



EDITORIAL

Liebe Leserinnen
und Leser,

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

Auch in diesem Monat möchten wir Sie wieder über aktuelle und praxisbezogene Themen der Franchise-Branche informieren. Seien Sie mit uns jeder Zeit auf dem neuesten Stand.

Erfahren sie von Waltraud Martius mehr über die Möglichkeiten der Know-how-Vermittlung und Kommunikation zwischen Ihnen und Ihren Franchise-Nehmern, und sichern Sie sich so den Erfolg Ihres Franchise-Systems.

Verfolgen Sie den Weg eines Franchise-System zu einem aussichtsreichen Web 2.0 Unternehmen.

Mehr dazu hier...

Ist die Bezugsverpflichtung des Franchise-Nehmers im Franchise-Vertrag rechtlich überhaupt noch vertretbar? Erfahren Sie mehr dazu von unserem Rechts-Experten Dr. Helmuth Liesegang anhand eines aktuellen Gerichtsurteils.

Weiter...

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

Ich wünsche Ihnen inspirierende Lektüre!

Ihre Anett Schmidt

INHALTSVERZEICHNIS

Der Know-how Transfer im Franchising Franchise-Handbücher, Intranet, Wikis, Web 2.0 & Co. Mag. Waltraud Martius, SYNCON International Franchise Consultants	1
Enterprise 2.0, ein Zwischenstand Frank Roebers, SYNAXON AG	2
Unbedenklichkeit von Bezugsverpflichtung und Nichtweitergabe von Einkaufsvorteilen Dr. Helmuth Liesegang, Liesegang & Kollegen	4
Veranstaltungsüberblick 2009	4
Impressum	4

Der Know-how Transfer im Franchising Franchise-Handbücher, Intranet, Wikis, Web 2.0 & Co.



➔ **Mag. Waltraud Martius**
SYNCON International
Franchise Consultants

Paul Watzlawick (Kommunikationswissenschaftler, Psychoanalytiker und Autor wurde im deutschsprachigen Raum vor allem durch seine populärwissenschaftlichen Veröffentlichungen zur Kommunikationstheorie bekannt) formulierte: „Man

kann nicht nicht kommunizieren“. D.h. auch keine Kommunikation ist Kommunikation. In diesem Wissen kommt der Know-how-Vermittlung mittels interner Kommunikation im Franchising eine besondere Bedeutung und Aufmerksamkeit zu.

Auch wenn der Hauptstrom an Informationen dazu dient, den Franchise-Nehmern vor Ort die bestmöglichen Voraussetzungen für ihre Tätigkeit (Verkauf und Vertrieb) zu verschaffen, so sind Information und Kommunikation keine Einbahnstraße, sondern ein Zwei-Wege-System. Die Informationen über Entwicklungen, Veränderungen und Trends aus den regionalen Märkten der Franchise-Nehmer sind wichtiger Beitrag für die Optimierung und den Fortschritt des gesamten Franchise-Systems.

Ohne Know-how-Vermittlung und Kommunikation werden keine Synergien erzeugt und damit auch keine Erfolge des Franchise-Systems ermöglicht!

Die Instrumente der Know-how-Vermittlung in Franchise-Systemen (gereiht nach Häufigkeit des Einsatzes) sind:

Franchise-Handbuch (Printversion)
Die umfassende Know-how-Dokumentation im Franchise-Handbuch - gemeinsam mit einem klaren, partnerschaftlichen Franchise-Vertrag - macht den Franchise-Geber erst zu einem solchen! Nur wer sein systemspezifisches Wissen ausführlich dokumentiert wird gemäß der EU-Gruppenfrei-stellungsverordnung für Vertikale Vertriebsbindungen als Franchise-Geber eingestuft. Das Franchise-Handbuch für den Franchise-Nehmer ist Richtschnur und Handlungsanleitung für die Führung und den Betrieb des Franchise-Outlets und eng verknüpft mit dem Franchise-Vertrag. Nach wie vor ist das Franchise-Handbuch in gedruckter Form die erste Wahl zur Know-how-Vermittlung. Im Rahmen der Franchise-Vertrags-Unterzeichnung wird auch das Handbuch offiziell und feierlich übergeben. So ein Handbuch-Ordner (oder gar eine ganze Box mit mehreren Handbüchern) verdeutlicht allein durch sein Gewicht die Schwere (= Bedeutung) und Tiefe der Know-how-Dokumentation.

Systemeigenes Intranet (inklusive Online-Zugriff auf das Franchise-Handbuch)

Ergänzend zum Franchise-Handbuch im Printformat werden im Intranet alle Informationen eingestellt, die sich schnelllebig verändern und so online immer



> auf dem neuesten Stand gehalten werden.

Etwa Schulungstermine, Produkt-/Dienstleistungs-Portfolio, Marketinginstrumente, Vorlagen, Checklisten etc. Ist das Franchise-Handbuch eher ein statisches Instrument der Know-how-Vermittlung, so ist das Intranet schnell und flexibel. Natürlich sollte das Franchise-Handbuch auch online im Intranet für die Franchise-Nehmer verfügbar sein. Besonders nach einer Handbuch-Aktualisierung können Veränderungen sehr gut im Korrekturmodus sichtbar und für die Franchise-Nehmer abrufbar eingestellt werden.

Partner-Management (die laufende Beratung und Betreuung der Franchise-Nehmer)

Als menschliche Schnittstelle in der Know-how-Vermittlung haben die Partner-Manager in einem Franchise-System eine wichtige Funktion. Sie pflegen den zwischenmenschlichen Kontakt, unterstützen die Franchise-Nehmer bei der konzeptionsgerechten Umsetzung des System-Know-hows und stellen sicher, dass sich Synergien effektiv für alle am System Beteiligten entfalten können.

News – interne Rundschreiben

Mit Hilfe eines internen Rundschreibens (in Papier- oder E-Mail-Format)

werden die Franchise-Nehmer rasch auf einen einheitlichen Informationsstand zu aktuellen Entwicklungen und Veränderungen gebracht. Wichtige Informationen werden im Rundschreiben kurz angerissen („Teaser“) und dann vertiefend im Intranet eingestellt.

Meetings und Tagungen

Alle Franchise-Nehmer treffen sich im regelmäßigen Rhythmus, um ihre Erkenntnisse und Informationen auszutauschen und über Entwicklungen und Veränderungen im Franchise-System zu erfahren. Übliche Instrumente in Franchise-Systemen sind: Schulungen, regionale/überregionale Treffen, Jahrestagungen, Qualitätszirkel, Ausschüsse und Beiräte etc.

Wiki und Web 2.0

„Ein Wiki (hawaiisch für „schnell“), seltener auch WikiWiki oder WikiWeb genannt, ist ein Hypertext-System, dessen Inhalte von den Benutzern nicht nur gelesen, sondern auch online geändert werden können.“ (Quelle: Wikipedia)

„Web 2.0: Die Benutzer erstellen und bearbeiten Inhalte in quantitativ und qualitativ entscheidendem Maße selbst. Die Inhalte werden nicht mehr nur zentralisiert von großen Medienunternehmen erstellt und über das Internet verbreitet, sondern auch von einer

Vielzahl von Nutzern, die sich mit Hilfe sozialer Software zusätzlich untereinander vernetzen. Typische Beispiele hierfür sind Wikis, Blogs, Foto- und Videoportale (z.B. Flickr und Youtube), soziale Online-Netzwerke wie Xing, Myspace, Facebook ... mit zu gestalten.“ (Quelle: Wikipedia)

Stück für Stück nehmen diese neuen Medien Einzug in die Wirtschaft und so auch in die Franchise-Wirtschaft. Den Stellenwert, den Wiki und Web 2.0 in einem Franchise-System haben können, muss von jedem Franchise-Geber selbst bewertet werden. Ein Franchise-System und seine Franchise-Nehmer müssen einen hohen Grad an System-Reife erreicht haben und einander vertrauen für diesen Schritt, der fast alle Zugriffsregulierungen außer Kraft setzt.

Aus heutiger Sicht können alle Medien, die nicht auf face-to-face-Kommunikation ausgerichtet sind, nur ergänzend zur schnellen und effizienten Informations- und Know-how-Vermittlung eingesetzt werden. Wir Menschen brauchen das Miteinander und den persönlichen Austausch, um in einem Franchise-System die emotionale Heimat zu finden.

➔ Seminarangebot

Enterprise 2.0, ein Zwischenstand



➔ Frank Roebbers,
SYNAXON AG

Im Oktober 2006 hat die SYNAXON sich auf den Weg gemacht, zu einem Unternehmen 2.0 zu werden. Der Startpunkt war ein Unternehmenswiki, welches zwei Besonderheiten aufweist:

- Jeder kann alles sehen: Es gibt seit der Einführung der Wikis nur noch sehr wenige Informationen, die nicht für alle Mitarbeiter sichtbar sind. Dazu gehören z.B. noch Gehaltsinformationen und ausgefüllte Mitarbeiterbewertungsbögen. Über 95% der im Unternehmen verfügbaren Informationen sind für jeden Mitarbeiter einsehbar. Dazu gehören auch alle Projekte und strategischen Geschäftspläne.
- Jeder kann alles ändern und die Änderung gilt ohne weitere Freigabe sofort. Das gilt auch für alle Prozessbeschreibungen und Unternehmensregeln.

Vor allem der 2. Punkt ist unseres Wissens bislang von keinem anderen Unternehmen kopiert worden. Zu groß scheint die Angst vor Missbrauch.

Wir haben bislang ausschließlich gute Erfahrungen damit gemacht. Ein Auszug aus unserer Wiki-Statistik von heute:

Es gibt insgesamt 24.624 Seiten in der Datenbank.

Insgesamt gab es 47.975.655 Seitenabrufe und 158.230 Seitenbearbeitungen, seit SynaxonWiki eingerichtet wurde. Daraus ergeben sich 6,43 Bearbeitungen pro Seite und 303,20 Seitenabrufe pro Bearbeitung.

Fakt ist, dass es seit der Einführung keinen einzigen Missbrauchfall gegeben hat. Das Wiki ist das zentrale Informations- und Arbeitsinstrument der SYNAXON geworden. Es hat über 200 wichtige Änderungen von Unternehmensregeln gegeben. Auch hier wurde nicht eine einzige Änderung wieder zurück genommen. Es gab einen Fall, wo ein Kollege die Kosten für Hotelübernachtungen im Außendienst nach oben angepasst hat. Diese Änderung wurde von einem Vorstand modifiziert. Dennoch blieb es dabei, dass es danach die Möglichkeit gab, höhere Kosten als vorher abrechnen zu können. Es hat zum Teil erhebliche Anpassungen von wirt-

schaftlich sehr bedeutsamen Regeln und Prozessen durch Mitarbeiter gegeben, die keine Führungskräfte sind.

Jeden Tag gibt es im Schnitt mehr als 300 Änderungen im Wiki.

Die wichtigsten Effekte des Wikis:

- Der Informationsstand aller Mitarbeiter ist viel besser als vorher.
- Die wesentlichen Unternehmensdokumente sind immer aktuell.
- Führungskräfte sind von unsinnigen Entscheidungen befreit, die heute an der Stelle getroffen werden, wo die Fachkompetenz sitzt.
- Die Produktion von Wissen und Innovation hat sich von der klassischen Hierarchie abgelöst. Es sind viel mehr Mitarbeiter als vorher an der Produktion und Innovation beteiligt.

Aus meiner Sicht interessant ist, dass es keine einheitliche Wahrnehmung der neuen Möglichkeiten der Partizipation gibt. Diese werden noch nicht flächendeckend von allen Mitarbeitern in ihrer ganzen Breite erkannt oder geglaubt. Dies ist unter anderem ein Ergebnis der Trimesterarbeit von Mario Günnewig. Er studiert an der Fachhochschule des Mittelstands in Bielefeld und hat in Kooperation

> mit uns den Einsatz von Wikis in Unternehmen an unserem Beispiel untersucht. Diese Arbeit kann hier nachgelesen werden (sie steht unter Copyright des Verfassers).

Das Merkwürdige ist hier, dass die Möglichkeiten zwar in einem großen Maße täglich genutzt, aber nicht als solche wahrgenommen werden.

Wir haben in der Zwischenzeit weitere Wikis für unterschiedliche Zielgruppen und Zwecke eingerichtet. Hier fällt vor allem das PC-SPEZIALIST Partner Wiki auf. Hier können die Mitarbeiter der SYNAXON, alle Franchise-Nehmer und deren Mitarbeiter zugreifen. Auch dieses Wiki funktioniert sehr gut.

Nach dem erfolgreichen Start der Wikis wurden weitere Web 2.0 Applikationen in unser Unternehmen integriert. Der nächste Schritt war, dass wir unser zentral zu bedienendes Content Management System für unsere Internetseite synaxon.de gegen ein deutlich einfacheres ausgetauscht haben. Wir haben uns hier für phpwcms entschieden. Hierbei handelt es sich um ein Open Source Projekt, und dieses System kann von jedem nach einer 5-minütigen Einweisung bedient werden. Auch hier ist der gleiche Effekt wie bei den Wikis eingetreten. Dadurch, dass nun jeder die Möglichkeit hat, die Internetseiten ohne weitere Rücksprache sofort zu ändern, haben wir nun einen deutlich interessanteren und vor allem aktuelleren Internetauftritt als vorher. Hier gibt es zwar nun keinen einheitlichen Firmensprachgebrauch, keine einheitliche Struktur und Design mehr, diese vermeintlichen Nachteile nehmen wir aber gerne in Kauf. Dieses CMS wurde mittlerweile auf andere Internetauftritte des Unternehmens ausgeweitet.

Der nächste Schritt war die Einführung von Blogs. Diese wurden sowohl als Blogs für den internen Gebrauch als auch als öffentliche Blogs eingeführt.

Auch unsere Blogs werden langsam zu einem Erfolgsmodell. Wir haben in den letzten 18 Monaten mehr als 1.300 externe, öffentlich lesbare Blog-einträge geschrieben.

Unsere PC-SPEZIALIST Partner bloggen mittlerweile auch in großer Anzahl und es wird langsam zu einem monetär messbaren Erfolgsmodell. Mindestens 10 unserer Partner sind durch die Bloggerei mittlerweile zu den wichtigsten Schlüsselwörtern in Google auffindbar, ohne dafür zahlen zu müssen.

Natürlich hat nicht alles funktioniert, was wir im Bereich Enterprise 2.0 angefangen haben. Second Life hat sich

beispielsweise als Sackgasse erwiesen. Die technischen Anforderungen sind einfach für den Firmeneinsatz noch zu hoch. Nicht nur, dass man Rechner mit erheblichen 3D-Grafik-Leistungen benötigt. Wenn alle Kollegen gleichzeitig in Second Life arbeiten würden, würde unser Netz einfach kollabieren. Zu groß ist die Anforderung an die Bandbreite. Übrig geblieben ist davon nur noch ein privates Projekt: Das Gottfried Helnwein Museum.

Instant Messaging mit Jabber hingegen kann man als Erfolg buchen. Im Gegensatz zu Skype stört Jabber nicht unser EGIS und ist durch die Quelloffenheit erheblich flexibler. Wenn auch der von uns genutzte Client Spark sicher noch nicht das Optimum darstellt. Er ist gerade in Verbindung mit VPN nicht so stabil, wie er sein sollte. Hier sind wir über Hinweise auf bessere Clients sehr dankbar.

Wir werden in den nächsten Jahren weitere deutliche Schritte unternehmen, um uns näher an das Unternehmensleitbild heran zu bewegen. Hier werden vor allem die Social Network Themen im Vordergrund stehen. Hierbei geht es in erster Linie um die Identifizierung und Vermarktung von Wissen. Aber es geht auch um die weitere Virtualisierung von Arbeit und die damit verbundene Loslösung von fester Infrastruktur. Solange erfolgreiche Zusammenarbeit an persönliche Kontakte und vor allem an die Anwesenheit der Beteiligten in einem Gebäude geknüpft ist, werden wir sehr wertvolle Netzwerkeffekte nicht realisieren können. Das Schlagwort "Mass Collaboration" aus unserem Leitbild ist so nicht zu erreichen. Es handelt sich aber um ein lohnenswertes Ziel, da wir unsere eigenen Ressourcen erheblich erweitern könnten, wenn wir diese Fesseln sprengen.

EGIS Community wird dieses Jahr weitere Fortschritte in diese Richtung machen.

Es ist leider momentan offensichtlich, dass unsere bisherigen Werkzeuge am Besten funktionieren, wenn sie von Menschen innerhalb unserer Gebäudemauern genutzt werden. Ich glaube erstens, dass dies nicht gut ist, und zweitens, dass wir dies zum Nutzen aller Beteiligten ändern können.

Es gibt sehr eindrucksvolle Beispiele, von denen wir lernen können. Eins ist die Organisation von Open Source Projekten, hier vor allem Ubuntu. Hier wird mit tausenden weltweit verstreuten Entwicklern auch kommerziell erfolgreich gearbeitet. Ubuntu hat mittlerweile mehr als 25 Mio. Installationen und ist nennenswerter wirtschaftlicher Faktor geworden. In diesem

Projekt wurden meiner Meinung nach Maßstäbe in der Zusammenarbeit gesetzt, die auch auf uns übertragbar sind. Ein wesentlicher Unterschied zu uns ist bei Ubuntu, dass nichtöffentliche Kommunikation unerwünscht ist. Das ist heute noch weit entfernt von unserer Art zu arbeiten.

Bei uns ist die öffentliche Kommunikation die Ausnahme. Die Regel sind trotz aller Wikisierung immer noch Abstimmungen in Besprechungen, die bestenfalls auszugsweise als Protokoll nachträglich ins Wiki gestellt werden. Daraus folgt, dass eigentlich nur Mitarbeiter im Standort Bielefeld immer Top informiert sind. In unserem alten Leitbild habe ich mal diesen Effekt als Unternehmensautismus beschrieben. Wir haben hier mittlerweile erhebliche Fortschritte zu damals gemacht, sind aber weit hinter dem Möglichen geblieben.

Wir haben Projekte bei SYNAXON, in welchen bereits mit lokal verstreuten Ressourcen gearbeitet wird, die teilweise nicht einmal Mitarbeiter der SYNAXON sind. Eins davon ist snippr. Wir werden in diesem Projekt mit neuen Techniken experimentieren, die uns weiter in Richtung Enterprise 2.0 bringen sollen. Wir werden versuchen, den Ansatz der möglichst offenen Projektabstimmungen umzusetzen. Das wird im nächsten Jahr einerseits durch den nochmals verstärkten Einsatz von Jabber geschehen. Wir werden aber auch die Technik des Mikroblogging ausprobieren. Im Umfeld der netzöffentlichen Kommunikation hat hier die Plattform Twitter Maßstäbe gesetzt. Soweit, dass wir weltöffentlich wahrnehmbar arbeiten, wollen wir in der Projektsteuerung zunächst nicht gehen. Der erste Schritt wird zunächst firmenöffentlich unter Einbindung Externer sein. Sollte sich das bewähren, werden wir im nächsten Schritt unsere SYNAXON Partner (im Schwerpunkt PC-SPEZIALIST) mit einbinden.

Wir testen eine für den gewerblichen Bereich optimierte Mikroblogging Plattform, die wir nun eine Zeit lang ausprobieren wollen. Es handelt sich um Yammer.

Die Idee dahinter ist, dass man immer sehr kurz mitteilt, an was man gerade arbeitet. Ich muss gestehen, dass mir auch ein paar Monate lang nicht klar war, was das denn bringen soll. Ich habe allerdings in den letzten Wochen so viele begeisterte Berichte über Mikroblogging gelesen, dass ich mich dazu durchgerungen habe, es auch selber zu testen.

Die Abgrenzung zu dem bereits intensiv genutzten Instant Messaging mit Jabber ist, dass es nicht in erster Li-

> Jabber ist, dass es nicht in erster Linie dazu dient, sich kurz zu bestimmten Themen abzustimmen, dazu soll auch weiterhin Jabber genutzt werden.

Es sollen positive Effekte dadurch erzielt werden, dass alle Teambeteiligten wissen, woran die anderen gerade arbeiten. Ich kann bereits nach einem kurzen Test auf Twitter und Yammer bestätigen, dass dies enorm bei Leuten hilft, die nicht in einem Gebäude sitzen. Wer mich auf auf Twitter verfolgen möchte kann das hier tun. Yammer bietet den Vorteil, dass ich im Gegensatz zu Twitter Gruppen bilden kann. Es

macht für uns überhaupt keinen Sinn, die Yammer Profifunktionen zu nutzen. Die sind bei uns führend in EGIS Community abgebildet. Sollte sich in den nächsten Wochen herausstellen, dass Mikroblogging einen erheblichen Nutzen bietet, könnten wir darüber nachdenken, die doch eher simplen Funktionen in EGIS Community und snippr nachzubilden oder einfach Yammer und Twitter für uns zu nutzen.

Als Zwischenfazit können wir heute sagen, dass bis auf Second Life alle bislang eingeführten Web 2.0 Applikationen im Unternehmenseinsatz ein vol-

ler Erfolg waren. Dies ermutigt uns, weiter in diese Richtung zu forschen und zu investieren.

Ich selber kann heute feststellen, dass Enterprise 2.0 nicht nur viel nützt, sondern auch eine Menge Spass macht. Dies ist deutlich in meinen vielfältigen Enterprise 2.0 Aktivitäten in meinem Internetprofil sichtbar.

Tags: Enterprise 2.0, Führung, IM, Organisation, Twitter, yammer

➔ Seminarangebot

Unbedenklichkeit von Bezugsverpflichtung und Nichtweitergabe von Einkaufsvorteilen



BGH, Beschluss vom 11.11.2008 – KVR 17/08 (Bau und Hobby)

I. Problemaufriss

Kartellrechtlich darf ein marktbeherrschendes Unternehmen kein anderes aus demselben Sektor unbillig behindern.

➔ Dr. Helmut Liesegang, Liesegang & Kollegen

Aufgrund dieser Regelung verpflichtete das Bundeskartellamt den Franchise-Geber (Praktiker Baumärkte GmbH), von den 20 Franchise-Nehmern keine höheren Bezugspreise zu fordern als er den 275 Eigenfilialen kalkulatorisch abverlangte. Es stellte zudem eine unbillige Behinderung durch die 100% -ige Bezugspflichtverpflichtung im Franchise-Vertrag fest.

II. Beschluss des BGH

Diese Verfügung des Bundeskartellamtes ist – so der BGH – rechtswidrig.

1. Behinderung

Die Bezugsverpflichtung hindere den Franchise-Nehmer, seine Großhändler und Lieferanten frei zu wählen und zwingt ihn, nur Waren aus dem Franchise-Geber-Sortiment zu beziehen und zu vertreiben.

Durch die nicht vollständige Weitergabe von Einkaufsvorteilen (Boni, WKZ etc.) seien die Einstandspreise der Eigenfilialen niedriger als diejenigen der Franchise-Filialen.

2. Keine Unbilligkeit

Unbillig seien die Behinderungen aber wegen des berechtigten Interesses des Franchise-Gebers nur dann, wenn die Handlungsfreiheit des Franchise-Nehmers unangemessen eingeschränkt werde und dadurch eigene Interessen in rechtlich zu missbilligender Weise verwirklicht werden sollen.

Der Franchise-Geber habe hier ein berechtigtes Interesse, durch die Bezugsverpflichtung die Identität und das Ansehen der Vertriebsorganisation zu bewahren. Die Kontrolle in einzelnen Geschäftslokalen könne dies nicht ebenso effizient sicherstellen. Als Großhändler werde der Franchise-Geber mit einem zusätzlichen Koordinierungsaufwand und der Abwicklung des Zahlungsverkehrs belastet. Zudem trage er das Insolvenzrisiko der Franchise-Nehmer und das Risiko gewährleistungsrechtlicher Inanspruchnahme aus den Warenlieferungen. Hierfür solle er als Ausgleich einen Teil der Einkaufsvorteile behalten dürfen.

Auch die Kombination aus beiden Rege-

lungen behindere den Franchise-Nehmer nicht unbillig. Die einzelfallabhängige Missbrauchsgefahr (Erhöhung der Einkaufspreise bei gleichzeitiger Erhöhung der Einkaufsvorteile) und die denkbare Verschiebung der Gewichte zu eigenen Gunsten und zu Lasten des Franchise-Nehmers lasse an sich zulässige Regelungen nicht unzulässig werden. Im konkreten Fall wurden keine Tatsachen festgestellt, die für eine Manipulation der Preise durch Praktiker sprachen. Der Bundesgerichtshof hat allerdings darauf hingewiesen, dass eine Benachteiligung nur einzelner Franchise-Nehmer etwa um in der Folge einen besonders lukrativen Standort selbst übernehmen zu können, gegen das Diskriminierungsverbot des § 20 Abs. 1, 2 GWB verstoßen würde.

III. Fazit

Der BGH trägt mit guter Begründung den berechtigten Interessen des Franchise-Gebers Rechnung. Damit können auch künftig Regelungen im Franchise-Vertrag vorgesehen werden, die eine nicht vollständige Weitergabe der Einkaufsvorteile und eine weitestgehende Bezugsverpflichtung normieren.

L139/557/09/01/T37

➔ Seminarangebot

VERANSTALTUNGSÜBERBLICK

VERANSTALTUNGSTHEMA	DATUM	ORT	LINK
Franchise-Handbücher - und neue Formen des Know-how-Transfers	16. März 2009	Frankfurt am Main	➔
7. Franchise-Rechts-Forum	22. April 2009	Berlin	➔
43. Schule des Franchising	22.-25. Juni 2009	München	➔
24. Deutscher Franchise-Tag	08. Oktober 2009	Frankfurt am Main	➔

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. Oder besuchen Sie uns im Internet unter www.franchise-institut.de.

IMPRESSUM

Herausgeber: Deutsches Franchise Institut (DFI) GmbH

Anschrift: Deutsches Franchise Institut (DFI) GmbH
Erlensteigenstraße 7 | D-90491 Nürnberg | ++49.911.32003-0 | Fax ++49.911.32003-20
E-Mail: info@franchise-institut.de
Internet: 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.