www.academyofsports.de www.campus.academyofsports.de

LESEPROBE

Unternehmensgründung 1

ACADEMY OF SPORTS
Bildung schafft Zukunft.

ONLINE-CAMPUS

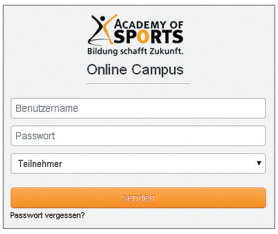
Auf dem Online Campus der Academy of Sports erleben Sie eine **neue Dimension des Lernens**: Ein innovatives, integratives Konzept, das Lernen, Informieren und Kommunizieren sinnvoll verbindet.

JETZT EINLOGGEN UND DURCHSTARTEN UNTER:

www.campus.academyofsports.de

www.campus.academyofsports.de

Unser Online Campus stellt eine optimale Erweiterung der Lernmedien dar und bietet Ihnen viele Vorteile. Als Teilnehmer einer Ausbildung oder eines Fernstudiums haben Sie einen Zugang zum Online Campus und können die vielfältigen Funktionen uneingeschränkt nutzen.

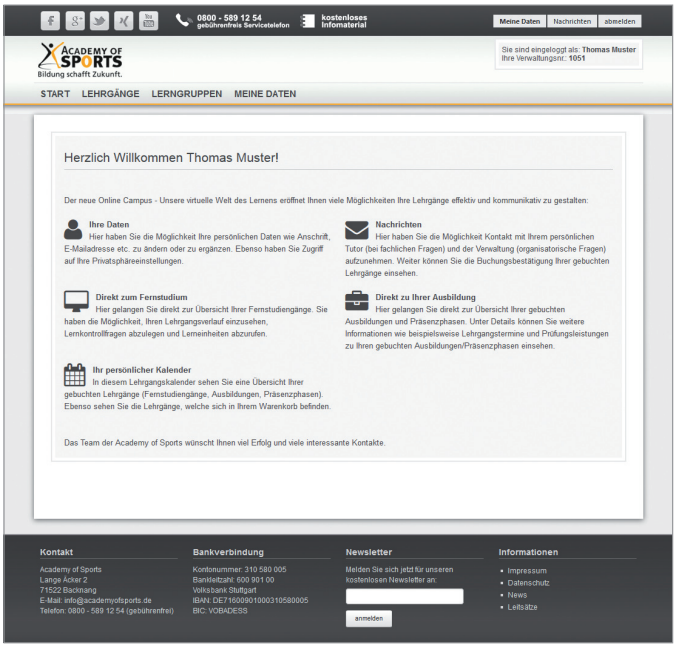


Mit unserem Online Campus wird Ihre Ausbildung oder Ihr Fernstudium interaktiv!

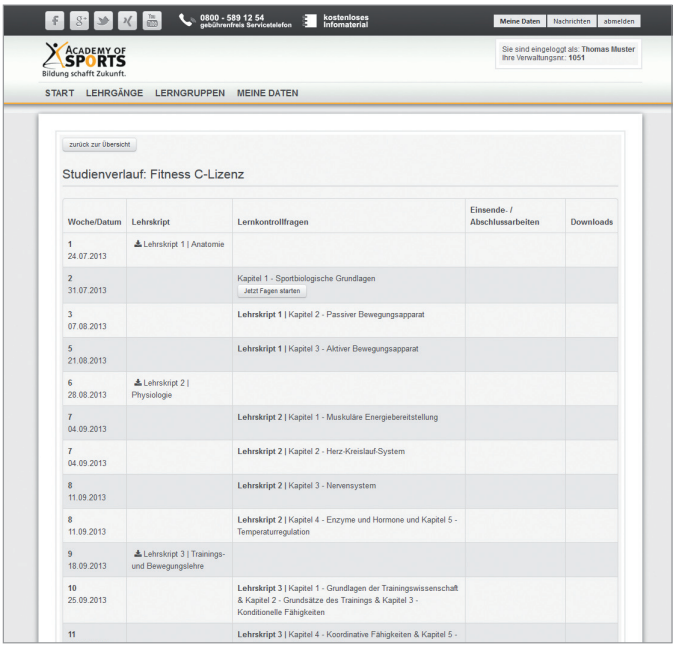
Als Teilnehmer eines Fernstudiums können Sie dessen Verlauf über den Online Campus optimal abrufen. Aber auch Lehrskripte herunterladen, Lernerfolgskontrollen ablegen, Präsenzphasen buchen und Noten einsehen.

In unseren innovativen Lerngruppen, die beim Fernstudiumspreis 2013 als Innovation des Jahres nominiert waren, stehen Ihnen lehrgangspezifische Dokumente, Videos, Apps und vieles mehr zur Verfügung. Teilen Sie Ihre Übungsergebnisse mit Ihren Lehrgangskollegen und besprechen Sie gemeinsam mit Ihrem Tutor die Ergebnisse!

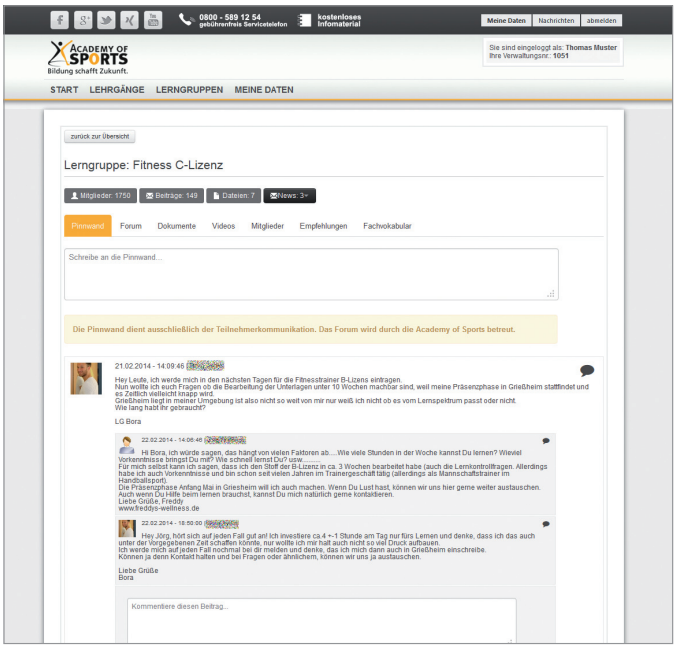
Alleine Lernen? Nicht an der Academy of Sports!



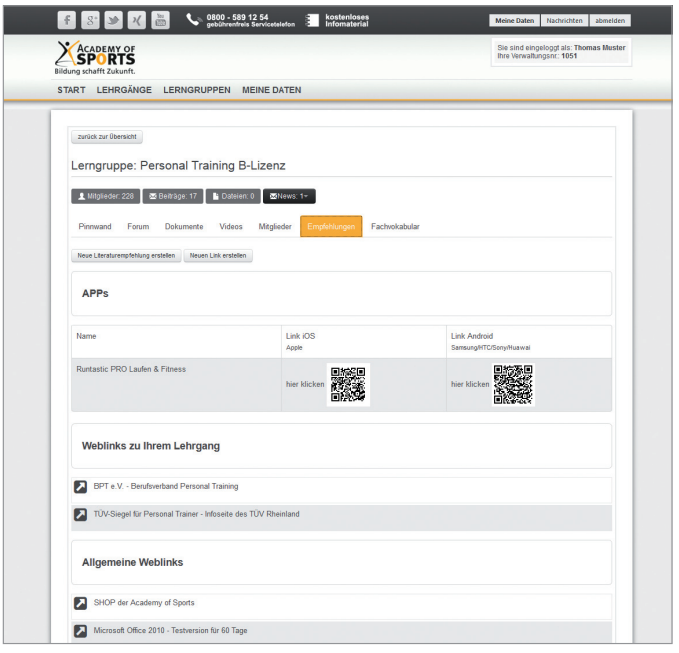
Campus-Startseite



Campus-Studienverlauf



Campus-Lerngruppen



Campus-Apps

Kapitel 3 – Unternehmensformen

Kapitel 3

3.1 Unternehmensgründungen

3.1.1 Neugründung

3.1.2 Betriebsübernahme

3.1.3 Beteiligung

3.1.4 Franchising

3.1.5 Erfolgsfaktoren von Gründungen

3.1.6 Standortwahl und -entscheidung

3.1.7 Business Plan

3.1.8 Finanzierung in der Gründungsphase

3.2 Einzelunternehmung

3.2.1 Der Mittelstand und das Prinzip der Einzelunternehmung

3.2.2 Prinzip des Kaufmann

3.2.3 Firmenrechtliche Grundsätze

3.2.4 Handelsregistereintragungen

3.2.5 Bedeutung der Einzelunternehmen

3.3 Personengesellschaften - Gesellschaftsunternehmen

3.3.1 Offene Handelsgesellschaft (OHG)

3.3.2 Offene Handelsgesellschaft (OHG) - Pflichten und Rechte

3.3.3 Kommanditgesellschaft (KG)

3.3.4 Gesellschaft des bürgerlichen Rechts (GbR)

3.3.5 Partnerschaftsgesellschaft (Partnerschaft)

Leseprobe

3.4 Kapitalgesellschaften

3.4.1 Aktiengesellschaft (AG) - Grundlagen

3.4.2 Aktiengesellschaft (AG) - Entstehung

3.4.3 Aktiengesellschaft (AG) - Firma

3.4.4 Aktiengesellschaft (AG) - Rechte und Pflichten

3.4.5 Aktiengesellschaft (AG) - Vor- und Nachteile

3.4.6 Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH)

3.4.7 Unternehmensformen des öffentlichen Rechts

Leseprobe

Lernorientierung

In diesem Kapitel erlernen Sie Folgendes:

- Kenntnis über alle in Deutschland existierenden Unternehmensformen;
- Eine geeignete Unternehmensform für die eigene Selbstständigkeit auszuwählen.

Leseprobe

Unternehmen bilden neben dem Staat und den privaten Haushalten einschließlich privater Organisationen ohne Erwerbszweck einen der drei großen Sektoren in unserer Volkswirtschaft.

Zum Sektor *Unternehmen* zählen alle Institutionen, die vorwiegend Waren und Dienstleistungen produzieren beziehungsweise erbringen, im Regelfall mit Gewinnabsicht. Während Unternehmen die kleinste rechtliche Einheit bilden, die dadurch gekennzeichnet ist, dass sie eigene Bücher führen und gesonderte Abschlüsse aufstellen müssen, sind Betriebe örtliche Einheiten.

Unternehmen sind lebende, dynamische Einheiten. Ähnlich wie biologische Systeme in der Natur durchlaufen auch Unternehmen Lebensphasen, in denen immer wieder typische Fragen und Problemstellungen zu beantworten sind.

3.1 Unternehmensgründungen

Jährlich werden in Deutschland bis zu einer halben Million Unternehmen neu gegründet. Gleichzeitig melden ähnlich viel Unternehmen Insolvenz an. Aus dieser dynamischen Entwicklung heraus ergeben sich vielfältige Veränderungsansätze in unserer Wirtschaft. Ein Rekordhoch an Existenzgründungen gab es im Jahr 2004. In diesem Jahr wurden rund 553.000 selbständige Existenzen gegründet. Gegenüber 2003 ist dies ein Zuwachs von 9,5 % (505.000 Gründungen).

Unternehmensgründungen werden meist mit der Vorstellung eines neu gegründeten Unternehmens verbunden. *In der Praxis gibt es aber mehrere Arten:*

- Neugründung,
- Betriebsübernahme,
- Management Buy Out / Management Buy In,
- Beteiligung,
- Franchising.

3.1.1 Neugründung

Im Rahmen einer Neugründung wird ein Unternehmen zum ersten Mal am Markt positioniert. Dies erfordert einen großen Spielraum, um eigene Vorstellungen und Ideen durchzusetzen. Auf der einen Seite ist es eine große Chance, ohne Altlasten ein Unternehmen neu zu strukturieren und zu organisieren. Auf der anderen Seite besteht aber ein hohes Risiko, durch die Komplexität der Aufgaben überfordert zu sein und die Marktentwicklung aufgrund fehlender Erfahrungswerte falsch einzuschätzen.

So müssen insbesondere die innerbetriebliche Struktur, der Kundenstamm und die Geschäftskontakte aufgebaut werden. Hinzu kommt ein großer Akquisitionsaufwand, verbunden mit umfangreichen PR-

und Marketingmaßnahmen. Die Entwicklung in diesem Bereich wird aus nachstehender Grafik deutlich.

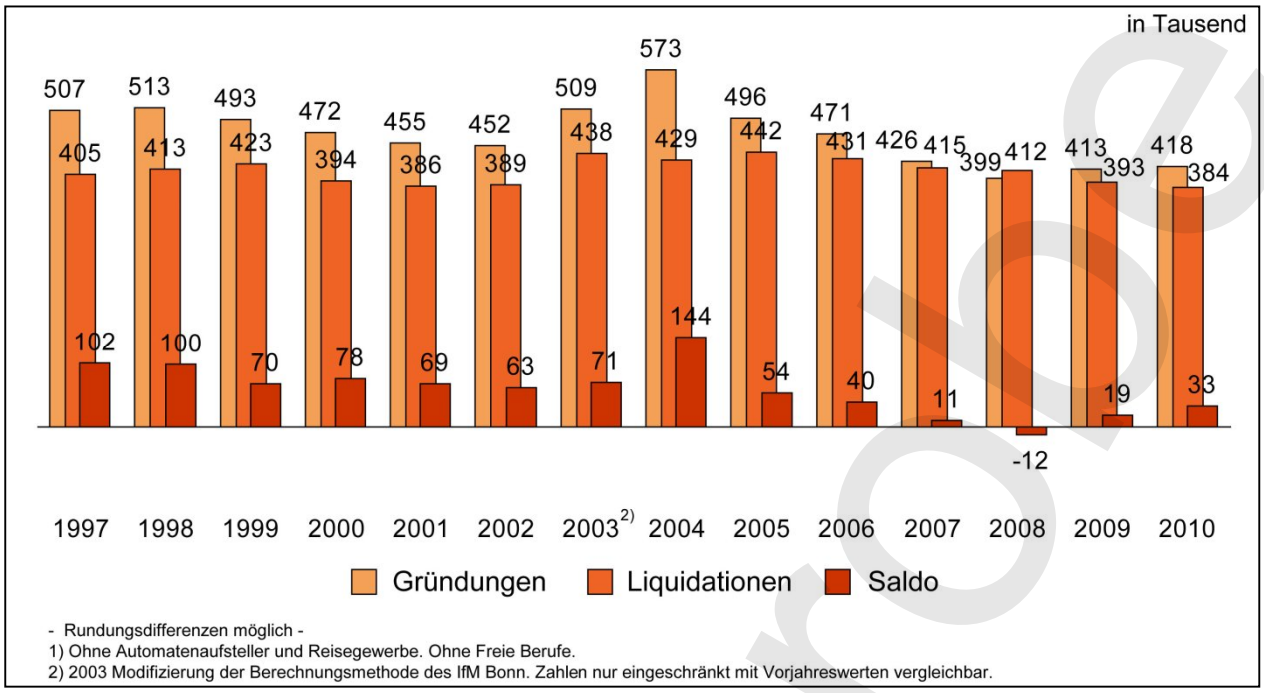


Abbildung 8 – Gründungen und Liquidationen von 1997 - 2010 in Deutschland (Quelle: IfM Bonn, Basis: Gewerbeanzeigenstatistik des Statistischen Bundesamtes)

3.1.2 Betriebsübernahme

Bereits bestehende Betriebe können über Kauf-, Schenkungs- oder Pachtverträge oder im Rahmen einer Erbschaft erworben werden. Das Risiko dieses Unternehmens kann relativ genau eingeschätzt werden, da umfangreiche Erfahrungswerte über seine Marktposition bestehen. Kaufverträge können auch als Management Buy Out oder Management Buy In gestaltet werden.

Die Unternehmensbewertung und damit die Ermittlung des Kaufpreises ist sehr komplex. Erforderlich sind umfangreiche Informationen über das Unternehmen, das zum Kauf steht. Diese so genannte *Due-Diligence-Analyse* wird mit Hilfe einer Checkliste durchgeführt, bei der alle verfügbaren Informationen zu den relevanten Bereichen des Unternehmens gesammelt und bewertet werden.

Viele Unternehmen stehen zum Verkauf, allerdings nicht immer aus wirtschaftlichen Faktoren, sondern aufgrund z. B. eines Generationenwechsels.
Zahlreiche erfolgreiche Neugründungen durch Kauf eines eingeführten/bestehenden Unternehmens belegen, dass es für Existenzgründer durchaus interessant sein kann, sich auf diesem Markt umzusehen. Es lohnt sich also, die in Frage kommenden Angebote sehr sorgfältig hinsichtlich Standort, Kundenbestand, Preisstruktur, Betriebsorgani-

sation, Personal, Markt- und Konkurrenzsituation und Entwicklungspotenzial zu prüfen. Die genauen Vor- und Nachteile müssen genau analysiert werden.

Vorteile einer Betriebsübernahme:

- Startphase bei Neugründung entfällt (bestehender Mitgliederstamm kann übernommen werden).
- Ausstattung und Räumlichkeiten sind bereits vorhanden.
- Standort ist etabliert.
- Bestehende Strukturen (z. B. Personal und Ablaufpläne) erleichtern den Einstieg.
- Es liegen betriebswirtschaftliche Zahlen aus der Vergangenheit vor, so dass eine Finanzierung durch Kreditinstitute leichter realisiert werden kann.
- Im günstigsten Fall arbeitet die Anlage ab dem ersten Tag kostendeckend.
- Betriebsübernahmen werden wie Neugründungen gefördert.

Nachteile einer Betriebsübernahme:

- Das Unternehmen ist vom bisherigen Inhaber stark geprägt.
- Zusätzlich zum Kaufpreis können weitere Investitionen erforderlich sein.
- Eigene Vorstellungen kollidieren mit den bestehenden Strukturen

3.1.2.1 Bewertung

Angebot und Nachfrage bestimmen den Preis. Das gilt natürlich auch für den Kauf eines Unternehmens. Die Preisvorstellungen des Verkäufers und des Käufers gehen dabei häufig weit auseinander. Den richtigen Kaufpreis für ein Unternehmen gibt es nicht, dennoch bestehen objektive ökonomische Bewertungskriterien, die es dem potentiellen Käufer ermöglichen, den geforderten Preis zu beurteilen. Können sich Verkäufer und Käufer nicht über die Höhe des Kaufpreises einigen, so besteht die Möglichkeit, die Bewertung des Kaufobjekts durch einen neutralen branchenkundigen Sachverständigen vornehmen zu lassen. Es ist zu empfehlen, dass die damit verbundenen Kosten zwischen Käufer und Verkäufer geteilt werden.

Es gibt verschiedene Verfahren zur Ermittlung eines objektiven Unternehmenswertes:

- Ertragswertverfahren,
- Discounted Cash Flow Verfahren (DCF),
- Multiplikatorverfahren,
- Substanzwertverfahren.

Leseprobe

Im Folgenden sollen kurz die am häufigsten verwendeten Methoden, das *Ertragswertverfahren* und das *Substanzwertverfahren*, vorgestellt werden.

Ertragswertverfahren

Das Ertragswertverfahren orientiert sich an den zukünftigen Einnahmeüberschüssen des Unternehmens. Dabei werden auf Grundlage der Betriebsergebnisse der vergangenen drei bis fünf Jahre zukünftige Betriebsergebnisse prognostiziert. Diese werden dann um neutrale und außergewöhnliche Aufwendungen und Erträge korrigiert. Die so ermittelten künftigen Gewinne werden mit Hilfe eines Kapitalisierungszinsfußes auf den Kaufzeitpunkt abgezinst.

$$\textbf{Ertragswert} = \frac{\text{Gewinn} \times 100}{\text{Kapitalisierungszinsfuß}}$$

Der Kapitalisierungszinsfuß errechnet sich aus dem marktüblichen Zinssatz für langfristige Kapitalanlagen zzgl. eines Risikozuschlages für die unternehmerische Tätigkeit. Dieser Risikozuschlag liegt in der Regel zwischen 3 und 10 %.

Hinweis

Häufig sind die Gewinne in den Jahren vor einer Übergabe rückläufig, weil der bisherige Inhaber sich nicht mehr mit der früheren Energie um den Betrieb gekümmert hat. Bei der Ermittlung des Kaufpreises sollte der Käufer auch notwendige Aufwendungen für Renovierungen und Modernisierungen berücksichtigen. Diese können den Unternehmenswert erheblich mindern.

Substanzwertverfahren

Beim Substanzwertverfahren ergibt sich der Kaufpreis aus der Summe der Kosten, die notwendig wären, um eine Anlage gleicher Art erstellen zu können. Der Substanzwert entspricht somit dem gegenwärtigen Marktwert aller materiellen und immateriellen Vermögensgegenstände.

Lesprobe

Beispiel einer vereinfachten Substanzwertberechnung

Buchwerte der materiellen Vermögensgegenstände
./. Abschreibungen
./. Fremdkapital
+ ideeller Firmenwert
+ Wert des Mitgliederstammes
= Substanzwert

Die Unternehmensbewertung hängt von einer Vielzahl von Faktoren ab. So gestaltet sich die Bewertung des Mitgliederbestandes und der bereits vollständig abgeschriebenen Geräte und Ausstattungsgegenstände in der Praxis oft schwierig. Auch die Auswahl des Bewertungsverfahrens kann den ermittelten Kaufpreis stark beeinflussen. Hilfestellung bei der Ermittlung des Unternehmenswertes bieten branchenkundige Unternehmensberater, Fachverbände und die Industrie- und Handelskammern.

Leseprobe

Beispiel-Checkliste bei Fitnessstudio-Übernahme

- Wie lange existiert das Unternehmen bereits? Warum wird es verkauft?
- Struktur der Mitgliedsverträge
  - Wie hoch ist der Durchschnittsbeitrag?
  - Restlaufzeiten?
  - Welche und wie viele Mitglieder sind Vorauszahler?
  - Wurden Ruhezeiten gewährt?
  - Bestehen Lifetime-Verträge?
  - Gibt es Pfandgebühren (Ausweise usw.)?
- Struktur des Anlagevermögens
  - Sind die Geräte gemietet?
  - Bestehen Leasingverträge?
  - Existieren Abtretungsverträge mit Lieferanten?
  - Wie hoch waren die Abschreibungen in den vergangenen Jahren?
- Lieferverbindlichkeiten überprüfen
- Mietvertrag prüfen
  - Ist eine Untervermietung möglich?
  - Willigt der Vermieter in die Übernahme der Restlaufzeit ein?
  - Neuvermietung: Immer einseitige Option auf Mietzeitverlängerung offen halten
  - Sind Miete und Nebenkosten angemessen?
  - Sind Umbauten oder Renovierungen erforderlich? Wer trägt die Kosten?
  - Liegen alle behördlichen Genehmigungen vor (z. B. Brandschutz)?
- Beschäftigungsverhältnisse (§ 613a BGB): Kündigung wegen Betriebsübergabe unwirksam. Haftung für rückständige Gehälter
- Wurden mindestens die letzten 3 Jahresabschlüsse und zeitnahe betriebswirtschaftliche Auswertungen eingesehen?
- Können bzw. müssen Verträge (z. B. Leasing, Lizenzen, etc.) übernommen werden.
- Ist der Kaufpreis angemessen? Wurde die Unternehmensbewertung durch einen neutralen Sachverständigen durchgeführt?
- Unbedenklichkeitsbescheinigung vom Finanzamt einholen, um die Haftung für evtl. offene betriebliche Steuern (§ 75 AO) zu vermeiden.
- Verbindlichkeiten gegenüber den Sozialversicherungsträgern prüfen.
- Empfehlung: Fachkundige Beratung durch Steuerberater, Anwalt, Unternehmensberater nutzen.

Leseprobe

Übung – Checkliste „Unternehmensübernahme“

Erstellen Sie eine vollständige Checkliste für ein Unternehmen aus Ihrer Branche.

Veröffentlichen Sie Ihre Präsentation unter *Dokumente* in der **Lerngruppe** dieses Lehrgangs und diskutieren Sie diese mit Ihren Lehrgangskollegen.

Preisverhandlung und Zahlungsmodalitäten

Nachdem sich der Übernehmer eine Vorstellung vom Wert des Unternehmens gemacht hat, beginnen die Preisverhandlungen mit dem abgebenden Inhaber. Ein häufiges Problem bei diesen Verhandlungen ist, dass der abgebende Unternehmer eine wesentlich höhere Preisvorstellung hat. Er verweist auf das bisher Geschaffene, während der Nachfolger nur daran interessiert ist, was sich künftig aus dem Betrieb machen lässt, d.h. welcher Gewinn erzielt werden kann.

Bei den Verhandlungen geht es aber nicht nur um die Höhe des Preises, sondern auch um unterschiedliche Zahlungsweisen. Zwei Beispiele:

1) *Barzahlung*
   Vorteil für den Abgebenden: Ende des unternehmerischen Risikos.
   Schwierigkeit für den Nachfolger: Probleme bei der Beschaffung des Geldes per Bankkredit.

2) *Leibrente*
   *Vorteil für den Abgebenden***:** Er bleibt lebenslang durch einen Festbetrag versorgt.
   Nachteil für den Abgebenden: Er nimmt noch am Risiko teil. Im Insolvenzfall endet die Rente.

Hinweis

Die Übergabe eines mittelständischen Unternehmens sollte mit Hilfe eines Rechtsanwaltes und eines Steuerberaters gestaltet werden.

Leseprobe

3.1.3 Management Buy Out / Management Buy In

Management Buy In - MBI

Wird ein Unternehmen durch ein externes Managementteam gekauft, bezeichnet man diesen Erwerb als Management Buy In (MBI). Dieses Team kann wiederum durch einen Finanzintermediär, z. B. eine Venture Capital Gesellschaft (Venture Capital = Risikokapital), finanziert werden. Auch der MBI-Markt wird aktuell durch steigende Angebote an Unternehmen, aber auch durch eine wachsende Zahl an Managern und günstigen Rahmenbedingungen (Kaufpreise, Zinsen, usw.) begünstigt.

MBIs werden häufig von Venture Capital Gesellschaften unterstützt. Risikokapital wird entweder in Form von vollhaftendem Eigenkapital oder eigenkapitalähnlichen Finanzierungsinstrumenten ins Unternehmen eingebracht. In den vergangenen Jahren wurde hauptsächlich in nicht börsennotierte, neu gegründete technologieorientierte Unternehmen (Startups oder Wachstumsunternehmen genannt) investiert. Dennoch kann Risikokapital auch eine Finanzierungsmöglichkeit für schon länger bestehende Unternehmen darstellen.

Management Buy Out - MBO

Ein Unternehmen kann auch durch das im Angestelltenverhältnis tätige Management des Unternehmens gekauft werden. Diesen Kauf bezeichnet man als Management Buy Out, sofern kein externer Investor beteiligt ist. Der MBO-Markt wird aktuell durch steigende Angebote an Unternehmen, aber auch durch eine wachsende Zahl an Managern und günstigen Rahmenbedingungen (Kaufpreise, Zinsen etc.) begünstigt.

3.1.4 Beteiligung

Kauft sich der Existenzgründer als Partner in ein Unternehmen ein, spricht man von einer Beteiligung. Er trägt unternehmerisches Risiko und erhält Anteile am Unternehmen.

Da der bisherige Unternehmer im Management verbleibt, bleibt seine Erfahrung erhalten und das Risiko eines evtl. Kundenschwundes ist in aller Regel geringer. Anderseits muss sich der Existenzgründer mit vorhandenen Strukturen und Prozessen sowie Denkweisen auseinandersetzen.

Leseprobe

3.1.5 Franchise

Eine besondere Art der Gründung, die sowohl eine Neugründung als auch eine Übernahme oder eine tätige Beteiligung sein kann, ist Franchise. Das Wesen von Franchise besteht darin, dass die Gründer in ein bestehendes unternehmerisches Konzept einsteigen, im Rahmen dieses Systems in bestimmter Art und Weise gebunden, ansonsten aber Selbständige mit eigener Unternehmung sind.

Zu den 20 größten Franchising-Ketten (Systemen) 2009 nach Anzahl der Betriebe in Deutschland zählen dem Deutschen Franchise-Verband zufolge:

Top 20 der Franchise-Wirtschaft in Deutschland

1	TUI / First Reisebüro	Reisebüro	1.405
2	McDonald's	Systemgastronomie	1.334
3	Schülerhilfe	Nachhilfe	1.023
4	Studienkreis	Nachhilfe	1.008
5	Kamps	Bäckereien	930
6	Subway	Systemgastronomie	755
7	Fressnapf	Tiernahrung	723
8	Apollo Optik	Augenoptiker	670
9	Burger King	Systemgastronomie	650
10	Foto Quelle	Fotohandel	560
11	Ad-Auto Dienst	Autoreparatur	550
12	Datac	Buchhaltung	524
13	Reno	Schuhhandel	498
14	Musikschule Fröhlich	Musikpädagogik	475
15	Quick Schuh	Schuhhandel	400
16	Tank & Rast	Tankstellen	368
17	Avis Autovermietung	Autovermietung	340
18	Topa Team	Schreinerfachbetriebe	338
19	Holidayland	Reisebüros	335
20	OBI	Heimwerkermärkte	333

Anzahl der Betriebe in Deutschland (Franchise-Betriebe & zentral geführte)
Quelle: Deutscher Franchise-Verband e.V. (Juli 2009)

Abbildung 9 – Top 20 der Franchising-Ketten in Deutschland, Stand Juli 2009 (Quelle: Deutscher Franchise-Verband e. V.)

Bei Franchise liefert der Franchise-Geber Name, Marke, Waren, Dienstleistungen, technisch-technologisches und betriebswirtschaftliches Know-how und Marketing. Er liefert wichtige Voraussetzungen wie Markttests oder Kalkulationshilfen und bietet laufend betriebswirtschaftliche Unterstützung, Beratung, Werbung und fachliche Schulungen. Gegen eine Einstiegsgebühr (quasi für das Franchise-Handbuch, in dem das gesamte System ausführlich und umfassend beschrieben sein sollte) und eine laufende Gebühr (monatlich bzw. jährlich, meist umsatzabhängig) erhält der Franchise-Nehmer das Recht, das gesamte Paket für sein Unternehmen zu nutzen und die laufende Unterstützung in Anspruch zu nehmen.

Der Franchise-Geber sollte dafür u. a. garantieren, dass kein anderer Franchise-Nehmer seines Systems im entsprechenden Gebiet einen Betrieb eröffnet (Gebietsschutz). Für die laufende Franchise-Gebühr sollte der Franchise-Nehmer einen handfesten Nutzen erhalten, nicht nur platte Ratschläge, z. B. regionale und überregionale Werbung, Kostenbeteiligungen am Marketing, kostenlose Schulungen und Serviceleistungen bei Einkauf, Buchhaltung, Controlling, usw.

Der Vorteil von Franchise besteht wesentlich darin, dass durch

- ein bereits mehr oder weniger erfolgreich erprobtes Konzept,
- die Bekanntheit des Systems,
- die Hilfe durch den System-Geber,
- die positiven Effekte einer größeren Franchise-Gemeinschaft (Einkauf, Werbung, Recht)

die Gefahr des Scheiterns des Franchise-Nehmers geringer als bei Einzelunternehmern ist.

Andererseits wird der unternehmerische Entscheidungsspielraum des Franchise-Nehmers durch den Franchise-Vertrag zum Teil erheblich eingeschränkt. Ein Franchise-System legt gewöhnlich die unternehmerische Marschroute sehr genau fest. Der Franchise-Nehmer muss darauf achten, dass er nicht in einen Knebelvertrag einsteigt.

Häufig wird durch die Unerfahrenheit am Beginn der Tätigkeit, oder durch die begrüßenswerte Euphorie des Neustarts das Kleingedruckte in Verträgen übersehen. Das führt leicht zu Knebelverträgen.

Checkliste "Franchising"

Eignung zum Franchise-Nehmer?

- Verlieren Sie durch die Franchise-Vorgaben nicht zu viel eigene Entscheidungsfreiheit?

Erfolgsaussichten Ihrer Franchise-Idee

- Welche Marktchancen hat die Franchise-Idee?
- Haben Sie Konkurrenz am Ort?
- Wie heben sich Ihre Produkte und Dienste von der Konkurrenz vor Ort ab?
- Sind Ihre Produkte oder Dienstleistungen saisonabhängig?
- Was denken potenzielle Kunden über das Franchise-Angebot?
- Ist der Markenname geschützt? Sind Patente und Warenzeichen erteilt?
- Ist der Verkaufspreis am Standort realisierbar?

Information über den Franchise-Geber?

- Wie lange ist er im Geschäft?
- Wie gut ist das Management? Wie viel Erfahrung hat es?
- Gibt es dafür Referenzen?
- Wie ist seine Kapital-Situation?
- Wie ist das Firmen-Image?

Leseprobe

- Wie viele Franchise-Nehmer gibt es? Wie lange?
- Führt er einen Eignungstest mit Ihnen durch?
- Ist er Mitglied in einem Fachverband (DFV)?
- Schreibt der Franchise-Geber die Preise für Ihr Produkt vor (nicht zulässig!)?
- Müssen Sie Betriebsmittel und Waren zu 100 % beim Geber beziehen?
- Ist das Franchise-Angebot hieb- und stichfest?
- Passen Produkt, Partner und Franchise-Paket zu Ihnen?
- Ist fachliche und kaufmännische Erfahrung erforderlich?
- Gibt es eine ausreichende Schulung für die Betriebsvorbereitung an Angebote zur Weiterbildung?
- Existiert ein Handbuch zur Betriebsführung?
- Gibt es Beratung und Hilfe bei Schwierigkeiten?
- Gibt es Service-Leistungen des Gebers in den Bereichen Einkauf, Werbung, PR-Maßnahmen, etc.?

Der Finanzplan

- Stimmt das Zahlenwerk?
- Was werde ich verdienen?
- Wie hoch ist mein Kapitalbedarf?
- Sind alle Kosten berücksichtigt? Auch die kalkulatorischen?
- Sind Einstiegs-Gebühr und laufende Gebühren, zahlbar in Prozent vom Bruttoumsatz, angemessen und marktgerecht?
- Was ist in Einstiegs- und laufenden Gebühren enthalten?
- Was ist extra zu zahlen?
- Wie sichere ich die Liquidität in den nächsten drei Jahren?
- Unterstützt mich der Franchise-Geber bei der Erstellung eines Liquiditätsplans und einer Erfolgsvorschau?

Franchise-Vertrag

- Haben Sie ausreichend Zeit, den Vertrag vor Ihrer Unterschrift zu prüfen (mit Experten Ihrer Wahl)?
- Wird Ihnen Gebietsschutz garantiert?
- Wie sind die Vertrags-Fristen (in der Regel zunächst 10 Jahre)?
- Vertrauen Sie Ihrem Vertragspartner?
- Welche Verlängerungsmöglichkeiten bestehen?
- Bei Vertragsverstößen Ihrerseits: Kündigt der Geber mit sofortiger Wirkung oder ist eine Abmahnungsmöglichkeit vorgesehen?
- Wie hoch sind die Vertragsstrafen?
- Erkennt die KfW Mittelstandsbank den Vertrag an?

Bei Beendigung der Partnerschaft

- Welche Möglichkeiten des Verkaufs gibt es?
- Gibt es ein Ausübungs- bzw. Wettbewerbsverbot?
- Reichen (kleine) Veränderungen im Erscheinungsbild, Warensortiment etc., um weiterhin in der Branche tätig zu sein?
- Gibt es eine Konkurrenzklausel?

Leseprobe

Herzlichen Glückwunsch!

Sie haben es geschafft.

KONTAKT

Academy of Sports GmbH

Firmensitz: Lange Äcker 2, 71522 Backnang

Telefon: 0800 5891254 (gebührenfrei)
Telefon: +49 7191 90714-30 (aus dem Ausland)
Telefax: +49 7191 90714-50

E-Mail: info@academyofsports.de
Internet: www.academyofsports.de

ACADEMY OF SPORTS
Bildung schafft Zukunft.

Social Media

Facebook

Twitter

Google+

Xing

YouTube