



SOCIAL MEDIA DAY

ROUND-TABLE FÜR FRANCHISESYSTEME

Mit praktischen Übungen und rechtlichen Rahmenbedingungen

DONNERSTAG, 20. JUNI 2013 IN KÖLN

Präsentieren Sie Ihr Unternehmen erfolgreich bei Facebook, Twitter & Co. und/oder erreichen Sie neue Zielgruppen!

In unserem Workshop zeigen wir Ihnen, wie Sie effektiv und professionell vorgehen, wo Stolpersteine lauern – und wie man diese umgeht.

ORGANISATORISCHES

TERMIN:

Donnerstag, 20. Juni 2013
09:00 Uhr bis 17:00 Uhr

TAGUNGSPAUSCHALE:

99 € zzgl. MwSt. p. P. für DFV-Mitglieder
249 € zzgl. MwSt. p. P. für Nicht-Mitglieder

TAGUNGSPORT:

Mercure Hotel Severinshof Köln City
Severinstraße 199
50676 Köln

Zimmerreservierungen können unter der Telefonnummer +49 (0) 221 2013 621 oder unter H1206-SB@accor.com reserviert werden. Das Kontingent unter dem Stichwort: „DFV“ ist bis Mittwoch, 22. Mai 2013 abrufbar.

DFV-Konditionen für ein Einzelzimmer inklusive Frühstück beträgt 106,00 EUR p.P und Nacht und gilt für die Nacht von Mittwoch, 19. Juni 2013 auf Donnerstag, 20. Juni 2013.

KONTAKT

Deutscher Franchise-Verband e.V.
Luisenstraße 41
10117 Berlin

Tel.: +49 30 278 902-0
E-Mail: budde@franchiseverband.com

**Anmeldeschluss ist Montag, 27. Mai 2013.
Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Sichern Sie sich Ihre Teilnahme bitte rechtzeitig.**

Bei Rückfragen steht Ihnen Frau Swaantje Budde gerne zur Verfügung.

ANMELDUNG

SOCIAL MEDIA DAY – ROUND-TABLE FÜR FRANCHISESYSTEME

WIR MELDEN FOLGENDE PERSONEN AN: (Bitte in Blockbuchstaben)

KOSTEN

Nichtmitglieder: 249 €
DFV-Mitglieder: 99 €

- Ich bin DFV-Mitglied
 Ich bin kein DFV-Mitglied

zum
Online-Anmeldeformular



1. Vorname, Name

2.

Vorname, Name

Firmenname

PLZ, Ort

Telefon

Datum, Ort

Straße, Nr.

E-Mail-Adresse

Unterschrift

PER FAX AN:
+49 30 278 902-15
ODER PER MAIL:
budde@franchiseverband.com

SEMINARINHALTE



Referent: Steffen Kessler
FranchisePORTAL GmbH



SOCIAL MEDIA & FRANCHISING

STRATEGIE

- Social Media: Wofür eigentlich?
- Herausforderung Franchising: Aufgabenverteilung zwischen Zentrale und Partnern
- Interne Organisation: Von Agentur über Mitarbeiter bis Zeitpunkt
- Kanäle: Welche Socialmedia-Kanäle für wen Sinn machen
- Sprachrohr Social Media: Der richtige Umgang mit Kritik

FACEBOOK

- Basics: Wie Facebook funktioniert
- Message: Der richtige Ton, die richtigen Inhalte
- Best Practice: Inspiration durch Andere

GOOGLE+

- Google+ & SEO: Warum mitmachen, wenn „niemand“ mitmacht?
- Im Zentrum: Wie Google sein soziales Netzwerk in den Mittelpunkt aller Tools und Dienste stellt

VIDEOS

- Lesen ist out: Die Bedeutung von Videos im Internet
- Inhalte: Welche Länge? Welche Inhalte? Welchen Unterhaltungsgrad?
- Videoproduktion: Profi oder hausgemacht?

DISKUSSION

- Viel Raum für Diskussionen, Fragen & Erfahrungsaustausch



Referent: RA Marco Hero
PF&P Rechtsanwälte



RECHTLICHE GRUNDLAGEN FÜR FRANCHISESYSTEME

- Nationale und internationale Rahmenbedingungen.
- Was darf ein Franchisegeber, was nicht?
- Was darf ein Franchisenehmer, was nicht?

VERTRAGLICHE GESTALTUNG EINER SOCIALMEDIA STRATEGIE

- Was kann, was sollte ein Franchisegeber regeln?
- Wie und wo werden die Spielregeln verankert?
- Was tun bei Verstößen, welche Rechte hat ein Franchisesystem?

UMSETZUNG DER SOCIALMEDIA-STRATEGIE

- Wie kommunizieren Franchisesysteme ein Socialmedia-Strategie?
- Wie implementieren Franchisesysteme ein Socialmedia-Strategie?
- Wie kontrolliert man eine Socialmedia-Strategie ?

CHECKLISTE UND ROADMAP ZUR GESTALTUNG EINER SOCIALMEDIA-STRATEGIE

BEST PRACTICE BEISPIELE AUS DEN BEREICHEN

- Gastronomie
- Fashion
- Retail
- Dienstleistungen

*AGB

§ 1 ALLGEMEINES

(1) Diese Teilnahmebedingungen gelten für Verträge über Veranstaltungen, Tagungen und Seminare (nachfolgend: Veranstaltungen) des Deutschen Franchise-Verbandes (DFV).
(2) Mit der Anmeldung für eine Veranstaltung erkennt der Veranstaltungsteilnehmer/Kunde diese Teilnahmebedingungen des Deutschen Franchise-Verbandes verbindlich an.

§ 2 ANMELDUNG UND AUFTRAGSERTEILUNG

(1) Anmeldungen zu Veranstaltungen müssen schriftlich erfolgen (per Post, Fax, E-Mail, Online-Anmeldeformular) und werden erst rechtswirksam, wenn sie durch den Deutschen Franchise-Verband schriftlich bestätigt werden. Bei Seminaren mit begrenzter Teilnehmerzahl werden die Anmeldungen in der Reihenfolge ihres Eingangs berücksichtigt. Die Daten der Teilnehmer werden ausschließlich für interne Zwecke im Rahmen der Anmeldung elektronisch verarbeitet. Die mit der Anmeldung einhergehenden Daten werden unter Beachtung der Datenschutzbestimmungen gespeichert.

(2) Alle Preise verstehen sich netto zzgl. der zum Zeitpunkt der Leistung gültigen gesetzlichen MwSt. Der Preis einer Veranstaltung versteht sich, sofern in der Programmbeschreibung nicht ausdrücklich eine andere Regelung angeführt ist, als Preis für die Veranstaltung, Unterlagen, Handouts und Teilnahmebescheinigungen.
Die Rechnungsstellung erfolgt vor Seminarbeginn. Rechnungen für Seminare sind zahlbar bei Rechnungsstellung innerhalb von 14 Tagen ab Rechnungsdatum ohne Abzug.

§ 3 RÜCKTRITT

(1) Ein kostenfreier Rücktritt ist, soweit in der Seminarbeschreibung nichts anderes geregelt ist, grundsätzlich nicht möglich. Ein Rücktrittsgesuch kann vom Teilnehmer bis spätestens zum Veranstaltungsbeginn beim Deutschen Franchise-Verband schriftlich gestellt werden.

(2) Bis zum 21. Tag vor Veranstaltungsbeginn ist der DFV grundsätzlich berechtigt, 60%, bei einem späteren Termin 80% des Veranstaltungsbetrages in Rechnung zu stellen.

(3) Ein Vertreter kann vom Teilnehmer jederzeit benannt werden. Dieser muss in die Kosten und Pflichten des mit dem DFV geschlossenen Vertrages eingewiesen werden. In diesem Fall haften der angemeldete Seminarteilnehmer sowie dessen Vertreter als Gesamtschuldner der Gebühren. Für eine Umbuchung weniger als 21 Tage vor Beginn der Veranstaltung wird eine Bearbeitungsgebühr von 50 EURO erhoben.

(4) Der Abzug ersparter Aufwendungen ist durch die Ziffer 2 berücksichtigt. Dem Kunden steht der Nachweis frei, dass der oben genannte Anspruch nicht oder nicht in der geforderten Höhe entstanden ist.

§ 4 ABSAGE VON VERANSTALTUNGEN UND HAFTUNG

(1) Der Deutsche Franchise-Verband behält sich vor, Veranstaltungen auf Grund einer zu geringen Teilnehmerzahl abzusagen oder zu verlegen. Der Veranstaltungsteilnehmer wird in diesem Fall spätestens 5 Werktage vor Veranstaltungsbeginn benachrichtigt.

(2) Bei Ausfall einer Veranstaltung durch Krankheit des Vortragenden, höhere Gewalt oder sonstige unvorhersehbare Ereignisse besteht kein Anspruch auf Durchführung der Veranstaltung. Ebenso erfolgt bei Kursausfall oder Terminverschiebung keine Übernahme von Reise- und Übernachtungskosten sowie von durch Arbeitsausfall entstehenden Auslagen.

(3) Unabhängig von gesetzlich zwingenden Haftungsregelungen, z.B. aus Produkthaftung, haftet der Deutsche Franchise-Verband bei eigenem Verschulden oder dem seiner Erfüllungsgehilfen nur bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit, z.B. auf Schadensersatz. Die Haftung für mittelbare Schäden gegenüber einem Kaufmann ist beschränkt auf das 5fache des Rechnungsbetrages. Diese Haftungsbeschränkungen greifen nicht, soweit eine wesentliche Vertragspflicht oder eine Kardinalpflicht verletzt worden ist. Dann besteht ein Anspruch auf den Ersatz des vertragstypischen Schadens.

§ 5 GEWÄHRLEISTUNG UND ÄNDERUNGSVORBEHALT

(1) Der Deutsche Franchise-Verband bemüht sich bei der Auswahl der Referenten und Themen. Dabei werden grundsätzlich Erfahrung, Renommee und Aktualität gefordert. Allerdings übernimmt der DFV keine Gewähr oder Haftung für die inhaltliche Richtigkeit und Fehlerfreiheit der Schulungsinhalte und Unterlagen seiner Referenten und teilt auch nicht deren Äußerungen als eigene.

(2) Der DFV behält sich vor, notwendige inhaltliche und/oder organisatorische Änderungen vor oder während der Veranstaltung vorzunehmen, soweit diese den Gesamtcharakter der Veranstaltung nicht wesentlich ändern. Im Bedarfsfall ist der DFV berechtigt, den/die zunächst vorgesehenen Referenten und/oder Seminarleiter durch gleichqualifizierte Personen zu ersetzen.

§ 6 URHEBERRECHT UND NUTZUNGSRECHTE

Dem Deutschen Franchise-Verband verbleiben alle urheberrechtlichen Nutzungsrechte an den überlassenen Schulungsunterlagen. Die Unterlagen dürfen nicht zur Weitergabe an Dritte vervielfältigt werden. Der Kunde darf sich ein Vervielfältigungsstück nur anfertigen und für ausschließlich eigene Zwecke verwenden, wenn sein Original infolge von Beschädigung oder Zerstörung nicht mehr verwendbar ist. Gedruckte Unterlagen dürfen - auch auszugsweise - nicht nachgedruckt oder nachgeahmt werden.

§ 7 ZIMMERRESERVIERUNGEN

Der Deutsche Franchise-Verband hält für die Teilnehmer an Veranstaltungen ein Zimmerkontingent entweder im Tagungshotel oder - wenn die Veranstaltung nicht in einem Hotel stattfindet - in einem nahe gelegenen Hotel bereit. Die Zimmer können direkt beim Hotelbetreiber unter Bezugnahme auf die Veranstaltung des Deutschen Franchise-Verbandes abgerufen und gebucht werden. Ein Vertragsverhältnis kommt dabei ausschließlich zwischen dem Hotel und dem Teilnehmer zustande. Ein Anspruch auf ein Zimmer wird hierdurch nicht gegenüber dem DFV begründet.

§ 8 ERFÜLLUNGORT, GERICHTSSTAND UND WIRKSAMKEIT

(1) Erfüllungsort ist Sitz des Deutschen Franchise-Verbandes. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Deutschen Franchise-Verbandes. Soweit Ansprüche des Deutschen Franchise-Verbandes nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nichtkaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nichtkaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Deutschen Franchise-Verbandes vereinbart.

(2) Es gilt ausschließlich das Recht der Bundesrepublik Deutschland.

(3) Durch eine etwaige Unwirksamkeit einer oder mehrerer Bestimmungen wird die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Anstelle der unwirksamen Klauseln gilt dasjenige vereinbart, was dem wirtschaftlich Gewollten in rechtlich zulässiger Weise am ehesten entspricht. Dies gilt auch für die ergänzende Vertragsauslegung (Salvatorische Klausel)

(4) Die Vertragssprache ist Deutsch.