



### EDITORIAL

Liebe Leserinnen  
und Leser,

herzlich willkommen zum Online-Newsletter „DFI- Franchiseblick“.

Auch heute möchten wir Sie wieder über aktuelle und praxisbezogene Themen der Branche informieren. Seien Sie mit uns jeder Zeit auf dem neuesten Stand.

Die internationale Expansion eines Franchise-Systems bietet viele Vorteile. Neben beispielsweise soziokulturellen und marketingtechnischen Herausforderungen, sind die **rechtlichen** nicht zu unterschätzen. Mehr zu diesem Thema erfahren Sie von unserem Rechtsexperten Marco Hero.

Täglich können Konflikte am Arbeitsplatz auftreten. Dass solche auch in Franchise-Systemen vorhanden sind, ist daher nicht verwunderlich. Lesen Sie mehr über konkrete Maßnahmen zur Konfliktvermeidung und -bewältigung von den RA Dr. Rosemarie Aigner und Mag. Amelie Pohl.

Auf Seite 4 finden Sie weitere aktuelle Informationen, Tipps und Veranstaltungen rund um das Thema Franchising.

Wir freuen uns, Sie auch weiterhin über interessante Neuigkeiten und Veranstaltungen rund um das Thema Franchising informieren zu können.

Ich wünsche Ihnen nutzbringende Lektüre!

Ihre Anett Schmidt

### INHALTSVERZEICHNIS

<b>Rechtliche Fragen bei der Internationalisierung</b> RA Marco Hero, TIGGES Rechtsanwälte, Düsseldorf	1
<b>Konfliktbewältigung in Franchise-Systemen</b> RA Dr. Rosemarie Aigner & RA Mag. Amelie Pohl, TIGGES Rechtsanwälte Kitzbühel	2
Unser aktueller Tipp Jubiläum "30 Jahre DFV"	4 4
Veranstaltungsüberblick 2008	4
Impressum	4

### Rechtliche Fragen bei der Internationalisierung



➔ RA Marco Hero,  
TIGGES Rechtsanwälte

Es liegt in der Natur des Franchising ein erfolgreich erprobtes Geschäftskonzept marktausschöpfend zu multiplizieren.

Grundsätzlich besteht kein Hindernis, die Multiplikation über die nationalen Grenzen hinaus in anderen Ländern fortzusetzen. Im Gegenteil, die internationale Expansion eines Franchise-Systems kann mannigfaltige Vorteile bieten. So kann erhebliches Wachstum generiert und Märkte erschlossen werden, die aufgrund günstiger Wettbewerbssituationen sogar eine größere Rendite versprechen als der ausgeschöpfte Heimatmarkt.

Allerdings ist das internationale Wachstum eines Franchise-Systems mit vielen neuen und teilweise unbekannteren Herausforderungen verbunden im Vergleich zur Heimatexpansion. Zunächst muss ein geeigneter ausländischer Zielmarkt bestimmt werden.

Sämtliche betriebswirtschaftlichen und soziokulturellen Voraussetzungen, die zum erfolgreichen Ausbau eines Franchise-Konzepts im Zielland bestimmend sind, müssen herausgearbeitet werden. Parallel muss das heimatische Franchise-System überprüft und ggf. angepasst werden im Hinblick auf die Herausforderungen, die die

Kommunikation und Steuerung ausländischer Franchise-Partner an die Systemzentrale stellen.

Neben den vorgenannten soziokulturellen, betriebswirtschaftlichen, logistischen, sprachlichen und marketingtechnischen Herausforderungen stellen sich auch rechtliche Herausforderungen, die über die heimatlichen franchiserechtlichen Fragen hinausgehen.

Rechtlich kommt es auf den Punkt gebracht darauf an, die Kernelemente eines Franchise-Systems, das Know-how, die Marke sowie die Steuerungselemente der Systemzentrale effizient auch über Landes-, Kultur- und Sprachbarrieren hinweg durchzusetzen. Nicht selten kommt es vor, dass kosten- und zeitintensiv ausgehandelte Masterlizenzgebühren für fremde Länder ausverhandelt, aber nicht vom Masterpartner bezahlt werden.

Wurden keine entsprechenden Sicherungsvorkehrungen im Rahmen der Verhandlungen getroffen, fällt die Durchsetzung der Forderung oft schwer. Noch häufiger erfahren Franchise-Geber vom Missbrauch ihrer Marke in fremden Ländern. Es kommt dann entscheidend darauf an, sowohl behördlich als auch vertraglich die eigene Marke mit Vorausschau schützend positioniert zu haben.

Spätestens mit der Entscheidung für einen oder mehrere ausländische >

> Zielmärkte sollte zwingend darüber nachgedacht werden, die eigene Marke in diesen Zielmärkten registrieren zu lassen.

Grundsätzlich ist der Markenschutz begrenzt auf ein bestimmtes Land oder Territorium, für das die Marke eingetragen worden ist. Dies bedeutet, dass eine deutsche Marke grundsätzlich nicht in Österreich oder gar China automatisch geschützt wäre. Es besteht aber die Möglichkeit, mehrere Länder im Rahmen einer Markenmeldung zusammenzufassen, z.B. durch eine EU-Marke. Ansonsten besteht die Gefahr, dass sog. "Markengrabber" sich Ihre Marke allein aus dem Grund in einem anderen Land registrieren lassen, um Ihnen diese Rechte beim Markteintritt teuer zu verkaufen.

Mit Grenzüberschreitung sind automatisch die hiermit verbundenen steuerrechtlichen Implikationen zu überprüfen. Zum Einen gilt es, keine steuerrechtlichen Verfehlungen im Heimatland bzw. Zielland zu begehen. Zum Anderen sollten etwaige steuerrechtlichen Begünstigungen genutzt und die Geldflüsse so optimiert werden.

Vertraglich ist davon auszugehen, dass

der im Heimatmarkt verwendete Franchise-Vertrag in der Regel nicht die Bedürfnisse einer grenzüberschreitenden Steuerung erfüllt.

Sollte einem ausländischen Partner die Lizenz vergeben werden, das System eigenständig im Zielland zu entwickeln, wird in der Regel ein gesonderter Masterlizenz- oder Area-Development-Vertrag abzuschließen sein. Des Weiteren sind in jedem Vertrag stets die zwingenden rechtlichen Erfordernisse des Ziellandes zu berücksichtigen. So können verbraucherrecht-, kartell-, wettbewerbs-, zivil-, steuer- oder gesellschaftsrechtliche Erfordernisse bestehen, die zur Unwirksamkeit des Vertragsschlusses führen.

Besonderes Augenmerk verdienen die vorvertraglichen Pflichten. Eine Vielzahl von Ländern hat sich – im Gegensatz zu Deutschland – dazu entschlossen, spezielle vorvertragliche Aufklärungsgesetze oder Registrierungsgesetze für Franchise-Systeme zu entwickeln. Teilweise sind diese Gesetze bereits vor Markteintritt oder zumindest beim Erstkontakt mit einem potentiellen Franchise-Nehmer bereits zwingend zu beachten. Die Missachtung der gesetzlichen Vorgaben kann

zu Nichtigkeits- und Schadensersatzansprüchen des Franchise-Nehmers, teilweise zu Bußgeldern bestimmter nationaler Behörden führen.

Solche Gesetze bestehen sowohl in mehreren europäischen Staaten wie z.B. Italien, Frankreich, Belgien, Schweden und Spanien. Darüber hinaus finden sich sehr ausführliche Regelungen zum Teil in den USA, Kanada, Australien und China.

Zudem sollte neben den gesetzlichen und vertraglichen Voraussetzungen stets ein besonderes Augenmerk auf die Frage gelegt werden, wie Forderungen des Franchise-Systems, z.B. aus Gebühren- oder Warenlieferung besichert werden. Hintergrund ist, dass die Durchsetzung von Forderungen im Ausland teilweise langwierig und schwer kontrollierbar ist. Hier gilt es, smarte Sicherungsmechanismen von vornherein zu vereinbaren, die die zwangsweise Durchsetzung von vertraglichen Forderungen erleichtern.

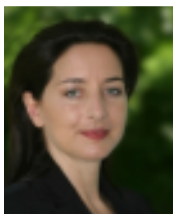
Werden die vorgenannten Erfordernisse rechtzeitig bedacht und erfüllt, steht rechtlich gesehen einer internationalen Expansion nichts entgegen.

➔ Seminarangebot

## Konfliktbewältigung in Franchise-Systemen



➔ RA Dr. Rosemarie Aigner



RA Mag. Amelie Pohl

bei der Bewältigung bereits bestehender Konflikte aufzeigen.

### I. Maßnahmen zur Konfliktvermeidung

Die Konfliktvermeidung ist ein Teilbereich der Führung, der wesentlich ist für das Funktionieren eines Franchise-Systems.

#### 1. Vorvertragliche Aufklärung, vertragliche Transparenz

Der Franchise-Nehmer als auch der Franchise-Geber müssen sich gegenseitig wahrheitsgemäß und vollständig unterrichten. Werden hier Umstände nicht offen gelegt, die für den Vertragsabschluss wesentlich sind, kann der Franchise-Vertrag angefochten werden. Wesentlich sind nicht nur umfassende Informationen über das Produkt des Franchise-Systems, sondern weitergehende Angaben, wie beispielsweise über ausgeschiedene Franchise-Nehmer und die Entwicklung des Franchise-Systems. Rentabilitätszahlen müssen nachweisbar sein, und auch, ob es sich dabei um Zahlen etwa des oberen Drittels handelt.

Vertraglich können nicht alle Umstände aufgenommen werden, die das Zusammenspiel zwischen den Vertragsparteien regeln. Es müssen jedoch

die wesentlichen Bestimmungen soweit als möglich genau definiert (beispielsweise zum Vertragsgebiet, Laufzeit, Zahlungsverpflichtungen etc.) und vertragliche Rechte und Pflichten (Bezugspflichten, Pflicht-Schulungen, Berichtspflichten) transparent bzw. klar und verständlich nachvollziehbar sein.

#### 2. Schulungen/Laufende Betreuung

Wird der Franchise-Nehmer von Anfang an gründlich und ausreichend geschult, kann dieser sich auf den Verkauf konzentrieren und seinen Arbeitseinsatz am effizientesten nutzen. Es empfiehlt sich, die Franchise-Nehmer in Betrieben der Zentrale vor Eröffnung des eigenen Betriebes mitarbeiten zu lassen, und nicht nur lediglich ein paar Schulungstage zu gewähren. Auch laufende Betreuung trägt dazu bei, dass der Franchise-Nehmer die Entwicklungen des Systems umsetzt und nicht zum Einzelkämpfer wird.

Die Bereitstellung eines eigenen Franchise-Nehmer-Betreuers gibt dem Franchise-Nehmer das Gefühl, von der Zentrale umfassend betreut zu werden und Unterstützung zu erhalten. Auch können dabei im Vorfeld Schwachstellen in der Umsetzung gemeinsam analysiert und Lösungen unmittelbar erarbeitet werden.

➔ Franchise-Systeme beinhalten ein gewisses Maß an Konfliktpotential, welches unter anderem daraus resultiert, dass Franchise-Nehmer zwar selbständige Unternehmer sind, jedoch nach den strikten Vorgaben des Franchise-Gebers ihren Betrieb führen müssen.

Kommunikationsmängel, unzureichende Schulungen, mangelhafte Vertragsprodukte, ungenügende Marketingmaßnahmen, mangelnde Umsetzung des Systems steigern die Unzufriedenheit im System. Konflikte können und sollen nicht vermieden werden. Konflikte haben durchaus auch etwas Positives, denn durch deren Bewältigung gehen beide Parteien gestärkt aus der Situation hervor.

Dieser Beitrag soll Ihnen einen Überblick über franchise-spezifische Maßnahmen verschaffen, welche das Konfliktpotential zwischen Franchise-Geber und Franchise-Nehmer minimieren können sowie Möglichkeiten

### > 3. Erfahrungsaustausch, Berichtspflichten, Beirat

Wichtig ist, den Franchise-Nehmer nicht nur vertraglich zu binden, sondern auch emotional. Der Franchise-Nehmer soll nicht nur als „Nehmer“, sondern auch als „Geber“ (von Erfahrungen, Gebühren, Vorschlägen zur Weiterentwicklung, Steigerung des Markenwerts etc.) und vor allem als Partner gesehen werden.

Tagungen zum Erfahrungsaustausch stärken das „Wir-Gefühl“, Franchise-Nehmer lernen sich kennen und die gewonnenen Erkenntnisse werden vermittelt. Vergangene und zukünftige Entwicklungen werden aufgezeigt. Im Rahmen dessen sollte auch Franchise-Nehmern der Raum zum Aufzeigen von Missständen oder Anregungen gegeben werden. Unklarheiten über Werbemaßnahmen, Systemanwendungspflichten, Entwicklungen des Systems müssen angesprochen werden.

Laufende Berichtspflichten, welche zwar einen gewissen Zeitaufwand erfordern, sind jedoch ein effizientes Tool, um die Entwicklung des Franchise-Nehmers zu verfolgen und bei Fehlentwicklungen rechtzeitig eingreifen zu können.

Ist die Anzahl der Franchise-Nehmer gestiegen, empfiehlt es sich, einen Beirat zu gründen. Franchise-Nehmern wird dabei die Möglichkeit gegeben, geplante Projekte oder auch Missstände zu erörtern. Dem Beirat gehören von Franchise-Nehmern gewählte Franchise-Nehmer und Vertreter der Systemzentrale an.

Ein definitives Mitbestimmungsrecht wird den Franchise-Nehmern jedoch grundsätzlich nicht gewährt, da dies die Entwicklung des Franchise-Systems behindern könnte, wenn die Zustimmung zu jeder vom Franchise-Geber getroffenen Entscheidung eingeholt werden muss. Der Vorteil ist, dass systempolitische Maßnahmen gemeinsam mit den Franchise-Nehmern diskutiert und diese von den Mitgliedern wiederum an die Franchise-Nehmer weiter geleitet werden.

### 4. Intranet

Das Intranet ist mittlerweile ein zentrales Kommunikationstool innerhalb von Franchise-Systemen geworden. Im Intranet wird eine Kommunikationsplattform geschaffen, welche die jederzeit verfügbare und unmittelbare Verbindung zum System vermittelt. Franchise-Handbücher werden zumeist online zur Verfügung gestellt, wodurch auch die Aktualisierung und die Übermittlung an den Franchise-Nehmer per Knopfdruck möglich ist.

Des Weiteren kann der Franchise-Geber eine den Franchise-Nehmern zugängliche Plattform für aktuelle Projekte und Anliegen bieten, wie etwa Internetblogs oder eine Art Wikipedia für das jeweilige Franchise-System. Auch wenn eine unzensurierte Kommunikationsform zur Verfügung gestellt wird, soll die „Systembereinigung“ bei den Franchise-Nehmern untereinander nicht unterschätzt werden.

## II. Möglichkeiten bei bestehenden Konflikten

### 1. Außergerichtliche Konfliktbeilegung

Um für möglicherweise auftretende Konflikte gerüstet zu sein, sollten bereits im Franchise-Vertrag – also zu einem Zeitpunkt, in welchem noch Einvernehmen zwischen den Parteien herrscht – Regelungen zur Konfliktaustragung festgelegt werden. Es sollte also bereits zu diesem frühen Zeitpunkt überlegt werden, wie mögliche Konflikte ausgetragen werden können, ohne dass das gesamte System darunter leidet. Hier bietet sich vor allem die Streitbeilegung durch Schlichtung oder durch Mediation an. (Lesen Sie **hier mehr** zum Seminar Wirtschaftsmediation).

Ziel dieser außergerichtlichen Konfliktbeilegungsmaßnahmen ist es eine gütliche, für beide Parteien ohne Gesichtsverlust zu akzeptierende Lösung zu finden (sog. win-win-Situation).

#### 1.1 Schlichtung

Ist mit den Franchise-Nehmern vertraglich vereinbart, dass vor jedem Gerichtsstreit eine Schlichtung durchzuführen ist, so hat der Franchise-Geber die Wahl, ob er ein eigenes Schlichtungsgremium mit einem eigenen Schlichtungsverfahren installieren will oder ob er sich eines bereits installierten Schlichtungsgremiums samt -verfahrens (wie z.B. in Deutschland bei einigen Amtsgerichten eingerichtet) bedienen will. Sind bereits als Schlichtungsgremium geeignete Gremien (z.B. Beirat, Ausschüsse) installiert, so scheint es sinnvoll auf diese zurückzugreifen. Zur Wirksamkeit dieser Schlichtungsvereinbarung ist es notwendig im Franchise-Vertrag genau zu definieren, wie die Schlichtung durchzuführen ist, wie das Schlichtungsgremium zusammengesetzt ist (hier empfiehlt sich den Schlichtungsausschuss mit einem Franchise-Nehmer-Mitglied des Beirates, einem Mitglied der Systemzentrale sowie einem unabhängigen, im Franchising erfahrenen Rechtsanwalt oder Richter zu besetzen) und insbesondere welche Fristen einzuhalten sind. Für den Erfolg eines Schlichtungsverfahrens unabdingbar ist, dass bereits

zu Verfahrensbeginn die emotionale Ebene des Konfliktes bereinigt wird (dies ist naturgemäß ohnehin die größte Schwierigkeit).

#### 1.2 Mediation

Unter Mediation versteht man die außergerichtliche Konfliktlösung unter Leitung eines neutralen Dritten, des sog. Mediators. Dieser Mediator ist nicht Richter, sondern unabhängiger Vermittler zwischen den Parteien und führt diese aufgrund seiner einschlägigen Ausbildung und Erfahrung ohne Zwangsmittel durch das Verfahren.

Ziel der Mediation ist, dass die Parteien unter Leitung des Mediators eigenverantwortlich eine für beide Seiten interessengerechte Lösung des Konfliktes finden. Der Vorteil dieser Methode der außergerichtlichen Streitbeilegung liegt darin, dass die Parteien selbst eine für beide annehmbare, maßgeschneiderte Lösung ihres Konfliktes finden und nicht etwaige Entscheidungen von einem Dritten (z.B. einem Richter im Rahmen eines Gerichtsverfahrens) diktiert werden, die Entscheidungsgewalt also bei den Konfliktparteien verbleibt. Die Mediationsvereinbarung sollte – wie bereits unter Punkt 1. dargestellt – im Franchise-Vertrag getroffen werden, insbesondere sollte zu diesem Zeitpunkt bereits die Person des Mediators festgelegt werden (erfahrungsgemäß stellt die Suche nach einem geeigneten Mediator, wenn bereits ein Konflikt zwischen den Parteien aufgetreten ist, eine große Herausforderung dar). In Österreich müssen Mediatoren im Gegensatz zu Deutschland bestimmte Voraussetzungen nach dem österreichischen Mediationsgesetz erbringen und in die Liste der Mediatoren beim Bundesministerium eingetragen sein.

### 2. Gerichtliche Entscheidung des Konfliktes

Scheitert das Schlichtungsverfahren bzw. das Mediationsverfahren, so bleibt den Parteien nur die Anrufung von gerichtlicher Hilfe offen. Hier gibt es zwei Möglichkeiten: Die Anrufung der ordentlichen Gerichte oder der Gang zum Schiedsgericht. Wurde bereits im Franchise-Vertrag eine wirksame Schiedsgerichtsvereinbarung getroffen, so schließt diese Vereinbarung den Gang zu den ordentlichen Gerichten aus. Beiden Fällen der gerichtlichen Entscheidung des Konfliktes ist gemein, dass hier nicht die Parteien selbst – wie z.B. im Mediationsverfahren – eine Lösung ihres Problems finden, sondern die Entscheidung von Dritten (Richtern) – welche oftmals auch geringe Erfahrungen mit Franchising haben – auferlegt wird.

> 2.1 Schiedsgericht

In Deutschland ist das Schiedsverfahren in den §§ 1025 ff der Zivilprozessordnung geregelt. Eine wirksame Schiedsgerichtsvereinbarung, welche empfehlenswerterweise in den Franchise-Vertrag aufgenommen werden soll, bedarf der Schriftform und muss in einer gesonderten Urkunde enthalten sein, wenn der Franchise-Nehmer bei Vertragsabschluss Verbraucher ist. Liegen eine wirksame Schiedsgerichtsabsprache und ein wirksamer Schiedsvertrag vor, so ist die Zuständigkeit der ordentlichen Gerichte zur Entscheidung über den Streitfall ausgeschlossen. In Deutschland gibt es mehrere Schiedsgerichtsinstitutionen, welche zur Entscheidung angerufen werden können und welche in der Regel eigene Schiedsgerichtsordnungen geschaffen haben, z.B. die Deutsche Institution für Schiedsgerichtsbarkeit e.V. (DIS).

Ein Vorteil eines Schiedsverfahrens

ist im Ausschluss der Öffentlichkeit (was vor allem dem Schutz vertraulicher Informationen dient) zu sehen. Darüber hinaus kann durch die Möglichkeit der Benennung geeigneter Schiedsrichter die Fachkompetenz des Schiedsgerichtes sichergestellt werden. Als Nachteil ist grundsätzlich der Ausschluss der Einbringung von Rechtsmitteln gegen die Entscheidung des Schiedsgerichtes anzusehen, wobei dieser Ausschluss andererseits auch zur Beschleunigung des Verfahrens dient. Als weiterer Nachteil sind wohl die höheren Kosten eines Schiedsverfahrens anzusehen. In Österreich können Schiedsgerichtsvereinbarungen jedoch nicht mit Existenzgründern im Rahmen des Franchise-Vertrages abgeschlossen werden, da diese dem österreichischen Konsumentenschutz unterliegen. Gemäß § 617 Abs 1 der österreichischen ZPO können solche Vereinbarungen nur für bereits entstandene Streitigkeiten abgeschlossen werden.

2.2 Ordentliche Gerichte

Ist keine wirksame Schiedsgerichtsvereinbarung getroffen worden, so ist das für den Rechtsstreit zuständige ordentliche Gericht anzurufen. Die Nachteile der ordentlichen Gerichtsbarkeit liegen in der mitunter fehlenden fachlichen Qualifikation des bzw. der zuständigen Richter. Ein Vorteil sind – zumindest in Deutschland, wie oben unter Punkt 2.1 bereits erwähnt – die in der Regel geringeren Kosten eines ordentlichen Gerichtsverfahrens.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass im Falle eines Konfliktes jedenfalls den außergerichtlichen Konfliktbewältigungsmaßnahmen der Vorzug gegeben werden sollte, da hier die Parteien – vor allem im Mediationsverfahren – noch „Herr des Geschehens“ und nicht – wie in den Verfahren vor den Gerichten – der Entscheidungsgewalt von anderen Personen unterliegen.

➔ Seminarangebot

Unser aktueller Tipp: Das Fachinformationsportal [mittelstandswissen.de](http://mittelstandswissen.de) können Sie kostenlos nutzen

Mit [www.mittelstandswissen.de](http://www.mittelstandswissen.de) betreibt die Mittelstandswissen GmbH ein Fachinformationsportal gezielt für Mittelständler und Dienstleister.

Die Redaktion, die vom Fachverlag Handelsblatt unterstützt wird, publiziert darin Woche für Woche kompakte

Managementtipps für Entscheider. Das Archiv umfasst rund 1.000 Praxistipps.

Wir bieten Ihnen zwei Arten der Anmeldung an:

1. Möchten Sie Online-Kooperationspartner von [www.mittelstandswissen.de](http://www.mittelstandswissen.de)

werden, so finden Sie weitere Informationen hier.

2. Haben Sie Interesse das Portal nur zu Publikation zu nutzen, melden Sie sich mit dem Partnerschlüssel „mittelstandswissen2008“ [hier](#) an.

Jubiläum „30 Jahre DFV“ Erfolgreiche Marken durch starke Partnerschaften

30 Jahre Deutscher Franchise-Verband. 30 Jahre starke Partnerschaften. Der DFV hat für Sie ein attraktives Vortrags- und Diskussionsprogramm zusammengestellt. Höhepunkt des Jubiläums wird die Gala am Abend des 15. Mai sein.

Erstmals wird dieses Forum des DFV

im Jubiläumsjahr für Franchise-Unternehmer und Franchise-Partner veranstaltet, ein entsprechendes Vortragsprogramm wurde für Donnerstag, den 15. Mai zusammengestellt.

Der inhaltliche Schwerpunkt am Freitag, den 16. Mai wird wie gehabt Franchise-Geber orientiert sein.

Der DFV lädt Sie und Ihre Partner herzlich ein zum Franchise-Forum mit Jubiläumsgala „30 Jahre DFV“ am Donnerstag, 15. Mai und Freitag, 16. Mai 2008 im Maritim Hotel Berlin, Stauffenbergstraße 26, 10785 Berlin.

Programm und Anmeldung unter: [www.franchiseverband.com](http://www.franchiseverband.com)

VERANSTALTUNGSÜBERBLICK

VERANSTALTUNGSTHEMA	DATUM	ORT	LINK
Die Internationalisierung eines Franchise-Systems	02. April 2008	Frankfurt/Main	➔
Franchising live erleben	23. April 2008	Bielefeld	➔
START Messe - die Messe für Existenzgründung, Franchising und junge Unternehmen	11. - 12. April 2008	Bremen	➔
DFV - Jubiläum und Franchise Forum	15. - 16. Mai 2008	Berlin	➔
4. Franchisetag der IHK Mittlerer Niederrhein in Kooperation mit CONSULTANS HOUSE und dem DFV	31. Mai 2008	Krefeld	➔
41. Schule des Franchising	23. - 26. Juni 2008	München	➔

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann rufen Sie uns an. Unter der Telefonnummer 09 11/ 3 20 03 - 0 sind wir gern für Sie da und besuchen Sie uns im Internet unter [www.franchise-institut.de](http://www.franchise-institut.de)

IMPRESSUM

Herausgeber: Deutsches Franchise Institut (DFI) GmbH

Anschrift: Deutsches Franchise Institut (DFI) GmbH  
Erlenstegenstraße 7 | D-90491 Nürnberg | ++49.911.32003-0 | Fax ++49.911.32003-20  
E-Mail: [info@franchise-institut.de](mailto:info@franchise-institut.de)  
Internet: [www.franchise-institut.de](http://www.franchise-institut.de)  
Handelsregister Nürnberg HRB 19216

Geschäftsführer: Peter Karg

Gestaltung, Inhalt, Layout: Deutsches Franchise Institut (DFI) GmbH

Disclaimer: „Für die technische und konzeptionelle Erstellung des PDF-Newsletter sowie die redaktionellen Inhalte ist das Deutsche Franchise Institut verantwortlich. Wir weisen darauf hin, dass es sich bei Links, die auf fremde Internet-Angebote hinweisen, um unverbindliche Empfehlungen handelt. Das Deutsche Franchise Institut vermittelt über die Links lediglich den Zugang zu diesen Angeboten; sie hat keinen Einfluss auf deren Inhalte und macht sich diese Inhalte auch nicht zu Eigen.“

Copyright © 2008 Deutsches Franchise Institut (DFI) GmbH  
Alle Rechte vorbehalten. All rights reserved.