

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



Aktuell – Fachinformationen für Franchise-Unternehmen

4. Quartal 2011 / Ausgabe 4 / 19.Jahrgang

Guten Tag!

Die Franchise-Nehmer-Suche...der ewige Dauerbrenner für jeden Franchise-Geber bleibt auch im kommenden Jahr aktuell. Das spannende an diesem Thema ist aber, dass die technische Entwicklung in einem rasanten Tempo voran schreitet und es dadurch laufend neue Möglichkeiten gibt, die Franchise-Nehmer-Suche zu optimieren. Als Franchise-Geber muss man ständig sein Handeln in diesem Bereich überdenken und auf Aktualität prüfen, denn wer will schon, dass der Zug ohne einen abfährt?

Die letzte Umfrage des Deutschen Franchise Verbandes (DFV) zeigt, dass es im Jahr 2011 weniger Gründungen von neuen Franchise-Partnern gegeben hat als erwartet und sich dieser Trend wohlmöglich in 2012 fortsetzt. Wenn sich Franchise-Systeme von diesem Negativ-Trend nicht mitreißen lassen wollen, sollten sie mit einem ausgefuchsten Konzept zur Franchise-Partner-Suche am Start sein!

Da wir von der Consultants House GmbH von mehreren Franchise-Systemen mit der Suche nach neuen, geeigneten Partnern beauftragt sind, beobachten wir die technischen Fortschritte in diesem Bereich natürlich sehr genau.

Bereits vor zwei Jahren sind wir dann in diesem Zusammenhang über die Vanato GmbH aus Stuttgart „gestolpert“ mit der wir seitdem eng und gerne zusammenarbeiten. Vanato hat u.a. für Franchise-Systeme eine Bewerberverwaltung entwickelt, die über das Backend der Homepage des Systems läuft, die die Administration der Bewerber/Interessenten extrem vereinfacht und dadurch beschleunigt und verbessert. Lesen Sie in dieser „Aktuell“-Ausgabe den Beitrag von Jandierk Kalfhues von der Vanato GmbH.

Wir möchten diese Stelle gerne nutzen, um Ihnen jetzt schon mal ein geruhsames Weihnachtsfest sowie Gesundheit und Erfolg für das kommende Jahr zu wünschen. Wir freuen uns auf ein weiteres spannendes Jahr im Franchising und danken Ihnen für das viele positive Feedback, welches wir von Ihnen zu unserer „Aktuell“ erhalten haben.

Sollten Sie Fragen zu einem unserer Artikel oder zur „Aktuell“ allgemein haben, stehen wir Ihnen immer gerne zur Verfügung.

Mit herzlichen Grüßen

Ihr Consultants House Franchiseteam

franchiseteam@consultants-house.de

Inhalt

Seite 2: Qualifiziertes und quantitatives Rekrutieren im WEB 2.0
(von Jandierk Kalfhues, Vanato GmbH)

Seite 3: Weiterbildung und Know-how-Vermittlung im Franchising
(von Torben Leif Brodersen, Deutscher Franchise Verband (DFV))

Seite 4: Förderung von neuen Franchise-Nehmern durch die Agentur für Arbeit
(von Jörg T. Eckhold, Eckhold Consultants GmbH)

Seite 6: Gericht gewährt Nachahmungsschutz für Werbe- und Gestaltungskonzept einer Systemgastronomie
(von Katharina Wurm, TIGGES Rechtsanwälte)

Seite 7: Personalisierte Werbemittel: Jetzt auch komplette Kataloge
(von Volker Neumann, Stünings Medien GmbH)



Qualifiziertes und quantitatives Rekrutieren im WEB 2.0 (von Jandierk Kalfhues, Vanato GmbH)

Schlüsselfaktor Franchisenehmer, hierin begründet sich häufig der Erfolg eines Franchisesystems. Ihr System ist erprobt, Pilotbetriebe sind erfolgreich und Ihre Franchisenehmer arbeiten wirtschaftlich – jetzt steht die Expansion im Vordergrund! Das letzte Glied in der Wertschöpfungskette für nachhaltige Investitionen und Weiterentwicklung Ihres Systems.

Die erfolgreiche und kostengünstige Rekrutierung von Franchisenehmern findet heute fast ausschließlich im WEB 2.0 statt. Interessenten haben die Möglichkeit über die Internetrecherche eine Vielzahl von Angeboten zu finden, zu vergleichen und zu bewerten. Im Vordergrund der Darstellung ist das System – welches Bewerberprofil aber suchen Sie? Ist die Suche der Interessenten auf das Produkt und auf die persönlichen Fähigkeiten ausgelegt?

Die Kombination aus beiden Faktoren ist sicher der Schlüssel zum erfolgreichen Franchisepartner.

Das WEB 2.0 und das mit ihm verbundene Online-Rekrutierung bietet unzählige Möglichkeiten Anzeigen zu schalten, diese gehen aber meist in der überfluteten Online-Welt unter. Aus diesem Grund erfolgt bei Vanato die Entwicklung geeigneter Lösungen für Programmierung und fachspezifischer Programmiersprachen, die individuell nach Bedarf und Bestrebung für jedes Franchise-System erstellt werden.

Zusammengefasst stellt Vanato über Jobbörsen-Schnittstellen ein definiertes Bewerberprofil in einer dezidierten Stellenanzeige online.

Die gezielte Publikation der Anzeige (in z. B. Suchmaschinen) unter Berücksichtigung logischer Suchkombinationen der Interessenten stellt sicher, dass Ihre Anzeige von der maximalen Bewerberanzahl (Reichweite) im Internet gefunden wird.

Gleichzeitig erfolgt die Implementierung des Bewerberprofils in das vanato.com Jobbörsen-Netzwerk (bundesweit) - damit wird Ihre Anzeige auch über Suchmaschinen (spezielle Jobsuchmaschinen) und andere große Meta-Jobbörsen angezeigt.

Kombiniert mit der für Suchmaschinen optimierten Landingpage (sowohl in der Programmierung, als auch manuelles Backlinkmanagement), erzielen wir eine deutliche Steigerung Ihrer aktuellen Bewerbungseingänge, eine PLZ-Einschränkung ist darüber hinaus möglich, so dass auch regionale Komponenten berücksichtigt werden können.

Diese Vorgehensweise ermöglicht eine deutliche Qualifizierung der Bewerberanfragen, bei einem maximalen Bewerberaufkommen.

Die Vanato GmbH bietet Ihnen zusätzlich Dienstleistungen für Personalmanagement und Online-Services (wie z. B. CMS-Systeme und Online-Shops) an.

Jandierk Kalfhues

Vanato GmbH

Tel.: 07 11 / 76 16 44 - 44

Fax: 07 11 / 76 16 44 -88

Mail: office@vanato.com



Weiterbildung und Know-how-Vermittlung im Franchising (von Torben Leif Brodersen, Deutscher Franchise Verband (DFV))

Professionell agierende Franchise-Systeme sind Lern- und Innovationsgemeinschaften, die sich kontinuierlich weiterentwickeln müssen und dabei auch von einem Know-how-Transfer und den Erfahrungen anderer Systeme profitieren können. Nur wer im neu-deutschen Verständnis „up to date“ bleibt, kann das Tagesgeschäft bewältigen und langfristig und erfolgreich am Markt bestehen.

Wie wichtig Know-how und die entsprechende Vermittlung hierfür sind, wissen der Deutsche Franchise Verband e. V. (DFV) und das Deutsche Franchise Institut (DFI) genau: Gemeinsam bieten die beiden wichtigsten Institutionen der Franchise-Wirtschaft qualitätsvolle (Weiter-)Bildungsangebote an, die sich konsequent an den Bedürfnissen der Franchise-Unternehmen orientieren.

Dabei unterscheiden die Verantwortlichen zwischen den Herausforderungen von jungen bzw. neuen Franchise-Unternehmen und den Erfordernissen von etablierten Systemen. „Eine gute Aus- und

Weiterbildung ist maßgeblich für den dauerhaften Geschäftserfolg. Es gibt allerdings immer noch deutliche Niveau-Unterschiede, was Know-how und Erfahrung der verschiedenen Franchise-Systeme angeht,“ betont Torben Leif Brodersen, Geschäftsführer des DFV. Aus diesem Grund setzt das DFI auf ein umfassendes Angebot: von ganzheitlichen Franchise-Veranstaltungen, wie der Schule des Franchising, über exklusive Franchise-Fachseminare, wie Systemmanagement oder Engpass-Analysen, bis hin zu Workshops mit franchise-relevantem Bezug zu den Themen Rechtsprechung, Finanzierung oder Controlling.

Darüber hinaus hat jedes Unternehmen die Möglichkeit, auf der Website des DFI (www.franchise-institut.de) eigene Weiterbildungsvorschläge zu äußern. Die dafür installierte so genannte Seminar-Bar unterstützt somit einen direkten Austausch. Mit der Know-how-Vermittlung von DFV und DFI wird Professionalisierung der Systeme nachhaltig unterstützt, was wiederum dem Image des Franchising zu Gute kommt. Denn Professionalität spricht für Qualität und Qualität sollte stets eine der wichtigsten Unternehmer-Maximen sein.

Torben Leif Brodersen

Deutscher Franchise Verband

Tel.:030 / 27 89 02 - 0

Fax:030 / 27 89 02 - 15

Mail: info@dfv-franchise.de



Förderung von neuen Franchise-Nehmern durch die Agentur für Arbeit (von Jörg T. Eckhold, Eckhold Consultants GmbH)

In der letzten Ausgabe der „Aktuell“ haben wir zum neuen Gesetzesentwurf des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales (BMAS) Stellung bezogen, der zum 1. November dieses Jahres in Kraft treten sollte. Vorher musste jedoch am 14. Oktober 2011 noch der Bundesrat zustimmen.

Führen wir uns noch einmal vor Augen, was sich ändern soll:

*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 ist auf der Ebene der Gesetzgebung bis heute passiert?

Der Bundesrat hat den Gesetzesentwurf an den Vermittlungsausschuss verwiesen, der am 22. November 2011 tagte. Der Vermittlungsausschuss ist aber dem ursprünglichen Wortlaut des Deutschen Bundestages gefolgt. Insofern ist nun anzunehmen, dass der Gesetzesentwurf zum 01.01.2012 oder spätestens zum 01.04.2012 in Kraft tritt.

Was ist zwischenzeitlich in der Praxis passiert?

Bei Gründungen, die wir begleiten durften, haben die Arbeitsagenturen bereits in zwei Fällen Gründungen kritisch hinterfragt. Auch wir mussten in einem Fall abweisende Rückäußerungen seitens der Arbeitsagentur betriebswirtschaftlich unterlegen. Wir konnten hier keine Methodik oder Logik erkennen. Die Argumente waren mehr subjektiv aufgebaut.

Nach heutigem Kenntnisstand soll durch das Gesetz bis zu 80 % der vergangenen Förderungen entfallen. Das bedeutet, dass weniger als jede zweite Gründungszuschuss-Beantragung auf Zustimmung stößt.

Umso mehr können wir nur auf unsere Ausführungen in der vorangegangenen Ausgabe verweisen - nachzulesen auf der Consultants House GmbH Homepage unter www.consultants-house.de (dann auf ‚Franchise‘ klicken und schließlich auf ‚Franchise-Newsletter „Aktuell“‘)

Erst durch eine perfekte Businessplanung, die den Grundsätzen der ordnungsgemäßen Planung entspricht, kann man der möglichen Ablehnung durch die Agenturen für Arbeit Paroli bieten.

Umso mehr Sie die Ermessensfreiräume der Mitarbeiter der Agenturen einschränken, umso größer werden die Chancen auf Erfolg.

In diesem Zusammenhang dürfen wir uns bei Ihnen für das Vertrauen und die Freundlichkeit bedanken, die Sie unserem Team entgegengebracht haben, und wünschen Ihnen ein erfolgreiches Jahr 2012!

Ihr Eckhold-Consultants-Team

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

.....



Gericht gewährt Nachahmungsschutz für Werbe- und Gestaltungskonzept einer Systemgastronomie – Die Übernahme von prägenden Elementen eines Restaurantbetriebes ist unzulässig
(von Katharina Wurm, TIGGES Rechtsanwältin)

Das Landgericht Münster gab mit Urteil vom 21.04.2010, Az.: 21 O 36/10, dem einstweiligen Begehren der Verfügungsklägerin auf Unterlassung der Nutzung bestimmter Gestaltungselemente im Rahmen eines Restaurantbetriebs statt.

Bei der Verfügungsklägerin handelte es sich um die Inhaberin der Systemgastronomie „Vapiano“. Die einzelnen Restaurants sind insbesondere dadurch gekennzeichnet, dass sie im Wesentlichen gleich eingerichtet und ausgestattet sind mit einem zum Großteil exklusiv für „Vapiano“ gefertigtem Mobiliar sowie besonderen Einrichtungs- und Dekogegenständen. Charakteristisches Designmerkmal ist die Farbe rot, die sich sowohl in dem Logo als auch in der Einrichtung des Restaurants als Erkennungsmerkmal wiederfindet.

Die Verfügungsbeklagte betrieb unweit zu einem Vapiano-Restaurant ein chinesisches Schnellrestaurant. Bei der Inneneinrichtung hatte die Verfügungsbeklagte sich offensichtlich von den charakteristischen Gestaltungsmerkmalen der Vapiano-Restaurants „inspirieren“ lassen. So hatte sie in nahezu identischer Form sowohl die charakteristische Einrichtung, als auch die Farbe rot bei der Gestaltung ihres Mobiliars und der Speisekarte übernommen.

Nachdem die Verfügungsklägerin mehrfach von Kunden auf die Ähnlichkeit der Restaurants aufmerksam gemacht wurde, beantragte sie den Erlass einer einstweiligen Verfügung vor dem Landgericht Münster.

Das Gericht gewährte der Verfügungsklägerin den geltend gemachten Unterlassungsanspruch. Es stütze seine Entscheidung auf die Verletzung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb und sah in der Verwendung der typischen Werbe- und Gestaltungsmerkmale der Verfügungsklägerin durch die Verfügungsbeklagte sowohl eine vermeidbare Täuschung über die betriebliche Herkunft als auch wegen Rufausnutzung (gem. §§ 3, 4, Nr. 9 a) und b), 8 UWG).

Das Gericht begründete seine Entscheidung damit, dass der in § 4 Nr. 9 UWG geregelte lauterkeitsrechtliche Nachahmungsschutz Leistungs- und Arbeitsergebnisse aller Art erfasse, so auch das Werbe- und Gestaltungskonzept der Verfügungsklägerin, sofern ein solches – wie hier Eigenart aufweise und selbständige Gedanken enthalte. Dass sich kleinere Abweichungen im Detail finden würden, sei unerheblich, ebenso wie die Art der angebotenen Waren selbst. Insbesondere nutze die Verfügungsbeklagte durch die Übernahme des Werbe- und Gestaltungskonzepts der Verfügungsklägerin deren Wertschätzung und Bekanntheit unangemessen aus.

Das vorgenannte Urteil ist insofern von Interesse für die Franchisewelt, als dass es Auswirkungen auf die Durchsetzbarkeit einer speziellen, zumeist standardmäßig in Franchiseverträge aufgenommenen Klausel haben kann. Denn in den „Folgen der Vertragsbeendigung“ findet sich in der Regel die Verpflichtung des Franchisenehmers, das Innere und Äußere seines Ladenlokals nach Beendigung des Franchisevertrages so abzuändern, dass eine Verwechslung mit dem Franchisesystem ausgeschlossen werden kann.

Katharina Wurm

TIGGES Rechtsanwälte, München

Tel.: +49 (0) 89 / 4 11 89 73 - 30

Fax: +49 (0) 89 / 4 11 89 73 - 33

Mail: wurm@tigges-info.de

.....



**Personalisierte Werbemittel: Jetzt auch komplette Kataloge
(von Volker Neumann, Stünings Medien GmbH)**

Die Prozessoptimierung im Bereich personalisierter Marketing- und Werbeaktivitäten wird für Franchise-Unternehmen und Filialisten immer wichtiger. Vor allem die Minimierung der Faktoren Zeit, Kosten und Verwaltung steht dabei für einen gelungenen Geschäftserfolg stets im Vordergrund.

Mit ihrer Dienstleistung „Webshop/Web to Print“ stellt die Stünings Medien GmbH, Krefeld, bereits seit über drei Jahren Marketingkonzepte erfolgreich auf einer Plattform zentral bereit. Franchise-Unternehmen können über dieses internetbasierte Bestell-, Produktions- und Versandsystem mit nur wenigen Klicks personalisierte Werbematerialien online ordern und gezielt für ihre Marketingaktivitäten einsetzen.

Jetzt ist Stünings Medien noch einen Schritt weiter gegangen, um das Handling von Werbemitteln für Franchise-Unternehmen zu optimieren. Im Herbst wurde in Kooperation mit Ricoh und Heidelberg die weltweit erste Digitaldruckmaschine für die Erstellung personalisierter Kataloge im Krefelder Medienhaus in Betrieb genommen.

„Mit Web to Print und der neuen Ricoh Pro C901 decken wir im Bereich Drucksachen den Personalisierungsbedarf von Franchise-Unternehmen ab sofort komplett ab – und das vor allem auch in kleineren Auflagen. So können wir auch den Regionalmarkt und dessen Bedürfnisse optimal und kosteneffizient bedienen“, erklärt Volker Neumann, Geschäftsführer von Stünings Medien. „Neben personalisierten Flyern, Broschüren oder Visitenkarten können wir ab sofort auch personalisierte Kataloge für den gezielten Werbe- und Verkaufserfolg erstellen – und das auf einer der modernsten Digitaldruckmaschinen in höchster Qualität. Ganz gleich, welches Druckmittel das jeweilige Franchise-Unternehmen für eine persönliche Zielgruppenansprache braucht – bei uns erhält der Kunde alles aus einer Hand“, so Volker Neumann weiter. Von der Druckvorstufe über das Endprodukt bis zum

Versand: Die gelungene Kombination von Logistik, Druckerei und IT-Abteilung unter einem Dach sowie der Mix aus Offset- und Digitaldruck mache es leicht, die Unternehmen bei der Prozessoptimierung und Kosteneinsparung zu unterstützen.

Mit der Ricoh Pro C901 können bis zu 400 Seiten starke Kataloge oder auch Bücher im DIN-A4-Format gedruckt und in einem Arbeitsgang verarbeitet werden. Die Druckauflösung beträgt maximal 1.200 x 1.200 dpi. Formate bis SRA3 (320 mm x 450 mm) können verarbeitet werden, auf Papierstärken von 60 bis 300 g/qm. Die Buchbindeeinheit erledigt alle Arbeitsgänge von Zusammentragen, Falzen und Heften über Broschüren-Klammerheftung und Klebebindung bis zum dreiseitigen Beschnitt.

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

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: franchisteam@consultants-house.de