

Aktuell

Spezial-Firmeninformation für Franchiseunternehmen

INHALT

Editorial	1
Systematische Betreuung von Franchise-Nehmern	2
Internationale Franchisesysteme in Deutschland unter steuerlichen Aspekten	3
Impressumpflicht für Franchise-Geber	5
Vorvertragliche Aufklärung beim Abschluss von Franchiseverträgen in Deutschland und Österreich	6
Franchise Goes Brazil	9
New U.S. Federal Franchise Rule	12
<hr/>	
Rückantwortformular	15

Unser Thema heißt somit: „**Effizienzsteigerung durch Kontrollmöglichkeiten Ihres Franchise-Systems**“. Sicherlich fragen Sie sich warum wir dieses Thema aufgreifen? Nun in den erst kürzlich veröffentlichten Interview mit Herrn Uli Veigel, Chef der Agentur Grey Deutschland, war zu lesen, dass die Langlebigkeit der Produktlebenszyklen immer kürzer werden. Diese Tatsache wirkt sich auch auf Markenprodukte und somit auf die Marken als solches aus.

Die Marktanteile durchschnittlicher Markenartikel sind laut GfK Studie seit 2003 um 5,5 Prozent gesunken.

Wie kann diesem Trend entgegen gewirkt werden und was hat das mit Effizienzsteigerung zu tun?

Nun, Franchise-Geber nehmen in der Regel umsatzabhängige laufende Franchisegebühren. Die Überprüfung der Umsätze für die Berechnung der laufenden Gebühren geschehen über den Betriebsvergleich, simple Umsatzmeldungen, ein Warenwirtschaftssystem, übersandte BWAs oder Zentralregulierung Methoden.

Umsatz erhöhend ist dieses Vorgehen auch und gerade deshalb, wenn es vertraglich so geregelt ist, nicht. Stellen Sie sich Budget-Planungen für das Jahr 2008 mit Ihren Franchise-Nehmern vor. In dieser Planung berücksichtigen Sie entsprechende regionale Marketingmaßnahmen, die zur Umsatzsteigerungen führen sollten. Hierzu vereinbaren Sie eine Zielvorgabe. Diese Zielvorgabe verknüpfen Sie nun mit der

Editorial

Zum Ende des Jahres möchten wir Ihnen nicht nur die besten Weihnachtswünsche übermitteln, sondern Gedankenanstöße liefern für den Start ins Geschäftsjahr 2008.

Senkung der laufende Franchise-Gebühr um 1 Prozent.

Bei Erreichung der Zielvorgabe profitieren beide Partner zu gleichen Teilen. Der Franchise-Nehmer erhöht seinen Gesamtumsatz und verringert seine variablen Kosten bei Ziel-Erreichung. Der Franchise-Geber erhöht ebenfalls bei Ziel-Erreichung seine Einnahmen, jedoch stärkt dies gleichzeitig seine Marktpräsenz aufgrund der regionalen Werbung des Franchise-Nehmers.

Diese Maßnahmen führen zur Stärkung der Marke und somit zu einem längeren Lebenszyklus der Dienstleistung oder des Produktes, was wiederum zu einem größeren Wachstum verhelfen kann.

Der Kreis schließt sich. **Kontrollmechanismen führen zur Effizienzsteigerung.**

Denken Sie einmal darüber nach.

Auch von uns an dieser Stelle ein schönes Weihnachtsfest und eine guten Start ins Neue Jahr.



Ihr Franchise Berater Team Consultants House GmbH

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

Systematische Betreuung von Franchise-Nehmern

(von Dipl.-Kfm. Peter Thomas Stonn)

Die interne Organisation hinkt bei schnell wachsenden Unternehmen oft hinterher. Dies zeigt sich beim Franchising naturgemäß umso häufiger, da dort die Geschwindigkeit des Wachstums eine der Grundzielsetzungen darstellt. Die Basis des langfristigen Erfolges eines Franchise-Systems sind zweifelsohne die Erfolge seiner Franchise-Nehmer. Durch eine systematische Betreuung wird dies nicht dem Zufall überlassen.

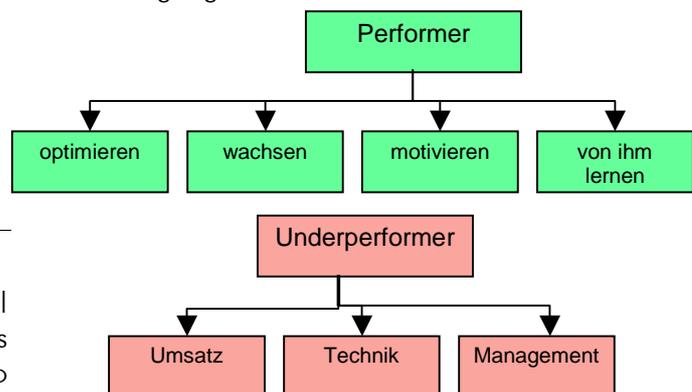
Eine Systematik entsteht erst dann, wenn alle Partner regelmäßig und nach gleichen Leitlinien begleitet werden. Die Betreuer brauchen hierzu ein Instrument, das ihnen erlaubt, zum einen auf einem schnellen Weg den Status eines Franchise-Nehmers festzulegen. Zum anderen muss es möglich sein, aus der festgestellten Ausgangssituation heraus klare Maßnahmen abzuleiten, wie der Partner entwickelt werden kann.

Für die Statusfeststellung empfiehlt sich zunächst ein funktionierender Betriebsvergleich. Hieraus können sachliche Informationen abgeleitet werden, die oft die subjektive Betrachtung und Argumentation eines Partners relativieren können.

In den meisten Systemen lassen sich die Partner in erfolgreich und weniger erfolgreich einzuteilen. Die Erfolgreichen sind die Stütze und Aushängeschild. Sie sind einerseits zu pflegen und je nach Wunsch zu unterstützen. Andererseits sollte nicht vergessen werden, von ihnen zu lernen.

Die weniger erfolgreichen Partner dagegen bedürfen Hilfe, die genau dort ansetzt, wo sie in deren Unternehmen objektiv gebraucht wird. Hierbei müssen alle Erfahrungen des Franchise-Gebers einfließen. Aber verfügen die Betreuer tatsächlich alle gleichermaßen über dieses Wissen?

Die Abbildung zeigt ein Beispiel des Ausgangspunkts für ein gezieltes Betreuungssystem, die dem Franchise-Geber zur Verfügung stehen:



Die einzelnen Punkte in der untersten Reihe dieser Darstellung können jeweils weiter im Detail verfolgt werden. Das Ziel dabei ist, eine operative Ebene zu erreichen, von der aus anhand eines Katalogs von

Maßnahmenvorschlägen eine Unterstützung gewährleistet werden kann, die sich ausschließlich an den Bedürfnissen des Partners orientiert. Es geht somit auch um eine Abkoppelung der Coaching-Qualität von der Person des Betreuers.

Der wesentliche Vorteil der vorgestellten Systematik besteht darin, dass hier ein „Entscheidungsbaum“ zur Verfügung steht, der anhand von Wenn-Dann-Überlegungen zu direkt verwertbaren Ansätzen führt.

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

Internationale Franchisesysteme in Deutschland unter steuerlichen Aspekten (Fortsetzungsreihe) Teil I. „Direktfranchising“ und Ertragsteuern

(von Steuerberater Burkhard Hopf, HoTax Steuerberatungsgesellschaft mbH)

Im Rahmen der allgemeinen Marktglobalisierung streben immer mehr Franchisesysteme in internationale Märkte vor. Auf dem europäischen Markt kommt insbesondere Deutschland aufgrund des gewaltigen Wirtschaftspotentials diesbezüglich eine besondere Bedeutung zu.

Doch trotz der o.a. Globalisierung und einer gerade im europäischen Markt erfolgten respektive erfolgenden sukzessiven Harmonisierung ist der Einstieg auf den jeweiligen Märkten unverändert mit Erschwernissen und nationalen Besonderheiten, gerade hinsichtlich des nationalen Steuerrechts, verbunden.

Diesem Umstand Rechnung tragend versucht dieser Beitrag mögliche Strategien ausländischer Franchisesysteme zur Etablierung auf dem deutschen Markt aufzuzeigen und zu analysieren.

Dies geschieht im Wesentlichen aus einem steuerlichen Blickwinkel mit der Maßgabe auf die diesbezüglich bevorstehenden Anforderungen und Regularien hinzuweisen.

Generell lässt sich feststellen, dass es für ein ausländisches Franchisesystem unterschiedliche Möglichkeiten zur Realisierung dieses Ziels gibt.

Es besteht einerseits die Möglichkeit der Direktvermarktung der Franchiselizenzen auf dem deutschen Markt. Hierbei verzichtet ein ausländischer Franchise-Geber auf eine deutsche Marktpräsenz und versucht über externe Kanäle nationale Franchise-Nehmer zu generieren.

Andererseits kann das Franchisesystem entweder eine nationale Zweigniederlassung in Deutschland errichten oder, mittels Gründung einer neuen Gesellschaft, sogar eine vollständig autonome deutsche Basis schaffen.

Bei sämtlichen Möglichkeiten ergeben sich dabei sowohl Vor- als auch Nachteile, die es gilt gegeneinander abzuwiegen.

Dabei betreffen die Nachteile, insbesondere bei einer Direktvermarktung, nicht ausschließlich den Franchise-Geber, sondern auch die künftigen Franchise-Nehmer, und damit die potentiellen Vertragspartner.

Im Rahmen dieser Fortsetzungsreihe werden sukzessive sämtliche o.g. Möglichkeiten zur Etablierung des ausländischen Franchisesystems auf dem deutschen Markt, insbesondere hinsichtlich ihrer ertragsteuerlichen und umsatzsteuerlichen Aspekte und Auswirkungen beleuchtet.

Dieser erste Beitrag beschäftigt sich beginnend mit der Betrachtung des **„Direktfranchising“ unter ertragsteuerlichen Aspekten.**

Der Beitrag geht hierbei sowohl auf die damit verbundenen Aspekte für den Franchise-Geber als auch auf die sich ergebenden Auswirkungen für einen künftigen Franchisenehmer ein.

Mangels inländischem Sitz bzw. Geschäftsleitung unterliegen die ausländischen Franchisesysteme mit ihren inländischen Einkünften, in Abhängigkeit ihrer Ausprägung, gemäß § 49 des

deutschen Einkommensteuergesetzes (EStG), ggf. in Verbindung mit § 2 Nr. 1 des deutschen Körperschaftsteuergesetzes (KStG), einer beschränkten Ertragsteuerpflicht hinsichtlich aller inländischen Einkünfte. Bedeutsam wird dieser Umstand insbesondere für die dem Franchisenehmer in Rechnung zu stellenden Lizenzgebühren (Royalties) auf die dieser Beitrag im nachfolgenden eingeht.

Obwohl laut Doppelbesteuerungsabkommen im Regelfall das Besteuerungsrecht an den Lizenzgebühren dem Ansässigkeitsstaat des Lizenzgebers zukommt, respektive Deutschland in Ausnahmefällen nur ein der Höhe nach begrenztes Besteuerungsrecht zusteht und Deutschland insofern eine Besteuerung dieser Einkünfte generell nicht zusteht, werden diese Einkünfte im Rahmen einer Abzugsbesteuerung der deutschen Ertragsteuer unterworfen.

Gemäß § 50 a Abs. 4 EStG werden die erzielten Einnahmen aus Lizenzgebühren mit einer pauschalen Abzugssteuer in Höhe von 20% belastet und endgültig abgegolten. Hierbei ist insbesondere auch zu beachten, dass keinerlei Betriebsausgaben (entstandene Kosten) steuermindernd in Abzug gebracht werden dürfen.

Eine weitere Berücksichtigung im Sinne einer Steuerveranlagung findet darüber hinaus nicht mehr statt.

Diese Steuer entsteht mit Zufluss der Lizenzvergütung bei dem Franchisenehmer, der gemäß § 50 a Abs. 5 Satz 4 EStG Steuerschuldner der so festzustellenden Steuern wird.

Dem Franchise-Nehmer obliegt dabei gemäß § 50 a Abs. 5 Satz 2 EStG die Einbehaltung, Anmeldung und Abführung der Abzugssteuern für den Franchise-Geber an das für ihn zuständige Finanzamt.

Darüber hinaus wird er gemäß § 50 a Abs. 5 Satz 5 EStG Haftungsschuldner dieser von ihm einzubehaltenden und abzuführenden Abzugssteuern.

Des Weiteren ist er auf Verlangen des Franchisegebers verpflichtet ihm eine Steuerbescheinigung auszustellen. Da diese Abzugsbesteuerung seitens des deutschen Staats unabhängig und entgegen der grundsätzlichen Regelungen der Doppelbe-

steuerungsabkommen durchgeführt wird, erfolgt insofern eine Doppelbesteuerung dieser Lizenzgebühren.

Diesem Umstand Rechnung tragend und unter der Voraussetzung der Einkünfte, die dem Steuerabzug unterliegen, nach einem Doppelbesteuerungsverfahren nicht oder nur nach einem niedrigerem Steuersatz in Deutschland besteuert werden können, besteht im Rahmen verschiedener Verfahren insoweit ein Anspruch auf Entlastung dieser Steuerabzüge.

Nachfolgend werden die einzelnen Entlastungsverfahren erläutert.

Erstattungsverfahren

Gem. § 50 d Abs. 1 EStG hat der Franchise-Geber die Möglichkeit bereits abgeführte Steuern im Rahmen des sogenannten Erstattungsverfahrens vollständig oder teilweise zurück zu fordern.

Der Antrag auf Erstattung kann nur vom Franchisegeber gestellt werden.

Der Franchise-Nehmer kann den Antrag im Namen des Franchise-Gebers stellen, sofern dieser ihm hierzu die Vollmacht erteilt hat.

Der Antrag auf Erstattung ist in schriftlicher Form auf amtlich vorgeschriebenen Vordrucken einzureichen. Er muss mit der Ansässigkeitsbestätigung der für den Franchise-Geber zuständigen ausländischen Steuerbehörde versehen sein.

Die Frist für den Antrag auf Erstattung beträgt vier Jahre nach Ablauf des Kalenderjahrs in dem die Vergütungen bezogen worden sind. Sie endet nicht vor Ablauf von sechs Monaten nach dem Zeitpunkt der Entrichtung der Steuer.

Freistellungsverfahren

Um die Abzugsbesteuerung von vornherein zu vermeiden besteht gem. § 50 d Abs. 2 EStG darüber hinaus die Möglichkeit eine volle oder teilweise Freistellung der Lizenzgebühren im Steuerabzugsverfahren mittels Freistellungsantrag zu begehren.

Bei diesem Verfahren wird durch das Bundeszentralamt für Steuern bescheinigt, dass der zahlungsverpflichtete Vergütungs-

schuldner (Franchise-Nehmer) den Steuerabzug entsprechend ganz oder teilweise unterlassen darf.

Der Antrag auf Freistellung kann nur vom Franchisegeber gestellt werden.

Der Franchise-Nehmer kann den Antrag im Namen des Franchise-Gebers stellen, sofern dieser ihm hierzu die Vollmacht erteilt hat.

Der Antrag auf Freistellung ist in schriftlicher Form auf amtlich vorgeschriebenen Vordrucken einzureichen.

Er muss mit der Ansässigkeitsbestätigung der für den Franchise-Geber zuständigen ausländischen Steuerbehörde versehen sein.

Die Geltungsdauer der Freistellungsbescheinigung beginnt frühestens mit Antragseingang beim Bundeszentralamt für Steuern.

Voraussetzung für die Abstandsnahme vom Steuerabzug ist, dass dem Franchise-Nehmer als Vergütungsschuldner die Freistellungsbescheinigung im Zeitpunkt der Lizenzzahlung vorliegt.

Aufgrund einer Bearbeitungsdauer von durchschnittlich 3 bis 5 Monaten sollte der Antrag daher rechtzeitig gestellt werden.

Die Freistellung kann für einzelne Zahlungen (Einmalfreistellung) oder für mehrere Zahlungen (Dauerfreistellung), die der Franchise-Geber von demselben Franchise-Nehmer erhält, beantragt werden.

Eine Dauerfreistellung wird jedoch maximal über einen Zeitraum von 3 Jahren erteilt.

Kontrollmeldeverfahren

Gem. § 50 d Abs. 5 EStG bietet das Kontrollmeldeverfahren Verfahren unter bestimmten Voraussetzungen eine weitere Möglichkeit der Entlastung von Abzugssteuern im Rahmen von Doppelsbesteuerungsabkommen.

Bei diesem vereinfachten Verfahren in Fällen von geringer steuerrechtlicher Relevanz kann der Franchise-Nehmer auf seinen Antrag hin als zahlungsverpflichteter Vergütungsschuldner den Steuerabzug ganz oder teilweise eigenständig unterlassen, sofern er vom Bundeszentralamt für Steuern dazu ermächtigt wurde.

Voraussetzung hierfür ist, dass bestimmte Betragsgrenzen (Bruttobeträge) hinsichtlich einzelner Lizenzzahlungen (Euro 5.500,00) bzw. der jährlichen Lizenzgebühren (Euro 40.000,00) nicht überschritten werden. Der Nachweis hierüber ist mittels einer Kontrollmeldung jährlich zu führen. Sie ist bis zum 30. April eines Kalenderjahres sowohl dem Bundeszentralamt für Steuern als auch dem zuständigen Finanzamt des Franchise-Nehmers einzureichen.

Sofern diese Betragshöchstgrenzen überschritten werden kann darüber hinaus eine Freistellungsbescheinigung beantragt werden.

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass im Rahmen einer „Direktvermarktung“ des Franchisesystems auf dem deutschen Markt dem ausländischen Franchisesystem aufwendige und insbesondere seinen deutschen Franchise-Nehmern als potentiellen Vertragspartner auch mit Haftungsrisiken verbundene

Regelungen und Nachweispflichten zur inländischen Besteuerung bzw. einer möglichen Steuerfreistellung obliegen.

Eine weitergehende Würdigung dieser Vorgehensweise wird im Rahmen eines Beurteilungsvergleichs nach Darstellung aller möglichen Strategien zum Ende dieser Fortsetzungsreihe erfolgen.

Steuerberater Burkhardt Hopf

HoTax Steuerberatungsgesellschaft mbH

47918 Tönisvorst

Tel: 02156-49191 -91

hopf@hotax.eu

www.hotax.eu

GASTBEITRAG

Impressumpflicht für Franchise-Geber

(Marco Hero, TIGGES Rechtsanwälte)

Ein Thema, das für alle Franchisesysteme von Bedeutung ist, ist die Impressumpflicht für Internetauftritte. Nach Telemediengesetz (TMG) vom 26.02.2007, welches vorher bestehende Teledienstgesetz abgelöst hat, hat jeder geschäftsmäßiger Diensteanbieter

bestimmte Informationen auf seiner Homepage leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar zu halten. Immer mehr Franchise-Geber beklagen die leidliche Erfahrung, für Fehler im Impressum kostenpflichtig von Wettbewerbern oder Anwälten abgemahnt zu werden. Dies gilt es zu vermeiden.

Zu den geschäftsmäßigen Diensteanbietern zählen auch solche, die eine einfache Homepage unterhalten, auf der lediglich werbende Informationen bereit gestellt werden, die auf das Unternehmen aufmerksam machen sollen. Die werbende Funktion einer Website wird wohl auf die meisten Franchise-Geber Websites anwendbar sein. Die Impressumspflicht gilt nach der vorherrschenden Auffassung auch für Franchise-Systeme, die keine Waren übers Web unmittelbar vertreiben. Die gegenteilige Ansicht, es müsse möglich sein, über die Homepage selbst direkt Geschäfte abzuschließen, wird zwar auch vertreten, hierauf sollte sich aber mit Blick auf die sich aus einem Verstoß gegen die Kennzeichnungspflichten ergebenden Konsequenzen niemand verlassen.

Als Pflichtangaben sind in jedes Impressum der Name des Unternehmens (mit Rechtsformzusatz), seine Anschrift und die Namen der vertretungsberechtigten Personen aufzunehmen. Unerlässlich sind zudem die Angabe der Telefonnummer und ggf. der Telefaxnummer sowie die Angabe der email-Adresse. Ferner ist das entsprechende Register, in welchem die Gesellschaft eingetragen ist und deren Registernummer anzugeben. Aufzunehmen ist zudem eine etwaige Umsatzsteueridentifikationsnummer. Für Tätigkeiten, die einer behördlichen Zulassung bedürfen, ist zusätzlich die zuständige Aufsichtsbehörde anzubilden.

Auf die Einhaltung dieser Impressumspflicht sollte jeder Franchise-Geber besondere Sorgfalt anwenden, vor dem Hintergrund, dass ein Verstoß hiergegen wettbewerbsrechtlich relevant sein kann. Es besteht dann das Risiko, dass der Anbieter von einem Wettbewerber abgemahnt wird, wobei eine solche Abmahnung in der Regel verbunden ist mit der Aufforderung, eine strafbewehrte

Unterlassungserklärung abzugeben. Hinzu kommt – und das ist ärgerlich-, dass der Wettbewerber regelmäßig die Abmahnkosten ersetzt verlangen wird.

Zwar wird häufig bei Fehlen einzelner Angaben ein Wettbewerbsverstoß zu verneinen sein, vor allem in Fällen, in denen über die Homepage nicht unmittelbar Geschäfte abgeschlossen werden. Da die Frage, wann ein Wettbewerbsverstoß vorliegt jedoch noch nicht abschließend geklärt ist und von den Gerichten von Fall zu Fall anders entschieden wird, sollte man es nicht auf eine gerichtliche Auseinandersetzung ankommen lassen.

Die mit einer Abmahnung verbundenen Kosten sind umso ärgerlicher, als dass ein unvollständiges Impressum dem Anbieter keinen Vorteil bringt. Meist passieren Fehler beim Impressum alleine aufgrund von Nachlässigkeit oder Unkenntnis, ohne dass dahinter eine besondere Intention steht. Es ist daher allen Franchisesystemen im eigenen Interesse zu empfehlen, ihre Homepage nochmals zu überprüfen, um unnötigen rechtlichen Auseinandersetzungen mit Wettbewerbern zu entgehen.

Rechtsanwalt Marco Hero

TIGGES Rechtsanwälte

40221 Düsseldorf

Tel.: 0211 / 86 87 - 112

hero@tigges-info.de

www.tigges-info.de

GASTBEITRAG

Vorvertragliche Aufklärung in Deutschland und Österreich beim Abschluss von Franchise-Verträgen

(von Prof. Dr. Flohr, Mag. Amelie Pohl)

Das Rechtsverhältnis zwischen einem Franchise-Geber und einem Franchise-Nehmer beginnt nicht nur beim Vertragsabschluss. Bereits ohne dass zuvor ein persönlicher Kontakt stattgefunden hat, etwa im Rahmen der Werbung für die Gewinnung von Franchise-Nehmern, gibt es gesetzliche Vorgaben, welche zu beachten sind. In diesem Vorfeld kommt gerade der

vorvertraglichen Aufklärung grundsätzliche Bedeutung zu.

In Deutschland und Österreich existiert zwar **keine gesonderte gesetzliche Grundlage** speziell für Franchise-Verträge im Bezug auf die vorvertragliche Aufklärung. Trotzdem besteht innerhalb des Umfangs, der Grenzen und der Konsequenzen einer unzureichenden oder unzutreffenden vorvertraglichen Aufklärung aufgrund der jeweiligen Rechtsprechung und Literatur weitgehend Rechtssicherheit. Es handelt sich dabei im Wesentlichen um den Grundsatz des „Verschuldens beim Vertragsabschluss“ oder auch „culpa in contrahendo“ genannt.

Telos der vorvertraglichen Aufklärung ist primär, zu verhindern, dass die Vertragsparteien aufgrund von unrichtigen oder nicht vollständigen Angaben einen Vertrag abschließen, den diese bei Kenntnis der tatsächlichen Sachlage nicht unterzeichnet hätten. Somit trifft die vorvertragliche Aufklärung keinesfalls nur den Franchise-Geber, sondern auch der Franchise-Nehmer hat sich an die gesetzliche Aufklärungspflicht zu halten.

Deutschland

Die vorvertragliche Aufklärung ist in Deutschland in den §§ 280 I, 311 II und III i.V.m. § 242 BGB geregelt. Für Franchise-Verträge sind dabei die Entscheidungen des OLG München vom 16. September 1993 (NJW 1994, 667), vom 24. April 2001 (BB 2001, 1759 – Aufina) und vom 01. August 2002 (BB 2003, 343 – personal total) maßgeblich.

Der Grundsatz zur vorvertraglichen Aufklärung des Franchise-Gebers ist jener, dass dieser den Franchise-Nehmer „richtig und vollständig über die Rentabilität des Systems“ unterrichten, d.h. aufklären muss. Der Franchise-Geber darf beispielsweise sein Franchise-System im Rahmen der Werbung nicht erfolgreicher darstellen, als es tatsächlich ist. Dies müssen nicht immer Aussagen sein, auch Bilder, die den Eindruck vermitteln, dass man als Franchise-Partner sehr erfolgreich sein wird, können im Falle übertriebener oder nicht fundierter Aussagen den Tatbestand der unrichtigen vorvertraglichen Aufklärung erfüllen.

Darüber hinaus, kann der Franchise-Geber, der im Falle einer vorvertraglichen Aufklärungspflichtverletzung schadenersatzpflichtig ist, dem Franchise-Nehmer nicht entgegenhalten, dass dieser dem Franchise-Geber leichtfertig vertraut hat.

Der **Umfang** der Aufklärungspflicht erstreckt sich auf alle Punkte, von denen der Franchise-Geber – auch ungefragt – annehmen muss, dass diese für die Entscheidungsfindung des Franchise-Nehmers von Bedeutung sind. Dabei kann die Aufklärung je nach Geschäftserfahrung des Interessenten unterschiedlich ausfallen. Ist etwa ein zukünftiger Franchise-Nehmer im Zeitpunkt der Vertragsanbahnung bereits selbstständig tätig oder hat dieser anderweitig über das jeweilige Franchise-System Erfahrungen gesammelt, wird die vorvertragliche Aufklärung nicht so umfassend ausfallen müssen, als dies ein vollkommener „Neuling“ auf dem Gebiet zu erwarten hat.

Die Grenze der Aufklärung liegt jedenfalls darin, dass der Franchise-Geber durch die vorvertragliche Aufklärung **keine Rentabilitätsgarantie** für das Franchise-Outlet des Franchise-Nehmers übernimmt.

Schließlich ist auch darauf zu achten, dass die jeweils andere Vertragspartei ausreichend vor Vertragsabschluss über die relevanten Informationen informiert wird, wobei man im Franchising auf spätestens **10 Tage vor Vertragsabschluss** abstellen kann.

Für den Fall der Geltendmachung einer mangelhaften vorvertraglichen Aufklärung, kann der Franchise-Geber schadenersatzpflichtig werden, wobei der Franchise-Nehmer gem. § 249 BGB so gestellt werden müsste, wie er ohne das schädigende Verhalten des Franchise-Gebers gestanden hätte. Dies beinhaltet auch einen Freistellungsanspruch für ein etwaiges vom Franchise-Nehmer aufgenommenes Darlehen, z.B. zur Finanzierung der Einrichtung des Ladenlokals oder der Warenerstattung.

Gegebenenfalls eröffnet sich für einen Franchise-Nehmer bei unzutreffender vorvertraglicher Aufklärung auch die Möglichkeit einer Anfechtung wegen arglistigen Täuschung gemäß § 123 BGB.

Österreich

In Österreich bestehen analog § 874 und 878 ABGB ebenso vorvertragliche Pflichten, als sogenannte Aufklärungs-, Schutz- und Sorgfaltspflichten. Ein potentieller Vertragspartner muss grundsätzlich den anderen vor Abschluss des Geschäftes über die Beschaffenheit des in Aussicht genommenen Leistungsgegenstandes oder über eine Gefährdung der Erfüllung aufklären und ihm rechtliche Hindernisse mitteilen, die einem Vertragsabschluss entgegenstehen.

Es gibt jedoch nicht die Pflicht, den Partner über sämtliche Umstände aufzuklären, die auf seinen Entschluss Einfluss haben können.

Der Oberste Gerichtshof hat in Bezug auf die vorvertragliche Aufklärung bei Franchise-Verträgen mit Urteil vom 19. Januar 1989 (WBI 1989, 131) eine vorvertragliche Aufklärungspflicht bejaht, die sich aus dem vorvertraglichen Schuldverhältnis ergibt. Solange Umsatzprognosen als unverbindlich angegeben werden kommt jedoch eine Schadenersatzpflicht nicht in Betracht. Der Franchisegeber haftet darüber hinaus für eine ausdrücklich als unübersehbare Umsatzprognose, die sich später als falsch erweist, nur bei krassgrober Fahrlässigkeit. Eine vorvertragliche Pflicht des Franchise-Gebers zu "entsprechenden Marktstudien" vor der Nennung von Umsatzziffern, kann nach Ansicht des OGH ebenso nicht abgeleitet werden.

Auch in Österreich ist der verursachte Schaden oder der Vertrauensschaden zu ersetzen. Der Franchise-Vertrag kann auch wegen Irrtums gemäß § 871 ABGB nach Vertragsabschluss angefochten werden, wenn der Franchise-Nehmer aufgrund der Verletzung von Aufklärungspflichten beim Vertragsabschluss von falschen Vorstellungen ausgegangen ist. Daneben besteht auch der Tatbestand der Täuschung (§ 870 ABGB), wenn etwa der Franchise-Geber bewusst schweigt, obwohl der Franchise-Nehmer sich in einem Irrtum über Tatsachen befindet und der Franchise-Geber zur Aufklärung verpflichtet wäre, der Franchise-Geber aber stattdessen den Irrtum bewusst ausnutzt.

Beim Irrtum etwa ist dies in Österreich anders geregelt, als in Deutschland. In Deutschland wird die eigene Erklärung wegen Irrtums

angefochten, in Österreich hingegen die Gültigkeit des Vertrages. Darüber hinaus setzt die Irrtumsanfechtung nach dem ABGB kein Verschulden voraus. Auch bei den Folgen der Schadenersatzregelungen sind Unterschiede zu erkennen, wobei insgesamt festgestellt werden kann, dass das österreichische Recht – basierend auf dem Naturrecht – klarer orientiert und im Vergleich praktikabler ist.

Checklist

Hinsichtlich der Mindestangaben bei der vorvertraglichen Aufklärung gibt es in Deutschland und in Österreich keine einheitlichen Ansichten, wobei Deutschland strengere Vorgaben aufgrund der Franchise-Rechtsprechung vorweist. Es können trotzdem folgende Informationen in beiden Ländern als Mindestinformationen angegeben werden:

Darstellung des Franchisekonzepts einschließlich Pilotbetrieb/Anzahl Franchise-Nehmer

Bekanntgabe der Entscheidungsträger und Leistungen der Systemzentrale

Bestehende Franchise-Gremien (ERFA-Tagung, Beiräte)

Investitionen des Franchise-Nehmers einschließlich Rentabilitäts/Musterrechnungen

Franchise-Vertrag

Franchise-Handbuch

Der Franchise-Nehmer muss also durch die vorvertragliche Aufklärung in die Lage versetzt werden, sich über das Franchise-System einen umfassenden Eindruck verschaffen zu können, um den Abschluss des Franchise-Vertrages und die damit zusammenhängenden Investitionen und das mit dem Abschluss des Franchise-Vertrages notwendigerweise verbundene unternehmerische Risiko abschließend beurteilen zu können.

Da der Franchise-Geber für die vorvertragliche Aufklärung im Streitfall darlegungs- und beweispflichtig ist, empfiehlt sich, eine spezielle, für das jeweilige Franchise-System entwickelte Checklist zu

erstellen, welche die einzelnen Punkte, die im Rahmen der vorvertraglichen Aufklärung zu erörtern sind, auflistet. Dabei muss darauf geachtet werden dass diese vom Franchise-Nehmer nach erfolgter vorvertraglicher Aufklärung, aber vor Abschluss des Franchise-Vertrages, unterzeichnet werden.

Franchise-Nehmer

Wie bereits dargestellt, treffen die oben dargestellten Grundsätze auch den Franchise-Nehmer. Dieser muss den Franchise-Geber über seine finanzielle als auch persönliche Situation und seine Befähigungen vollständig und wahrheitsgemäß aufklären; insbesondere zutreffend sein Eigenkapital und sonstige Sicherheiten für Fremdfinanzierungen angeben.

Fazit

Die vorvertragliche Aufklärung ist somit für beide Seiten wichtig. Schließlich hat dies Auswirkungen auch lange nach Vertragsabschluss. Eine ungenügende vorvertragliche Aufklärung führt dazu, dass der Verletzer erheblichen Schadenersatzansprüchen gegenübersteht, welche dem anderen Vertragsteil dadurch entstanden sind. Durch eine entsprechende vollständige Aufklärung und deren Dokumentation kann hier beiden Seiten die notwendige Gewissheit verschafft werden, die Aufklärung umfassend erfüllt zu haben. Darüber hinaus schafft dies Vertrauen für die weitere Zusammenarbeit und beseitigt die immer wieder in gerichtlichen Verfahren aufgeworfene Aufklärungsverletzung vor Vertragsabschluss.

Gastbeitrag

Franchise Goes Brazil

(von Klaus Merkel, Steuerberater bei RCS Auditores e Consultores in Sao Paulo)

Der folgende Artikel schließt sich an den in der „Aktuell“ des 1. Quartals 2007 von Herrn Rechtsanwalt Christian Moritz (Felsberg e Associados in São Paulo) publizierten Gastbeitrag „Franchise Goes Brazil“ an und soll einen Überblick über die brasilianische Besteuerung ausländischer Franchise-Systeme geben.

Da es sich beim Franchise um komplexe Pakete handelt, die aus Nutzungslizenzen für Patente, Geschmacksmuster oder Marken, aus Marketingleistungen, Schulungsleistungen, gegebenenfalls auch aus Lieferungen von Einrichtungen, Materialien oder Software zusammengesetzt sein können, existiert keine einheitliche Besteuerung, die auf alle Franchise-Systeme anwendbar wäre. Daneben ist zu berücksichtigen, dass in Brasilien noch immer in begrenztem Maß eine Devisenbewirtschaftung besteht und somit auch zentralbankrechtliche Vorschriften in der Planung eines Investors berücksichtigt werden sollten, um unliebsame Überraschungen anlässlich der Überweisung von Franchise-Gebühren zu vermeiden.

Im Folgenden wird zunächst auf den Fall eingegangen, dass ein außerhalb Brasiliens ansässiger Franchise-Geber sein System an einen in Brasilien ansässigen Franchise-Nehmer lizenziert. Anschließend wird kurz die Zwischenschaltung einer brasilianischen Tochtergesellschaft thematisiert.

Direktvergabe von Franchise-Lizenz an unabhängigen brasilianischen Franchise-Nehmer

Soweit im Rahmen dieses Vertrags Lieferungen von Sachen erfolgen, die nicht lediglich Informationsträger darstellen, also beispielsweise zum Verkauf bestimmte standardisierte Ware oder Einrichtungsgegenstände, erfolgt insoweit die Besteuerung wie bei jedem anderen sächlichen Import: Der Franchise-Nehmer hat den Import bei der Außenhandelsbehörde zu registrieren und Zoll sowie verschiedene Einfuhrumsatzsteuern und andere Einfuhrabgaben abzuführen, deren Gesamthöhe sich nach der Art der importierten Gegenstände richtet. Steuerschuldner ist der Franchise-Nehmer, eine Anrechnung brasilianischer Steuern beim Franchise-Geber scheidet aus. Beim Franchise-Nehmer können die Einfuhrumsatzsteuern analog zu einem inländischen Kauf als Vorsteuer unbeschränkt oder beschränkt geltend gemacht werden. Hierunter fallen auch Lieferungen sächlicher Werbeartikel.

Bei Softwarelieferungen sind zwei Fälle zu unterscheiden: Software, die Verkaufsartikel darstellt und nicht lediglich dem Betriebsablauf des Franchise-Systems dient,

ist nach den Bestimmungen über Entgelte für Urheberrechte zu versteuern. Beim Franchise-Nehmer existieren keine besonderen Begrenzungen für den Abzug als Betriebsausgabe. Es fallen kumulativ folgende Steuern an: Insgesamt etwa 9% für zwei umsatzsteuerähnliche Sozialabgaben (PIS, COFINS) und 2% bis 5% Dienstleistungssteuer, wobei sich diese Steuern in die eigene Bemessungsgrundlage einschließen. Daneben 10% Sondersteuer „Cide“ sowie 15% Quellen-Einkommensteuer auf den Betrag nach den o.g. Umsatzsteuern. Nur die 15% Quellen-Einkommensteuer wird im Namen des ausländischen Franchise-Gebers abgeführt und kann bei diesem im Rahmen der Vorschriften seines Landes angerechnet werden. Insgesamt ergibt sich also eine Steuerbelastung von etwa 50% auf den Betrag, der beim Franchise-Geber netto ankommt.

Es existieren keine besonderen Regeln für die steuerliche Abzugsfähigkeit beim Franchise-Nehmer.

Software, die dem Betriebsablauf des Franchise-Nehmers dient, wird nicht gesondert versteuert, sondern stellt einen Bestandteil der mit Royalties abzugelenden Leistungen dar, deren Besteuerung nachfolgend erläutert wird.

Soweit es sich um Franchise-Gebühren handelt, die nach den Regeln über Royalties für Know-How-Transfer bzw. Technologietransfer oder Nutzung von Markenrechten zu versteuern sind, ist die Besteuerung zu zahlender Gebühren derjenigen für Software ähnlich. Ein erheblicher Unterschied ergibt sich jedoch für die Abzugsfähigkeit beim Franchise-Nehmer: Die Abzugsfähigkeit als Betriebsausgabe ist auf zwischen 1% und 5% seiner Umsatzerlöse sowie auf eine zeitliche Dauer von fünf Jahren beschränkt, die in Ausnahmefällen verlängert werden kann.

In allen Fällen sollte man für steuerliche Zwecke sowie für zentralbankrechtliche Zwecke in den Verträgen und in den Handelsrechnungen des Franchise-Gebers den Gegenstand der Franchise-Gebühren klar darstellen. Abgesehen von eventuellen zivilrechtlichen Folgen können Unklarheiten insbesondere auch zu erheblichen Problemen

bei der Überweisung ins Ausland führen, da die beauftragten brasilianischen Banken zu einer – wenn auch begrenzten – Dokumentenprüfung verpflichtet sind. Des Weiteren sollten Zahlungen für den Franchise-Nehmer im Voraus planbar sein, da z. B. die beiden o.g. umsatzsteuerlichen Sozialabgaben bei Gebühren für Franchise-Leistungen (soweit kein Warenimport) am Datum der Handelsrechnungen fällig sind und die Dienstleistungssteuer ISS zu Beginn des Folgemonats.

In Brasilien erlaubt die Steuergesetzgebung in einem großen Teil der Wirtschaftsbereiche, dass Unternehmen mit jährlichen Bruttoumsätzen von bis zu etwa Euro 18 Millionen eine kleine Buchhaltung unterhalten und ihre Körperschaftsteuer auf Basis eines Prozentsatzes der Bruttoumsätze abführen. Die Frage der Abzugsfähigkeit von Betriebsausgaben ist für jene Unternehmen somit bedeutungslos. In diesen Fällen werden die o.g. umsatzsteuerähnlichen Sozialabgaben PIS und COFINS in Höhe von knapp 4% fällig, jedoch ohne Vorsteuerabzug, so dass die entsprechenden Steuern auf Franchise-Gebühren an den ausländischen Franchise-Geber (unverändert etwa 9%) keine durchlaufenden Posten darstellen. Wegen vielfältiger – i.d.R. einschränkender – Sonderregelungen für diese beiden umsatzsteuerlichen Sozialabgaben sollte jedoch der Gegenstand der Franchise-Gebühren insoweit gesondert geprüft werden.

Zwischenschaltung einer brasilianischen Tochtergesellschaft

Insgesamt existiert also in Brasilien eine erhebliche lokale Steuerbelastung auf Gebühren, die ein lokaler Franchise-Nehmer an einen ausländischen Franchise-Geber zahlt. Im Gegensatz zu einem in Brasilien ansässigen Franchise-Geber fällt nicht nur die Sondersteuer „Cide“ zusätzlich an, sondern es ist auch zu berücksichtigen, dass z.B. Kontrollkosten des im Ausland ansässigen Franchise-Gebers in Brasilien in keiner Weise die steuerlichen Bemessungsgrundlagen reduzieren. Aus diesen Gründen sollte jeweils im Einzelfall geprüft werden, ob bzw. ab wann es sich lohnt, eine brasilianische Tochtergesellschaft zu gründen und die Vergaberechte für Franchise-Verträge

auf diese zu übertragen. In diesem Falle würde die brasilianische Tochter die Franchise-Gebühren in eigenem Namen einziehen und lokal ihre Umsätze sowie ihren Gewinn versteuern. Da in Brasilien die Unternehmensgewinne unabhängig von der Gewinnverwendung nur auf Ebene des sie erwirtschaftenden Unternehmens versteuert werden, könnten die Gewinne der brasilianischen Tochtergesellschaft ohne eine weitere brasilianische Steuerbelastung an den ausländischen Franchise-Geber - dann steuerlich als Dividende empfangender Gesellschafter behandelt - überwiesen werden. Hierbei wäre jedoch die steuerliche Gesetzgebung über Transferpreise im Land des Franchise-Gebers zu berücksichtigen. So wird es z. B. einem deutschen Franchise-Geber kaum möglich sein, seiner brasilianischen Tochtergesellschaft kostenlos die Rechte zur Lizenzvergabe einzuräumen. Dennoch dürfte es in aller Regel möglich sein, für deutsche Zwecke einen steuerlich tragfähigen Kompromiss über die Höhe der formell als solche an die brasilianische Tochtergesellschaft berechneten Franchise-Gebühren zu finden.

Steuerplanung im Vorfeld

Die brasilianische Bundesfinanzbehörde verfügt über Möglichkeiten der EDV-technischen Kontrolle, die weit über das Maß hinausgehen, das z.B. ein Unternehmen in Deutschland gewohnt ist. In Verbindung mit hohen Strafsätzen für verspätete oder unvollständige Steuerzahlungen und hohen Bankzinsen für Überziehungskredite führt dies dazu, dass der kurzfristigen Finanzplanung einer brasilianischen Tochtergesellschaft besondere Bedeutung zukommt. Im Vorfeld eines jeden brasilianischen Projektes für Franchise-Systeme sollte jedoch eine Szenariorechnung stehen, in der die Steuerbelastung vom deutschen Franchise-Geber bis zum unabhängigen brasilianischen Franchise-Nehmer in den Alternativen mit/ohne brasilianische Tochtergesellschaft durchgerechnet wird. Determinanten dieser Planung wären u.a.:

Steuerliche Beurteilung des Gegenstands des Franchise-Vertrags
Höhe und Struktur der variablen Kosten beim deutschen Franchise-

Geber sowie eine Beurteilung, ob und mit welchen Effekten derartige Kosten auf eine brasilianische Tochtergesellschaft übertragen werden könnten.

Höhe und Struktur der fixen Kosten beim deutschen Franchise-Geber für einen Gang nach Brasilien.

Größe und Kostenstruktur des gewünschten, typischen brasilianischen Franchise-Nehmers

Falls es sich bei den Kunden des brasilianischen Franchise-Nehmers nicht um Endverbraucher handelt, sondern um Unternehmen: Größe und steuerliche Gegebenheiten seiner voraussichtlichen typischen Unternehmenskunden.

Im Falle einer Franchise-Vergabe mittels Zwischenschaltung einer brasilianischen Tochtergesellschaft sollte in Deutschland die Frage des Verhältnisses zwischen Franchise-Gebühren und Dividenden darauf geprüft werden, inwieweit der deutsche Fiskus Dividenden als verdeckte Gebührenzahlungen einstufen könnte. Für Zwecke der brasilianischen Tochtergesellschaft wird ein Schwerpunkt mit Sicherheit im Vorsteuerabzug bei indirekten Steuern liegen, da hier zahlreiche Einschränkungen bestehen.

Schlussbemerkung

Brasilien ist bekannt für häufige Änderungen in der steuerlichen Gesetzgebung. Diese Änderungen gehen zwar in ihrer Wirkung häufig weit über das in Deutschland gewohnte Maß steuerlicher Änderungen hinaus, sind jedoch in aller Regel nicht so gravierend, dass Planungen sinnlos wären. Gleiches gilt für steuerliche Grauzonen und verfassungsrechtlich fragwürdige Bestimmungen in der Gesetzgebung, die zwar bestehen, jedoch nicht in dem Umfang, wie er manchmal gerne dargestellt wird. Alles in allem ist Brasilien ein Land, in dem heutzutage Unternehmensplanung Sinn macht. Der vorliegende Artikel soll einen ersten Überblick über die brasilianische Besteuerung geben, kann jedoch eine individuelle Beratung nicht ersetzen.

Vor dem Hintergrund, dass anfängliche Entscheidungen über die Vertragsgestaltung gegebenenfalls eine langjährige Bindungswirkung im größten süd-amerikanischen Land verursachen, sollte daher eine gründliche steuerliche Planung und sachkundige Beratung im Vorfeld stattfinden.

Dipl.-Kfm. Klaus Merkel

Steuerberater brasilianischen Rechts
RCS Auditores e Consultores
04537-080 São Paulo – S.P./ Brasilien
klaus@rcsauditores.com.br
www.rcsauditores.com.br

GASTBEITRAG

New U.S. Federal Franchise Rule-- (David E. Holmes, Holmes & Lofstrom, LLP)

The most important development in franchising in the United States this year has been the announcement by the Federal Trade Commission of a substantially revised Federal regulation with respect to franchise disclosures. The new rule applies to both domestic franchise systems and those foreign-based franchise systems which plan to offer and award franchises for units to be located in the United States.

It is interesting to note that the new rule does not limit its application to sales of franchises to U.S. citizens or residents; by its terms it could apply to awards by a German company to a German citizen of rights to operate a franchise in the United States.

Currently, the new rule, and its associated Franchise Disclosure Document or "FDD," apply nationwide, but on an optional basis and Franchisors may continue to comply with prior law and use the related Uniform Franchise Offering Circular (often referred to as the "UFOC") through June 30, 2008. However, after June 30, 2008, only the new Rule and the FDD may be utilized in the U.S..

This long-anticipated and important development involves revisions to nearly every disclosure item and, we believe, brings franchise regulation forward into the 21st Century. Reactions by U.S. Franchisors to the

new Rule and the FDD have been generally positive. As an aside, the Federal Trade Commission's explanation and presentation of the new Rule (including its "Statement of Basis and Purpose") is over 390 pages long, with extensive footnotes! In general, suggestions from members of the professional franchising community, which were made during drafting of the new Rule, have been widely adopted.

Franchisors with a fiscal year ending 31 December 2007 will generally use the current UFOC for the remainder of 2007, and will begin to work toward converting to the new format in late 2007 to prepare for filings consistent with the New Rule in the Spring of 2008.

The states which regulate franchise offers and sales are making appropriate changes to accept the new FDD now, and we hope that greater disclosure document uniformity between the states will be the net result, although that hope has not always been fulfilled in the past.

The changes to the UFOC and related practices are many, but highlights include the following:

The first personal meeting requirement for providing a disclosure document will no longer be present in federal law (but may remain in effect under state regulations), allowing Franchisors to conduct face-to-face discussions with potential Franchisees without the need to deliver a disclosure document at that time.

The 10-business day pre-sale disclosure requirement (sometimes confusing for Franchisors to apply) has been converted to a 14 calendar day requirement, subject to a prospective Franchisee's request for earlier delivery. The completed franchise or other agreement must now be in the prospective Franchisee's hands for 7 calendar days before signing or paying funds.

All Franchisors will be allowed to use electronic means for delivery of the disclosure document, a welcome change for many franchise systems and one which should reduce certain expenses.

As a new requirement, litigation

disclosures will include litigation filed by a Franchisor against its Franchisees, in addition to Franchisee-initiated litigation.

Disclosure of operating results of franchised or company-owned units (now called Financial Performance Representations) will remain optional.

Exemptions from the Federal pre-sale disclosure obligations (but not from all states) have been expanded, including:

The sale of franchises to be located outside the U.S.

Franchises involving investments of at least US\$1,000,000 (excluding unimproved land and amounts financed by the Franchisor.)

Investments by sophisticated individuals; i. e. those with a net worth over US\$5,000,000 and with over 5 years experience.

Sales to selected directors, officers, etc. of the Franchisor.

Note that many of these exemptions are similar to ones adopted by California in the last few years, California generally having led the nation in modernizing franchise laws.

Information must be supplied regarding "trademark-specific" independent Franchisee associations, even if not associated with the Franchisor in any way.

Of course, these highlights, and the other information presented here, reflect only part of a 398 page document, and Franchisors should not take any steps with respect to their disclosure obligations without consulting experienced franchise counsel.

There will be significant implications for U.S Franchisors (and German Franchisors operating in the United States) in transitioning to the new format, but ultimately aspects of the new FTC Franchise Rule will be beneficial to both Franchisors and franchise investors.

Franchisors should note that, in general, the new Federal rules do not supersede state

rules, and that in many cases those state-level rules may impose significantly greater obligations on Franchisors, and perhaps provide greater protections to Franchisees, than are specified in the new federal rules.

David E. Holmes, at D.Holmes@HolmesLofstrom.com, who worked along with many colleagues

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:

- Systematische Betreuung von Franchise-Nehmern
- Steuerliche Aspekte für internationale Franchisesysteme in Deutschland
- Impressumspflicht für Franchise-Geber
- Vorvertragliche Aufklärung bei Abschluss von Franchiseverträgen in Deutschland und Österreich
- Franchise Goes Brazil
- New U.S. Federal Rule – Informationen zum amerikanischen Franchise-Recht

Firma:

Straße:

PLZ, Ort:

Tel.:

Fax:

Ansprechpartner:

Funktion: