

ETHIKKODEX DES DEUTSCHEN FRANCHISEVERBANDES E.V.

Der hier vorliegende Ethikkodex richtet sich an

- Mitglieder
- Assoziierte Mitglieder und
- Assoziierte Experten

des Deutschen Franchiseverbandes e.V.

Er ist mit dem diesbezüglichen Beschluss der Mitgliederversammlung des Deutschen Franchiseverbandes vom 17.05.2022 als verbindliches Leitbild für die Franchisewirtschaft angenommen worden.

(Dieser Kodex ist die Neufassung des Ethikkodex des Deutschen Franchiseverbandes aus dem Jahr 2008 und nimmt daher – wie dieser – auch auf den Europäischen Verhaltenskodex der European Franchise Federation [EFF] aus dem Jahr 1972 Bezug.)

PRÄAMBEL

Der Ethikkodex ist das Fundament für das Handeln der „Franchisewirtschaft“, die sich als eine wertorientierte Gemeinschaft versteht. Er definiert Werte des Miteinanders und das Prinzip der Partnerschaft auf Augenhöhe.

Dabei geht es um ein gelingendes Miteinander aller Beteiligten. Der Franchiseverband ist von der Erkenntnis geleitet, dass Wirtschaft und Ethik gleichermaßen dieses eine Ziel verfolgen, jedoch jeweils unter anderen Blickwinkeln. Unternehmerisches Handeln steht also unter dem Postulat, dass Ethik und Wirtschaft dem Menschen dienen sollen und nicht umgekehrt.

Franchising bedeutet Kooperation. Daraus ergibt sich, dass das Streben nach dem individuellen Erfolg als solchem nicht das höchste Ziel sein kann, dem alles andere unterzuordnen wäre. Darüber steht vielmehr die Würde eines jeden einzelnen Menschen. Nicht umsonst eröffnet genau diese zentrale Aussage den Katalog der Grundrechte unseres Grundgesetzes. Demzufolge stellt auch materieller Erfolg im Sinne von Gewinnmaximierung allein kein erstrebenswertes Ziel dar. Aber auch ethische und wirtschaftliche Maximen können keine „autonomen“ Werte sein, sondern stehen in einer Wechselwirkung mit dem Ziel eines gelingenden Miteinanders im ganzheitlichen Sinne. Das Finden dieses Gleichgewichtes wird – bei gleichzeitiger vernunft-

geleiteter Gewinnoptimierung – zum Grundstein für Partnerschaften auf Augenhöhe, die von dem Gedanken der Förderung des Wohles aller Beteiligten unter den gegebenen realen Verhältnissen geprägt werden. Partnerschaften auf Augenhöhe verlangen gute Argumente, keine individuellen Befindlichkeiten und Streben nach persönlicher Profilierung. Menschlichkeit und Wirtschaftlichkeit bedingen sich also und sollen sich gegenseitig stützen; Menschlichkeit braucht eine funktionierende Wirtschaft und eine funktionierende Wirtschaft braucht Menschlichkeit.

Der Deutsche Franchiseverband möchte den Beteiligten daher nicht nur einen verbindlichen Leitfaden an die Hand geben, sondern auch einen Wertekanon vermitteln, der dem wirtschaftlichen Handeln zugrunde liegt. Ethische Überlegungen sollen dabei eine Richtung weisen und auch unter den jeweils unterschiedlichen konkreten Bedingungen als Leitlinien fungieren können. Konkrete Wege und Werkzeuge entstehen im Sinne guter unternehmerischer Führung, auf die jeweilige Situation bezogen und auf der Grundlage dieses Wertefundaments.

Für die Verständigung, die zu einem integrierenden Miteinander führen soll, bedeutet dies: Es geht darum, die verschiedenen Facetten des Miteinanders in Diskursen, Entscheidungsprozessen und bei deren Vermittlung zu (be)achten, also normative Prinzipien und empirische Realisierungsbedingungen als zusammengehörend zu betrachten.

Dieser Kodex richtet sich an alle Beteiligten in der deutschen Franchisewirtschaft, also auch an jene, die nur zeitlich begrenzt in die Wertschöpfungskette „Franchising“ involviert sind. Er gibt damit die verbindlichen Leitlinien für die Aktivitäten der Berufstätigen auf dem Gebiet der Franchisewirtschaft vor. Sie werden sich daher mit ihrem Handeln für die Einhaltung des Ethikkodex einsetzen und dessen Inhalte, auch im Verhältnis zu Dritten, vertreten.

Auch der Deutsche Franchiseverband unterstützt in diesem Sinne die Einhaltung der entsprechenden Regelungen nachdrücklich.

I. ALLGEMEINER TEIL

Franchising ist ein Vertriebssystem zur Vermarktung von Waren, Dienstleistungen und Technologien. Es gründet sich auf eine enge und fortlaufende Zusammenarbeit rechtlich und finanziell selbstständiger und unabhängiger Unternehmen, des Franchisegebers und seiner Franchisenehmer. Der Franchisegeber gewährt seinen Franchisenehmern das Recht und erlegt ihnen gleichzeitig die Verpflichtung auf, ein Geschäft entsprechend seinem Konzept zu betreiben. Dieses Recht erlaubt dem Franchisenehmer, ja verpflichtet ihn, den Systemnamen und/oder das Warenzeichen und/oder die Dienstleistungsmarke und/oder andere gewerbliche Schutz- oder Urheberrechte sowie das Know-how, die wirtschaftlichen und technischen Methoden und das Geschäftssystem des Franchisegebers zu nutzen. Die Nutzung erfolgt gegen ein direktes oder indirektes Entgelt im Rahmen und für die Dauer eines schriftlichen, zu diesem Zweck zwischen den Parteien abgeschlossenen Franchisevertrags bei laufender technischer und betriebswirtschaftlicher Unterstützung durch den Franchisegeber.

- **Know-how** bedeutet ein Paket von nicht patentierten praktischen Kenntnissen, die auf Erfahrungen des Franchisegebers und Erprobungen durch diesen beruhen und die geheim, wesentlich und identifiziert sind.
- **Geheim** heißt, dass das Know-how in seiner Substanz, seiner Struktur oder der genauen Zusammensetzung seiner Teile nicht allgemein bekannt oder nicht leicht zugänglich ist; der Begriff ist nicht in dem engen Sinne zu verstehen, dass jeder einzelne Teil des Know-hows außerhalb des Geschäfts des Franchisegebers völlig unbekannt oder nicht erhältlich sein müsste.

- **Wesentlich** besagt, dass das Know-how Kenntnisse umfasst, die für den Franchisenehmer zum Zwecke der Verwendung des Verkaufs oder des Weiterverkaufs der Vertragswaren oder -dienstleistungen bedeutsam und nützlich sind. Dies trifft zu, wenn es bei Abschluss der Vereinbarung geeignet ist, die Wettbewerbsstellung des Franchisenehmers insbesondere dadurch zu verbessern, dass es dessen Leistungsfähigkeit steigert.
- **Identifiziert** bedeutet, dass das Know-how ausführlich genug beschrieben sein muss, um prüfen zu können, ob es die Merkmale des Geheimnisses und der Wesentlichkeit erfüllt; die Beschreibung des Know-hows kann entweder in der Franchisevereinbarung oder in einem besonderen Schriftstück niedergelegt oder in jeder anderen geeigneten Form vorgenommen werden.

FRANCHISING IM VERHÄLTNISS UNTEREINANDER

Ein **Franchisesystem** ist eine kooperative Form der Zusammenarbeit von Franchisegeber und Franchisenehmer. Es ist in aller Regel eine auf eine längere Zeit hin geschlossene Partnerschaft. Deshalb ist allen Franchisesystemen gemeinsam, dass die Interessen des Systems als Kollektiv den Eigeninteressen der Beteiligten vorgehen. Franchisegeber und Franchisenehmer arbeiten auf Basis eines gemeinsamen Werteverständnisses gemeinsam an der Erreichung der Ziele des Systems.

Die Zusammenarbeit erfolgt erst, nachdem beide Parteien einander eingehend geprüft haben (**vorvertragliche Prüfung und Aufklärung**). Durch Abschluss des **Franchisevertrages** haben sich Franchisegeber und Franchisenehmer einen Rahmen für ihre freiwillige Zusammenarbeit gegeben. Er ist die Basis einer dauerhaften wirtschaftlich erfolgreichen Zusammenarbeit.

Außer dem Franchisevertrag erkennen beide Vertragspartner die **Know-how-Dokumentation** und deren Regelungen als Grundlage der Zusammenarbeit an. Sowohl Franchisevertrag wie auch Systemhandbuch enthalten klare und eindeutige Regeln und Standards der Zusammenarbeit. Sie definieren Prozesse und Abläufe für das System, den betrieblichen Alltag im franchisierten Betrieb, und legen fest, wer welche Aufgaben und Verantwortlichkeiten im Franchisesystem wahrnimmt.

Die Regelungen schaffen Transparenz und Klarheit in der Beziehung der Vertragspartner. Die Beteiligten im Franchisesystem anerkennen die Leistung des jeweils anderen und bekennen sich zu einer offenen Kommunikation, insbesondere zum Austausch von Know-how und neuen Ideen. Darüber hinaus schaffen Franchisesysteme klare Regelungen und strukturierte Lösungsmöglichkeiten für den Umgang mit Konflikten im System.

FRANCHISING IM VERHÄLTNISS ZU SEINER UMWELT

Die Partnerinnen und Partner im Franchisesystem sind sich darüber einig, dass ihre Arbeit einen **nachhaltigen Nutzen** stiften soll. Um diese Nachhaltigkeit zu erreichen, beachten sie in ihrer Arbeit ökonomische, ökologische und soziale Aspekte. Dies gilt einerseits für die Beziehung zwischen Franchisegeber und Franchisenehmer, aber auch für das erweiterte „Ökosystem“ Franchise. Hierzu zählen die Beziehungen zu Mitarbeitenden, Kundinnen, Kunden und Lieferanten:

- **Liefernde:** Franchisesysteme beruhen auf einer langfristigen Geschäftsbeziehung auf Augenhöhe; die Lieferketten sind auf soziale und ökologische Verträglichkeit zu prüfen.
- **Kundinnen und Kunden:** Franchisesysteme arbeiten aktiv an der Einhaltung gegebener Qualitätsversprechen und versuchen Kundinnen und Kunden nach Möglichkeit bei der Entwicklung und Gestaltung der Produkte und Services mit einzubeziehen.
- **Mitarbeitende:** Franchisesysteme fühlen sich im Besonderen dazu verpflichtet, sichere Arbeitsverhältnisse und faire Arbeitsbedingungen zu schaffen – dies gilt insbesondere für die Einhaltung aller arbeitsrechtlichen Standards. Durch ihre Größe stehen Franchisesysteme auch für besondere Aus- und Weiterbildungs- und damit für exzellente Karriere-möglichkeiten.
- **Franchiseverband:** Systeme, die die zuvor beschriebene Bedingung erfüllen, schließen sich im Deutschen Franchiseverband zusammen. Der Verband repräsentiert die Franchisewirtschaft gegenüber Politik und Öffentlichkeit und versteht sich als Qualitäts- und Wertegemeinschaft der in Deutschland ansässigen Franchisesysteme. Seine Mitglieder haben den Anspruch, Vorbild ihrer jewei-

ligen Branche zu sein, was sich auf die Innenbeziehung zwischen ihnen als Franchisegeber und ihren angeschlossenen Franchisenehmern bezieht als auch auf die Beziehung des Systems und der am System Beteiligten in Hinblick auf Kundinnen und Kunden, Mitarbeitende und Liefernde.

II. BESONDERER TEIL

1. FRANCHISEGEBER

Das Selbstverständnis des Franchisegebers

1. Vor dem Start des Franchisesystems wurde das Geschäftsmodell in einem angemessenen Zeitraum und mit wenigstens einem selbst oder von einem Dritten geführten Pilotbetrieb erfolgreich betrieben. Ein Franchisesystem ist durch eine bereits geschützte Marke und ggf. sonstige gewerbliche Schutzrechte gekennzeichnet. Der Franchisegeber ist Eigentümer oder Nutzungsberechtigter dieser Marke, der Patente, Designs und sonstigen Schutzrechte.
2. Der Franchisegeber ist Eigentümer oder Nutzungsberechtigter einer für das jeweilige Land relevanten Domain und, je nach Geschäftskonzept, unterschiedlicher Social-Media-Accounts. Die Domain trägt in der Regel den Markennamen in der Bezeichnung.
3. Der Franchisegeber stellt dem Franchisenehmer ein umfassendes Leistungspaket bereit. Dazu gehören die Eingliederung des Franchisenehmers in das Franchisesystem, der Transfer des systemspezifischen Know-hows mittels werthaltiger nachhaltiger Schulungen und einer umfassenden Know-how-Dokumentation sowie laufende kommerzielle, technische und betriebswirtschaftliche Unterstützungsleistungen während der gesamten Franchisepartnerschaft.
4. Der Franchisegeber hat einen auf sein Franchisesystem bezogenen Franchisevertrag erstellt, der den rechtlichen Anforderungen entspricht und die Besonderheiten des jeweiligen Franchisesystems abbildet.

Pflichten des Franchisegebers vor Vertragsunterzeichnung

1. Der Franchisegeber hat einen Rekrutierungsprozess entwickelt, der insbesondere die Nachhaltigkeit einer jeden Franchisepartnerschaft im Blick hat.
2. Der Franchisegeber klärt den künftigen Franchisenehmer umfassend über alle für das Geschäftsmodell und die Franchisepartnerschaft wesentlichen Umstände auf; er orientiert sich dabei an den vom Deutschen Franchiseverband zur Verfügung gestellten Empfehlungen und Richtlinien.
3. Der Franchisegeber unterstützt den zukünftigen Franchisenehmer durch geeignetes Datenmaterial und aussagekräftige Erfahrungswerte dabei, eine Standortanalyse wie auch einen Businessplan zu erstellen und damit die Finanzierung zu erreichen.

Pflichten des Franchisegebers während der Franchisepartnerschaft

1. Der Franchisegeber leistet kontinuierlich Unterstützung und berät den Franchisenehmer bei der Umsetzung des Geschäftsmodells. Er richtet Art und Umfang seiner Leistungen nach den entsprechenden Vereinbarungen und Darstellungen im Franchisevertrag und in der Know-how-Dokumentation aus.
2. Der Franchisegeber entwickelt und optimiert sowohl sein Geschäftsmodell als auch das dem Franchisenehmer zur Verfügung gestellte Leistungspaket kontinuierlich weiter; er orientiert sich dabei an den Veränderungen der Gesellschaft, des Marktes und der Wettbewerbssituation wie auch rechtlicher Rahmenbedingungen.
3. Der Franchisegeber macht es sich zur Aufgabe, die Qualität seines Franchisesystems zu erhalten und kontinuierlich zu verbessern, insbesondere durch Aufrechterhaltung der gewerblichen Schutzrechte und durch effektiven Schutz des systemspezifischen Know-hows, durch professionelle Schulungskonzepte, durch nachhaltige Expansion, durch Etablierung eines Netzwerks mit Mehrwert für alle Franchisenehmer und durch die Annahme von Herausforderungen im Rahmen franchise- und branchenspezifischer Zertifizierungen und Auszeichnungen.

4. Der Franchisegeber unterstützt den Franchisenehmer auch in persönlichen, unternehmensbedingten, allgemein wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Krisen. Er sucht gemeinsam mit ihm nach Lösungen, die eine nachhaltige Sicherung der Franchisepartnerschaft sowie auch den Fortbestand der wirtschaftlichen Existenz des Franchisenehmers zum Ziel haben. Er berücksichtigt dabei stets auch die Interessen des gesamten Franchisesystems.

Pflichten des Franchisegebers nach Beendigung einer Franchisepartnerschaft

1. Der Franchisegeber sorgt für eine geordnete Abwicklung der Franchisepartnerschaft und leistet gegebenenfalls Unterstützung bei Übertragung des Franchisebetriebes an seine Nachfolge.
2. Der Franchisegeber wird die Geschäftsgeheimnisse des ehemaligen Franchisenehmers dauerhaft wahren und vertraulich behandeln.
3. Im Rahmen eines Konfliktfalls lässt der Franchisegeber im Umgang mit dem Franchisenehmer Fairness walten. Die richtige Kommunikation, Probleme offen und direkt anzusprechen ist dabei ein Schlüssel zur Konfliktbewältigung. Der Franchisegeber ist gehalten, Beschwerden und Meinungsverschiedenheiten guten Glaubens und mit gutem Willen durch faire und sachliche Gespräche und direkte Verhandlungen zu klären. Einen Beitrag hierzu leisten das vom Deutschen Franchiseverband e.V. angebotene Mediations- sowie Ombudsmann Verfahren sowie der Leitfaden für Konfliktmanagement.

2. FRANCHISENEHMER**Selbstverständnis des Franchisenehmers**

1. Der Franchisenehmer ist selbstständiger Unternehmer und setzt das jeweilige Konzept des Franchisegebers am Absatzmarkt um. Dabei handelt er in der Regel im eigenen Namen und auf eigene Rechnung und nimmt zudem die unternehmerische Verantwortung an. Die Beachtung sowie Fürsorge für das zur Verfügung gestellte Know-how ist eine seiner Kernaufgaben.
2. Darüber hinaus versteht sich der Franchisenehmer als Markenbotschafter für das Konzept und wird daher alles in seiner Macht Stehende tun, um die Marke zu fördern und Schaden von ihr abzuwenden.

3. Der Franchisenehmer wird sein Unternehmen verantwortungsbewusst führen und verpflichtet sich dem Grundsatz des fortwährenden Lernens und der Weiterbildung. Er und seine Mitarbeitenden werden an Tagungen und Schulungen teilnehmen, die vom Franchisegeber veranstaltet werden und für den wirtschaftlichen Erfolg des einzelnen Franchisepartners und des gesamten Franchisesystems notwendig sind.

Pflichten des Franchisenehmers vor Vertragsunterzeichnung

1. Der Franchisenehmer wird sich aktiv an der vorvertraglichen Aufklärung beteiligen. Das bedeutet, dass er sich im Auswahlprozess offen, ehrlich und authentisch verhält und sich ebenso intensiv mit dem Franchise-konzept und dem Franchisegeber auseinandersetzt.
2. In den Gesprächen vor Vertragsbeginn ist der Austausch von Eigeninformationen zwischen den Partnern essenziell. Der einzelne Franchisenehmer wird daher im guten Glauben Daten zu seiner Person offenlegen, welche für den Franchisegeber notwendig sind, um die Entscheidung für oder gegen eine Franchisepartnerschaft treffen zu können.
3. Der Franchisenehmer wird zudem beim Kennenlernen seine Familie und sein soziales Umfeld mit einbeziehen, um so in seinem Umfeld eine breite Akzeptanz zu schaffen und eine entsprechende Unterstützung zu erfahren.

Pflichten des Franchisenehmers während der Franchisepartnerschaft

1. Der Franchisenehmer wird sich nachhaltig um das Wachstum seines Franchisebetriebs sowie die Wahrung der gemeinschaftlichen Identität und des guten Rufs des Franchisesystems bemühen (Betriebs- und Mitwirkungspflicht).
2. Der Franchisenehmer wird dem Franchisegeber nachprüfbar wirtschaftliche Daten zukommen lassen, um ihm die für ein effektives Management notwendige Beurteilung der Leistung und der wirtschaftlichen Ergebnisse zu erleichtern.

3. Der Franchisenehmer wird sich aktiv für die Gesamtinteressen des Franchisesystems einsetzen.
4. Der Franchisenehmer verpflichtet sich zu verantwortungsvollem Handeln gegenüber seinen Mitarbeitenden, seinen Kundinnen und Kunden, seinen Lieferanten und seinen sonstigen Geschäftspartnerinnen und -partnern.

Pflichten des Franchisenehmers nach Beendigung einer Franchisepartnerschaft

1. Der Franchisenehmer sorgt seinerseits für eine geordnete Abwicklung der Franchisepartnerschaft und leistet gegebenenfalls Unterstützung bei Übertragung des Franchisebetriebes an einen Nachfolger.
2. Der Franchisenehmer wird die Geschäftsgeheimnisse des ehemaligen Franchisegebers dauerhaft wahren und vertraulich behandeln.
3. In einem Konfliktfall lässt der Franchisenehmer im Umgang mit dem Franchisegeber Fairness walten. Eine direkte Kommunikation, in der die Beteiligten Probleme offen ansprechen, ist dabei ein Schlüssel zur Konfliktbewältigung. Der Franchisenehmer ist gehalten, Beschwerden und Meinungsverschiedenheiten guten Glaubens und mit gutem Willen durch faire und sachliche Gespräche und direkte Verhandlungen zu klären. Einen Beitrag hierzu leisten das vom Deutschen Franchiseverband e.V. angebotene Mediations- sowie Ombudsmann Verfahren sowie der Leitfaden für Konfliktmanagement.

3. BERATER

Der Deutsche Franchiseverband e.V. versteht sich als Qualitätsgemeinschaft für die Franchisewirtschaft. Zur Umsetzung dieses Anspruches haben Berater mit mindestens dreijähriger Praxiserfahrung die Möglichkeit, ihre Expertise in den Dienst der Franchisewirtschaft als assoziierte Fachleute des Deutschen Franchiseverbandes zu stellen. Dazu zählen Unternehmensberater, IT-Dienstleister, Vermittler und Trainer und Coaches genauso wie Steuerberater, Wirtschaftsprüfer und Rechtsanwälte.

Das Selbstverständnis des Beraters

Der Berater ist sich der Bedeutung des „gelingenden Miteinanders“ bewusst. Er ist fähig und in der Lage, die Werte, Prinzipien und Orientierungen, wie sie sich aus dem vorliegenden Ethikkodex ergeben, auf Ziele und Handlungen des täglichen Tuns anzuwenden.

Als assoziierter Experte des Deutschen Franchiseverbandes erkennt der Berater an, dass die im Ethikkodex niedergelegten Verhaltensweisen den Handlungsmaßstab für das persönliche, unternehmerische und gesellschaftliche Planen und Handeln des einzelnen Beraters darstellen.

So wird der Berater den vom Deutschen Franchiseverband an ihn gestellten Erfordernissen an Integrität, Exzellenz, Leistungsorientierung und Agilität nachkommen. Er versteht sich als unabhängig, kompetent und integer, arbeitet wertschätzend wie auch ergebnisorientiert und bekennt sich zu unternehmerischem Denken.

Durch sein Handeln stärkt der Berater das Vertrauen in die Franchisewirtschaft als Beispiel für sich erfolgreich gegenseitig bedingende Menschlichkeit und Wirtschaftlichkeit auf Augenhöhe in ethischen Gesamtkontexten.

Pflichten des Beraters

Als assoziierte Experten des Deutschen Franchiseverbandes akkreditierte Berater erbringen ihre Tätigkeit auf Grundlage der folgenden Grundprinzipien:

- 1. Objektivität, Unabhängigkeit:** Der Berater berät seine Mandanten unvoreingenommen und objektiv. Dabei ist er eigenverantwortlich und unabhängig tätig.
- 2. Fachliche Kompetenz:** Der Berater übernimmt nur Aufträge, für deren Bearbeitung er über die erforderlichen Fähigkeiten und Erfahrungen verfügt. Der Berater bietet alle Anstrengungen auf, seine Kenntnisse und Fähigkeiten ständig zu verbessern.
- 3. Effizienz/Transparenz:** Der Berater wird stets im besten Interesse und zum Wohle des Mandanten handeln. Er wird seine Dienstleistung nur dann anbieten, wenn er erwartet, dass seine Arbeit Vorteile für den Mandanten bringt, anderenfalls würde er den Auftrag nicht annehmen oder begonnene Projekte beenden. Der Berater richtet seine Beratung an den Interessen des Mandanten und nicht an möglichen Folgeaufträgen aus. Er gibt realistische Leistungs-, Termin- und Kostenschätzungen ab, die es einzuhalten gilt. Der Berater informiert den Mandanten vor, während und nach der Beratung angemessen über alle Umstände, die den Beratungsauftrag betreffen.
- 4. Honorare:** Der Berater berechnet nur Honorare, die im angemessenen Verhältnis zu Art und Umfang der geleisteten Arbeit stehen und die vor Beginn der Beratungstätigkeit mit dem Mandanten abgestimmt worden sind. Der Berater fasst seine Angebote so, dass der Klient, Mandant oder Kunde weiß, welche sonstigen Kosten neben dem Honorar in Rechnung gestellt werden.
- 5. Vertraulichkeit:** Der Berater behandelt die internen Vorgänge und Informationen des Klienten, Mandanten oder Kunden mit absoluter Vertraulichkeit. Insbesondere auftragsbezogene Unterlagen können nur auf Verlangen und mit ausdrücklicher schriftlicher Einwilligung des Mandanten an Dritte weitergegeben werden. Nach Beendigung des Auftrages werden auf Kundenwunsch alle auftragsbezogenen Unterlagen an den Klienten, Mandanten oder Kunden zurückgegeben, es sei denn, es bestehen gesetzliche Archivierungspflichten.
- 6. Unvereinbare Tätigkeiten:** Die Beachtung eventuell geltender standes- und berufsrechtlicher Richtlinien wird vorausgesetzt. Der Berater wird keine Beratung vornehmen, deren Zielsetzung sich in unangemessener Weise gegen die Franchisewirtschaft oder Teile derselben richten.
- 7. Wahrheitsgebot:** Der Berater wird zur Sicherstellung des notwendigen Vertrauensverhältnisses während der Zusammenarbeit mit dem Deutschen Franchiseverband und dessen Ausschüssen das Wahrheitsgebot beachten.

III. BOTSCHAFT

Essenzieller Bestandteil des Franchisings ist das partnerschaftliche Miteinander von Franchisegeber und Franchisenehmer. Dieser Kooperationsgedanke, gepaart mit einem klaren Rollenverständnis der Vertragspartner sowie transparenten Rechten und Pflichten eines jeden, stellen das Fundament eines seriösen Franchisesystems dar.

Das Ziel jedes Franchisesystems muss es sein, im Rahmen eines verantwortungsbewussten Umgangs mit der Umwelt durch die Schaffung der Synergien eine Win-Win-Win-Win-Situation zu erreichen, also für den Franchisegeber und -nehmer sowie die Mitarbeiter und die Kunden. Grundlage hierfür ist die erfolgreiche Erprobung und permanente Weiterentwicklung des Konzeptes, die Voraussetzungen für ein nachhaltiges Wachstum sind.

Der Deutsche Franchiseverband gibt hierfür der gesamten Franchisewirtschaft, vor allem aber seinen Mitgliedern, Erfahrungswissen und daraus resultierende klar definierte Spielregeln an die Hand. Die Basis bildet dabei dieser Ethikkodex, der u. a. im Rahmen der Franchise Compliance Deutschland, zahlreicher Leitfäden sowie des lebendigen Austauschs zwischen dem Franchiseverband und den Mitgliedern konkretisiert wird.