

- Dies ist nur die Druck-Version. Der original Newsletter wird per E-Mail verschickt-



## **Aktuell – Fachinformationen für Franchise-Unternehmen**

### **2. Quartal 2011 / Ausgabe 2 / 19.Jahrgang**

**Guten Tag!**

Als Franchise-Geber kennen Sie den Aufwand, der betrieben werden muss, um alle Franchise-Partner konstant mit dem nötigen Print-Material ausgestattet zu halten. Die Corporate Identity muss stets gewahrt werden, aber jeder einzelne Partner sollte seine eigenen Kontaktdaten auf Flyern, Briefpapier, Visitenkarten etc. haben. Muss die Systemzentrale sich darum kümmern oder jeder einzelne Partner? Wenn Letzteres, wer kontrolliert, dass die CI-Vorgaben aus dem Handbuch eingehalten werden? Und wer bezahlt was? Und wäre es für die Systemzentrale nicht manchmal auch interessant, zu sehen, welcher Partner bei soundsoviel Umsatz, wie viel Werbematerial verbraucht? Allerdings ist sicher keine Systemzentrale erpicht darauf, das viele Material selber zu verwalten, zu lagern, Bestände zu kontrollieren, neu zu bestellen, und und und...

Des Rätsels Lösung präsentiert das Medienunternehmen Stünings aus Krefeld ([www.stuenings.de](http://www.stuenings.de)), die seit drei Jahren eine intelligent durchdachte Systemversorgung für Franchise-System anbietet.

Bei dieser so genannten Webshop- bzw. Web-to-Print-Lösung kann jeder Franchise-Nehmer über das Internet seinen Bedarf an Werbematerialien selber regeln, ohne in Gefahr zu geraten, die Unternehmens-CI zu verletzen. Der gesamte „Print-Auftritt“ eines Franchise-Systems wird zentral gesteuert, aber ohne den Aufwand für die Systemzentrale, die sich bei diesem Modell nicht mehr mit der Verwaltung, Versorgung oder Verteilung „herumschlagen“ muss.

Interessenten, die gerne mehr über dieses Versorgungskonzept erfahren möchten, sind herzlich eingeladen, am Freitag, den 01. Juli 2011 zu einer Informationsveranstaltung im Hause Stünings zu kommen (Anmeldung erforderlich s.u.). Der Geschäftsführer informiert über die Technologien, Abläufe, Vorteile und Erfahrungen. Wer mag, kann sich bei einer Betriebsführung einen Eindruck von der modernen Ausstattung des Medienhauses sowie von der tatsächlichen Logistik der Gruppenversorgung verschaffen. Die Veranstaltung wird gemeinsam mit der Unternehmensberatung Eckhold Consultants GmbH organisiert und mit einem Kurzvortrag über aktuelles Franchiserecht abgerundet.

Für Fragen, weitere Informationen und Anmeldungen, wenden Sie sich bitte an Frau Ann Ernst unter 0 21 56 / 4 91 91-10 oder [ann.ernst@eckhold-consultants.de](mailto:ann.ernst@eckhold-consultants.de). Über ein weiteres Angebot der Stünings GmbH lesen Sie in diesem Newsletter.

Des Weiteren finden Sie in dieser Ausgabe der „Aktuell“, wichtige Informationen über eine Expansion nach Österreich sowie einen Beitrag der Rechtsanwaltskanzlei TIGGES bezüglich der strittigen Franchise-Vertragsdauer und noch einiges mehr. Bei der Lektüre wünschen wir Ihnen viel Vergnügen.

Sollten Sie Fragen oder Anregungen haben, freuen wir uns von Ihnen zu hören.

Ihr Consultants House-Franchiseteam

[franchiseteam@consultants-house.de](mailto:franchiseteam@consultants-house.de)

## Inhalt

**Seite 2: Bezugsbindung in Franchise-Verträgen – Anpassung der Vertragslaufzeit im Einzelfall (von RA Katharina Wurm, TIGGES Rechtsanwälte)**

**Seite 4: How to go to Austria? ... für deutsche Franchise-System, die nach Österreich expandieren wollen (von Mag. Waltraud Martius, Mag. Michaela Jun, SYNCON International Franchise Consultants)**

**Seite 7: Das Franchise-Frühstück („Aktuell“-Interview mit Jörg T. Eckhold, Eckhold Consultants GmbH)**

**Seite 8: BeraterTool für Franchiser – Verkauf mit Online-Unterstützung (von Volker Neumann, Stünings Medien GmbH)**



### **Bezugsbindung in Franchise-Verträgen – Anpassung der Vertragslaufzeit im Einzelfall (von RA Katharina Wurm, TIGGES Rechtsanwälte)**

LG Nürnberg Fürth: Ein Franchise-Vertrag mit einer 100 %-igen Bezugsbindung und einer Laufzeit von zehn Jahren ist wegen Kartellunwirksamkeit auf das zeitlich zulässige Maß, nämlich auf fünf Jahre, zu reduzieren.

Das Landgericht Nürnberg Fürth entschied mit Urteil vom 17.02.2010 (Az.: 3 U 10542/08), dass die Bestimmung einer Alleinbezugsverpflichtung über die Dauer von zehn Jahren hinweg gem. § 1 GWB unzulässig sei. Denn gemäß § 1 GWB seien Vereinbarungen zwischen Unternehmen, Beschlüsse von Unternehmensvereinigungen und aufeinander abgestimmte Verhaltensweisen, die eine Verhinderung, Einschränkung oder Verfälschung des Wettbewerbs bezwecken oder bewirken, verboten. Das Gericht urteilte, dass auch Ausschließlichkeitsvereinbarungen in Franchise-Verträgen eine solche unzulässige wettbewerbsbeschränkende Vereinbarung darstellen können und hatte u.a. über die Frage der rechtliche Behandlung dieser Problematik zu entscheiden.

In dem vom Landgericht Nürnberg Fürth entschiedenen Fall hatte der Kläger mit der Beklagten einen Franchise-Vertrag über den Betrieb eines Einzelhandelsgeschäftes zum Verkauf von Modeschmuck und Accessoires abgeschlossen. Der Franchise-Nehmer, ein Existenzgründer, war zuvor an einer gänzlich anderen Branche selbstständig tätig gewesen. Der Franchise-Vertrag enthielt eine Alleinbezugsbindung, nach der der Kläger alle Waren ausschließlich bei der Franchise-Geberin zu beziehen hatte. Der Franchise-Vertrag wies weiterhin eine feste Laufzeit von zehn Jahre auf. Der wirtschaftlich erfolglose Franchise-Nehmer schloss seinen Laden nach 22 Monaten, erklärte den Widerruf und klagte auf Rückzahlung der Franchise-Gebühren.

Im Falle der Vereinbarung von Alleinbezugsverpflichtungen sind jedoch bestimmte rechtliche, insbesondere auch kartellrechtliche Anforderungen, zu beachten. Allgemein gesprochen muss die Alleinbezugsverpflichtung für den Erhalt und das Funktionieren des Franchise-Systems unerlässlich sein. In dem vorliegenden Fall vermochte die Beklagte jedoch nicht darzustellen, aus welchen tatsächlichen Gesichtspunkten die Alleinbezugsverpflichtung einer durch den Vertragszweck gebotenen Notwendigkeit zu entnehmen wäre (vgl. BGH NJW 2009, 1715 – Subunternehmer II). Das Landgericht erkannte aus dem Vortrag weder schützenswertes Know-how noch eine unübersehbare Zahl an Franchise-Nehmern oder ähnliches, die eine Kontrolle unmöglich machen würde (vgl. EUGH NJW 1986, 1415 – Pronuptia). Das Landgericht Nürnberg Fürth verneinte also die Erforderlichkeit einer durch den Vertragszweck gebotenen Alleinbezugsverpflichtung.

Zur Beurteilung der Frage, ob die Alleinbezugsverpflichtung als kartellrechtswidrig anzusehen sei, zog das Landgericht Nürnberg Fürth zunächst den Rechtsgedanken des Art. 1 lit. b) der VO EG 2790/1999 (neu EG 330/2010) heran und prüfte die Möglichkeit einer Freistellung vom Kartellverbot. Wettbewerbsverbote sind gem. Art. 1 lit. b) der Verordnung gerade unmittelbare oder mittelbare Verpflichtungen des Käufers, mehr als 80 % seiner auf Grundlage des Einkaufswertes des vorherigen Kalenderjahres berechneten Gesamteinkäufe der Vertragswaren vom Lieferanten oder einem vom Lieferanten bezeichneten Unternehmens zu beziehen. Jedoch gilt gem. Art. 5 lit. a) dieser Verordnung die Freistellung nicht für alle unmittelbaren oder mittelbaren Wettbewerbsverbote, welche – wie hier – für eine Dauer von mehr als fünf Jahren, nämlich im konkreten Fall 10 Jahren, vereinbart sind. Aus diesem Grund schied die Anwendung der Gruppenfreistellungsverordnung EG 2790/1999 auf die im vorliegenden Fall vereinbarte Alleinbezugsverpflichtung aus.

Der Sachverhalt war demnach nach deutschem Kartellrecht, dem Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB), zu beurteilen und damit insbesondere die Frage zu beantworten, ob die in dem Franchise-Vertrag geregelte Alleinbezugsverpflichtung spürbare Auswirkungen auf den Wettbewerb hatte. Das Gericht urteilte diesbezüglich, dass die für einen Verstoß gegen § 1 GWB erforderliche Spürbarkeit sich aus der erheblichen Beeinträchtigung der unternehmerischen Gestaltungsfreiheit des Beklagten ergebe. Demgemäß sah das Landgericht Nürnberg Fürth die Vereinbarung des Vertrages bei einer Vertragslaufzeit von zehn Jahren als kartellrechtswidrig an.

Damit stellte sich dem Landgericht Nürnberg Fürth im weiteren die Frage, wie diese kartellrechtswidrige Vereinbarung in Bezug auf den Gesamtvertrag zu behandeln war. Denn verstößt eine Vereinbarung nicht insgesamt, sondern nur einzelne Bestimmungen gegen § 1 GWB (i.V.m. § 134 BGB), so bemessen sich die Auswirkungen auf die anderen Teile des Vertrages nach § 139 BGB. Hiernach soll ein Rechtsgeschäft, sofern ein Teil dieses Rechtsgeschäfts nichtig ist, insgesamt nichtig sein, wenn nicht anzunehmen ist, dass die Parteien das Geschäft auch ohne den nichtigen Teil vorgenommen hätten. Es gilt also eine Vermutung für die Gesamtnwirksamkeit des Vertrages.

Das Landgericht entschied jedoch, dass eine Bezugsbindung, die allein ihrer übermäßig langen Dauer wegen Bedenken begegnet, nicht insgesamt nichtig sei, sondern in entsprechender Anwendung des § 139 BGB mit einer der dem tatsächlichen oder vermuteten Parteiwillen entsprechenden geringeren Laufzeit aufrecht zu erhalten sei. Zeitliche Beschränkungen, die unter das Kartellverbot fallen, seien – insoweit finde ausnahmsweise eine geltungserhaltene Reduktion statt – auf das zulässige Maß zurückzuführen (vgl. auch BGH NJW 1997, 2324 – Druckgussteile). Etwas anderes könne hier auch dann nicht gelten, wenn AGB vorliegen würden. Dies ergebe sich daraus, dass der Kartellrechtsverstoß nur soweit gegeben sei, als das zeitlich verträgliche Maß überschritten wird (vgl. BGH NJW 1982, 2000 – Holzpanele).

Somit seien an Anlehnung an den Rechtsgedanken des Art. 5 Lit. a) VO EG Nr. 2790/1999 die in dem Franchise-Vertrag geregelte Alleinbezugsverpflichtung entsprechend anzupassen und der Vertrag auf eine Dauer von fünf Jahren zurückzuführen.

Anmerkung: Die Parteien haben sich in zweiter Instanz beim OLG verglichen.

RA Katharina Wurm  
TIGGES Rechtsanwälte  
Tel.: +49 (0) 89 / 4 11 89 73- 30  
Fax: +49 (0) 89 / 4 11 89 73 - 33  
Mail: [wurm@tigges-info.de](mailto:wurm@tigges-info.de)



## **How to go to Austria? ... für deutsche Franchise-Systeme, die nach Österreich expandieren wollen**

**(von Mag. Waltraud Martius, Mag. Michaela Jung, SYNCON International Franchise Consultants)**

Österreich ist ein verlockendes Land, wenn deutsche Franchise-Systeme planen ihr System international zu multiplizieren. Die Rahmenbedingungen lassen eine Expansion auf den ersten Blick als „Kinderspiel“ erscheinen: gleiche, verbindende Sprache; gleicher Kulturkreis; angrenzendes Nachbarland; etc. Oftmals wird Österreich auch einfach als 17. Bundesland betrachtet und behandelt.

Diese Einfachheit über nationale Grenzen hinaus mit Franchising zu wachsen, darf auch kritisch gesehen werden. Obwohl Deutschland und Österreich in vielen Dingen ähnlich sind, sind sie dennoch nicht gleich. Auf die Notwendigkeit der nationalen Anpassung werden wir noch genauer eingehen, zuerst jedoch möchten wir die unterschiedlichen Expansionsstrategien diskutieren.

Wer mit seinem Franchise-System international wachsen möchte hat dazu sechs Möglichkeiten:

**Nationale Franchise-Zentrale:** Für den Schritt nach Österreich wird ein 100%iges Tochterunternehmen gegründet mit Sitz in Österreich. Der Geschäftsführer und sein Team sind der Franchise-Zentrale in Deutschland gegenüber weisungsgebunden.

**Joint Venture:** Die deutsche Franchise-Zentrale und der Joint-Venturepartner gründen gemeinsam ein Unternehmen in Österreich. Die Beteiligungsverhältnisse bestimmen auch den Grad der Entscheidungshoheit und -kompetenz zwischen Franchise-Zentrale und Joint-Venturepartner.

**Master-Franchising:** Der Master-Partner der deutschen Franchise-Zentrale wird in Österreich zum nationalen Franchise-Geber. Mit der Unterzeichnung des Master-Franchise-Vertrages gibt die deutsche Franchise-Zentrale fast alle Mitbestimmungsrechte an den Master-Partner ab. Dieser agiert national unabhängig.

**Multi-Units:** Die deutsche Franchise-Zentrale sucht für Österreich einen selbstständigen Partner, der sich verpflichtet mehrere Standorte (Multi-Units) zu eröffnen. Dieser Partner bringt die organisatorische und finanzielle Kraft mit, mehrere Standorte erfolgreich zu managen. In seinen Aktivitäten ist er der deutschen Franchise-Zentrale gegenüber weisungsgebunden.

**Area Development:** Die deutsche Franchise-Zentrale sucht für die Expansion nach Österreich einen Experten vor Ort, der mit den nationalen Begebenheiten vertraut ist und die Suche und Betreuung der Franchise-Nehmer übernimmt. Dieser Area Developer ist der deutschen Franchise-Zentrale gegenüber weisungsgebunden und entweder ein angestellter Mitarbeiter oder auch ein selbstständiger Experte.

**Direkt-Franchising:** Die deutsche Franchise-Zentrale sucht, wählt aus und betreut über die Grenzen des eigenen Landes hinaus auch Franchise-Nehmer in Österreich. Es gibt keine zwischen geschalteten Personen (Joint Venturepartner, Master-Partner, Area Developer...).

War vor 10 Jahren noch Master-Franchising die bevorzugte Form der internationalen Expansion, so empfehlen wir heute vermehrt das Direkt-Franchising (wo es Sinn macht) oder die Zusammenarbeit mit einem Area Developer.

Ist das Wie der Expansion geklärt, so folgt in einem 2. Schritt die notwendige Anpassung des Franchise-Systems auf Österreich. Ein Franchise-System, das in Deutschland erfolgreich ist, ist es nicht automatisch auch in Österreich! Egal wie gering oder wie umfassend eine Adaptierung erscheinen mag, wichtig ist, diese vor dem Start in Österreich durchzuführen. Auch wenn uns

Deutsche und Österreicher die gleiche Sprache verbindet, so gilt auch hier „nichts ist trennender, als die gemeinsame Sprache“!

Um mögliche Stolpersteine auszuräumen, empfehlen wir eine Phase der Pilotierung, bevor mit der Suche von Franchise-Nehmern begonnen wird. So kann vor Ort ausgetestet werden, ob alle Bausteine des Franchise-Leistungspaketes kompatibel sind, bzw. wo sich Lücken auftun und Anpassung notwendig wird.

Aufgepasst, das Gewerberecht in Österreich ist strikter, als das in Deutschland und verlangt vielleicht eine Gewerbeberechtigung, wo in Deutschland keine notwendig ist. Die österreichische Behörde unterteilt in „freie“ und „gebundene“ Gewerbe und für letztere ist eine Gewerbeberechtigung vorzuweisen. Das zu wissen ist einerseits gesetzlich notwendig und andererseits sehr hilfreich bei der Erstellung eines Anforderungsprofils an zukünftige Franchise-Nehmer in Österreich.

Wie in Deutschland, so bildet auch in Österreich die EU-Gruppenfreistellungsverordnung für „vertikale Vertriebsbindungen“ den juristischen Rahmen für Franchising. Die Überprüfung durch einen österreichischen Franchise-Rechtsanwalt verschafft Gewissheit, in welchen Bereichen der Franchise-Vertrag an zwingendes österreichisches Recht angepasst werden muss.

1. Informations- und Anlaufstelle für deutsche Franchise-Systeme auf dem Weg nach Österreich ist der Österreichische Franchise-Verband ([www.franchise.at](http://www.franchise.at)), die Mitgliedschaft (wie im DFV) ist freiwillig und stellt ein Qualitätsmerkmal da, dass das neue Franchise-System am österreichischen Markt auszeichnet.

Je nach Branche gibt es für die zukünftigen Franchise-Nehmer deutscher Systeme 2 interessante Förderstellen, einmal die AWS Austria Wirtschaftsservice Ges.m.b.H ([www.awsg.at](http://www.awsg.at)) und außerdem die Hotel- und Tourismusbank ([www.oeht.at](http://www.oeht.at)).

Neben der Adaptierung des Franchise-Systems nach außen (in Hinblick auf den österreichischen Markt), braucht es auch eine Adaptierung nach innen. In der Franchise-Zentrale müssen interne Abläufe verändert werden, um eine optimale Betreuung der internationalen Franchise-Nehmer bzw. des Area Developers bzw. des Masters gewährleisten zu können. Dazu ist es oftmals hilfreich ein internes Prozesse-Manual zu erarbeiten bzw. um den Faktor Internationalisierung zu erweitern.

Neben diesen Eckpfeilern für die Expansion nach Österreich gibt es noch weitere Puzzleteile, die wir in der Beratung mit unseren Kunden herausarbeiten, um die geplante Internationalisierung bzw. den Schritt nach Österreich von Anfang an erfolgreich aufzusetzen.

„Das meiste ist noch nicht getan. Wunderbare Zukunft.“  
(Ingvar Kamprad, Gründer IKEA)

In diesem Sinne, viel Erfolg auf dem Weg nach Österreich!

Mag. Waltraud Martius und Mag. Michaela Jung  
SYNCON International Franchise Consultants  
Tel.: +43 (0) 662 / 87 42 45 – 0  
Fax: +43 (0) 662 / 87 42 45 – 5  
Mail: [office@syncon.at](mailto:office@syncon.at)



### **Das Franchise-Frühstück**

**(„Aktuell“-Interview mit Jörg T. Eckhold, Eckhold Consultants GmbH)**

**„Aktuell“:** Herr Eckhold, seit mittlerweile über zwei Jahren veranstalten Sie mit Herrn Marco Hero (TIGGES Rechtsanwälte) zusammen das Franchise-Frühstück. Welche Erfahrungen haben Sie aus den Veranstaltungen gesammelt?

**Jörg Eckhold:** Zunächst wollten wir erreichen, dass sich Franchise- und Lizenz-Geber, egal ob von großen, kleinen oder im Aufbau befindlichen Systemen, zu einem besonderen Thema austauschen. Als Rahmen sollte die Gruppe nicht 20 Personen überschreiten, der Zeitraum von zwei Stunden nicht gesprengt werden und das Ganze verbunden mit einem kleinen Frühstück sein. Zu unserer Freude hat sich mehr daraus entwickelt.

**„Aktuell“:** Was meinen Sie mit ‚mehr entwickelt‘?

**Jörg Eckhold:** Vielleicht hatten wir Glück mit unserer Idee. Es haben sich System-Geber aller Art angemeldet, egal ob das Treffen in Berlin, München und auch hier bei uns am Niederrhein stattfand. Die kleinen, bzw. noch im Aufbau befindlichen Systeme konnten von den Etablierten lernen. Umgekehrt, aufgrund der Themenvielfalt, konnte die am Markt etablierten System-Geber, frische Ideen von den „jungen“ Systemen aufgreifen und ihre Abläufe überdenken.

**„Aktuell“:** Können Sie uns hierzu ein Beispiel geben?

**Jörg Eckhold:** Beispielhaft können wir das an dem Thema Businessplanung erläutern: Viele Systeme glauben, dass die Hilfe bei der Aufstellung eines Businessplans, sei es zur Erlangung von Fremdmitteln oder für die Vorvertragliche Aufklärungspflicht zum Core-Business eines System-Gebers zählt. Während der Gespräche stellte sich aber immer mehr heraus, dass in der Praxis heutzutage System-Geber hierfür Fremddienstleister in Anspruch nehmen. Das war für die neueren Systeme interessant zu erfahren und die etablierteren System-Geber waren angenehm überrascht, dass andere es genauso handhaben und konnten Erfahrungen austauschen.

**„Aktuell“:** Warum ist das so, dass die Businessplanung „ausgelagert“ wird?

**Jörg Eckhold:** Nun, a) glauben Banken beim Thema Finanzierung eher branchenbekanntem Beratungsgesellschaften als privaten Existenzgründern. Aber nur so lange sie sich bei der Erstellung an die Vorgaben der Grundsätze ordnungsgemäßer Planung (GoP, Version 2.1) halten, die Eingang

in den IDW-Standard S6 gefunden haben. Und b) tritt die Beratungsgesellschaft hierfür mit in die Haftung. Also tritt der System-Geber als Wissens-Träger auf, aber nicht als Haftender. Einher mit der Businessplanung geht die lokale und überregionale Marktanalyse, die die Berater erstellen müssen. Diese Dokumente stärken die Bank wesentlich in ihrer Entscheidungsfindung.

**„Aktuell“:** Zurück zum Franchise-Frühstück: Was ist Ihnen in diesen zwei Jahren im Bezug auf das Franchise-Frühstück noch aufgefallen?

**Jörg Eckhold:** Der offene und ehrliche Umgang der Gesprächspartner untereinander. In einer komfortablen Atmosphäre lässt es sich leichter „plaudern“ und oft wurden wichtige Kleinigkeiten im persönlichen Kontakt auf Augenhöhe ausgetauscht. Und das ohne Gegenleistung. Ich glaube, auch im Namen von Herrn Hero sagen zu können, dass wir stolz sein können, in dieser Form innerhalb der Branche tätig sein zu dürfen.

**„Aktuell“:** Wie geht es weiter mit dem Franchise-Frühstück?

**Jörg Eckhold:** Wir werden weiterhin in regelmäßigen Abständen die Veranstaltung entweder in München oder am Niederrhein anbieten. Die Themen werden immer einen Bezug zu aktuellen Ereignissen (Rechtssprechungen, Streitpunkte, etc.) aus der Franchisebranche haben. Manchmal nehmen wir einen Experten dazu, der sich zu einem speziellen Thema dann äußern kann. Allerdings nicht in Form von einem Vortrag, sondern immer nur in lockeren Gesprächen. Das hat sich in den vergangenen zwei Jahren bewährt und so werden wir es daher auch erstmal belassen.

Jörg T. Eckhold  
Eckhold Consultants GmbH  
Tel.: +49 (0) 21 56 / 4 91 91 – 10  
Fax: +49 (0) 21 56 / 4 91 91 – 20  
Mail: [kontakt@eckhold-consultants.de](mailto:kontakt@eckhold-consultants.de)



### **BeraterTool für Franchiser – Verkauf mit Online-Unterstützung (von Volker Neumann, Stünings Medien GmbH)**

Franchise-Systeme, die eine große Produktpalette vertreiben, kennen das Problem: Wie kann ein Verkäufer seine Kunden schnell und gezielt beraten, wenn er ein umfangreiches und differenziertes Warenprogramm für verschiedenste Anwendungen und Branchen betreut? Die Suche im 500-Seiten-Katalog ist hier nicht immer zeitgemäß: Sie dauert zu lange und setzt voraus, dass der Berater alle Produktdaten weitgehend im Kopf hat. Außerdem muss oft hin- und hergeblättert werden.

Abhilfe verschafft ein neues BeraterTool, welches gerade für Franchise-Systeme interessant ist. Der Katalogspezialist Stünings Medien, Krefeld, hat für derartige Verkaufsgespräche das „BeraterTool“ entwickelt, das auf Grundlage des eigens entwickelten Datenbank-Systems „DataFactory“ arbeitet.



Alle technischen Merkmale und Ausprägungen einer Produktpalette stehen im BeraterTool zur Verfügung. Wer zum Beispiel auf der Suche nach einem geeigneten Sicherheitsschuh für den Gartenbau ist, ruft einfach via Internet das BeraterTool auf. Unter allen Sicherheitsschuhen wählt er zunächst die Branche Gartenbau. Weitere Kriterien sind zum Beispiel: die Art der Laufsohle, das Material des Oberleders und die Schuhform. Mit wenigen Mausklicks wird das umfangreiche Angebot auf die relevanten Ergebnisse konzentriert, die als Abbildung vorliegen. In einem weiteren Fenster können alle hinterlegten Produktmerkmale direkt verglichen werden. Der Kunde wird also direkt mit Expertenwissen beraten, das Preisgespräch gerät erst einmal in den Hintergrund.

Die ausgewählten Produkte helfen dem Verkäufer, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren: die intensive Beratung und das Verkaufen der zielgerichtet ausgewählten Produkte. So fühlt sich der Kunde gut und effektiv betreut. Hinzu kommt, dass das BeraterTool den Verkäufer darin unterstützt, auch ohne detaillierte Produktkenntnisse das passende Produkt aus einem umfangreichen Programm herauszufiltern. Die Beratung kann natürlich auch telefonisch erfolgen, wenn der Gesprächspartner an seinem Arbeitsplatz über einen Internetzugang verfügt. Alternativ kann der Berater vor Ort ein handels-übliches Notebook mit Internetzugang oder einen Tablet-Computer wie das iPad einsetzen.

Dank der Konstruktion des Systems bietet die DataFactory weiterhin den Vorteil, dass man ein medienneutralen Datensatz für unterschiedliche Ausgabeformate verwenden kann (Internet, Print, Austauschformate). Ändert man einen Datensatz in der DataFactory, werden alle anderen Stellen, wo das Produkt verwendet wird, mit aktualisiert. Dies reduziert den Aufwand der Artikelpflege erheblich.

Eine Version als Online-Shop ist in Vorbereitung.

Volker Neumann  
Stünings Medien GmbH  
Tel.: +49 (0) 21 51 / 51 00 – 0  
Fax: +49 (0) 21 51 / 51 00 – 105  
Mail: [info@stuenings.de](mailto:info@stuenings.de)

---

Consultants House Newsletter Aktuell wird unterstützt von:



Herausgeber:  
Consultants House GmbH

Gut Groß-Lind · Kehner Weg 144  
D-47918 Tönisvorst

Fon: +49 (0) 21 56 - 4 91 91 - 0  
Fax: +49 (0) 21 56 - 4 91 91 - 60  
Mail: [franchiseteam@consultants-house.de](mailto:franchiseteam@consultants-house.de)