
- Mögliche Gesellschaftsformen im Franchising
- Umwelt und Arbeitssicherheit
- Franchiseideen lebendig werden lassen
- Verbesserung der Beweislast für Franchise-Geber
- Franchising in Polen

Firma:

Straße:

PLZ, Ort:

Tel.:

Fax:

Ansprechpartner:

Funktion: