

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



Aktuell – Fachinformationen für Franchise-Unternehmen

3. Quartal 2011 / Ausgabe 3 / 19.Jahrgang

Guten Tag!

Dass der Business Plan ein ernst zu nehmendes Dokument ist, muss an dieser Stelle sicherlich nicht erläutert werden. Allerdings werden zurzeit gesetzliche Neuerungen auf den Weg gebracht, die den Business Plan noch weiter an Bedeutung gewinnen lassen und ihn zu dem einen, absolut ausschlaggebend Dokument für Existenzgründer befördert.

Lesen Sie hierzu den Beitrag von dem Unternehmensberater Jörg T. Eckhold (Eckhold Consultants GmbH), der die anstehenden Gesetzesänderungen und die zu erwartenden Folgen genauer unter die Lupe nimmt.

Die Consultants House GmbH hat sich daraufhin in die Lage der neuen Gründer versetzt und festgestellt, dass mit Sicherheit ein Großteil der Existenzgründer mit der Erstellung eines aussagekräftigen, vollständigen und den Anforderungen der ‚Grundsätze ordnungsgemäßer Planung‘ (GoP) entsprechenden Business Plans vollkommen überfordert sein werden. Und es kann doch nicht sein, dass z.B. ein viel versprechender und talentierter Handwerker seinen Franchise-Standort nicht eröffnen kann, weil er mit dem bürokratischen Drumherum nicht fertig wird.

Aus diesem Grunde bietet die Consultants House GmbH nun für Existenzgründer die Unterstützung in allen Fragen der Business Plan-Erstellung an. Welche Dokumente gehören dazu? Wo bekomme ich die notwendigen Informationen und wie sollen dieselbigen aufbereitet werden? Solche und weitere Probleme können dann zügig bearbeitet und gelöst werden, so dass einer Gewährung der Existenzgründer-Zuschüssen zumindest vom Business Plan her nichts im Wege steht.

Wir informieren Sie als Franchise-Geber hier über dieses Angebot der Consultants House GmbH, damit Sie in Zukunft wissen, wo Sie Ihre neuen Gründer hinschicken müssen, wenn diese Probleme mit dem Business Plan haben. Zusammen mit unseren interdisziplinären Partnern können wir innerhalb unseres Hauses die Leistung für Sie und Ihre zukünftigen Franchise-Nehmer abdecken.

Erst einmal wünschen wir Ihnen aber eine interessante Lektüre mit unserer neuen Ausgabe der „Aktuell“. Für Fragen, Ergänzungen oder andere Rückmeldungen stehen wir Ihnen immer gerne zur Verfügung.

Ihr Consultants House-Franchiseteam

franchiseteam@consultants-house.de

Inhalt

Seite 2: Franchise-Top-100: Wie das impulse-Ranking der besten Systeme zustande kommt
(von Dr. Nikolaus Förster, Chefredakteur des Wirtschaftsmagazins impulse)

Seite 4: Businessplanung für neue Franchise-Nehmer gefährdet durch die Agenturen für Arbeit
(von Jörg T. Eckhold, Geschäftsführer der Eckhold Consultants GmbH)

Seite 7: Zukunft voller Chancen – Franchise auf Expansionskurs auch in Österreich
(von Andreas Schwerla, Präsident des Österreichischen Franchise-Verbandes)

Seite 8: Betrachtungen eines entfernten Franchisemarktes - BrasilianeraterTool für Franchiser
(von Rolf Gerhard Kirst, Franchise Pool International)

Seite 10: Aktuelles aus dem Steuer-, Sozialversicherungs- und Wirtschaftsrecht
(von Burkhardt Hopf, Geschäftsführer der HoTax Steuerberatungsgesellschaft mbH)

Seite 15: Kleine Erfolgsstory in eigener Sache
(von Ann Ernst, Consultants House GmbH)

.....



Franchise-Top-100: Wie das impulse-Ranking der besten Systeme zustande kommt
(von Dr. Nikolaus Förster, Chefredakteur des Wirtschaftsmagazins impulse)

Zumindest eine Sache steht fest, bevor das alljährliche Top-100-Ranking des Wirtschaftsmagazins impulse überhaupt veröffentlicht ist: die Reaktion der Branche. Wer Plätze in der Bestenliste Plätze gut gemacht hat, sieht sich in seinem Erfolgskurs bestätigt. Einige Verlierer aber greifen zum Telefonhörer, um sich bei der Chefredaktion zu beschweren. Und auch Franchisenehmer melden sich zu Wort: Wer in der Vergangenheit schlechte Erfahrungen mit einem System gemacht hat, kann es nicht fassen, wenn sich seine persönlichen Erlebnisse nicht auch im Ranking spiegeln. Wie kann das sein?, fragen sie. Wie kommen Sie zu dieser Bewertung?

Mit diesen Fragen wird die Redaktion konfrontiert, seit sie vor fünf Jahren – zusammen mit Branchenexperten – das komplexe Bewertungssystem entwickelt hat. In den Grundzügen ist die Methodik bis heute gleich geblieben, in den vergangenen Jahren allerdings das Expertengremium erweitert. Neu dazu gestoßen sind 2011 unter anderem Vertreter der Bürgschaftsbanken und der KfW Bankengruppen. Waren es anfangs nur drei Experten, ist es heute ein neunköpfiges Gremium aus Wissenschaft und Praxis, das sich die einzelnen Systeme genauer anschaut. Auch impulse hat in diesem Gremium eine Stimme. Die Experten vergeben unabhängig voneinander Punkte für jedes

System, aus ihren Voten wird jeweils der Durchschnittswert gebildet. Von den insgesamt 13 Einzelkriterien (mit jeweils maximal zehn Punkten) beruhen sechs auf ihren Bewertungen, sieben leiten sich aus Kennzahlen der Unternehmen ab.

Wer es also in die Top-100 schaffen will, muss nicht nur gute Expertenvoten auf sich vereinen, sondern auch bereit sein, in einem standardisierten Fragebogen Auskunft über sein Unternehmen zu geben. Nur diese Systeme haben die Chance, in die Liste aufgenommen zu werden. In der Bewertung wird bewusst die Perspektive neuer Franchisepartner eingenommen: Wie attraktiv ist ein System aus ihrer Sicht? Nach der Methodik erhält ein System, das in einem wachsenden Markt dynamisch wächst, gute Verdienstchancen und ein hohes Maß an Sicherheit bietet, dabei nur geringe Investitionen verlangt, eine hohe Bewertung. Natürlich ist es in der Realität selten so, dass ein System all diese Eigenschaften auf sich vereint. Ein seit Jahren erfolgreiches System kann, wenn der Markt gesättigt ist, kaum mit seiner Dynamik punkten. Ein junges System dagegen, das stark wächst, wird weniger Punkte bei der Nachhaltigkeit erhalten: Je kleiner und jünger die Systeme sind, desto riskanter ist ein Einstieg für Franchisepartner. Hinter der Methodik stehen also bestimmte Annahmen über die Branche.

In der Vergangenheit hat impulse stets nur die Gesamtpunktzahl veröffentlicht. Um der unterschiedlichen Situation einzelner Systeme gerecht zu werden und differenzierter Stärken und Schwächen zeigen zu können, dokumentieren wir inzwischen auch, wie die Systeme in den Bereichen "Nachhaltigkeit", "Dynamik", "Verdienst", "Markt" und "Attraktivität" abgeschnitten haben, die sich jeweils aus zwei oder drei Einzelkriterien zusammensetzen. Es kann beispielsweise sein, dass ein System gute Zahlen vorlegt, aber in der Branche, etwa aufgrund aktueller Ereignisse, skeptisch betrachtet wird. Dies würde sich in einer schlechteren Expertenbewertung spiegeln. In Einzelfällen, wenn Systeme Zahlen nicht offenlegen wollen und sich diese auch nicht recherchieren lassen, kommt es zu Abwertungen. Auch spielen bei der Platzierung technische Faktoren eine Rolle: Immer wieder fallen Systeme aus dem Ranking heraus, weil sie kein Franchising mehr anbieten oder nicht mehr teilnehmen wollen. Andere – auch neue Systeme – rücken dann vor. Hier ein Überblick über die Bereiche, die bewertet werden:

- Nachhaltigkeit Bewertet werden Firmenalter, Partneranzahl und Umsatz der Zentrale. Ein System, das bereits lange aktiv ist, punktet stärker als ein junges; große stärker als kleine. Und je mehr eine Zentrale etwa durch Gebühren oder Warenlieferungen einnimmt, desto professioneller, so die Annahme, kann sie auch als Dienstleister für Partner auftreten.
- Dynamik Bewertet werden tatsächliches und geplantes Wachstum. Systeme, die überzogene Expansionspläne verkündet haben, werden abgewertet. Wachsende Systeme, die vielen Neueinsteigern eine Chance bieten, punkten stärker.
- Verdienst Je weniger ein Franchisepartner anfangs investieren muss, desto mehr Punkte erhält das System. Bewertet werden auch künftige Expansions- und Verdienstchancen: Systeme, die Partnern ermöglichen, mehrere Standorte zu eröffnen und damit mehr zu verdienen, schneiden besser ab.

- Markt Das Marktumfeld wird - da es sich kaum aus objektiven Zahlen ableiten lässt - von den Branchenexperten bewertet: Wie erfolgreich ist die Geschäftsidee? Hat sie als Franchisesystem Zukunft? Und wie stark ist die Konkurrenz?
- Attraktivität Auch dieser Aspekt wird von den Experten bewertet: Wie attraktiv ist ein System für neue Partner? Lohnt sich ein finanzielles Engagement? Wie stark ist die Marke? Wie zufrieden sind die Partner? Gibt es aktuelle Ereignisse, die die Attraktivität eines Systems verändern?

Bei allem Aufwand, den die Redaktion und die Experten Jahr für Jahr betreiben: Ob ein System zu einem potenziellen Franchisepartner passt oder nicht, lässt sich nicht eins zu eins aus einem Ranking ablesen, egal wie ausgefeilt die Methodik ist. Aber das Ranking bietet eine erste Orientierung – in einem nach wie vor eher intransparenten Markt.

Dr. Nikolaus Förster
 G+J Wirtschaftsmedien AG & Co KG
 Tel.: +49 (0) 40 / 3703 - 8338
 Fax: +49 (0) 40 / 3703 - 8595
 Mail: foerster.nikolaus@guj.de



**Businessplanung für neue Franchise-Nehmer gefährdet durch die Agenturen für Arbeit
 (von Jörg T. Eckhold, Eckhold Consultants GmbH)**

In aller Munde war seit Ende der 90er Jahre das Wort „Überbrückungsgeld“, eine Art staatliche Subvention für Existenzgründer. Seit dem 1. August 2006, spätestens jedoch zum 31. Oktober 2006 ist diese Subvention für Arbeitslose ausgelaufen.

Im Anschluss fand die Förderung mit Hilfe der Ich-AG bzw. dem Gründerzuschuss statt. Empfänger von Arbeitslosengeld bzw. Personen, die von der Arbeitslosigkeit bedroht und bezugsberechtigt im Sinne des Gesetzes vom 20. Juli 2006 (BGB II 2006, 1706) waren, konnten entsprechende Anträge stellen. Antragsberechtigte Personen mussten jedoch einen Anspruch auf Entgeltersatzleistungen nach dem SGB III bei Aufnahme der Selbstständigkeit für mindestens 90 Tage haben.

Da es sich um eine gesetzliche Grundlage handelt, durfte diese Einnahmeart bei einer Businessplan-Darstellung unter der Rubrik „Umsatz“, also im direkten Bezug zur Selbstständigkeit, aufgeführt werden. Wir erinnern daran, dass nur Umsätze, Kosten und Erträge – netto -, die indirekt im Zusammenhang mit der zukünftigen Selbstständigkeit stehen, aufgeführt werden dürfen.

Die Bezugsdauer war in der Regel neun Monate und konnte auf Antrag beim Jobcenter oder den Arbeitsagenturen um weitere sechs Monate verlängert werden. Die Existenzgründung musste zu einer Vollexistenz führen und es war eine fachliche Stellungnahme einer „fachkundigen“ Stelle notwendig. Wichtig war, dass diese Einnahmeart nicht besteuert wurde.

Diese Maßnahme soll nun laut Gesetzesentwurf aus den Ministerien von Frau von der Leyen, Bundesministerin für Arbeit und Soziales (BMAS) zum 1. November 2011 gekippt werden. Das Bundeskabinett hat am 25. Mai 2011 die Änderungen des BMAS durchgewunken, das Parlament aber hat der Gesetzesänderung noch nicht zugestimmt.

Was soll sich verändern, falls das Parlament zustimmt?

Nun, zunächst hat der Antragsteller keinen Rechtsanspruch mehr auf diese Förderung. Die Entscheidung soll von einer teilweisen Pflicht in eine vollständige Ermessensleistung umgewandelt werden. Außerdem muss der Antragsteller anstatt 90 Tage Anspruch auf Arbeitslosengeld nun 180 Tage haben. Gleichzeitig wird die Höhe des Zuschusses dem Arbeitslosengeld plus einer Pauschale von 300,00 Euro pro Monat entsprechen. Die Dauer soll im ersten Zeitfenster sechs Monate statt neun Monate und im zweiten Zeitfenster neun Monate statt sechs Monate, dafür aber pauschal 300 Euro, entsprechen.

Was bedeutet das?

Bereits im Vorfeld sollen Arbeitslose im Rahmen von qualifizierten Existenzgründungsseminaren auf ihren Schritt in die Selbstständigkeit vorbereitet werden.

Der Antragsteller muss sich sechs Monate vor Auslauf seiner Bezugsberechtigung von Arbeitslosengeld zu einer Selbstständigkeit bekennen. Die Förderhöhe fällt geringer aus. Aber, und jetzt kommt das Wesentliche, die Businessplanung wird das wichtigste Entscheidungskriterium.

Bereits in den „Aktuell“-Ausgaben 2009/2010 haben wir auf die Grundsätze der ordnungsgemäßen Planung (GoP) hingewiesen, die die Mindestanforderungen von Wissenschaft, Recht und Praxis berücksichtigen. Diese Grundsätze haben den Einzug in den IDW (Institut der Wirtschaftsprüfer) Standard S6 gefunden. Der IDW S6 beschäftigt sich im Wesentlichen mit dem Thema Sanierungskonzepte, der wohl anspruchvollsten Form der Businessplanung.

Auszug: Der Standardaufbau der Businessplanung sollte mindestens folgende Punkte berücksichtigen:

- Gründungsidee
- Geschäftskonzept
- Standort
- Persönliche Voraussetzungen und Schulung
- Rechtsform
- Vertragsgebiet
- Absatz-/Zielgruppen- und Konkurrenzanalyse
- Beschaffung
- Personal- und Mitarbeiterstruktur
- Ablauforganisation
- Marketing
- Finanzplanung
- Investitionen
- Gründungsbedingte Kosten
- Personal

- Betrieblicher Aufwand
- Umsatzplanung
- Wareneinsatz
- Finanzierung
- Erfolgsrechnung
- Liquiditätsplanung
- Bilanz
- Gewinnschwellenanalyse
- Zusammenfassung und Stellungnahme

Im Mittelpunkt der Planung steht immer noch die Entwicklung der Umsätze, Kosten, Deckungsbeiträge der Produkte und Dienstleistungsgruppen, widergespiegelt in einer Break-even-Analyse nebst Chancen und Risikobetrachtung. Jedoch sollte nachgewiesen werden, mit welchen Maßnahmen einer Unterschreitung der Umsatzprognose begegnet werden wird und dennoch die Wettbewerbsfähigkeit und auch die Renditefähigkeit beibehalten werden kann. Es müssen Branchenkennzahlen aufgeführt werden; nur der Vergleich zum eigenen Betriebsvergleich des Franchise-Gebers reicht nicht aus.

Die Analyse der Branchenentwicklung sollen Punkte wie Anzahl und Stärke des Wettbewerbs, Kundenpotential, Substitutionsprodukte, Technologien, Dienstleistungen und Veränderungen in Nachbarbranchen beinhalten.

Der Verfasser muss auf der Grundlage von Plausibilitätsbeurteilung entscheiden, ob aufgrund der Ist-Zahlen des Franchise-Gebers aus dem Finanz- und Rechnungswesen die Ausgangsinformationen der Ist-Lage zur Ableitung von Planzahlen genügen. Wenn dann noch die Liquiditätsplanung die Zins- und Tilgungsfähigkeit durch eine ausgewogene Zusammensetzung der Finanzierung mit Eigenkapital, Fremdkapital und hybriden Finanzierungsformen widerspiegelt, sollte die Businessplanung ausgewogen sein.

Franchise-Geber wie aber auch Existenzgründer, die auf die Förderung von BMAS zurückgreifen wollen, sind also zukünftig gefordert. Sicherlich stellt sich uns die Frage, wie Mitarbeiter der Agenturen für Arbeit eine neutrale Beurteilung im Sinne des Antragstellers abgeben sollen. Was passiert, wenn die Nase des Antragstellers nicht passt? Der Businessplan muss daher alleine durch die Aufmachung, den Inhalt und die Plausibilität überzeugen. Lapidare Standardplanungen werden hier nicht mehr ausreichen. Falls es dennoch zu einer Ablehnung kommen sollte und der Sachbearbeiter der Agentur für Arbeit den Businessplan in Frage stellt, kann nur durch nachgewiesenen Standard, der wissenschaftlich, rechtlich und in der Praxis üblich ist, das Gegenteil bewiesen werden.

Jörg T. Eckhold
 Eckhold Consultants GmbH
 Tel.: +49 (0) 21 56 / 4 91 91-10
 Fax: +48 (0) 21 56 / 4 91 91-20
 Mail: joerg.eckhold@eckhold-consultants.de





Zukunft voller Chancen – Franchise auf Expansionskurs auch in Österreich (von Andreas Schwerla, Österreichischer Franchise-Verband)

Franchising ist nicht nur spannend sondern auch zukunftssträftig! Für potenzielle Gründer, die sich nicht als Einzelkämpfer sehen, ist das Vertriebsmodell Franchising – sozusagen eine vorgefertigte und gut funktionierende Existenzgründung – die ideale Lösung. Als Franchisenehmer profitiert man von einem erfolgserprobten Know-how. Die Erfahrungen und Tipps des Franchisegebers helfen vor allem über die ansonsten schwierige Planungs- und Startphase hinweg. So wird die finanzielle Durststrecke, die viele Jungunternehmer oftmals durchleben müssen, gemeinsam verkürzt und bedeutend abgeschwächt. Franchising ist ein sehr guter Weg zum unternehmerischen Erfolg – allerdings nur, wenn man sich zu 100 Prozent auf diese Partnerschaft einlässt, denn Franchising bedeutet vor allem eines: „Partnerschaft auf gleicher Augenhöhe“.

Als Präsident den Österreichischen Franchise-Verbandes (ÖFV) freue ich mich persönlich sehr über das Wachstum und die Dynamik, die dieses Wirtschaftssegment in Österreich kennzeichnet. Laut einer von uns in Auftrag gegebenen Studie der KMU Forschung Austria, die im ersten Quartal 2011 durchgeführt wurde, gibt es bereits 6.700 aktive Franchise-Unternehmer/innen, was ein Plus von 11% zu 2008 bedeutet. 60% der 420 aktiven Systeme starteten erst nach der Jahrtausendwende. Eine starke Wachstumsphase - 67% der Systeme befinden sich aktuell in einer solchen - und die Suche nach weiteren Franchise-Partnern sind die erfreuliche Folge.

Umsatz und Wachstum

Mit 7,9 Mrd. € Netto-Gesamtumsatz, die sich auf österreichische (€ 3,6 Mrd.) und ausländische (rd. € 4,3 Mrd.) Systeme verteilen, hat Franchising auch einen bedeutenden Stellenwert in der Österreichischen Wirtschaft eingenommen. Rund 70 % der Franchise-Systeme konnten 2010 – insbesondere durch die Neueröffnung von Standorten– ein durchschnittliches Umsatzwachstum von 7% erzielen. Immer mehr ausländische Systeme erkennen nun auch den Marktwert Österreichs und wollen hier Fuß fassen. Viele davon über Direkt-Franchising, v.a. Deutsche Systeme.

Die Unternehmensdemographie zeigt uns klar den Optimismus in der Branche. 85% der Systeme wollen in diesem Jahr neue Franchise-Partner aufnehmen und 78% blicken sehr optimistisch in die Zukunft und erwarten weitere Umsatzzuwächse.

Das bedeutet, dass wir mit weiteren starken Bewegungen am österreichischen Markt rechnen können, wobei wir als Österreichischer Franchise-Verband uns unserer Verantwortung in der Unterstützung v.a. junger, aufstrebender Systeme durchaus bewusst sind.

Welche Unterstützung kann der Verband geben

In erster Linie vermitteln wir die richtigen Kontakte, stehen für Basisauskünfte zur Verfügung, fördern die Qualität des Franchising in Österreich z.B. durch den ÖFV System-Check und bieten

Veranstaltungen mit Informations- und Weiterbildungscharakter an, wovon die größte die ÖFV Jahrestagung ist.

Besonders geeignet für den Erfahrungsaustausch und junge Franchisegeber sind unsere Benchmarkdays bei etablierten Unternehmen oder die Expertengespräche zu definierten Themen, bei welchen die Diskussionen in kleinerem Kreis in die Tiefe gehen. Als Interessensvertretung geht es uns selbstverständlich auch um Qualitätssicherung, das Image und die Bekanntheit von Franchising in der Öffentlichkeit. Mit der Einführung der jährlichen Vergabe der Franchise-Awards, bei der wir großartige Unternehmer auf Geber- und Nehmer-Seite auszeichnen, ist uns dieser Informationstransfer auch gelungen.

Franchise-Messe 2011

Ein Tipp noch von mir für alle Gründungswilligen und Systeme, die noch Partner in Österreich suchen: am 17./18. November 2011 erwarten Franchise-Interessierte in Wien nicht nur spannende, interaktive Life-Präsentationen unterschiedlicher Franchise-Geber sondern auch viel Information rund um das Thema selbst in Vorträgen und Workshops. Die Messe richtet sich an neue und bestehende Franchise-Nehmer, potentielle Franchise-Geber und alle, die sich über Franchising informieren wollen (Infos: www.franchise-messe.at). Der ÖFV ist selbstverständlich mit dabei!

Andreas Schwerla
Österreichischer Franchise-Verband
Tel.: +43 (0) 22 36 31 11 88
Fax: +49 (0) 22 36 31 13 43
Mail: susanne.seifert@franchise.at



Betrachtungen eines entfernten Franchisemarktes - Brasilien *(von Rolf Gerhard Kirst, Franchise Pool International)*

Wieder einmal brachte mich meine Reiselust und die Kontakte im weltweiten Franchising in ein Land, von dem man in Deutschland zum Thema Franchise nur wenig zu hören bekommt - Brasilien.

Jetzt wissen wir, dass Brasilien 12 Flugstunden von Deutschland entfernt ist und in Süd-Amerika liegt, wie der Franchisemarkt in diesem Land aber funktioniert, liegt für die Meisten im Dunkel. Brasilien zählt 195 Millionen Einwohner und ist etwa 24mal so groß wie die Bundesrepublik. Die Wirtschaft wächst mit 4 % über dem Durchschnitt der Weltwirtschaft und die Arbeitslosenrate liegt ähnlich wie in Deutschland bei etwas 7,5 %. Diese Zahlen kann man überall nachlesen, welche Bedeutung hat aber Franchise in diesem Land und inwieweit kann ein deutscher Franchisegeber dieses Land als attraktives Zielland für sein System ansehen? Diesen Fragen bin ich nachgegangen und zu einem erstaunlichen Ergebnis gekommen.

Auf Einladung des Brasilianischen Franchiseverbandes ABF besuchte ich im Mai 2011 die Franchisemesse in Sao Paulo. Von einem früheren Besuch in Brasilien und durch Gespräche mit Vertretern des ABF wusste ich, dass dieses Land über einen sehr interessanten Franchisemarkt verfügt und nun wollte ich sehen, ob dieser Markt auch für deutsche Systeme geeignet sein könnte.

Die Vergleichszahlen:

<u>Vergleich 2011</u>	<u>Brasilien</u>	<u>Deutschland</u>
Anzahl der Franchisesysteme	1.643	950
Umsatz der Franchisewirtschaft	42,8 Mrd \$	66 Mrd \$
Anzahl der Franchisebetriebe	80.000	57.000
Mitarbeiter im Franchise	720.000	450.000

Jetzt sind diese Zahlen eines jungen Landes wie Brasilien (in Bezug auf den Franchisemarkt) schon beeindruckend, aber die Voraussagen noch mehr. Der ABF rechnet in den nächsten Jahren mit einem Wachstum an Franchisesystemen von 10 % und im Franchiseumsatz will man um 19 % wachsen. Hier ist noch viel Raum, auch für deutsche Systeme.

Sieht man sich nun auf der Franchisemesse um, so ist jeder internationale Besucher beeindruckt und ich traue mir zu sagen, die Franchisemesse in Sao Paulo ist die Beste seiner Art weltweit. Sei es die Organisation, die Besucherzahl von über 46.700 oder die Anzahl an Ständen (über 400) aber auch die Professionalität und die Größe der Standbauten ist beeindruckend.

Wie stark sind nun aber die internationalen Marken vertreten, war meine nächste Frage. Aus der Geschichte heraus und durch die nähere Entfernung sind natürlich die amerikanischen Marken stark vertreten, denn die waren es, die in den 80er Jahren zuerst den Franchisemarkt in Brasilien eroberten. In diesen Jahren waren noch 75 % der Systeme aus dem Ausland. Inzwischen hat sich aber ein starker lokaler Franchisemarkt gebildet und heute ist die Anzahl der Systeme, die nicht aus Brasilien stammen auf etwa 20 % gesunken, 80 % sind somit brasilianische Marken. Sieht man sich nach Systemen aus Europa um, so findet man einzelne Systemnamen aus Frankreich, Spanien oder Portugal, nach einem System aus Deutschland sucht man aber vergeblich.

Warum ist das so? Einmal liegt es an der großen Entfernung, dies würde aber auch für Systeme aus Frankreich oder Spanien gelten. Ein weiterer Grund liegt sicher auch in der Sprache, denn in Brasilien wird portugiesisch gesprochen und nicht alle Geschäftsleute in Brasilien sprechen englisch. Es ist aber auch der unbekannte Markt, der von diesem Sprung abschreckt.

Fazit ist aber, dieses Land lohnt sich, ins Auge gefasst zu werden. Die Menschen sind aufgeschlossen, deutsche Produkte sind überall präsent und beliebt, nicht nur durch VW, Siemens und Grohe, sondern auch durch viele kleinere Marken im Industriebereich.

Will nun ein deutsches Franchisesystem das Land Brasilien in die Überlegungen einbauen und daran denken, dorthin zu expandieren, dann sollte man folgende Punkte beachten:

- Hat das System einige Jahre Erfahrung im Franchise und eine Erfolgsgeschichte nachzuweisen?
- Ist das System geeignet für Auslandsmärkte, bzw. sieht man im Ausland auch Bedarf für die eigenen Produkte oder Dienstleistungen?
- Inwieweit kann man für Adaptionen flexibel sein?
- Wurde das System schon in einem weiteren europäischen Land erfolgreich getestet?
- Sind die Unterlagen mindestens auf englisch und auf ausländische Märkte ausgerichtet.
- Wurde die Marke im jeweiligen Land registriert?
- Hat man Mitarbeiter, die in Englisch frei kommunizieren können?

Diese und viele ähnliche Fragen sollte sich ein Franchisegeber stellen, der an eine Expansion in ein entferntes Land wie Brasilien denkt. Im Rahmen meiner Arbeit konnte ich schon viele vergebliche Expansionsanstrengungen kennen lernen, die in den meisten Fällen an der mangelhaften Vorbereitung scheiterten. Will man aus Kostengründen am Anfang die Erfahrungen eines Auslandsexperten einsparen, so muss man am Ende einen weit höheren Preis an Lehrgeld bezahlen. Dies soll aber nicht davor abschrecken, derartige Sprünge zu wagen, sie sollten nur gut und professionell vorbereitet werden. Wir Deutschen sind oft viel zu zaghaft in unserer Auslandsexpansion, unsere Nachbarn wie England, Frankreich, Spanien und Italien sind uns hier meist überlegen. Dies sollte ein Ansporn sein.

Die Welt ist groß, man muss nur wissen, wie man sie in den Griff bekommt.

Rolf Gerhard Kirst
 Franchise Pool International
 Tel.: +49 (0) 861 / 98 97 60
 Mail: office@franchisepool.org

.....



**Aktuelles aus Steuer-, Sozialversicherungs- und Wirtschaftsrecht
 (von Burkhardt Hopf, HoTax Steuerberatungsgesellschaft mbH)**

Herr Dipl. Betriebswirt und Steuerberater Burkhardt Hopf weist Ihnen in dieser Ausgabe steuerliche Veränderung für Franchise-Geber und Franchise-Nehmer, also Selbständige, gemäß aktueller Gesetzgebung auf:

I. Inhalt

1. E-Bilanz
2. Gründungszuschuss
3. ELENA-Verfahren
4. Steuerliche Aspekte im Rahmen der PKW-Nutzung
5. Krankheit im Urlaub

1. Elektronische Bilanz:

Das Bundesministerium der Finanzen hat aktuell einen überarbeiteten Entwurf des Anwendungsschreibens zur elektronischen Übermittlung von Bilanzen und Gewinn- und Verlustrechnungen veröffentlicht. Daraus geht hervor, dass die elektronische Übermittlung um ein weiteres Jahr verschoben werden soll. Ursprünglich sollten die Bilanz und die Gewinn- und Verlustrechnung für Wirtschaftsjahre, die nach dem 31.12.2010 beginnen, elektronisch an das Finanzamt übermittelt werden. Aufgrund von organisatorischen und technischen Schwierigkeiten wurde die Einführung jedoch um ein Jahr verschoben.

In dem nun überarbeiteten Entwurf heißt es, dass die elektronische Übermittlung erstmals für Wirtschaftsjahre gelten soll, die nach dem 31.12.2011 beginnen. Dies ist bekannt. Neu ist indes, dass es im Erstjahr nicht beanstandet werden soll, wenn die Bilanz und die Gewinn- und Verlustrechnung noch nicht nach amtlich vorgeschriebenem Datensatz durch Datenfernübertragung übermittelt werden. Faktisch würde die Einführung damit erneut um ein Jahr verschoben, sodass die Jahresabschlüsse zum 31.12.2012 noch in Papierform beim Finanzamt eingereicht werden können. Derzeit wird über die Auslegung des Begriffs „Erstjahr“ diskutiert. Diese Wortwahl ist insofern missverständlich, als die Bilanz für das Erstjahr 2012 gerade nicht in 2012, sondern regelmäßig erst in 2013 übermittelt wird. Getreu dem Wortlaut könnte es die Verwaltung also beanstanden, wenn der Jahresabschluss zum 31.12.2012 im Jahr 2013 nicht in elektronischer Form übermittelt wird.

Hintergrund:

Bereits Anfang 2010 hatte sich die Finanzverwaltung zur standardmäßigen elektronischen Übermittlung geäußert und festgelegt, dass der Datensatz im XBRL-Format zu übermitteln ist. XBRL (eXtensible Business Reporting Language) ist ein international verbreiteter Standard für den elektronischen Datenaustausch von Unternehmensinformationen, der oftmals auch für die Veröffentlichung im Bundesanzeiger verwendet wird. Die elektronische Übermittlung der Inhalte der Bilanz und der Gewinn- und Verlustrechnung soll grundsätzlich nach der Kerntaxonomie erfolgen (Taxonomie = Datenschema für Jahresabschlussdaten). Die Kerntaxonomie beinhaltet die Positionen für alle Rechtsformen, wobei im jeweiligen Einzelfall nur die Positionen zu befüllen sind, zu denen auch tatsächlich Geschäftsvorfälle vorliegen.

Abweichend hiervon wurden für bestimmte Wirtschaftszweige Branchentaxonomien erstellt. Hierzu gehören z.B. Spezialtaxonomien für Banken und Versicherungen. Für den Unternehmer wird die elektronische Übermittlung der Bilanz und der Gewinn- und Verlustrechnung mit einem höheren Zeitaufwand und zusätzlichen Kosten verbunden sein. Auch wenn die erstmalige Anwendung erst für Jahresabschlüsse zum 31.12.2013 verbindlich sein sollte, ist eine zeitnahe Umsetzung ratsam. Für die notwendigen Vorbereitungen wird nämlich eine entsprechende Vorlaufzeit benötigt.

Für die Finanzverwaltung liegen die Vorteile auf der Hand. Denn durch die aufbereiteten Jahresabschlussdaten werden die Auswertungs- und Analysemöglichkeiten deutlich verbessert (BMF-Schreiben im Entwurf vom 1.7.2011, Az. IV C 6 - S 2133-b/11/10009;).

2. Gründungszuschuss:

Das Gesetz zur Verbesserung der Eingliederungschancen am Arbeitsmarkt, das derzeit im Entwurf vorliegt, sieht beim Gründungszuschuss einige gravierende Einschnitte vor.

Im Fokus stehen insbesondere folgende Punkte:

Der Gründungszuschuss soll von einer teilweisen Pflicht- in eine vollständige Ermessensleistung umgewandelt werden. Somit soll es künftig im Ermessen des Vermittlers liegen, ob der Zuschuss gewährt wird. Jenseits der Beurteilung der Tragfähigkeit des Geschäftskonzeptes ist durch den Vermittler die persönliche Eignung der Gründerin bzw. des Gründers einzuschätzen. Die erste Förderphase - Zuschuss in Höhe des zuletzt bezogenen Arbeitslosengeldes und 300 EUR zur sozialen Absicherung - soll von neun auf sechs Monate verkürzt werden. Die zweite Förderphase – pauschal 300 EUR zur sozialen Absicherung - soll von sechs auf neun Monate verlängert werden. Damit würde die mögliche Gesamtförderdauer weiterhin bei 15 Monaten liegen; die Förderungshöhe würde aber regelmäßig geringer ausfallen.

Weitere Details finden Sie hier in dieser „Aktuell“-Ausgabe in dem Artikel von Jörg T. Eckhold („Businessplanung für neue Franchise-Nehmer gefährdet durch die Agenturen für Arbeit“)

sowie unter folgender Quelle: Bundesministerium für Arbeit und Soziales, Mitteilung vom 25.5.2011; Entwurf eines Gesetzes zur Verbesserung der Eingliederungschancen am Arbeitsmarkt, Gesetzentwurf der Bundesregierung vom 24.6.2011

3. ELENA-Verfahren:

Seit 2010 müssen jeden Monat teilweise hochsensible Arbeitnehmer-Daten an eine zentrale Speicherstelle gemeldet werden. Mithilfe dieser Daten sollte die Arbeitgeberverpflichtung zur Ausstellung von Entgelt- bzw. Lohnbescheinigungen durch ein elektronisches Verfahren ersetzt werden. Anträge auf Sozialleistungen sollten so beschleunigt werden.

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie und das Bundesministerium für Arbeit und Soziales haben sich darauf verständigt, das ELENA-Verfahren schnellstmöglich einzustellen. Der Grund liegt in der fehlenden Verbreitung der qualifizierten elektronischen Signatur. Umfassende Untersuchungen haben gezeigt, dass sich dieser Sicherheitsstandard, der für das ELENA-Verfahren datenschutzrechtlich geboten ist, in absehbarer Zeit nicht flächendeckend verbreiten wird. Die bisher gespeicherten Daten sollen unverzüglich gelöscht und die Arbeitgeber von den bestehenden elektronischen Meldepflichten entlastet werden. In Kürze soll ein Entwurf für ein Aufhebungsgesetz vorgelegt werden.

(Gemeinsame Mitteilung des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie und des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales vom 18.7.2011).

4. Steuerliche Aspekte im Rahmen der PKW-Nutzung:

Im Rahmen der steuerlichen Betrachtung wird ein Fahrzeug in Abhängigkeit seiner Nutzung dem Betriebs- oder Privatvermögen zugeordnet:

- Bei einer Nutzung für betriebliche Fahrten von unter 10 Prozent im Verhältnis zur Gesamtfahrleistung des Fahrzeugs eines Jahres, ist eine Zuordnung zum Betriebsvermögen nicht möglich. Das Fahrzeug bleibt notwendiges Privatvermögen.
- Bei einer betrieblichen Nutzung der gesamten Fahrleistung eines Jahres von mindestens 10 Prozent und bis zu 50 Prozent besteht ein Wahlrecht. Das Fahrzeug kann, muss aber nicht in das Betriebsvermögen (Anlagevermögen) aufgenommen werden.
- Liegt die Fahrleistung für betriebliche Fahrten bei über 50 Prozent, so ist das Fahrzeug notwendigerweise in das Betriebsvermögen aufzunehmen.

4.1. PKW im Privatvermögen

Bleibt das Fahrzeug im Privatvermögen, kann der Unternehmer für nachgewiesene dienstliche Fahrten 30 Cent je gefahrenen Kilometer pauschal als Betriebsausgaben ansetzen. Ihm bleibt es alternativ überlassen, durch Aufzeichnung der tatsächlichen Kosten, höhere Aufwendungen geltend zu machen. Für die täglichen Fahrten zwischen Wohnung und Betriebsstätte sind 30 Cent je Entfernungskilometer als Betriebsausgaben geltend zu machen. Damit sind alle betrieblichen Kosten für den PKW abgegolten.

4.2. PKW im Betriebsvermögen

Ist das Fahrzeug erst einmal im Anlagevermögen aufgenommen, sind sämtliche Aufwendungen für den PKW in der Buchhaltung zu erfassen. Hierzu gehören zum Beispiel die Benzinkosten, die Kosten für Versicherung und Kraftfahrzeugsteuer, aber auch die Finanzierungskosten. Sie stellen Betriebsausgaben dar.

Die Anschaffungskosten des Fahrzeugs sind nicht im Jahr des Kaufs voll als Betriebsausgaben anzusetzen, sondern über die betriebsgewöhnliche Nutzungsdauer des Fahrzeugs so zu verteilen, dass der jährliche Betrag für die Abschreibung ermittelt wird und dieser als Betriebsausgabe seinen Ansatz findet.

4.2.1. Betriebsgewöhnliche Nutzungsdauer

Bei einem Neufahrzeug ermittelt sich die betriebsgewöhnliche Nutzungsdauer nach der amtlichen Abschreibungstabelle. Sie gibt sechs Jahre Nutzungsdauer bei neuen Fahrzeugen vor. Die Nutzungsdauer von gebrauchten Fahrzeugen muss individuell geschätzt werden. Beim Kauf eines gebrauchten Fahrzeugs ist immer eine Nutzungsdauer von mindestens zwei Jahren anzunehmen. Ansonsten kann als Anhaltspunkt für die Schätzung der Nutzungsdauer die Entscheidung der Richter des Bundesfinanzhofs herangezogen werden. Demnach ist ein Fahrzeug nach einer Fahrleistung von 120.000 Kilometern verbraucht.

4.2.2. Privater Nutzungsanteil

Private Fahrten dürfen nicht zu Betriebsausgaben führen. Wurden, wie oben geschildert, sämtliche Ausgaben für das Fahrzeug in der Buchhaltung erfasst, sind für den Anteil der privaten Fahrten die

Betriebsausgaben entsprechend zu mindern. Die Ermittlung des privaten Nutzungsanteils bereitet Unternehmern immer wieder Schwierigkeiten. Auf der einen Seite besteht die Möglichkeit durch das Führen eines Fahrtenbuchs die Verteilung der privaten Fahrten und der betrieblichen Fahrten genau zu ermitteln.

Auf der anderen Seite hat der Gesetzgeber eine Vereinfachungsregelung eingeführt. Sie kann angewendet werden, wenn die betriebliche Nutzung über 50 Prozent liegt. Die so genannte 1 Prozent-Regelung. Hierbei wird der private Nutzungsanteil mit mtl. 1% des Bruttolistenpreises des Fahrzeugs unterstellt.

4.2.3. Fahrzeugleasing

Mangels Eigentumsübergang kann ein geleastes Fahrzeug nicht dem Unternehmensvermögen zugeordnet werden. Insofern entfällt auch die Möglichkeit des Wertverzehr (Abschreibung). Die Leasingraten stellen, neben den anderen Kosten, wie zum Beispiel Benzin, Versicherung und Kraftfahrzeugsteuer, direkt abzugsfähige Betriebsausgaben dar. Der private Nutzungsanteil ermittelt sich entsprechend dem eines Fahrzeugs im Anlagevermögen.

5. Krankheit im Urlaub

Eine Krankheit im Urlaub fällt nicht automatisch nur in den Risikobereich des Arbeitnehmers. Das Bundesurlaubsgesetz regelt vielmehr genau, was in diesen Fällen gilt. Grundsätzlich werden Krankheitstage während des Erholungsurlaubs nicht auf den Jahresurlaub angerechnet.

Allerdings gelten hierfür die folgenden Voraussetzungen:

Der Arbeitnehmer muss arbeitsunfähig sein. Wie bei der normalen Krankmeldung reicht also ein leichtes Unwohlsein nicht aus. Die Krankheit und die voraussichtliche Dauer der Krankheit müssen bereits am ersten Krankheitstag beim Arbeitgeber angezeigt werden. Um die Arbeitsunfähigkeit überprüfen zu können, hat der Arbeitgeber einen Anspruch darauf, die Urlaubsanschrift zu erfahren. Er muss aber gezielt danach fragen. Dann kann er einen ortsansässigen Arzt damit beauftragen, die Arbeitsunfähigkeit zu überprüfen.

Der oder die Krankheitstage müssen durch ein ärztliches Attest nachgewiesen werden. Während bei der normalen Krankmeldung ein Attest meist erst nach dem dritten Krankheitstag erforderlich ist, muss bei einer Krankheit im Urlaub bereits ab dem ersten Tag ein Attest vorgelegt werden. Der Nachweis einer im Ausland aufgetretenen krankheitsbedingten Arbeitsunfähigkeit ist durch eine ärztliche Bescheinigung zu führen. Diese muss erkennen lassen, dass der Arzt zwischen Erkrankung und auf ihr beruhender Arbeitsunfähigkeit unterschieden hat. Der Arbeitnehmer sollte daher darauf achten, dass die Bescheinigung folgende Formulierung enthält: „Es handelt sich um eine Krankheit, die eine Arbeitsunfähigkeit zur Folge hat.“. Einer Arbeitsunfähigkeitsbescheinigung, die im Ausland (auch außerhalb der Europäischen Union) ausgestellt wurde, kommt im Allgemeinen der gleiche Beweiswert zu, wie einer in Deutschland ausgestellten Bescheinigung.

Steht kein Arzt zur Verfügung (z.B. auf einer Wüsten- oder Dschungeltour), muss die Krankheit durch Zeugen glaubhaft bestätigt werden. Die Bescheinigung muss beim Arbeitgeber üblicherweise spätestens am vierten Krankheitstag eintreffen. Wegen der längeren Brieflaufzeit bei einem Auslandsurlaub empfiehlt es sich, das Attest vorab schon per Fax zu schicken und den Sendebericht aufzubewahren. Sofern sich die Dauer der Krankheit verlängert, muss der Arbeitnehmer dies dem Arbeitgeber jeweils wieder erneut anzeigen (Folgebescheinigung).

Liegen die vorgenannten Voraussetzungen vor, dürfen die Krankheitstage nicht auf den Urlaub angerechnet werden. Das bedeutet, dass der Arbeitnehmer die eigentlich genommenen Urlaubstage auf seinem Urlaubskonto wieder gutgeschrieben bekommt. Während der Krankheitstage muss der Arbeitgeber den Lohn weiterzahlen.

Der Arbeitnehmer hat gegenüber dem Arbeitgeber einen Anspruch auf Nachgewährung der durch die Krankheit ausgefallenen Urlaubstage, wenn er wieder arbeitsfähig ist. Dieser Urlaub muss aber erneut beantragt und gewährt werden. Auf keinen Fall darf der Arbeitnehmer seinen Urlaub eigenmächtig um die betreffenden Tage verlängern. Eine solche eigenmächtige Urlaubsnahme kann eine Abmahnung oder sogar die Kündigung zur Folge haben. Erkrankt der Arbeitnehmer schon vor dem Urlaubsantritt und dauert die Krankheit länger als der bereits festgelegte Urlaubszeitraum, muss der Arbeitgeber den Urlaub vollständig neu gewähren und festlegen.

Kosten für die Krankmeldung (z.B. Auslandstelefonate, Faxschreiben) sowie für die eventuell notwendige Übersetzung von Bescheinigungen muss der Arbeitgeber tragen. Um keinen Ärger nach Ablauf der sechswöchigen Entgeltfortzahlungsfrist zu bekommen, muss der Arbeitnehmer gleichzeitig auch seine Krankenkasse informieren. Hier muss die Urlaubsanschrift und die voraussichtliche Dauer der Erkrankung mitgeteilt werden. Zudem sollte der Krankenkasse eine Kopie des Attests zugefaxt werden. Hat der Arbeitnehmer keinen Urlaub genommen, sondern wird er krank, während er Überstunden abbaut oder Gleitzeit nimmt, gelten die vorstehenden Ausführungen nicht. Dann fällt die Krankheit in den Risikobereich des Arbeitnehmers. Wie bei einer Krankheit am Wochenende verliert er die freie Zeit und bekommt dafür keine Zeiterstattung.



Kleine Erfolgsstory in eigener Sache **(von Ann Ernst, Consultants House GmbH)**

Die Consultants House GmbH beschäftigt sich schon seit langem intensiv mit der Franchisebranche. Zum einen natürlich mit dem Ihnen vorliegenden, seit bald 20 Jahren erscheinenden, Franchise-Newsletter „Aktuell“, aber zum anderen auch mit dem „ganz normalen“ Tagesgeschäft, bei dem wir von Franchise-Systemen aus allen Branchen mit verschiedenen Aufgaben betraut werden. Diese Aufgaben können sich z.B. auf eine vereinzelte Mailing-Aktion beschränken oder aber auch die Übernahme der kompletten Systemzentrale bedeuten. Oft werden wir auch mit der Franchise-Partner-

Suche beauftragt. Und hierum geht es in unserer kleinen Erfolgsstory, die wir Ihnen nicht vorenthalten möchten:

Anfang dieses Jahres trat das Unternehmen CareTour GmbH an uns heran, welches betreute Seniorenreisen im In- und Ausland anbietet. Seit bereits zwei Jahren betrieben sie einen äußerst erfolgreichen Standort in der Nähe von München und wollten nun gerne via Franchise, bzw. Lizenzen deutschlandweit expandieren.

Bereits im Jahre 2010 betreute die ebenfalls in unserem Hause ansässige Eckhold Consultants GmbH den CareTour-Pilot-Standort und wandelten die Geschäftsidee in ein Lizenzsystem um.

Consultants House begann daraufhin, sich mit dem Konzept der Firma CareTour zu befassen und sich gründlich einzuarbeiten. Die Idee, das Konzept, die Abläufe, die Produkte (in diesem Fall: die verschiedenen Reiseangebote), die Rechte, Pflichten und Aufgaben der Lizenz-Nehmer – all das sollte auch hier im Hause bekannt sein.

Bereits im März konnte dann mit der PR begonnen werden, indem z.B. virtuelle Messestände in den entsprechenden Portalen eingestellt wurden und regelmäßig Pressemitteilungen in branchentypischen Presseportalen lanciert werden konnten. Hierfür baute Consultants House einen speziellen, auf das Unternehmen ausgerichteten Presseverteiler auf. Noch im März begann eine gleichmäßige Flut von Interessenten hereinzufließen. Seitdem erhält Consultants House monatlich mindestens 20 Kandidaten, die alle zügig und gewissenhaft geprüft und mit Informationen ausgestattet werden.

Nur die wirklich ins Profil passenden und motivierten Bewerber wurden mitsamt vollständigen Unterlagen dann an CareTour weiter geleitet, die dann zusätzlich ihr eigenes Auswahl-Verfahren anwendeten. Dies alles hat zur Folge, dass nur ein gutes halbes Jahr, nachdem CareTour auf die Consultants House GmbH aufmerksam wurde, bereits der erste Lizenz-Nehmer erfolgreich gegründet werden konnte. Einige weitere viel versprechende Bewerber sind schon „in der Pipeline“, so dass weitere Gründungen anstehen.

Für die Consultants House GmbH ist es eine Freude, ihre Erfahrungen in der Franchisebranche immer wieder an neue Systeme weitergeben zu können und dazu beizutragen, dass die Vielfalt der Systeme in Deutschland immer weiter wächst.

.....

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