

A Kind of "Polite" Monopolization

Dr. Nader Riad, counselor for the Committee of Industry and Energy at the People's Assembly, and chairman of the board of the Bavaria German-Egyptian company, said that a franchise is an exclusive right granted to a holder, who can enjoy its benefits in a geographical area within a country and a marketing framework (i.e. the group of services and commodities) for a "certain" or "specific" period of time. Dr. Riad added that the franchise is a kind of "polite monopolization" that conforms with the requirements of the age.

But given that this monopolization is a privilege, it has nothing to do with the scope of monopolization in its broadest sense. There are many examples in this regard: a franchise for the production and distribution of beverages, cigarettes and tobaccos, for advertising in a city "within a particular framework"....etc.

Dr. Nader Riad pointed out that the use of the trade name and the trademark falls under the basics of a franchise. As for inspections, they usually concern the quality of the product and the application of the terms of the contract on the part of the authority granting the brand, the trade name and the franchise. The goal is to achieve the expected success for this brand.

Dr. Nader Riad

Eine Art "höflicher" Monopolismus

Dr. Nader Riad, Berater des Komitees für Industrie und Energie und Aufsichtsratsvorsitzender des ägyptisch-deutschen Unternehmens Bavaria, sagte, dass "Franchiser" meistens als alleiniges Vorrecht verstanden wird, bei dem der Berechtigte alle Vorteile in einem geographischen Rahmen, innerhalb eines Staates und innerhalb eines Marktes, also eine Gruppe von Dienstleistungen und Produkten, für eine gewisse oder begrenzte Zeit in Anspruch nimmt. Riad fügte hinzu, dieses Vorrecht sei eine Art "höflicher Monopolismus", der zur heutigen Zeit passt. Da wir aber diesen Monopolismus als Vorrecht betrachten, weicht er der breiteren Bedeutung des Monopolismus aus. Beispiele dafür gibt es viele: das Produktionsrecht, der Vertrieb von nahrhaften Getränken, das Recht und der Vertrieb von Zigaretten und Rauchprodukten, das Werbungsrecht in einer Stadt, in einem gewissen Rahmen"..usw.

Dr. Nader Riad deutet darauf hin, dass der Gebrauch des Handelsnamen und des Markenzeichens zu den Grundsätzen des "Franchisers" gehört. Die Inspektion, die Qualitätskontrolle und Überwachung zur Einhaltung der Paragraphen eines Vertrages werden in der Regel von der Institution übernommen, die das Markenzeichen, den Handelsnamen und das Vorrecht erteilt hat, um den erhofften Erfolg zu erzielen.