

Jahresrückblick 2015

Höhepunkte und Aktivitäten des
Deutschen Franchise-Verbandes e.V.



Inhalt

- 4 DFV-Services:
Angebote und Engagement**
- 11 Veranstaltungen:
Mehrwert für Mitglieder und Interessenten**
- 15 Kommunikation:
Publikationen und Medienpräsenz**
- 17 Politische Arbeit des DFV**
- 21 Das Deutsche Franchise-Institut:
Know-how und Schulungen**
- 22 Erste DFV- und DFI Termine 2016 im Überblick**
 - Mitglieder des Vorstandes und der Ausschüsse:
Ehrenamtliche Arbeit**
 - Die DFV-Geschäftsstelle: Ihre Ansprechpartner**

DFV-Services: Angebote und Engagement

Round-tables

2015 initiierte der DFV verschiedene Round-tables. Diese sollen den Erfahrungsaustausch unter DFV-Mitgliedern fördern und sie zum Netzwerken anregen. Round-tables sind ein fester Bestandteil einer DFV-Mitgliedschaft, bei denen sich unterschiedliche Franchisesysteme in verschiedenen Lebensphasen austauschen, voneinander lernen und kooperieren können.

Folgende Themen wurden 2015 u.a. diskutiert: der Mindestlohn bei der DELTAX Steuerberatungsgesellschaft mbH (ETL) in Köln und bei Janny's Eis Franchise GmbH in Seevetal-Maschen, die Franchisenehmer-Gewinnung bei der Bodystreet GmbH in Karlsfeld, Aus- und Weiterbildung bei der GD Handelssysteme GmbH in Köln, Internationalisierung bei Engel & Völkers Residential GmbH in Hamburg sowie die Digitalisierung in der Zentrale der Google Germany GmbH, ebenfalls in Hamburg.

Die Digitalisierung wird 2016 und in Zukunft eines der Hauptthemen des DFV und des DFI sein. Der Round-table bei Google hat dazu geführt, dass wir eine stärkere Zusammenarbeit mit dem Unternehmen anstreben. Den Auftakt 2016 bildet hierzu die Beteiligung des Unterneh-

mens am DFI-Digitalisierungsgipfel am Mittwoch, den 17. Februar 2016 in Bonn. Details zur Jubiläumsfeier des DFIs erfahren Sie auf Seite 21.

Wir danken allen Gastgebern sehr herzlich und laden alle Mitglieder zu weiteren Round-tables 2016 ein. Beachten Sie hierzu bitte unsere Ankündigungen per Email sowie Beiträge über unsere Newsletter und unseren Blog.

DFV-Ausschüsse

Rechtsausschuss

Eine Fülle an franchiserechtsrelevanten Themen wurde im vergangenen Jahr durch den Rechtsausschuss bearbeitet und angepackt. Darunter die Erarbeitung einer Muster-Widerrufsbelehrung für Franchiseverträge auf Grund der veränderten Rechtslage seit dem 13. Juni 2014, die Überarbeitung der Richtlinie zur vorvertraglichen Aufklärung, die Stellungnahmen des DFV im Bereich des Wettbewerbsrechtes, der Insolvenzanfechtung und der Handelsvertreterrichtlinie sowie die rechtlichen Herausforderungen für Franchisesysteme auf Grund der Einführung des Mindestlohnes.

Muster einer Widerrufsbelehrung für Franchiseverträge

Die seit dem 13. Juni 2014 in Kraft getretene neue Widerrufsbelehrung sorgt weiter für Diskussionsstoff. In weiten Teilen geht sie in die richtige Richtung, wie die Verwirkung des Widerrufsrechts nach einem Jahr und vierzehn Tagen nach Abschluss des Franchisevertrages. Eine gewisse Rechtsunsicherheit besteht dennoch, da das amtliche Muster zur Widerrufsbelehrung nicht eins zu eins auf Franchiseverträge anzuwenden ist. Daher hat

Links:
Tagung des Ausschusses
Qualität und Ethik



Rechts:
Franchise-Compliance-
Deutschland

der Rechtsausschuss ein entsprechendes Muster erarbeitet, welches er seinen Mitgliedern ab beginnenden März exklusiv zur Verfügung stellt.

Richtlinie zur vorvertraglichen Aufklärung

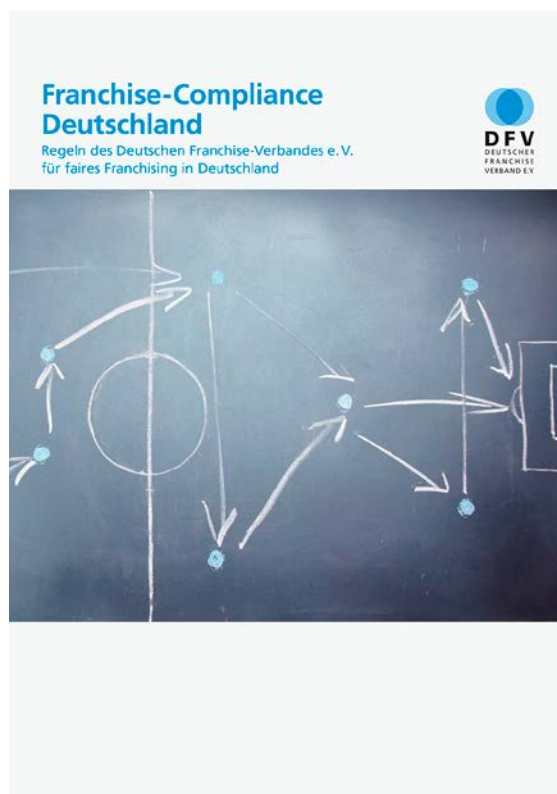
Diese Richtlinie soll Franchisegebern Mindestanforderungen für die vorvertragliche Aufklärung ihrer Franchise-Interessenten an die Hand geben. Im Gegensatz zu anderen Staaten (in Europa: Belgien, Frankreich, Italien, Litauen, Schweden und Spanien) ist der Umfang der Aufklärungspflichten des Franchisegebers in Deutschland nicht durch sog. disclosure-Regelungen gesetzlich festgeschrieben. Vielmehr wurden die Anforderungen im Laufe der Zeit durch die obergerichtliche Rechtsprechung konkretisiert. Den Franchisegebern soll deshalb ein praxistaugliches Instrument zur Verfügung gestellt werden, um sich einen Überblick über die zu erbringenden Informationen zu verschaffen. Die Richtlinie stellt die Mindestanforderungen an die vorvertragliche Aufklärung dar, jedoch erhebt diese keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

Ausschuss Qualität und Ethik

Für den Ausschuss Qualität und Ethik standen im zurückliegenden Jahr zahlreiche Themen auf der Arbeitsagenda. Darunter sei bspw. zu nennen, die Finalisierung eines Berater-Kodexes, die Vervollständigung der Franchise-Compliance Deutschland durch einen Franchisenehmer-Kodex, die Verabschiedung eines Leitfadens, einer Beiratsatzung sowie die Einleitung erster Schritte zur Erarbeitung eines Leitbildes des Franchisings in Deutschland.

Franchise-Compliance-Deutschland (FCD)

Qualität und Ethik im Miteinander der Franchisepartner sind ein essentieller Bestandteil in einem funktionierenden und wettbewerbsstarken Franchisesystem. Die Mitglieder des Deutschen Franchise-Verbandes gehören einer Qualitätsgemeinschaft an, welche sich dem sogenannten Ethik-Kodex für ihr wirtschaftliches Handeln verpflichtet fühlen. In der Franchise-Compliance-Deutschland (FCD) finden sich alle Empfehlungen und Richtlinien, die Franchisegeber und Franchisenehmer für eine erfolgreiche Arbeit und eine dauerhafte Partnerschaft benötigen. Um eine entsprechende Handhabung der FCD zu gewährleisten, ist diese in die Vorschriften „Muss“ (Richtlinie) und „Kann“ (Empfehlung) eingeteilt. Dies stärkt die Kräfte der Selbstregulierung der Franchisewirtschaft. Die Durchsetzungsmöglichkeit der FCD wird demnach gewährleistet, da bei Verstoß gegen die Richt-



linien („Muss“) der FCD Sanktionsmöglichkeiten des DFV gegenüber seinen Mitgliedern bestehen. Damit baut der DFV seine Rolle als die Qualitätsgemeinschaft der deutschen Franchisewirtschaft weiter aus. Franchisegeber und Franchisenehmer können effektiver und reibungsloser zusammenarbeiten und profitieren durch einen gemeinsamen wirtschaftlichen und nachhaltigen Erfolg.

Berater-Kodex

Die dem DFV als assoziierte Experten angeschlossenen Mitglieder sind Teil der Franchisewirtschaft und unterstützen die Interessen und Ziele der Franchisewirtschaft. Mit dieser Zielsetzung sind Verhaltensweisen unvereinbar, die sich zum Zwecke der Verfolgung von Individualinteressen gegen die Franchisewirtschaft oder wesentliche Teile – wie zum Beispiel gegen einen oder mehrere Franchisegeber und/oder Franchisenehmer – desselben richten. Ein lauterer und fairer Umgang ist daher unabdingbare Voraussetzung für eine gedeihliche Zusammenarbeit. Deshalb definiert der Berater-Kodex einen entsprechenden Handlungsrahmen, der den Beitrag des Beraters für die Franchisewirtschaft in einen ethisch unternehmerischen Kontext setzt.

Franchisenehmer-Kodex

Der Franchisenehmer-Kodex wird Bestandteil der Franchise-Compliance Deutschland (FCD). Das Ziel dieses Ko-

dexes ist es, Franchisenehmern einen Praxisleitfaden zur Verfügung zu stellen und zu vermitteln, was von Franchisenehmern erwartet werden kann. Der Franchisegeber und der Franchisenehmer tragen füreinander in ihrer Franchisepartnerschaft Verantwortung. Um die Verantwortlichkeiten unter einer gemeinsamen Marke zu dokumentieren wurde der Ethikkodex des DFV entwickelt. Dieser beinhaltet Verhaltensregeln, um nachhaltiges unternehmerisches Handeln zu fördern und gemeinsam das Franchisesystem zum Erfolg zu führen. Der Franchisenehmer-Kodex geht im speziellen auf Verhaltensregeln ein, die für den Franchisenehmer erforderlich sind, um seinen eigenen Beitrag für das partnerschaftliche Miteinander zu leisten.

Leitbild des Franchisings in Deutschland

Der Ausschuss Qualität und Ethik hat damit begonnen ein Leitbild für das Franchising in Deutschland zu entwickeln. Darin werden die sogenannten Leitsätze die Kernaussagen über grundlegende Werte, Ziele und Erfolgskriterien des DFV treffen. Sie bestimmen das Verhältnis zu den Mitgliedern, zu den Franchisenehmern und deren Mitarbeitern und formulieren die spezifische Kompetenz des DFV. Die Kultur einer Wirtschaftswertegemeinschaft, organisiert im Deutschen Franchise-Verband e.V. (DFV), ist geprägt von:

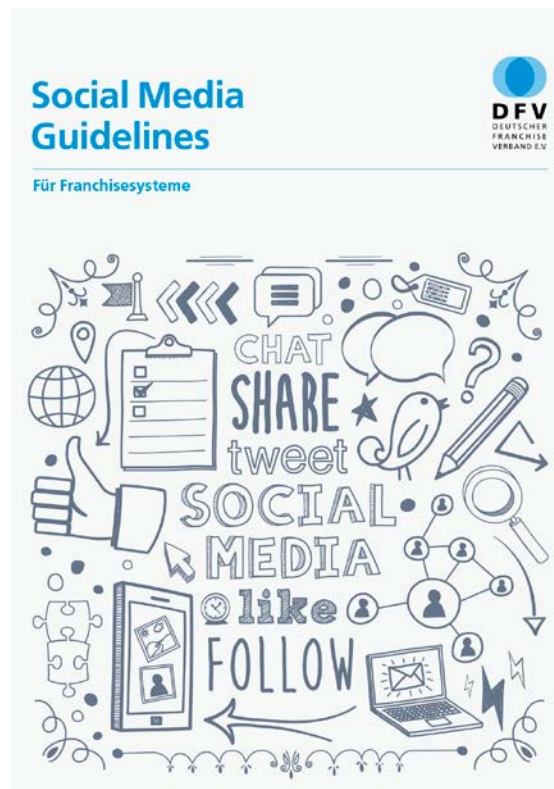
- Verhaltensnormen, Regeln
- Denk- und Handlungsweisen
- Wertevorstellungen (Überzeugungen)
- Geschichten/Legenden
(Was macht die Einzigartigkeit von Franchising aus?)

Dabei unterscheidet sich die Verbands- bzw. Wirtschaftskultur zu anderen Wirtschaftsbereichen, Gruppen, Unternehmen oder Geschäftsmodellen. Die klare und eindeutige Vorbildfunktion der Franchisegeber ist dabei eine zentrale Rolle bei der Förderung / Herausbildung der Gemeinschaftskultur des DFV und hat prägenden Einfluss auf die Wirtschaftskultur des Franchisings insgesamt. Je größer der DFV ist, je mehr Unternehmen und Personen dieser Wirtschaftswertegemeinschaft angehören, desto größer ist die Eigendynamik in der Wirtschaftskultur des Franchisings und umso wichtiger ist die Übereinstimmung der Corporate Identity und der Gemeinschaftsphilosophie.

Ausgangspunkt des wirtschaftlichen Handelns der Verbandsmitglieder ist die Gemeinschaftsphilosophie, welche Einfluss auf die Unternehmenskultur der einzelnen Mitglieder hat. Die Gemeinschaftsphilosophie kann als eine globale Weltanschauung der Mitglieder gesehen werden.

Der Ausschuss hat sich nunmehr zur Aufgabe gemacht die Werte der Franchisewirtschaft herauszuarbeiten und zu definieren. Dabei sollen die Mitglieder des DFV durch im Frühsommer 2016 stattfindende Befragungen mit in die Diskussion einbezogen werden.

Social Media Guidelines



Ausschuss Marketing, PR & Social Media

Neue PR und Social Media Guidelines für Franchisesysteme

Wie verbessert man den Kontakt zu Journalisten und wie bewegt man sich professionell in den Sozialen Medien?

Antworten auf diese Fragen geben die PR und Social Media Guidelines des Deutschen Franchise-Verbandes e.V., die nach intensiven Beratungen innerhalb des Ausschusses Marketing, PR & Social Media in Zusammenarbeit mit langjährigen Franchisespezialisten entstanden sind.

Eine zielgerichtete Kommunikation für Unternehmen ist heute ein wichtiges Instrument, um Aufmerksamkeit für seine Produkte und Dienstleistungen zu erzeugen und das Image einer Marke aufzubauen und zu stärken. Besonders für kleine und mittelständische Un-

ternehmen ist eine gute Medienarbeit von entscheidender Bedeutung.

Um kleine und junge Franchisesysteme bei Ihrer Medienarbeit zu unterstützen und ihnen Werkzeuge an die Hand zu geben, wie man professionell kommuniziert, mit den Medien umgeht und seine Franchisepartner richtig im Umgang mit Kommunikation schult, hat der DFV-Ausschuss diese PR Guidelines entwickelt.

Einen weiteren wichtigen Bestandteil in der Kommunikation machen heute Soziale Medien aus. Diese bieten die Möglichkeit, mit jedem direkt in Kontakt zu treten und eigene Inhalte, zum Beispiel in Form von Text-, Audio- oder Videobeiträgen, zu verfassen und zu veröffentlichen. Auch für Franchisesysteme ist dies eine Chance, jederzeit und an jedem Ort in Echtzeit mit der jeweiligen Zielgruppe, wie zum Beispiel Kunden oder potenziellen Franchisepartnern zu kommunizieren, einen Dialog mit ihnen zu führen, Spaß rund um die Marke zu verbreiten, diese erlebbarer zu machen und somit auch zur Markenbildung mit beizutragen.

Die Social Media Guidelines geben Franchisesystemen hierfür eine Hilfestellung, wie man sich professionell in sozialen Netzwerken bewegt, seine Franchisepartner auf den Umgang mit Sozialen Medien vorbereitet und mit unternehmensschädlichen Äußerungen richtig umgeht.



Public Relations (PR) Guidelines

Beide Guidelines stehen DFV-Mitgliedern exklusiv zur Verfügung. Sie können in der DFV-Geschäftsstelle bei Frau Isabel von Vegesack unter von.vegesack@franchiseverband.com bestellt oder über das DFV-Intranet: www.franchiseverband.com/interner-bereich/login-logout unter „Publikationen“ angesehen und heruntergeladen werden.

Digitalisierung: Innovative Verbandsarbeit und Marketing

Das Thema Digitalisierung stand bereits 2015 auf der Agenda des Ausschusses und wird in den nächsten Jahren eines der Kernthemen sein.

Worauf es im Zuge der Digitalisierung bei Verbänden ankommt und was es bei diesem Thema im Punkte Verbandsarbeit zu beachten gibt, berichtete dem Ausschuss im September Herr Tim Richter von der Deutschen Gesellschaft für Verbandsmanagement (DGVM). Themen waren dabei u.a. die Mitmach-Kommunikation der Verbandsmitglieder sowie eine intensive Förderung des Austauschs der Mitgliedsysteme über Onlinemedien nach Veranstaltungen untereinander.

Stärkung der Marke Franchise: Entwicklung einer mittels Crowdfunding finanzierten Marketing/PR-Kampagne

Zu diesem Thema hörten die Ausschussmitglieder einen Vortrag von Sándor Mohácsi (commlab GmbH). Herr Mohácsi hat für den Weltkongress der Wirtschaftsjunioren eine Crowdfunding-Kampagne erfolgreich durchgeführt. Herr Mohácsi berichtete über die wesentlichen Merkmale einer Crowdfunding-Kampagne und was eingehalten werden muss.

Für die deutsche Franchisewirtschaft wäre eine Kampagne denkbar, die ein hohes Involvement der Spender hervorruft, das Franchising attraktiv macht, für maximale Aufmerksamkeit sorgt und mit einem guten Konzept, frech und nachhaltig daherkommt. Dieses Thema wird 2016 weiter ausgearbeitet.

Neue Guidelines zur professionellen Organisation von Marketinggeldern in Franchisesystemen

Ein weiteres wichtiges Thema in Franchisesystemen ist der Umgang mit Marketinggeldern, die die Franchisesysteme von ihren Mitgliedern erhalten. Hierfür sieht der Einsatz in den verschiedenen Franchisesystemen noch sehr unterschiedlich aus.

Wie diese sinnvoll organisiert und korrekt verwendet werden, war ein weiteres Thema in den Sitzungen des Ausschusses. Hierzu wird es zum Franchise-Forum im Mai eine neue Guideline mit Empfehlungen für DFV-Mitgliedsysteme geben.



Franchise-Barometer Auswertung 2015



Das Fazit zum Jahresausklang: Franchise-Barometer 2015

Dies sind die Ergebnisse einer vom Deutschen Franchise-Verband e.V. (DFV) unter rund 500 Personen aus Mitgliedsunternehmen durchgeführten Online-Umfrage im Zeitraum November und Dezember:

2015 nahm die Expansion mit Franchisegegründern im Vorjahresvergleich um weitere 10 Prozentpunkte von 47 auf 37 Prozent ab. Franchisesysteme suchen nach neuen Wachstums-Alternativen und expandierten weiterhin verstärkt mit bestehenden Franchisenehmern und Unternehmern, die sich ihren Franchisesystemen anschlossen. 58 Prozent wuchsen dabei mit eins bis fünf neuen Franchisepartnern.

Bei der Gewinnung neuer Franchisenehmer waren Fach- und Führungskräfte 2015 erneut mit 42 Prozent die gefragteste Zielgruppe. Gründer aus der Arbeitslosigkeit wurden bei nur acht Prozent der befragten Systeme gewonnen.

2015 wurden bei 73 Prozent der befragten Franchisegeber Vertragsverhältnisse mit Franchisenehmern auf-

gelöst, fünf Prozent weniger als im Jahr zuvor. Die Mehrzahl der Franchisepartner schied wegen mangelnden wirtschaftlichen Erfolgs aus.

Aus 48 Prozent der befragten Franchisesysteme finanzierten sich die Franchisenehmer mit einer Mischfinanzierung aus privatem und fremdem Kapital. 83 Prozent des Fremdkapitals wurden dabei wie im letzten Jahr von Banken und Förderbanken bereitgestellt.

Die detaillierte Auswertung des Franchise-Barometers 2015 können Sie unter folgendem Link einsehen: www.goo.gl/chj55M

Links:
Franchise-Barometer
2015

Statt Weihnachtsgeschenken spendet der DFV Schmöckerkisten an eine Willkommensklasse in Berlin

Mit leuchtenden Augen nahmen die Schüler einer Willkommensklasse im Dezember 2015 drei Schmöckerkisten in Empfang, die Torben L. Brodersen, Geschäftsführer des DFV in der Grundschule am Teltow-Kanal in Berlin Neukölln übergab. Hier werden insgesamt 300 Grundschüler unterrichtet, die überwiegende Mehrheit davon mit Migrationshintergrund.

Die Schmöckerkisten sind mit bis zu 25 Büchern, Spielen und interaktiven Lernmaterialien zu verschiedenen Themen ausgestattet sowie mit sprachbildenden Übungen und Aufgaben. „Jeder Schmöckerkiste liegt ein umfangreiches didaktisches Begleitmaterial bei. Es umfasst Anleitungen für die Lehrkräfte, Unterrichtsvorschläge und konkrete Anregungen zum Einsatz der einzelnen Bücher für die Sprachförderung. Die didaktischen Anlei-



Torben L. Brodersen mit
Bea Höfgen und Schul-
leiter Robert Himberg
der Grundschule am
Teltow-Kanal in Berlin



tungen und Materialien dienen den Lehrkräften als Begleitung für den zielgerichteten Einsatz der Schmöckerkiste“, so Bea Höfgen Leitung Content & Innovation der Schmöckerkisten UG.

„Der DFV hat 2015 bewusst auf Weihnachtsgeschenke an seine Gremien verzichtet, da wir es in Anbetracht der aktuellen Flüchtlingssituation für angemessener halten, uns in diesem Bereich zu engagieren“, erklärt Torben L. Brodersen die Spendenaktion. „Die Willkommenskultur liegt uns am Herzen und wo könnte Sie besser platziert sein als im Bildungsbereich? Je schneller

die Neuankömmlinge die deutsche Sprache lernen, desto besser können sie in unsere Gesellschaft integriert werden.“

Mit dem Kauf einer Schmöckerkiste werden nicht nur die Sprachförderung und Bildung von Kindern und Jugendlichen unterstützt, sondern auch Menschen mit Behinderungen. Die Sozialtherapeutischen Werkstätten zur beruflichen und sozialen Rehabilitation produzieren und packen die Kisten in Berlin.

Mehr zu den Schmöckerkisten erfahren Sie unter www.schmoekerkisten.de



Veranstaltungen: Mehrwert für Mitglieder und Interessenten

Franchise-Forum mit DFV-Awards in Berlin

Im Mittelpunkt des Franchise-Forums standen die rund 350 Teilnehmer. Das neue Veranstaltungsformat, das Barcamp ermöglichte es den Besuchern einen Tag lang zu diskutieren was sie bewegt. Themen in 25 verschiedenen Workshops waren u.a.: Partnerbetreuung und -führung, digitaler Wandel in der Franchisewirtschaft, Social Franchise und 2nd Generation Franchise: Aus Mitarbeitern Franchisenehmer gewinnen.

Folgende drei Experten gaben mit Ihren Vorträgen wertvolle Impulse für die tägliche Arbeit in Franchisesystemen: Der „Markenpapst“ im deutschsprachigen Raum, Prof. Franz-Josef Esch, sprach zum Thema: „Wie man die eigene Marke zum Glänzen bringt“, der dreifache Weltschiedsrichter Dr. Markus Merk referierte darüber, wie man sich in Drucksituationen sicher entscheidet und BackWerk-Geschäftsführer Karl Brauckmann berichtete vom Kurswechsel und Rundum-Relaunch bei BackWerk.

Im Rahmen der Abendgala wurden im Wintergarten Varieté zum zweiten Mal die DFV-Awards verliehen. Ausgezeichnet wurden DFV-Mitgliedsunternehmen, die außerordentliche Leistungen erzielen und die Franchisewirtschaft dadurch als Botschafter positiv beeinflussen und erfolgreich repräsentieren konnten. Verliehen wurden die Preise in folgenden Kategorien:

- DFV-Franchisesystem des Jahres wurde die clever fit GmbH
- Der DFV-Franchise Marketing Award ging an die Bodystreet GmbH
- Bestes junges DFV-Franchisesystem der letzten fünf Jahre wurde global office
- DFV-Gründerpreis für Franchisenehmer ging an Rico Tischer von Küche&Co aus Pforzheim.

Unterstützt wurden die DFV-Awards von den Sponsoren dem Deutschen Sparkassen- und Giroverband e.V., ETL Systeme AG, Franchise Campus und dem Verband Deutscher Bürgschaftsbanken e.V.

Zusätzlich wurde der Green Franchise Award für langfristig nachhaltiges Agieren in den Bereichen Ökonomie, Ökologie, Kultur und Soziales an die McDonald's Deutschland GmbH vergeben.

2016 werden die DFV-Awards im Rahmen des DFV-Franchise-Forums erneut verliehen. Alle Informationen hierzu sind unter www.franchiseverband.com erhältlich.



Links von oben nach unten:

Karl Brauckmann, Backwerk

Preisträger, Laudatoren, Jury und Sponsoren der DFV-Awards

Bettina Momm, SYNCON und Frank Röbers, SYNAXON

Rechts: Dr. h. c. Dieter Fröhlich, DFV-Präsident und Gründer der Musikschule Fröhlich

3. Franchise Matching Day in Köln mit rund 400 Besuchern

Der 3. Franchise Matching Day fand 2015 im Rahmen der Gründerwoche Deutschland erneut in Köln statt. Organisiert wurde die Veranstaltung vom Deutschen Franchise-Verband e.V. gemeinsam mit der Agentur Cox Orange. Rund 400 Gründungswillige nahmen die Möglichkeit wahr, Franchise-Konzepte aus vielen unterschiedlichen Branchen kennen zu lernen. Diese kamen zum Großteil aus Nordrhein-Westfalen (40 Prozent), gefolgt von Hessen (30 Prozent) und Bayern (10 Prozent).

Die Mehrheit war bereits gut über Franchising informiert und ging gezielt auf die Franchisesysteme ihrer Wahl zu. Insgesamt 33 Aussteller, etwa aus den Bereichen Fitness, Immobilien, Mode, Pflege und Systemgastronomie, wie z.B. Bodystreet, Joey's Pizza, KFC, McDonald's, Schmidt Küchen, Town & Country Haus sowie Berater, Rechtsanwälte und Netzwerkpartner, wie BridgehouseLaw oder die Sparkasse KölnBonn standen den potenziellen, neuen Unternehmern Rede und Antwort.

Bei den Veranstaltungsformaten den „Living Pages®“ berichteten Geschäftsführer an verschiedenen Round-tables von ihrem Weg zum Erfolg und im „World-Café“ durchlebten Besucher den Weg zum Franchisenehmer an Thementischen. Experten informierten über Systemauswahl, Gründung/Recht, Finanzen bis hin zur Startphase.

Die Aussteller führten, laut eigenen Aussagen, viele hochwertige Einzelgespräche mit gut vorbereiteten Franchise-Interessenten. Die gezielt gestellten Fragen der Franchise-Interessenten verdeutlichten, dass es sich

bei den Besuchern um tatsächliche Franchise-Interessenten handelte, die sich bereits im Vorfeld der Veranstaltung mit dem Thema Franchise auseinandergesetzt haben.

IHK-Sprechtage

2015 informierte der DFV wieder bei mehreren Veranstaltungen in Hamburg, Hannover und München Gründungsinteressierte zum Thema Franchising. Beim Hamburger Gründertag im März war der DFV ebenfalls mit einem Stand vertreten.

Weitere Gründungsveranstaltungen mit DFV-Beteiligung

- IHK- Gründungsveranstaltungen in Tübingen und Stuttgart
- Hamburger Gründertrag
- Gründertag Hannover
- Gründungsveranstaltung im Gründer- und Technologiezentrum in Solingen
- Start Unternehmermesse in Köln
- Ignition in Mainz
- deGUT in Berlin

Oben links:
Living Pages

Oben rechts:
Veranstalter Torben L. Brodersen, DFV und Carina Felzmann, Cox Orange

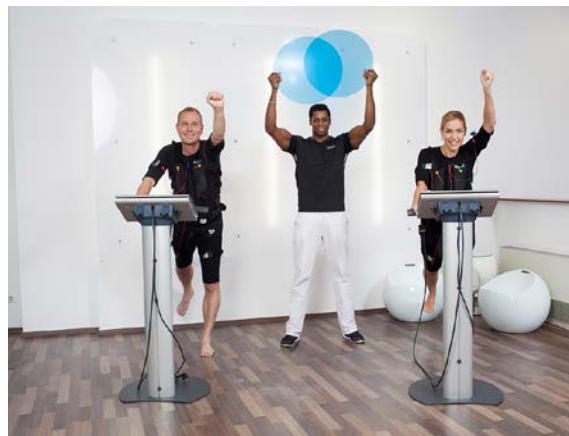
Mitte links:
Besucher

Mitte rechts:
World Café

Unten links:
Aussteller

Unten rechts:
Living Pages





Die neuen Imagebilder
des DFV mit den
Franchisesystemen (von
links nach rechts):

Mailboxes Etc. –
MBE Deutschland GmbH

Bodystreet GmbH

Backwerk
Management GmbH

Pandora Jewellery GmbH

Kommunikation: Publikationen und Medienpräsenz

Neuer DFV-Blog und neue Imagebilder

Mit dem DFV-Franchise-Blog informiert der DFV seine Leser regelmäßig über seine rechtlichen, wirtschaftlichen und politischen Aktivitäten sowie über alle Themen rund um das Franchising.

Um seinen Lesern weiterhin treu zu bleiben, eine bessere Übersicht zu bieten sowie neue Leser zu gewinnen, erschien der Franchise-Blog 2015 in einem neuen Design. Stetig steigende Zugriffszahlen haben uns zu

einem Relaunch bewogen. Dazu gehören neben neuen Imagebildern, die eigens für den neuen Blog geschootet wurden, ein neues, ansprechenderes und übersichtlicheres Design. Neue oder bei den Lesern beliebte Beiträge können gefiltert, kommentiert und über die Sozialen Medien geteilt werden. Im Archiv sind alle Beiträge des Blogs zu finden sowie über die Suche gezielt nach einzelnen Themen.

Der neue Blog kann ab sofort auch von allen mobilen Endgeräten besucht werden und passt sich ihrer Darstellung an. Sie erreichen ihn unter www.franchiseverband.com/blog. Um immer auf dem neuesten Stand zu bleiben, können Sie diesen auf der Startseite abonnieren.



Social Media Aktivitäten des DFV

Neben dem Blog war und ist der DFV in den Social Media Kanälen bei Twitter: www.twitter.com/DFVBerlin sowie bei Xing: www.xing.com/companies/deutscherfranchiseverbande.v vertreten. In seinem Franchise-Newsletter informiert der Verband regelmäßig über seine Aktivitäten sowie über die seiner Mitglieder und über die neuesten Geschehnisse rund um die Franchisewirtschaft. Informative Gastbeiträge von Mitgliedern sind für diese Kanäle jederzeit herzlich willkommen.

Franchisenehmer- Erfolgsgeschichten 2015

Auch 2015 befragte Torben L. Brodersen wieder erfolgreiche Franchisenehmer aus DFV-Mitgliedsunternehmen zu ihren persönlichen Erfahrungen mit dem System, dem Gründungsprozess und sammelte praxisrelevante Ratschläge für andere, gründungs-interessierte Franchisenehmer. Es bot sich somit nicht nur ein Erfahrungsgewinn für die Letztgenannten, auch für die beteiligten

Franchisesysteme entstand eine gute Möglichkeit zur Präsentation des eigenen Konzepts.

Mit dabei waren unter anderem: Der ehemalige Fußballprofi Martin Kree von New Horizons Computer Learning Center in Germany GmbH, Kornelia Hubatsch, Franchisenehmerin der Schülerhilfe, Petra Michaelsen, Janny's Eis Franchisenehmerin sowie Christian Brahms, Franchisepartner von DAS FUTTERHAUS u.v.m.

2016 wird diese Interview-Reihe fortgesetzt und der DFV freut sich über weitere interessante Franchisenehmer-Geschichten von Ihnen allen.

Pressearbeit- und Öffentlichkeitsarbeit

Die mediale Präsenz des DFV bzw. des Themas Franchising fällt auch für 2015 positiv aus. Das Thema Franchising war mit 1048 Artikeln in den Medien vertreten. Veröffentlicht wurden 485 Artikel, in denen der DFV Beiträge inhaltlich unterstützte, genannt wurde oder als Zitatgeber angefragt wurde – der Großteil davon in Tageszeitungen und in der Fachpresse.

Eine erfolgreiche Zusammenarbeit gab es 2015 mit den Medien für-Gründer, FranchisePortal und Franchise-Erfolge sowie im Rahmen des Franchise Matching Days mit dem Onlineportal DUB – Deutsche Unternehmerrbörse, mit food service, dem Handelsblatt und dem Kölner Stadt-Anzeiger, der Süddeutschen Zeitung und dem Tagesspiegel.

Insgesamt wurden 25 Newsletter, 162 Blogbeiträge und 14 Pressemitteilungen veröffentlicht.



Von links nach rechts:

Christian Brahms,
DAS FUTTERHAUS

Petra Michaelsen,
Janny's Eis

Martin Kree, New
Horizons Computer
Learning Center in
Germany GmbH

Kornelia Hubatsch,
Franchisenehmerin
Schülerhilfe



Politische Arbeit des DFV

Insolvenzanfechtung: die Bemühungen des DFV zeigen Wirkung

Seit nunmehr fünf Jahren werden immer mehr Unternehmen – darunter auch Franchisesysteme – von Insolvenzverwaltern aufgefordert, Zahlungen für Warenlieferungen oder Gebühren von Vertragspartnern, im speziellen Franchisenehmern, zurückzuzahlen, die mittlerweile insolvent geworden sind. Diese angefochtenen Zahlungen können nach geltendem Recht bis zu zehn Jahre zurückliegen. Die Grundlage für dieses sich rasant ausweitende Phänomen bilden der offene Wortlaut der Vorschriften zur Insolvenzanfechtung und ihre Auslegung durch die Rechtsprechung seit dem Jahr 2010. Danach kann z.B. die Vereinbarung von Ratenzahlungen von Lieferanten mit ihren Kunden dazu führen, dass der Tatbestand der Vorsatzanfechtung bejaht wird mit der Konsequenz, dass die erhaltenen Zahlungen Jahre später an den Insolvenzverwalter abgeführt werden müssen.

Die derzeitige Rechtslage zur Vorsatzanfechtung, bestehend aus dem offenen Wortlaut der Vorschriften der Insolvenzordnung und ihrer Auslegung durch die höchstrichterliche Rechtsprechung der letzten Jahre, schafft für viele Franchisesysteme nicht hinnehmbare Unsicherheiten und Belastungen, die sich zum Teil existenzbedrohend auswirken. Dies betrifft insbesondere die von Insolvenzverwaltern zum Teil serienmäßig betriebene Rückforderung von Zahlungen, die die Unternehmen von Insolvenzschuldern im Rahmen von üblichen Geschäftsvorgängen wie Ratenzahlungen, Stundungen oder sonstigen Warenkrediten erhalten haben.

Der DFV und elf weitere Verbände haben sich deshalb seit mehreren Jahren für eine Korrektur der gesetzlichen Regelung zur Vorsatzanfechtung eingesetzt. In einer gemeinsamen Position und einer gemeinsamen Erklärung „Notwendige gesetzgeberische Korrekturen im Recht der Insolvenzanfechtung nach §§ 133, 142 InsO (Vorsatzanfechtung)“ haben die Wirtschaftsverbände

den Handlungsbedarf dargestellt und konkrete Vorschläge für eine Gesetzesänderung unterbreitet. Weiterhin hat der DFV in einer Positionierung vom zum Referenten-, wie auch zum Regierungsentwurf des Bundesministeriums der Justiz und für Verbraucherschutz Stellung bezogen. Der gesetzgeberische Prozess ist nun im Gange und wir können guter Dinge sein, dass bis März 2016 die Gesetzesänderung abgeschlossen ist.

Impressumspflicht: Bundesregierung berücksichtigt Forderung des DFV

Der DFV positionierte sich schon frühzeitig zu diesem Thema, welches die Franchisewirtschaft seit geraumer Zeit beschäftigt. Nun hat die Bundesregierung einen Gesetzesentwurf zur Änderung des UWG beschlossen, welcher wesentliche Kritikpunkte des DFV mitberücksichtigt.

Nach der bisherigen Regelung handelt ein Unternehmer unlauter, wenn er Waren oder Dienstleistungen bewirbt, ohne dass sich aus der Werbung seine konkrete Identität und Anschrift ergibt. Die Vorschrift, die dazu bislang ergangenen Gerichtsentscheidungen und die diese ausnutzende Abmahnindustrie stellen insbesondere Franchisesysteme vor erhebliche Herausforderung. Es ist praktisch unmöglich und damit unzumutbar, in einem Medium wie Zeitung, Prospekt oder Fernsehen für Waren- oder Dienstleistungsangebote zu werben und darin noch die so genannten Impressumsangaben „Identität und Anschrift“ für alle an dem Vertriebssystem beteiligten Unternehmen bekannt zu machen. Es fehlt regelmäßig schlicht der Platz. Zudem würde eine solche Informationsflut Verbraucher eher verwirren als informieren, denn einem Vertriebssystem können hunderte



oder auch mehr als 1.000 verschiedene Unternehmen angehören (insbesondere dann, wenn die Systemzentrale nur wenige oder gar keine eigenen Betriebe führt).

Nach der Begründung des Gesetzesentwurfs wird das Kriterium der Beschränkungen des Kommunikationsmittels aufgegriffen und um einen weiteren Aspekt entsprechend der UGP-Richtlinie ergänzt. Nun sind auch alle Maßnahmen des Unternehmers zu berücksichtigen, die dieser getroffen hat, um dem Verbraucher die (wesentlichen) Informationen anderweitig zur Verfügung zu stellen, wie der vom DFV geforderter sogenannter Medienbruch.

Resümierend sei zu sagen, dass mit dieser neuen Regelung die Bundesregierung den Forderungen des DFV in wesentlicher Hinsicht nachkommt. Das Gesetzgebungsverfahren wird aller Voraussicht im Frühjahr 2016 abgeschlossen sein und somit auch in diesem Punkt Rechtsklarheit einziehen.

Der DFV konsultiert EU-Kommission zur Evaluierung der Handelsvertreterrichtlinie

Im letzten Jahr hatte der DFV Gespräche im Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz betreffend der Konsultation der EU-Kommission zum Zwecke der Evaluierung der Handelsvertreter-Richtlinie geführt sowie eine Stellungnahme hierzu abgegeben. Dabei hat

sich der DFV klar gegen eine Änderung bzw. Abschaffung ausgesprochen. Das Ergebnis des Untersuchungsberichts der EU-Kommission ist dabei als Erfolg zu werten. Aus der Evaluierung folgt, dass die Richtlinie ihren Zielen gerecht wird und ihre Funktion gut erfüllt. Die Richtlinie bringt mehr Nutzen als Kosten, ist nach wie vor relevant und weist immer noch einen EU-Mehrwert auf. Aufgrund dieser Erkenntnisse wird eine Beibehaltung der Richtlinie in ihrer derzeitigen Form empfohlen.“ Die Leiterin der zuständigen Generaldirektion informierte darüber hinaus, dass sie die Überprüfung der Handelsvertreterrichtlinie hiermit als abgeschlossen ansieht und keine weiteren Schritte geplant sind.

Ein Jahr Mindestlohngesetz: Akzeptanz beim Mindestlohn, Kritik auf Grund überbordender Bürokratie

Seit dem 1. Januar 2015 gilt in Deutschland die Lohnuntergrenze von 8,50 Euro. Dies gibt Anlass ein erstes Resümee zu ziehen.

Der DFV hat sich im vergangenen Jahr intensiv mit der flächendeckenden Einführung des Mindestlohnes in Deutschland auseinandergesetzt und mehrere Informationsveranstaltungen zu diesem Thema durchgeführt. Hieraus hat sich ein einhelliges Stimmungsbild ergeben, dass der Mindestlohn an sich der Franchisewirtschaft keine Probleme bereitet. Teile der Franchisewirtschaft mussten sich durch unternehmensstrategische Entscheidungen den neuen Marktgegebenheiten anpassen und haben sich auf diese wettbewerbsbeeinflussende Regulierung entsprechend eingestellt. Kritik ist vielmehr bei der höheren Bürokratieaufwendung zu äußern, die dem Mindestlohngesetz anhängige Rechtsverordnung mit sich bringt. Es besteht Verunsicherung gerade bei den sogenannten Aufzeichnungs- bzw. Dokumentationspflichten. Diesen nachzukommen ist mit erheblichem bürokratischem Zeitaufwand verbunden. Gerade junge und kleine Franchisesysteme stehen hier vor einer großen administrativen Hürde, welche schwerlich im Alltags- und Geschäftsbetrieb zu erklimmen ist. Auch die Überprüfungspraxis des Zolls wirft Fragen auf: was ist erforderlich und was ist rechtlich überhaupt zulässig? Weiterhin besteht keine Klarheit darüber, inwieweit eine

Durchgriffshaftung auch innerhalb von Franchisesystemen zum Tragen kommt. Hier bleibt der Gesetzgeber zu unbestimmt und überlässt diese Entscheidung den Gerichten. Das Bundesministerium für Arbeit und Soziales BMAS stellt aber in Aussicht, Rechtsänderungen beim gesetzlichen Mindestlohn vorzunehmen. In der Ankündigung werdend die vom DFV geäußerten Kritikpunkte unter anderen aufgegriffen, wie bspw. die Auftragsberhaltung, die Aufzeichnungspflicht oder die Überprüfungsvorgaben des Zolls.

Fazit

Die Hauptkritik ist gerade jetzt bei der Kommunikation der politischen Entscheidungsträger anzubringen. Gerade die Wirtschaftspolitiker der Koalition bringen einerseits verbal Verständnis für die Nöte und Sorgen des Mittelstandes auf. Das ist gut und wichtig im Sinne eines Informationsaustausches. Andererseits entsteht der Eindruck, dass der Einfluss des Wirtschaftsflügels an der Koalitionsarythmetik innerhalb des Bundeskabinetts bzw. Koalitionsausschusses endet. Der Mittelstand hat nur eine sehr begrenzte Lobby an politischen Entscheidungshebeln. Der Umgang mit dem Mindestlohngesetz bei der Entstehung, wie auch aktuell durch allgemeine Verständnisbekundungen ist hierbei ein Beispiel par excel-

lence. Die Erfahrungen aus der Praxis sind nun gefordert und bedürfen einer ehrlichen und offenen Berücksichtigung durch die Politik. Der DFV wird diese Entwicklung weiter verfolgen und sich an gegebener Stelle entsprechend in den politischen Prozess im Sinne der Franchisewirtschaft einbringen.

Bundeswirtschaftsministerium lädt zur Workshop-Reihe Dialogplattform Einzelhandel: der DFV bringt sein Know-how mit ein

Der DFV ist auf Einladung des Bundeswirtschaftsministeriums aktiver Part vieler Veranstaltungsreihen. DFV-Geschäftsführer Torben L. Brodersen wurde darüber hinaus in den Beirat der Dialogplattform Einzelhandel benannt, welcher innerhalb von zwei Jahren Lösungsansätze für die zukünftige Struktur von Einzelhandelsunternehmen benennen soll. Der Beirat setzt sich aus hochrangigen Experten zusammen, die die Arbeit der Dialogplattform koordiniert.



Das politische Netzwerk des DFV wächst

Zahlreiche Fachgespräche im Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi), um franchiserelevante Fragen zu erörtern und den Sachstand abzugleichen (bspw. Mittelstandspolitik der Bundesregierung, Beteiligung des DFV an der Gründerwoche Deutschland, Franchisenehmergewinnung und Gründungsentwicklung) wurden geführt. Weiterhin wurden Fachgespräche mit Vertretern der Regierungsfractionen zum Thema Werkverträge geführt, um hier frühzeitig auf dem im Koalitionsvertrag beschlossenen Punkt zur Scheinselbstständigkeit hinzuweisen und den Standpunkt des DFV zu erläutern. Ferner ist der DFV Mitglied im „Netzwerk Mittelstand“ des BMWi.

Arbeitskreis Selbstständigkeit im Vertrieb

Der Arbeitskreis Selbstständigkeit im Vertrieb bestehend aus den Verbänden BDD, BDV, CDH, DIHK, GDV, VPD und DFV tagt mehrmals im Jahr und setzte sich 2015 mit folgenden Themen auseinander:

- Eckpunktepapier zum Thema Unternehmensgründung
- Altersvorsorgepflicht für Selbstständige mit einem Auftraggeber
- Scheinselbstständigkeit bei Werkverträgen
- steuerliche Behandlung von Zuzahlungen für die Altersversorgung von selbständigen Vertriebspartnern
- Sammel-/Gruppenklagen: 1. Lesung des Gesetzesvorschlags von Bündnis90/Grünen, geplante Konsultation der Bundesregierung

Fazit

Die obige Auflistung der Aktivitäten soll nur eine kleine Übersicht und einen Eindruck verschaffen, welche politischen Themen den Spitzenverband der deutschen Franchisewirtschaft derzeit beschäftigen. Diese Punkte zeigen einmal mehr die Vielseitigkeit und die Heterogenität der Themen auf. Der DFV ist damit auf unterschiedlichsten Entscheiderstellen tätig, seien sie auf nationaler oder auf europäischer Ebene. Das einzelne Fachgespräch mit einem Abgeordneten ist dabei ebenso wichtig, wie die Kontaktpflege und der Wissenstransfer bzw. -austausch zu den entsprechenden Ministerien und Verbänden.

Das Deutsche Franchise-Institut: Know-how und Schulungen

25 Jahre Deutsches Franchise-Institut (DFI)



Das DFI feierte am 25. Oktober 2015 25. Geburtstag: Seit 25 Jahren bietet es der deutschen Franchisewirtschaft ein Seminarprogramm, das sich an den aktuellen Entwicklungen und Herausforderungen orientiert. So auch an der fortschreitenden digitalen Ära, die nachhaltig Strategien und Prozesse, Geschäftsbeziehungen und -modelle der Unternehmen verändert.

Aus diesem Grund begeht das DFI seine Jubiläumsfeier mit einem Digitalisierungsgipfel am Mittwoch, den 17. Februar 2016 in Bonn. Diese Veranstaltung widmet sich wichtigen Aspekten der digitalen Transformation. Sie zeigt auf, welchen neuen Anforderungen Franchisesysteme sich in Zukunft stellen müssen, um strategisch gut aufgestellt zu sein.

Alle wichtigen Informationen zum Programm und zur Anmeldung finden Sie auf der Startseite des DFI unter: www.franchise-institut.de

Anlässlich des Jubiläums gab DFI-Mitbegründer Dr. Hubertus Boehm ein Interview in dem er von den Anfängen des Instituts berichtet sowie über die aktuelle Situation und Perspektiven der deutschen Franchisewirtschaft. Dies können Sie ebenfalls auf der DFI-Website einsehen.

Schule des Franchising

Die Schule des Franchising fand 2015 zum 55. und 56. Mal in Folge statt und ist seit Beginn an eine feste Größe

im Veranstaltungskalender des Instituts. Die Teilnehmerzahl wächst stetig und das Veranstaltungsprogramm wird an die aktuellen Marktgegebenheiten angepasst. 2015 absolvierten 56 Teilnehmer aus unterschiedlichen Systemen den Lehrgang.

Franchise-Manager (IHK)

2015 gab es 19 Teilnehmer beim Franchise-Manager (IHK). Der Zertifikatslehrgang besteht aus sechs Modulen u.a. zu den Themen Grundlagen des Franchising, Führung & Controlling, Rechtliche Grundlagen, Franchise-Management sowie Kommunikation & Konfliktmanagement und wird mit einer Hausarbeit sowie einer schriftlichen Abschlussprüfung durch die Teilnehmer abgeschlossen. Ende Januar 2016 werden die Teilnehmer ihre Abschlussprüfung ablegen.

Weitere DFI-Angebote 2015

Vom weiteren Seminarangebot des Deutschen Franchise-Instituts profitierten 2015 neben DFV-Mitglieder viele weitere Vertreter der deutschen Franchisewirtschaft. Hierzu gehörten unter anderem folgende Veranstaltungen:

- Engpass Franchisenehmer-Akquise
- Multi Channel Management – Wachstumschancen für Franchisesysteme in der digitalen Welt
- Optimale Franchiseverträge – Rechtsrahmen & Gestaltung

Erste DFV- und DFI-Termine 2016 im Überblick

DFI: Jubiläumsveranstaltung
Mittwoch, 17. Februar in Bonn

DFV: Round-table zum Thema Nachfolge
Dienstag, 1. März bei ISOTEC in
Kürten-Herweg

DFV: Round-table für große
Franchisesysteme
Dienstag, 15. März bei Clever fit in
Landsberg am Lech

DFI: Engpass Franchisenehmer-Akquise
Montag, 4. bis Dienstag, 5 April in
München

DFV: Franchise Forum 2015 mit Barcamp
und DFV-Awards

Dienstag 10. und Mittwoch 11. Mai in
Berlin. Nähere Informationen erhalten
Sie über die DFV-Website unter:
franchiseverband.com

DFI: 57. Schule des Franchising
Montag, 13. bis Donnerstag 16. Juni in
München

DFI: Start Franchise-Manager IHK
Montag, 13. Juni 2016 bis 27. Januar 2017

Für diese Veranstaltungen gehen Ihnen
gesondert Einladungen zu.

Mitglieder des Vorstandes und der Ausschüsse: Ehrenamtliche Arbeit



Dr. h.c. Dieter Fröhlich
(Musikschule Fröhlich)
Präsident



Holger Blaufuß
(Mc Donald's Deutschland)
Vize-Präsident
Vorsitzender
Rechtsausschuss
Internationales Centrum
für Franchising &
Cooperation
Business Community



Carsten Gerlach
(Joey's Pizza)
Schatzmeister
Vorsitzender Ausschuss
Qualität & Ethik



Jürgen Dawo
(Town&Country)
Aus- und Weiterbildung
Deutsches Franchise-
Institut



Kai Enders
(Engel & Völkers)
Vorsitzender Ausschuss
Internationales



Matthias Lehner
(Bodystreet)
Fachschule für Franchising
Vorsitzender des
Ausschusses für Marketing,
PR & Social Media

Aktivitäten des DFV- Vorstandes (u.a.):

- Strategieentwicklung
- Organisation, Vorbereitung und Mitwirkung am Franchise-Forum 2015 und Franchise Matching Day
- DFI-Seminare: Begleitung und Referententätigkeiten
- Begleitung des DFV-Ausschüsse
- Aufbau und Intensivierung internationaler Kontakte
- Entscheidung über Mitglieder-Neuaufnahmen-/Ausschlüsse
- Beteiligung an Jury-Sitzungen für Franchisegeber-/ Franchisegründer-Preise
- Vorträge bei diversen Franchise-Veranstaltungen (intern & extern)
- DFV Mitgliederbefragung und Auswertung

Vorstandssitzungen fanden statt am:

- 10. März 2015 in Berlin
- 24. Juni 2015 in Montabaur
- 21. September 2015 in Hamburg

Mitglieder der Ausschüsse:

Rechtsausschuss:

Die Mitglieder des Rechtsausschusses setzen sich zusammen aus dem Ausschussvorsitzenden Holger Blaufuß (Vize-Präsident des DFV), RA Reinhard Böhner (PF&P Rechtsanwälte), RA Bettina Christ (McDonald's Deutschland Inc.), RA Christian Dahm (Hallo Pizza GmbH), RA Thomas Doeser (Doeser Anwaltskanzlei), RA Günter Erdmann (SCHLARMANNvonGEYSO), RA Prof. Dr. Eckhard Flohr (LADM Liesegang Aymans Decker), RA Dr. Volker Güntzel (BUSSE & MIESEN), RA Dr. Christoph Haag (Fressnapf Tiernahrungs GmbH), Ralf Lenger (KFC), RA Dr. Helmuth Liesegang (LADM Liesegang Aymans Decker), RA Prof. Dr. Karsten Metzlauff (Noerr LLP), RA Dr. Matthias Steegmann (OBI Group Holding SE & Co.

KGaA), Margit Ziegler (Yves Rocher) sowie den Vertretern der DFV Geschäftsstelle Torben L. Brodersen und Jan Schmelzle.

Qualität & Ethik:

Dem Ausschuss gehören folgende Mitglieder an: die beiden DFV-Vorstandsmitglieder Carsten Gerlach (Joey's Pizza Service (Deutschland) GmbH) und Matthias H. Lehner (Bodystreet GmbH), Dr. Martin Ahlert (Institut für Franchising & Cooperation), Dr. Hubertus Boehm (SYNCON GmbH), Waltraud Martius (SYNCON GmbH), Alexander Mehnert (TeeGeschwendner GmbH), Uwe Neumann (ISOTEC GmbH), Johannes Schute (Franchise System Beratung) sowie aus der DFV-Geschäftsstelle Torben L. Brodersen und Jan Schmelzle.

Marketing, PR & Social Media:

Der Ausschuss unter der Leitung von DFV-Vorstand Matthias H. Lehner (Bodystreet) setzt sich aus folgenden Mitgliedern zusammen: Carmen Egle (Mrs.Sporty GmbH), Karsten Freigang (Joey's Pizza Service (Deutschland) GmbH), Anja Haverkamp (Nordsee Franchise GmbH), Michael Jansen (Jansen:Komm!), Frank Jüttner (PORTAS DEUTSCHLAND / Folien GmbH & Co. Fabrikations KG), Steffen Kessler (Franchise-PORTAL GmbH), Anna Kummer (Janny's Eis Franchise GmbH), Peter Lemm (McDonald's Deutschland Inc. Zweigniederlassung München), Ute Petrenko (Mail Boxes Etc. – MBE Deutschland GmbH), Martin Schäfer (UNTERNEHMERVERLAG), Ute Steglich (ASL–Alles Saubere Leistung GmbH) sowie aus der DFV-Geschäftsstelle Torben L. Brodersen und Isabel von Vegesack.

Internationales:

Kai Enders (Engel & Völkers Residential GmbH), Valerie Bönström (Mrs.Sporty GmbH), Jörg T. Eckhold (Eckhold Consultants GmbH), Markus Elberg (Janny's Eis Franchise GmbH), Günter Erdmann (SCHLARMANNvonGEYSO), Dr. Jan Patrick Giesler (Kanzlei Busse & Miessen), Marco Hero (PF&P Rechtsanwälte), Cheyenne Heumann (Bodystreet GmbH), Mag.a Michaela Jung (SYNCON International), Jan Kamp (Kamps GmbH), Iris Kohler (KOMET GROUP GmbH), Jens Przygodda (SANIFAIR GmbH), Telma Reuter (LE CROBAG GmbH & Co. KG), Alberto Sacchetti (Mail Boxes Etc.)

**Die DFV-Geschäftsstelle:
Ihre Ansprechpartner**



Torben Leif Brodersen
Geschäftsführer
Telefon +49-30-278902-13
brodersen@franchiseverband.com



Arne Dähn
Wissenschaftlicher Mitarbeiter
Telefon +49-173-1880343
daehn@franchiseverband.com



Michaela Fischer
Leiterin Veranstaltungsmanagement
und Franchisegeber-/nehmer-Beratung
Telefon +49-30-278902-10
fischer@franchiseverband.com



Denise Hockarth
Assistentin der Geschäftsstelle
Telefon +49-30-278902-20
hockarth@franchiseverband.com



Sabine Kammler
Leiterin Finanzmanagement /
Mitgliederverwaltung
Telefon +49-30-278902-14
kammler@franchiseverband.com



Jan Schmelzle
Stellvertretender Geschäftsführer /
Leiter Politik und Recht
Telefon +49-30-278902-16
schmelzle@franchiseverband.com



Isabel von Vegesack
Leiterin Presse und Marketing
Telefon +49-30-278902-12
von.vegesack@franchiseverband.com

Erfolgreicher selbstständig.

www.franchiseverband.com