



Franchise Konzept

Was ist Franchising?

"Franchising ist ein Vertriebssystem, durch das Waren und/oder Dienstleistungen und/oder Technologien vermarktet werden. Es gründet sich auf eine enge und fortlaufende Zusammenarbeit rechtlich und finanziell selbständiger und unabhängiger Unternehmen, den Franchise-Geber und seine Franchise-Nehmer. Der Franchise-Geber gewährt seinen Franchise-Nehmern das Recht und legt ihnen gleichzeitig die Verpflichtung auf, ein Geschäft entsprechend seinem Konzept zu betreiben. Dieses Recht berechtigt und verpflichtet den Franchise-Nehmer, gegen ein direktes oder indirektes Entgelt im Rahmen und für die Dauer eines schriftlichen, zu diesem Zweck zwischen den Parteien abgeschlossenen Franchise-Vertrages bei laufender technischer und betriebswirtschaftlicher Unterstützung durch den Franchise-Geber den Systemnamen und/oder das Warenzeichen und/oder die Dienstleistungsmarke und/oder andere gewerbliche Schutz- und Urheberrechte sowie das Know-how, die wirtschaftlichen und technischen Methoden und das Geschäftsordnungssystem des Franchise-Gebers zu nutzen."

CERA IT! ist der einzige Hersteller von preislich attraktiven Foto- und Motivfliesen in Europa. Wir haben grossartige Erfolge in den letzten Jahren verzeichnet und möchten jetzt unser Know How an neue Partner weitergeben. Es gibt ab sofort für Sie eine neue Möglichkeit, Ihre Foto-Fliesen selbst herzustellen!



In naher Zukunft könnten Sie schon solche Bilder produzieren! Das macht nicht nur Ihnen Spass, sondern auch Ihren Kunden! Die wesentlichen Vorteile für Sie fassen wir kurz zusammen:

- Monopolstellung am Markt der Fliesen
- Einzigartige neuwertige Technik erlaubt es Wand-, Boden-, Aussen-, und Metallfliesen zu drucken! Das ist einzigartig in Europa!

- Preisvorteil gegenüber dem herkömmlichen Drucken auf Siebdruck-Basis. Je nach Ausfertigung kann der Preis um ein Vielfaches unter dem Siebdruck liegen. Dadurch hohes Potential für die "individuelle Fliese"
- Preisabstufungen durch verschiedene Qualitätsmerkmale gewährleistet, somit attraktive Preismodelle für jeden Kunden!
- Mehrere Einsatzgebiete: neben dem normalen Fliesenmarkt auch als Untersetzer, Art Deco (Fliesentische), Werbegeschenke, Hausnummern, Serienherstellung, Grabschmuck u.a.
- Attraktive Rendite möglich: Durch kostengünstige Produktion können Sie mit Hilfe unserer Qualitätsstandards hohe Gewinne erzielen. Je nach Qualitätsmerkmal der Fliesen um einige hundert Prozent!
- Sie profitieren vom Know How unserer anderen Partner: Bildergalerien, Fotoarchive, ausgesuchte Motive, Gemeinschaftseinkauf etc.

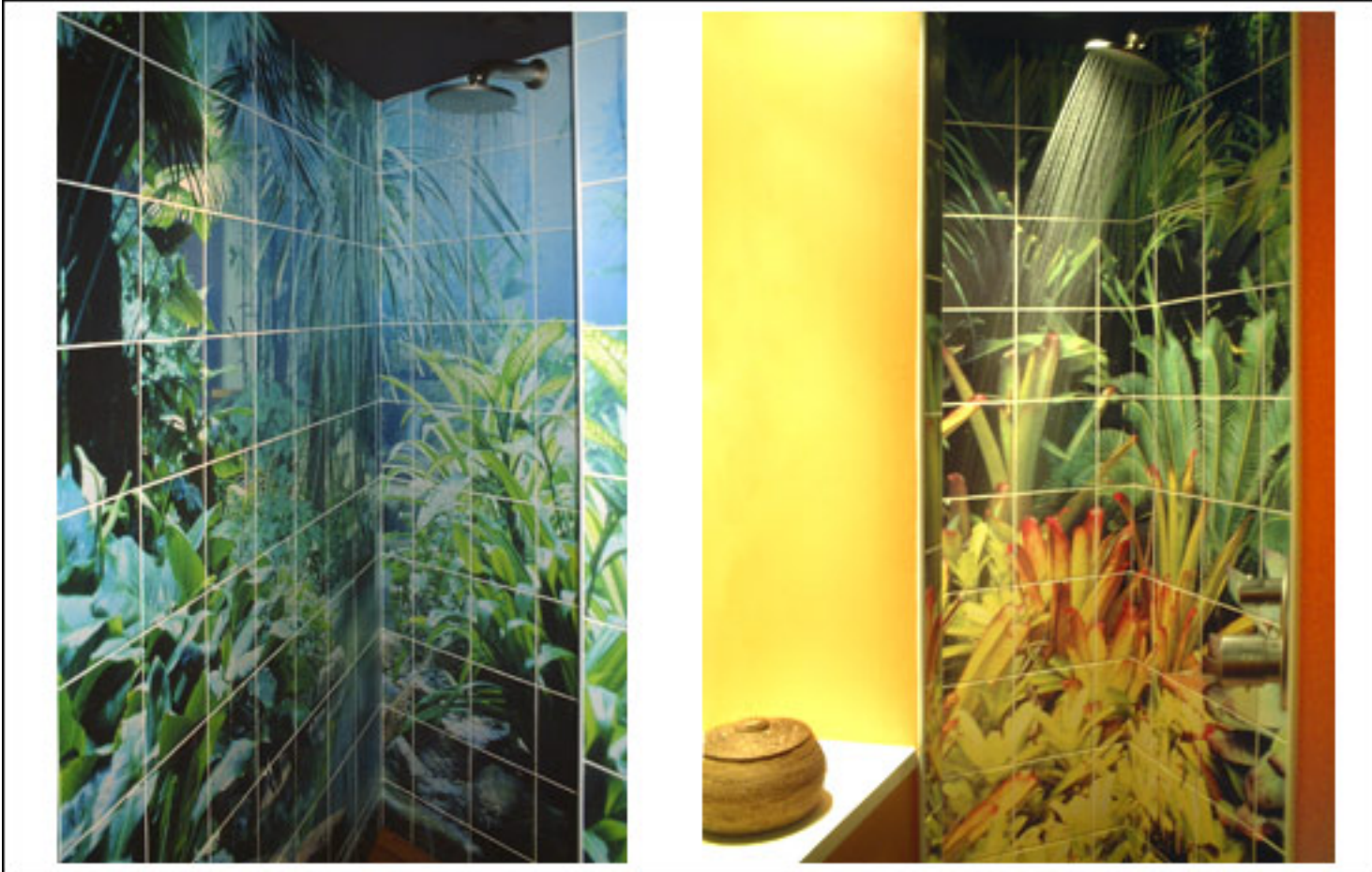
Wir bieten Ihnen aufgrund unserer alleinigen Marktstellung folgende Konzepte an: Stellen Sie Ihre Wand-, Boden- und Aussenbereichfliesen mit jeglichen Bildern, Fotos und Motiven einfach selbst her. Als Partner von CERA IT! können Sie die folgenden Franchise-Modelle eingehen:

A Franchise-Modell Premium:

Sie erhalten das komplette Produktions-Equipment für die Herstellung von Foto- und Motivfliesen für Wände, Boden und den Aussenbereich. Hinzu kommt die Technik für den Druck auf Metall-Fliesen oder Metall-Stücken. Die Maschinen und sonstiges Equipment werden Ihnen von uns aufgestellt. Sie haben die Möglichkeit zwischen den Formaten 10x10 cm bis einschliesslich 30x30 cm Fliesen zu bedrucken.

Die Anlieferung der Materialien übernehmen wir für Sie. Sie brauchen nur noch die Kundenwünsche umzusetzen. Die Werbung und das Vermarkten erledigen wir für Sie! Komplettpreis: 80.000 Euro

Alternativ: Sie leisten 40.000 Euro Anzahlung, und dann monatlich 750 Euro über den Vertragszeitraum von 5 Jahren. Wir verstehen dieses Modell als eine Finanzierung, um das Geschäft über die laufenden Einnahmen in Gang zu bringen.



B Franchise-Modell Standard:

Sie erhalten das Produktions-Equipment für die Herstellung von Foto- und Motivfliesen für Wände, Boden und den Aussenbereich. Die Druckmaschinen wird von uns aufgestellt, da Sie schon über eine ausreichende Perefherie (Computer mit ausreichender Software, Equipment etc) verfügen. Sie haben die Möglichkeit zwischen den Formaten 10x10 cm bis einschliesslich 30x30 cm Fliesen zu bedrucken. Die Anlieferung der Materialien übernehmen wir für Sie. Sie brauchen nur noch die Kundenwünsche umzusetzen.

Komplettpreis: 50.000 Euro

Alternativ: Sie leisten 20.000 Euro Anzahlung, und dann monatlich 580 Euro über den Vertragszeitraum von 5 Jahren. Wir verstehen dieses Modell als eine Finanzierung, um das Geschäft über die laufenden Einnahmen in Gang zu bringen. Die anderen Formate und die Metallfliesen können bei uns zu einem Vorteilspreis bezogen werden. Somit können Sie auch diese Kunden bedienen!

C Franchise-Modell Starter:

Sie erhalten das einfache Produktions-Equipment für die Herstellung von Foto- und Motivfliesen für Wände. Die Druckmaschine wird von uns aufgestellt. Sie haben die Möglichkeit zwischen den Formaten 10x10 cm bis einschliesslich 20x25 cm Fliesen zu bedrucken. Die Anlieferung der Materialien übernehmen wir für Sie. Sie brauchen nur noch die Kundenwünsche umzusetzen.

Komplettpreis: 30.000 Euro

Alternativ: Sie leisten 10.000 Euro Anzahlung, und dann monatlich 367,- Euro über den Vertragszeitraum von 5 Jahren. Wir verstehen dieses Modell als eine Finanzierung, um das Geschäft über die laufenden Einnahmen in Gang zu bringen. Die anderen Formate und die Metallfliesen können bei uns zu einem Vorteilspreis bezogen werden. Somit können Sie auch diese Kunden bedienen!



Franchise-Konzept von CERA IT!

Einstiegsgebühr: je nach Programm

A Premium \approx 80.000

B Standard \approx 50.000

C Starter \approx 30.000

Alle 3 Programme beinhalten die folgenden Vertragsgrundlagen:

- 1. Gebiets- und Markenschutz:** die Franchise-Rechte sind in Ihrem Gebiet für Sie gesichert. Sie haben das **Exklusivrecht**, während der Dauer des Franchisevertrages die **Marke** CERA IT! in Ihrem Gebiet (im Vertrag genau zugelassen) zu nutzen und davon zu profitieren.
- 2. Aufstellung** der Maschinen durch CERA IT
- 3. Anlieferung** der Materialien erfolgt durch CERA IT bis zum Vertragsende. Danach kann eine Vertragsverlängerung geschlossen werden.
- 4. Projektleitung beim Aufbau Ihres Druckbetriebes:** Erfahrene Projektleiter führen und begleiten Sie durch die schwierige Anfangsphase Ihrer Unternehmensgründung und Etablierung Ihres Druckzentrums:
 - * Investitionsplanung und Budgetierung
 - * Standort-Evaluation
 - * Vorgaben beim Umbau Ihres Betriebes (falls erforderlich)
 - * Zentraler Einkauf und Einrichtung Ihres Betriebes
 - * Unterstützung bei Personalselektion und Rekrutierung
 - * Empfehlung der Eröffnungswerbung

Dadurch reduziert sich Ihr Risiko

6. Erfahrungsaustausch und Vergleichszahlen

Sie profitieren von den Erfahrungswerten von allen teilnehmenden Betrieben:

- * Jahrestagung für Franchisenehmer
- * Teilnahme an Erfahrungsaustausch-Tagungen (ERFA)
- * Betriebsgespräche mit dem Franchisemanager
- * Monatliche Umsatzvergleiche

* Auswertung der Kundenentwicklung und Kundenzusammensetzung
Dadurch verbessert sich Ihr Kostenmanagement und die Umsätze werden optimiert.

7. Marketingkonzept

Wir sorgen für die konsequente Umsetzung und Weiterentwicklung des Marketingkonzepts:

- * Starke nationale und internationale Expansion
- * Marktforschung
- * Entwicklung von Werbemitteln und überregionalen PR-Instrumenten
- * Corporate Design-Richtlinien
- * PR-Toolbox
- * Medienbeobachtung und Erstellung eines aktuellen Pressespiegels
- * Bereitstellung von Fotomaterial aus international renommierten Foto-Archiven
- * Weiterentwicklung und Unterhalt der Internet-Homepage
- * Kundenservice: Beantwortung von Feedbackkarten und Kundenanfragen
Dadurch wird die Marke gestärkt und die Kundenzahlen Ihres Betriebes erhöht.

8. Gemeinschaftseinkauf

Dank grossem Auftragsvolumen der ganzen Gruppe können Sie für Ihren Betrieb **günstiger einkaufen:**

- * Drucksachen
- * Werbemittel
- * Betriebseinrichtung

Dadurch wird die Einheitlichkeit des Marktauftrittes sichergestellt.

9. Qualitätssicherung

Durch Inspektionen stellt die Qualitätssicherung sicher, dass unsere Dienstleistung **optimiert und einheitlich angeboten wird.**

10. Weiterentwicklung des Produktes

- * Weiter- und Neuentwicklung der Maschinen
- * Planung, Durchführung und Auswertung von Studien
- * Weiterentwicklung der Ausbildungsmethoden und -Inhalte



Kostenpflichtige Leistungen

Nationale Promotion: 2% vom Verkaufsumsatz

Jeder Betrieb trägt 2% des Verkaufsumsatzes an den Werbepool "Nationale Promotion" bei. Diese Mittel werden in nationalen Medien zur **Steigerung der Markenbekanntheit** eingesetzt.

Franchise-Gebühr: 5% vom jährlichen Verkaufsumsatz

Kapitalbedarf:

zwischen 30.000 und 80.000 Euro

Betriebsmittel: ca. 2.000 Euro, je nach Bestellung
eventuell Umbaukosten (je nach Immobilie)

Standort

- * Städte und Landkreise mit mindestens 80'000 Einwohnern
- * Gemischtes Wohn- und Arbeitsgebiet
- * 200 - 800m² Grundfläche
- * Raumgrösse für Druckmaschinen mindestens 12 qm
- * Lagerraum, falls gewünscht, ab 4 qm

Sind Sie der ideale Franchisenehmer?

Wir expandieren im In- und Ausland und sprechen Unternehmerpersönlichkeiten an, die in einem erfolgreichen Franchisesystem Verantwortung übernehmen wollen.

Sie führen Ihren Betrieb eigenständig und verpflichten sich, standardisierte Verfahren anzuwenden. Sie arbeiten vorwiegend in Ihrem Team mit den Kunden.

Sie haben eine abgeschlossene Ausbildung bzw. Studium. Sie verfügen über Erfahrung oder sind bereit diese zu erlernen:

- * in der Personalführung
- * im Marketing/Vertrieb
- * im Kostenmanagement
- * im Verlegen von Fliesen
- * im Umgang mit modernen Kommunikationsmitteln

Die Tätigkeit erfordert zudem eine ausgeprägte Dienstleistungsorientierung und hohe soziale Kompetenz. Mit Ihrer Einsatzbereitschaft sind Sie in der Lage Ihr Organisationstalent und Ihre Vorbildfunktion unter Beweis zu stellen. Sie planen gerne.

Sie durchlaufen während der Projektphase eine Grund- und Führungsausbildung, in der wir Sie auf die CERA IT! spezifische Betriebsführung vorbereiten. Regelmäßige Weiterbildungsmaßnahmen sorgen dafür, dass Sie ständig auf dem Laufenden sind.

Verfügen Sie über diese Qualitäten? Finden Sie sich in dieser Beschreibung wieder? Sind Sie bereit unternehmerisches Risiko zu übernehmen und haben Sie frei verfügbares Eigenkapital? Dann leiten Sie die "Sechs Schritte" zum Erfolg ein:

1. Wir lernen uns kennen

Als erstes besuchen wir Sie, um Ihnen die Fliesen zu präsentieren und Ihre künftige oder bestehende Betriebsstätte zu sehen.

2. Sie stehen danach weiterhin mit uns in Kontakt

Studieren Sie unser Anforderungsprofil und prüfen Sie, ob Sie die Voraussetzungen erfüllen.

3. Wir vertiefen unsere ersten Kontakte

Wir treffen uns zu einem ausführlichen Informations- und Klärungsgespräch.

4. Sie werden Franchisekandidat

Wir verhandeln konkret und unterzeichnen eine Vereinbarung für Ihr Schutzgebiet zur Sicherung Ihrer und unserer Interessen. Damit beginnt die Planung Ihres Produktionsbetriebes.

5. Sie werden Franchisenehmer

Wenn Sie alle Eignungsverfahren durchlaufen haben, die Finanzierung gesichert ist, dann wird der Franchisevertrag abgeschlossen.

Eine Franchise-Bewerbung bei CERA IT! hat keinen Sinn:

- * Wenn Sie lediglich eine Kapitalanlage suchen
- * Wenn Sie davon ausgehen, dass Sie sich der erfolgreichen Marke CERA IT! anschliessen, ohne dass Ihr unternehmerisches Denken und Handeln erforderlich ist
- * Wenn Sie nicht die Stimmenmehrheit an Ihrer Gesellschaft haben
- * Wenn Sie eine Partnerschaft mit CERA IT! nur 3-5 Jahre betreiben wollen, bevor Sie sich "zurücklehnen"
- * Wenn Ihnen der Umgang mit Menschen nicht leicht fällt

GESCHÄFTSIDEE

Das Unternehmen CERA IT Foto- und Motivfliesen stellt Fliesen mit individuellen Drucken her, die bisher auf dem Markt einmalig sind. Es handelt sich um eine technische Neuerung, die auch auf anderen Materialien (z.B. Metall) eingesetzt werden kann. Jede drucktechnische Aufgabe kann vom CERA IT Team geleistet werden. Dabei ist die eigentliche Innovation die farbgetreue Darstellung auf der Fliese, die kostengünstige Herstellung im Vergleich zu konventionellen Drucken (im Speziellen: Siebdruck) und die unbegrenzte Themenvielfalt bei der Herstellung. Somit ist das individuelle und maßgeschneiderte Bau- und Dekorationsmaterial Wirklichkeit geworden.

Die Fliesen aus Keramik und Metall sind kratz-, stoß-, wasserfest und eignen sich für jeden Bereich - innen und außen. Es handelt sich um Fliesen in verschiedenen Größen, die beliebig bedruckt werden können. Dabei kommen Fotos, Bilder, Grafiken, Kunstdrucke und anderes Bildmaterial zum Einsatz. Das Besondere an diesen Fliesen ist die Klarheit und die beeindruckende Motivechtheit der bedruckten Fliesen. Auch die Bild-Größen sind frei wählbar und somit individuell einsetzbar - für Kunden und Produktentwickler.

Das macht die Fliesen zu einer völlig neuen Alternative im Fliesen-, Art Deco-, Möbel- und Table Set-Bereich. Dieses neue Baumaterial wird logisch durchdacht, aber auch intelligent national und international vermarktet. Auf der Grundlage des innovativen Charakters unseres Produktes und der damit begründeten Monopolstellung auf dem Markt besteht ein unermessliches Wachstumspotential, was wir konsequent ausschöpfen werden.

Die Kunden können ab jetzt ihr individuelles Erscheinungsbild in Bad, Küche, auf Fußböden, auf Objekten im Innen- und Außenbereich verwirklichen. Dabei eröffnen sich komplett neue Wohn- und Produktwelten, die so bisher nicht möglich waren.

Das Besondere der Foto- und Motivfliesen liegt in ihrer Einzigartigkeit hinsichtlich der realistischen Darstellung von Fotos und anderen Vorlagen. Diese Fliesen bekommt der Kunde nur von Cera It Foto- und Motivfliesen. Farben, Einzigartigkeit, Individualität, unbegrenzte Einsatzgebiete, alles ausgeprägte Eigenschaften der neuartigen Fliesen. Somit ist eine völlig neue Möglichkeit für den Fliesenmarkt entstanden. Cera It hat damit eine Marktnische geschaffen, nämlich die der individuellen Fliese.

VORTEILE UND NUTZEN FÜR KUNDEN

Auf Grund des Innovationscharakters besteht das **Besondere** neben den qualitativen Beschaffenheitsmerkmalen in der Klarheit, Realitätsnähe und in der beeindruckenden Motivechtheit der bedruckten Fliesen und Oberflächen. Dabei sind die Bild-Größen frei wählbar und somit individuell einsetzbar - für Kunden und Produktentwickler.

Das macht die Fliesen zu einer **völlig neuen** Alternative im Fliesen-, Art Deco-, Möbel- und Table Set-Bereich, womit den neuen Trends in der Branche, welche klar in die Richtung des individuellen Einrichtens und Designs vollkommen Rechnung getragen wird.

Farben, Einzigartigkeit, Individualität, unbegrenzte Einsatzgebiete, alles ausgeprägte Eigenschaften der neuartigen Fliesen. Somit ist eine völlig neue Möglichkeit für den Fliesenmarkt entstanden.

Auf der Grundlage des innovativen Charakters und Einzigartigkeit unseres Produktes und der damit begründeten Monopolstellung auf dem Markt besteht dabei ein unermessliches Wachstumspotential, was konsequent ausgeschöpft und weiterentwickelt wird.

Daher wird dieses neue Produkt an Hand eines **logisch durchdachten**, aber auch **intelligent** organisierten **Marketings** national und international vermarktet.

Die Kunden können ab jetzt ihr individuelles Erscheinungsbild in Bad, Küche, auf Fußböden, auf Objekten im Innen- und Außenbereich verwirklichen. Dabei eröffnen sich komplett neue Wohn- und Produktwelten, die so bisher nicht möglich waren. Unsere Zielgruppen sind Architekten, Innenarchitekten, Groß- und Einzelhandel, Einrichtungshäuser, Bad- und Küchenhandel, Bauherren, Projektentwickler, Hotelketten, Dekorgeschäfte, Messebau, Ladenbau, Baumärkte, Fotografen und private Verbraucher. Das Marktpotenzial für ein Unikat und einzigartiges Produkt schätzen wir sehr hoch ein. Besonders die neuen Möglichkeiten in der Dekoration verschiedenster Projekte lassen auf ein gutes Geschäft in allen Sparten der Baubranche, der Innendekoration, von Messen und im Objektbereich zu.

Die Trends in der Branche gehen klar in die Richtung des individuellen Einrichtens. Hier ist es nun erstmals im Bad, in der Küche oder auf Fußböden möglich, völlig neuartige und im Produktionsprozess einzigartige Bilder entstehen zu lassen. Somit ist die Einzigartigkeit für jedes Projekt gegeben.

PRODUKTEINSATZ

Nach erfolgten Pretest (Markterprobung) stellte sich in letzter Zeit heraus, dass die Fliesen auch für andere Bereiche anwendbar sind.

Im Table Service werden sie als Untersetzer eingesetzt. Sie können als Geschenkartikel hergestellt werden oder kunstvolle Schmiedeeisentische verziern.

Auch als Wanduhren wurden die Fliesen schon genutzt. Immer wieder kommt es zu Auftragsarbeiten speziell für Keramik für verschiedene Anwender, die ihre Arbeiten auf dem neuen andersartigen Material machen möchten.

Keramik war bisher begrenzt durch das Brennen der Keramik.

Mit unserer neuen Technologie eröffneten sich auch hier neue Perspektiven.

Zunächst gab es nur Wandfliesen mit Fotos und Motiven. Inzwischen kamen Bodenfliesen, Fliesen für den Außenbereich und Metallfliese hinzu. Die Verwendung ist also universell. Selbst in Pools wurden sie schon eingesetzt.

KUNDENGRUPPEN

Auf Grund der vielgestaltigen Anwendung des Druckverfahrens ergibt sich ein breites Abnehmerspektrum, welches sich vom Endabnehmer bis zum Zielgruppenmittler erstreckt.

Dabei erstreckt sich das Kundenspektrum vorwiegend auf das private und kleingewerbliche Klientel, die mit ihren Ansprüchen und Vorstellungen hinsichtlich des Designs und der qualitätsorientierten Produktbeschaffenheit, den mittleren bis höheren Einkommensgruppen zuzuordnen sind.

Die gewerblichen Nachfrager (z.B. Hoteliers- und Gaststättenbetreiber sowie Autohäuser) stellen mit der Nutzung unseres Angebotes, das auf ihr Klientel ausgerichtete Qualitätsmanagement dar.

Aussteller auf Messen u.a... sowie öffentliche Abnehmer (Kommunen etc.) Architekten, Innenarchitekten, der Fliesenhandel, Einrichtungshäuser für Bäder und Küchen, Projektentwickler, Möbelhersteller, Dekorgeschäfte, Messebau, Ladenbau, Baumärkte, Fotografen und Designer kommen hier vorwiegend als Zielgruppenmittler in Betracht.

Alle Altersgruppen sind potenzielle Käuferschichten. Uns ist aufgefallen, dass im privaten Bereich eher Frauen die nötigen Motive aussuchen und somit eine interessante Zielgruppe sind. Im professionellen Objektbereich sind es eher Männer, die diese Entscheidungen treffen.

Die Kunden akzeptieren den mittleren und höheren Preisspielraum der Dekorfliesen. In Deutschland konzentrieren sich die Kunden vor allem auf die Großstädte, aber auch im Ausland gibt es vielversprechende Kontakte.

Das Bedürfnis nach dem Besonderen, dem Einzigartigen, ja sogar Privaten (Urlaubsfotos) in der Wohnwelt der Kunden zeigt sich immer wieder. Dieses

Gefühl von Exklusivität kann nur die CERA IT Fliese vermitteln, so individuell und speziell, wie nie zuvor.

Gerade Kunden, die sich individuell einrichten, das Besondere suchen und gerade auch etwas Exklusivität suchen, sind mit der CERA IT Fliese bestens bedient. Die Streuung der Fliesen über den Handel, Privatpersonen und die professionellen Anwender im Bausektor beinhaltet ein großes Marktpotenzial.

Die nachfolgende Aufstellung gibt hierbei eine Übersicht über die wichtigsten in und ausländischen Abnehmergruppen mit dem dazugehörigen Sortiment und Anwendungsbereich

Architekten:	Wand- und Bodenfliesen, Objektbereich, publikumsstarke Gebäude
Innenarchitekten:	Wand- und Bodenfliesen, Objektbereich, Privatbereich
Fliesenhandel:	Wand- und Bodenfliesen für den Privat- und Objektbereich
Küchen- und Badeinrichter:	Wand- und Bodenfliesen
Projektentwickler:	Wand- und Bodenfliesen, Objektbereich
Hotelketten:	Wand- und Bodenfliesen, Objektbereich
Möbelhersteller:	Dekorfliese für Tische, Schränke etc
Dekorgeschäfte:	Dekorfliese, Keramikuhren
Messebau:	Metallfliesen als Bodenbelag, Wand- und Bodenfliesen, Objektbereich
Ladenbau:	Metallfliesen als Dekoration, Shopsysteme
Baumärkte:	Wand- und Bodenfliesen, ausgesuchte Dekorfliesen, Serien
Fotografen:	Fotofliesen als Werbemittel und Ausstellungsmaterial
Werbebranche:	Werbeträger
Table Sets:	Untersetzer

Unsere Kunden sind vorwiegend private Abnehmer, die mit ihren Ansprüchen und Vorstellungen hinsichtlich des Designs und der qualitätsorientierten Produktbeschaffenheit, den mittleren bis höheren Einkommensgruppen zuzuordnen sind. Zusätzlich gewerbliche Nachfrager (z.B. Hotel- und Gaststättenbetreiber, Aussteller auf Messen u.a... sowie öffentliche Abnehmer (Kommunen etc.) Architekten, Innenarchitekten, der Fliesenhandel, Einrichtungshäuser für Bäder und Küchen, Projektentwickler, Möbelhersteller,

Dekorgeschäfte, Messebau, Ladenbau, Baumärkte, Fotografen und Designer kommen hier vorwiegend als Zielgruppenmittler in Betracht.

ENTWICKLUNG DES UNTERNEHMENS IM VERGLEICH ZUM MARKT

Durch Großprojekte im internationalen Rahmen, unsere schon vorhandene Medienpräsenz und letztlich den Franchiseverträgen und darüber hinaus gehenden Vertriebsabsprachen kann von einem steigen Markt- und Umsatzwachstum ausgegangen werden.

In einem strategischen Zeitraum von 5 bis 7 Jahren werden wir daher einen Marktanteil bei den Wand- und Bodenfliesen von weltweit 2 % erreichen.

Das Unternehmen CERA IT wird auf Grund seiner technologisch bedingten Sonderstellung sowie den damit einhergehenden Qualitätsstandards neue Maßstäbe in verschiedenen Branchen setzen. Ziel ist es, mit den von uns vertriebenen Produkten innerhalb der nächsten 5 Jahre zu dem bedeutendsten Anbieter in diesem Nischenmarkt Europa- und später Weltweit zu avancieren.

Um den angestrebten weltweiten Marktanteil von 2 % zu erreichen, wird der Markt gemeinsam mit unseren strategischen Partnern, (über ein breitgefächertes Vertriebsnetz und Franchisesystem) auf der Basis gegenseitigen Vertrauens qualitätsorientiert und nach Kundenwünschen bearbeitet. Das bildet die Grundlage für einen gesicherten und wachsenden Absatz und eröffnet so eine gesicherte Zukunftsperspektive für jeden Beteiligten.

MARKTPOTENZIAL

Unser Unternehmen wird neue Maßstäbe in verschiedenen Branchen setzen. Ziel ist es, mit den von uns vertriebenen Produkten innerhalb der nächsten 5 Jahre zu dem bedeutendsten Anbieter in diesem Nischenmarkt europa- und später weltweit zu avancieren.

Um den angestrebten weltweiten Marktanteil von 2 % zu erreichen, wird der Markt gemeinsam mit unseren strategischen Partnern, vornehmlich den Franchise-Nehmern, auf der Basis gegenseitigen Vertrauens qualitätsorientiert und nach Kundenwünschen bearbeitet. Das bildet die

Grundlage für einen gesicherten und wachsenden Absatz und eröffnet so eine gesicherte Zukunftsperspektive für jeden Beteiligten.

RESUMÉE

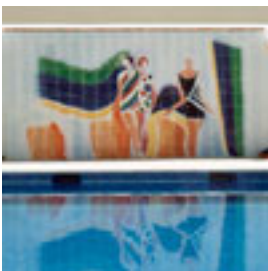
Mit der CERA IT Fliese haben Sie einen Vorsprung vor der Konkurrenz in Ihrem Gebiet. Niemand kann Ihnen als Monopolist Paroli bieten!

Sie haben nicht nur alle Karten in der Hand in der Bau-Sparte (Wand-, Bodenfliesen) sondern auch in anderen Bereichen, wie etwa Produktergänzungen, Dekormittel, Fun-Artikel...Die Investitionskosten haben Sie bei geschicktem Vertrieb und offensiver Vermarktungs-Strategie innerhalb kürzester Zeit wieder raus.

Unsere Kunden erwarten das Exklusive, das Einzigartige und sind deshalb auch bereit, den höheren Preis zu zahlen! Das beweisen uns Geschäftspartner weltweit, wie etwa der Sultan von Bahrain (neuer Palast, Fertigstellung 2002), zahlreiche Architekten (Planung von U-Bahn-Projekten, u.a. Düsseldorfer U-Bahn, Pariser Metro), Innenarchitekten (neueste Grossdiscothek in Berlin, Kantstr.)...

Es entsteht eine neue Art des Bauens! Seien Sie dabei, denn Sie stehen heute in der ersten Reihe! Wenn Sie nicht Monopolist sein wollen, dann werden andere die Chance ergreifen! Wir glauben an unser Potential für die anderen Bereiche, wie etwa Table-Sets, Produktergänzungen, Fun-Produkte, Uhren, Tische u.a.! Auch hier hätten Sie eine alleinige Marktstellung!

Selbst das Drucken auf Metall wurde von den Messe-Machern der Volkswagen AG in Auftrag gegeben! Sie möchten eine erste Adresse sein für neue, einzigartige Bau-, Messe-, Innenausbauprodukte? Dann nehmen Sie Kontakt zu uns auf und gehören Sie zu den Pionieren einer neuen Wohn-, Arbeits- und Produktwelt! Vielen Dank für Ihre Antwort!



ETHIKKODEX

Der nachfolgende Europäische Verhaltenskodex stellt eine Neufassung des 1972 von der European Franchise Federation (EFF) herausgegebenen Ethikkodex dar und wurde wiederum in Abstimmung mit der EG-Kommission in Brüssel erarbeitet.

Dieser Verhaltenskodex ist eine sachdienliche Zusammenstellung von wesentlichen Vorschriften fairer Verhaltensweisen für die Franchise-Praxis in Europa. Jeder nationale Franchise-Verband und Mitglied der EFF war an der Erstellung des Europäischen Verhaltenskodex für Franchising beteiligt, übernimmt ihn als Ethikkodex für seine Mitglieder und stellt seine Einhaltung sicher.

1. DER BEGRIFF DES FRANCHISINGS

Franchising ist ein Vertriebssystem, durch das Waren und/oder Dienstleistungen und/oder Technologien vermarktet werden. Es gründet sich auf eine enge und fortlaufende Zusammenarbeit rechtlich und finanziell selbständiger und unabhängiger Unternehmen, den Franchise-Geber und seine Franchise-Nehmer. Der Franchise-Geber gewährt seinen Franchise-Nehmern das Recht und legt ihnen gleichzeitig die Verpflichtung auf, ein Geschäft entsprechend seinem Konzept zu betreiben.

Dieses Recht berechtigt und verpflichtet den Franchise-Nehmer, gegen ein direktes oder indirektes Entgelt im Rahmen und für die Dauer eines schriftlichen, zu diesem Zweck zwischen den Parteien abgeschlossenen Franchise-Vertrags bei laufender technischer und betriebswirtschaftlicher Unterstützung durch den Franchise-Geber, 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 Franchise-Gebers zu nutzen.

"Know-how" bedeutet ein Paket von nichtpatentierten praktischen Kenntnissen, die auf Erfahrungen des Franchise-Gebers und Erprobungen durch diesen beruhen und die geheim, wesentlich und identifiziert sind; "Geheim" bedeutet, 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 Franchise-Gebers völlig unbekannt oder unerhältlich sein müsste; "Wesentlich" bedeutet, dass das Know-how Kenntnisse umfasst, die für den Franchisenehmer unerlässlich betreffend den Gebrauch, Verkauf oder Weiterverkauf der vertragsgemäßen Waren oder der Erbringung der vertragsgemäßen Dienstleistungen sind, insbesondere für die Präsentation der zum Verkauf bestimmten Waren, die Bearbeitung von Erzeugnissen im Zusammenhang mit der Erbringung von Dienstleistungen, die Art und Weise der Kundenbedienung sowie die Führung des Geschäftes in verwaltungsmäßiger und finanzieller Hinsicht.

Das Know-how muss für den Franchise-Nehmer nützlich sein; dies trifft zu, wenn es bei Abschluss der Vereinbarung geeignet ist, die Wettbewerbsstellung des Franchise-Nehmers insbesondere dadurch zu verbessern, dass es dessen Leistungsfähigkeit steigert und ihm das Eindringen in einen neuen Markt erleichtert.

"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 Franchise-Vereinbarung oder in einem besonderen Schriftstück niedergelegt oder in jeder anderen geeigneten Form vorgenommen werden.

2. LEITSÄTZE

2.1 Der Franchise-Geber ist der Initiator eines Franchise-Netzes, das aus dem Franchise-Geber und den einzelnen Franchise-Nehmern besteht und deren Betreuer der Franchise-Geber auf längere Sicht ist.

2.2 Pflichten des Franchise-Gebers:

Der Franchise-Geber muss:

- vor der Gründung seines Franchise-Netzes ein Geschäftskonzept schon in einem angemessenen Zeitraum und mit wenigstens einem Pilotobjekt erfolgreich betrieben haben;
- der Eigentümer oder rechtmäßige Nutzungsberechtigte des Firmen namens, Warenzeichens oder einer anderen besonderen Kennzeichnung seines Netzes sein;
- eine Anfangsschulung des einzelnen Franchise-Nehmers durchführen und ihm während der gesamten Laufzeit des Vertrages laufende kommerzielle und/oder technische Unterstützung gewähren;

2.3 Pflichten des einzelnen Franchise-Nehmers:

Der einzelne Franchise-Nehmer wird:

- sich nachhaltig um das Wachstum seines Franchise-Betriebs und die Wahrung der gemeinschaftlichen Identität und des guten Rufs des Franchise-Netzes bemühen;
- dem Franchise-Geber nachprüfbar wirtschaftliche Daten zukommen lassen, um ihm die für ein effektives Management notwendige Beurteilung der Leistung und der wirtschaftlichen Ergebnisse zu erleichtern, und er wird dem Franchise-Geber und/oder dessen Beauftragten auf Wunsch des Franchise-Gebers und zu angemessenen Zeiten Zugang zu den Räumlichkeiten und Unterlagen des einzelnen Franchise-Nehmers gewähren;
- dem Franchise-Nehmer ist es nicht gestattet, weder während noch nach Beendigung des Vertragsverhältnisses an Dritte das Know-how weiterzugeben, das ihm vom Franchise-Geber übermittelt wurde.

2.4 Weitere Pflichten beider Vertragsparteien:

- Beide Parteien lassen in ihrem Umgang miteinander Fairneß walten. Im Falle einer Vertragsverletzung wird der Franchise-Geber seine Franchise-Nehmer schriftlich abmahnen und gegebenenfalls eine angemessene Frist festsetzen, in welcher der Verstoß zu beheben ist;
- beide Parteien sind gehalten, Klagen, Beschwerden und Meinungsverschiedenheiten guten Glaubens und mit gutem Willen durch faire und sachliche Gespräche und direkte Verhandlungen zu klären.

3. PARTNERWERBUNG, -GEWINNUNG UND OFFENLEGUNG

3.1 Werbung für die Gewinnung von Franchise-Nehmern soll ohne Zweideutigkeiten und ohne irreführende Angaben erfolgen.

3.2 Alle Anzeigen und jedes Werbematerial zum Zwecke der Franchise-Nehmer-Gewinnung, die direkt oder indirekt auf von den einzelnen Franchise-Nehmern zu erwartende, in Zukunft mögliche Ergebnisse, Zahlen oder Verdienste eingehen, haben sachlich richtig und unmissverständlich zu sein.

3.3 Um es den angehenden Franchise-Nehmern zu ermöglichen, jede bindende Abmachung in voller Kenntnis der Sachlage zu treffen, wird ihnen innerhalb einer angemessenen Frist vor der Unterzeichnung dieser bindenden Abmachung ein Exemplar des gültigen Verhaltenskodexes ebenso wie die vollständige und genaue schriftliche Offenlegung aller für das Franchise-Verhältnis wichtigen Informationen und Unterlagen übergeben werden.

3.4 Falls ein Franchise-Geber einen zukünftigen Franchise-Nehmer durch einen Vorvertrag bindet, sollen die folgenden Grundsätze beachtet werden:

- bevor ein Vorvertrag geschlossen wird, erhält der zukünftige Franchise-Nehmer eine schriftliche Mitteilung über den Zweck des Vorvertrages und die Höhe des Entgeltes, das er möglicherweise an den Franchise-Geber zu entrichten hat, um dessen tatsächliche Aufwendungen abzudecken, die während und durch die vorvertragliche Phase entstanden sind; wenn der Franchise-Vertrag zustandekommt, ist die besagte Vergütung vom Franchise-Geber zurückzuerstatten oder gegebenenfalls mit der vom Franchise-Nehmer zu zahlenden Eintrittsgebühr zu verrechnen;

- der Vorvertrag soll eine Laufzeit und eine Kündigungsklausel enthalten;

- der Franchise-Geber kann Wettbewerbsverbote und/oder Geheimhaltungsklauseln festlegen, um sein Know-how und seine Identität zu schützen.

4. AUSWAHL DER EINZELNEN FRANCHISE-NEHMER

Ein Franchise-Geber sollte nur solche Franchise-Nehmer auswählen und akzeptieren, die aufgrund einer sorgfältigen Überprüfung in ausreichendem Umfang über die notwendigen Grundkenntnisse, die Ausbildung, die persönliche Eignung und die finanziellen Mittel verfügen, um einen Franchise-Betrieb zu führen.

5. DER FRANCHISE-VERTRAG

5.1 Der Franchise-Vertrag hat den nationalen Gesetzen, dem Recht der Europäischen Gemeinschaften sowie diesem Verhaltenskodex und seinen jeweiligen Ergänzungen zu entsprechen.

5.2 Der Vertrag hat die Interessen der Mitglieder des Franchise-Netzes widerzuspiegeln, indem er die gewerblichen und geistigen Eigentumsrechte des Franchise-Gebers schützt und die einheitliche Identität und das Ansehen des Franchise-Netzes wahrt.

Alle Verträge und alle vertraglichen Vereinbarungen im Zusammenhang mit dem Franchise-Verhältnis sind in der Amtssprache des Landes, in dem der Franchise-Nehmer seinen Sitz hat, abzufassen oder von einem beeideten Übersetzer in diese Sprache zu übertragen und nach Unterzeichnung dem einzelnen Franchise-Nehmer unmittelbar auszuhändigen.

5.3 Der Franchise-Vertrag hat die jeweiligen Verpflichtungen und Verantwortlichkeit der Parteien und alle anderen wesentlichen Bedingungen des Vertragsverhältnisses eindeutig festzulegen.

5.4 Die folgenden Vertragsbedingungen stellen ein unentbehrliches Minimum dar:

- die dem Franchise-Geber eingeräumten Rechte;
- die dem einzelnen Franchise-Nehmer eingeräumten Rechte;
- die dem einzelnen Franchise-Nehmer zur Verfügung zu stellenden Waren und/oder Dienstleistungen;
- die Pflichten des Franchise-Gebers;
- die Pflichten des einzelnen Franchise-Nehmers;
- die Zahlungsverpflichtungen des einzelnen Franchise-Nehmers;
- die Vertragsdauer, die so befristet sein soll, dass der Franchise-Nehmer seine franchise-spezifischen Anfangsinvestitionen amortisieren kann;
- die Grundlage für eine allfällige Verlängerung des Vertrages;
- die Bedingungen, nach denen der einzelne Franchise-Nehmer das Franchise-Geschäft verkaufen oder übertragen kann, sowie mögliche Vorkaufsrechte des Franchise-Gebers in dieser Hinsicht;
- diejenigen Bestimmungen, die sich auf den Gebrauch der typischen Kennzeichnungen, des Firmennamens, des Warenzeichens, der Dienstleistungsmarke, des Ladenschildes, des Logos oder andere besondere Identifikationsmerkmale des Franchise-Gebers beziehen;
- das Recht des Franchise-Gebers, das Franchisesystem an neue oder geänderte Verhältnisse anzupassen;
- Regelungen über die Beendigung des Vertrages;
- Bestimmungen über die sofortige Rückgabe des materiellen und immateriellen Eigentums des Franchise-Gebers oder eines anderen Inhabers nach Vertragsende.

6. DER VERHALTENSKODEX UND DAS MASTER-FRANCHISE-SYSTEM

Dieser Verhaltenskodex gilt für das Verhältnis zwischen dem Franchise-Geber und dessen einzelnen Franchise-Nehmern und gleichermaßen zwischen dem Haupt-Franchise-Nehmer und dessen einzelnen Franchise-Nehmern.

Es gilt nicht für das Verhältnis zwischen dem Franchise-Geber und seinen Haupt-Franchise-Nehmern.

Ergänzende Bestimmungen

1. Der Europäische Franchise-Verband betrachtet alle Vertriebsformen als Franchisesystem, die der nachfolgenden Definition entsprechen:

Franchising ist ein vertikal-kooperativorganisiertes Absatzsystem rechtlich selbständiger Unternehmen auf der Basis eines vertraglichen Dauer-schuldverhältnisses. Dieses System tritt am Markt einheitlich auf und wird geprägt durch das arbeitsteilige Leistungsprogramm der Systempartner sowie durch ein Weisungs- und Kontrollsystem eines systemkonformen Verhaltens.

Das Leistungsprogramm des Franchisegebers ist das Franchisepaket. Es besteht aus einem Beschaffungs-, Absatz- und Organisationskonzept, dem Nutzungsrecht an Schutzrechten, der Ausbildung des Franchisenehmers und der Verpflichtung des Franchisegebers, den Franchisenehmer aktiv und laufend zu unterstützen und das Konzept ständig weiterzuentwickeln.

Der Franchisenehmer ist im eigenen Namen und auf eigene Rechnung tätig; er hat das Recht und die Pflicht, das Franchisepaket gegen Entgelt zu nutzen. Als Leistungsbeitrag liefert er Arbeit, Kapital und Information. Franchising ist demnach mehr als eine Vertriebsvereinbarung, eine Konzession oder ein Lizenzvertrag, da sich beide Vertragspartner zur Leistungen verpflichten, die über den Rahmen einer herkömmlichen Geschäftsbeziehung hinausgehen.

2. Unterliegt der Franchisenehmer zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses dem Konsumentenschutzgesetz, muss ihn der Franchisegeber formgerecht über sein Rücktrittsrecht nach dem Konsumentenschutzgesetz belehren.

KONTAKT

CERA IT Ltd.
Foto- und Motivfliesen
Markus Hissenkämper
Petersberg 2
33803 Steinhagen
Tel: 05201-859780
www.cera-it.com

