

Erfolgreicher selb- *ständig* mit Franchise

Schlechte Jobchancen für Angestellte und schlechte Finanzierungschancen für eigene Ideen bewirken einen Boom bei Franchising. Mit erprobten Rezepten bekannter Marken wie McDonald's oder A1 scheint es leichter zu sein, sich erfolgreich selbständig zu machen. Wären da nicht Fälle wie die Finanzvermittlerkette AMIS oder Quelle . . . Auf den folgenden Seiten beantwortet GEWINN alle Fragen zum Thema Franchising und liefert mit einer brandaktuellen Übersicht von mehr als 100 Systemen auch gleich die Chance zum sofortigen Einstieg ins Unternehmerleben.

VON VALENTINA ETEVENARD, FRIEDRICH RUHM UND THOMAS WILHELM

Als sein eigener Chef die Ärmel hochkrempeln und dabei von einem großen Partner profitieren: Klaus Haas, 33, setzt als Modeunternehmer stark auf Franchising

Franchise-Vertrag

Was Sie als Franchise-Nehmer genau lesen sollten

Franchise-Abc

Die wichtigsten Franchise-Begriffe und was sie bedeuten

McDonald's und Quelle

Die bisher allergrößten Tops und Flops in Österreich

Franchise-Angebot

Mehr als 100 Systeme, die derzeit Partner suchen, im Check

Sonnentor und VBC

Wie heimische KMUs Franchising zur Expansion nutzen

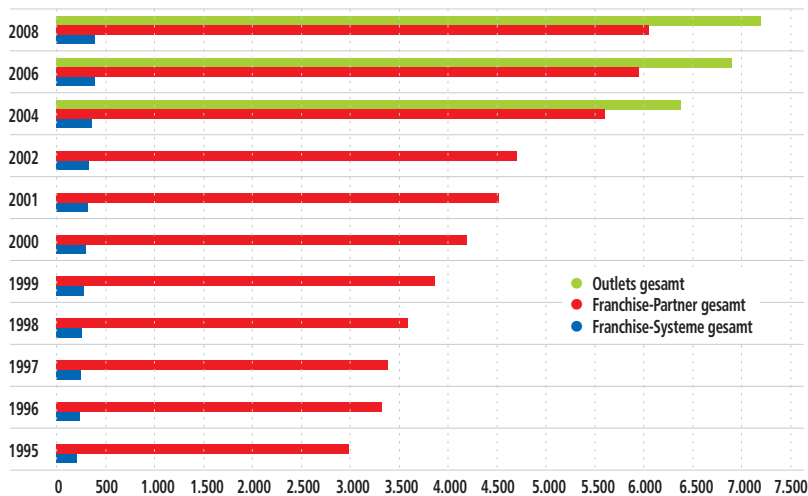
Franchise-Links

Die wichtigsten Adressen und Events zum Thema

► In Sachen Mode kann Klaus Haas, 33, kaum einer was erzählen. Schon als kleines Kind tollte er in den beiden Modengeschäften seiner Eltern, Lord Carnaby und Lady Carnaby, in Wiener Neustadt herum. Trotzdem entschied er sich, als er vor 15 Jahren ins Familienunternehmen einstieg, auf Franchising zu setzen. Jene Betriebsform also, bei der man zwar selbständiger Unternehmer bleibt, sich aber einer bereits auf dem Markt etablierten Marke anschließt. Das bekannteste Franchise-System ist sicherlich McDonald's. Hierzulande gut bekannt sind aber auch Marken wie A1 oder Palmers, deren Shops zum überwiegenden Teil von sogenannten Franchise-Nehmern geführt werden.

Mit entsprechenden Vorteilen für beide Seiten: Der Franchise-Geber kann mit selbständigen Unternehmern, die nicht nur die Personalsuche und das finanzielle Risiko übernehmen, son-

Franchising in Österreich: 400 Systeme mit 6.050 Partnern



► dern zumeist auch mehr Einsatz zeigen, schneller expandieren. Und der Franchise-Nehmer kann auf eine etablierte Marke und auf ein erfahrenes System bauen, das ihm im Idealfall einen sicheren Erfolg garantiert.

Dass dem leider nicht immer so ist, zeigen nicht zuletzt zwei Beispiele aus der jüngsten Vergangenheit. Vom Betrugsfall AMIS 2005 waren nicht nur 10.000 Anleger in Österreich, sondern auch fünf Franchise-Nehmer betroffen, und die jüngste Quelle-Pleite

Laut einer Erhebung des ÖFV aus dem März 2009 gibt es hierzulande 400 Systeme mit 6.050 Partnern und gesamt 7.200 Outlets. Wirklich aktiv suchend sind aber etwas mehr als 100 Systeme (siehe Seiten 88–91)

So prüfen Sie Ihren Franchise-Vertrag auf Herz und Nieren

Auf diese Punkte sollten Sie bei der Prüfung eines Franchise-Vertrags ganz besonders achten:

1. Gibt es einen Gebietsschutz?

Bedeutet: ein exklusiv bzw. nicht exklusiv zugewiesenes Vertragsgebiet. Achten Sie auf die genaue Definition des Vertragsgebiets und versuchen Sie, Exklusivität für Ihr Gebiet zu erlangen. Achtung! Standortschutz ist nicht gleich Gebietsschutz, da der Standortschutz nur für den jeweiligen Betriebsstandort gilt. Es ist empfehlenswert, bereits bei Vertragsabschluss eine Option auf eine Gebietserweiterung zu vereinbaren.

2. Wie lange ist die Vertragsdauer?

Üblich ist eine Vertragsdauer von fünf Jahren. Bei hohen Investitionen können aber auch längere Vertragszeiten vereinbart werden. Ihre Investitionen sollten sich während der Laufzeit jedenfalls amortisieren können. Tipp: Für den Fall, dass sich Investitionen während der Vertragslaufzeit nicht amortisieren, steht Ihnen ein gesetzlicher Investitionersatzanspruch zu.

3. Welche Gebühren fallen an?

Mit vier Arten von Gebühren haben Franchise-Nehmer zu rechnen: Eintrittsgebühr, Schulungsgebühr, laufende Franchise-Gebühr und Werbebeitrag. Tipp: Vergewissern Sie sich im Rahmen eines Business-Plans, ob die Gebühren angemessen sind.

4. Wie ist eine Kündigung geregelt?

Üblicherweise sehen Verträge eine Kündigungsfrist und einen Kündigungstermin

während der Laufzeit vor. Oft wird ein Kündigungsverzicht vereinbart. Tipp: Vereinbaren Sie die Möglichkeit eines Austritts aus dem System für den Fall, dass das Franchise-System nicht die erwartete Rentabilität aufweist.

5. Gibt es ein außerordentliches Kündigungsrecht?

Nicht zu verwechseln mit der ordentlichen Kündigung ist die außerordentliche Kündigung, welche einen Austritt aus dem Vertrag lediglich bei Eintritt bestimmter Bedingungen ermöglicht. Tipp: Achten Sie darauf, dass außerordentliche Kündigungsgründe objektivierbar sind.

6. Beinhaltet der Vertrag ein Wettbewerbsverbot?

Zu unterscheiden ist zwischen vertraglichem und nachvertraglichem Wettbewerbsverbot, das Franchise-Nehmern verbietet, in derselben Branche tätig zu werden. Tipp: Sollte die Vertragsdauer länger als fünf Jahre sein, so ist darauf zu achten, dass auch entsprechendes Know-how übertragen wird – ansonsten ist ein Wettbewerbsverbot nicht gültig. Und: Nachvertragliche Wettbewerbsverbote sind maximal für ein Jahr durchsetzbar.

7. Was passiert nach einer Vertragsbeendigung?

Folgende Punkte sollten für eine allfällige Vertragsauflösung geregelt werden: Was passiert mit Standort- und Mietrechten? Gibt es eine Ablöse für getätigte Investitionen? Wem steht der Kundenstock zu?

Und gibt es einen Ausgleichanspruch?

Tipp: Treffen Sie bereits vor dem Beitritt zu einem Franchise-System eine klare Regelung dieser Punkte.

8. Wer hat welche Markenrechte?

Wesentlicher Vertragsbestandteil ist die Lizenzierung der Marke an den Franchise-Nehmer. Viele Verträge sehen hier vor, dass der Franchise-Geber seine Marke auch durch eine andere ersetzen kann. Tipp: Achten Sie darauf, dass für den Fall, dass der Franchise-Geber seine Marke verliert, Sie die Möglichkeit haben, aus dem Vertrag auszutreten und den Ihnen daraus entstandenen Schaden geltend zu machen.

9. Bis wann sind Sie Konsument?

Sind Sie bei Vertragsabschluss noch kein Unternehmer, so findet das Konsumentenschutzgesetz Anwendung. Ausländische Systeme sehen oft ausländisches Recht im Vertrag vor und einen Gerichtsstand außerhalb von Österreich. Tipp: Für den Fall, dass Sie Konsument sind, können Sie darauf bestehen, dass der Gerichtsstand in Österreich ist.

10. Haben Sie Zugang zum Know-how des Franchise-Gebers?

Vergewissern Sie sich bereits vor Vertragsabschluss über die Qualität des Handbuchs sowie des vorhandenen Know-hows. Hier ist besonders darauf zu achten, wie lange das Franchise-System bereits erfolgreich auf dem Markt tätig ist. Tipp: Verlangen Sie Einblick in das Handbuch!

in Deutschland macht auch fast 180 Franchise-Nehmer von Quelle in Österreich ratlos, wie es weitergehen soll.

Licht und Schatten von Franchise

Mit den von seinen Eltern aufgebauten Modeläden übernahm Haas auch bereits einen Esprit-Laden, den sein Vater bereits im Franchise geführt hatte. Er selbst fügte im Lauf der Jahre weitere hinzu. „Das Maximum waren acht Franchise-Shops auf einmal“, erzählt Haas, „vier Street One-, zwei Tom-Tailor-, ein Cecil- und ein Esprit-Geschäft.“ Ein mittleres Franchise-Imperium, mit dem Haas in seiner besten Zeit einen Umsatz von 4,3 Millionen Euro pro Jahr erwirtschaftete.

Den Esprit- und die beiden Tom-Tailor-Shops führt Haas immer noch als Franchise-Nehmer. Doch während er sich von Cecil vor fünf Jahren aus eigenem Willen trennte, erfolgte die Lö-

Foto: Richard Jänzer



Supersize me! McDonald's gilt als das erfolgreichste Franchise-System weltweit. Der Österreich-Chef Andreas Schwerla ist auch Präsident des heimischen Franchise-Verbands ÖFV

sung von Street One diesen Sommer nicht ganz so freiwillig. Die Anforderungen der neuen Eigentümer des deutschen Franchise-Systems wurden ihm zu groß. Haas: „Die Marke wurde von einem Investment-Fonds übernommen. Diese Fonds wollen meist möglichst schnell die Rendite steigern und Geld verdienen.“

Fast überflüssig zu erwähnen, dass auch hier die Finanzkrise zusätzlichen Druck auf die neuen Eigentümer ausübte. Der Verkaufsdruck auf die Franchise-Nehmer wurde jedenfalls massiv gesteigert. Haas erklärt: „Das läuft so: Die Zentrale liefert plötzlich viel mehr Ware als sonst und steigert damit zunächst ihren eigenen Umsatz. Da die Kunden aber nicht im gleichen Ausmaß mehr kaufen, bleiben die Franchise-Partner auf einem Teil der Ware sitzen und müssen diesen abverkaufen, manchmal unter dem Einkaufspreis.“

Aber auch der Betrugsfall AMIS und die Quelle-Pleite kratzen heftig am guten Image, das Franchising gerade jetzt in der Krise genießt. Andreas Schwerla, Managing Director von ▶

Das kleine Franchise-Abc

Beirat: Interessenvertretung der Franchise-Nehmer innerhalb des Franchise-Systems.

Corporate Identity (CI): Alle äußeren Erkennungsmerkmale eines gemeinsamen Marktauftritts.

Franchise-System: Auf dem Markt einheitlich auftretendes Netzwerk aus Franchise-Geber und -Nehmer.

Franchise-Geber: Hat ein Geschäftskonzept entwickelt und stellt es gegen Gebühr zur Verfügung.

Franchise-Nehmer: Nimmt dieses Geschäftskonzept an und setzt es in seinem Gebiet vertragsgemäß um.

Franchise-Handbuch: Möglichst detaillierte Dokumentation des gesamten Know-hows, „Betriebsanleitung“ zur erfolgreichen Umsetzung des Konzepts.

Franchise-Vertrag: Rechtliche Grundlage der Partnerschaft zwischen Franchise-Geber und -Nehmer.

Franchise-Zentrale: Von hier aus erbringt der Franchise-Geber alle Leistungen für seine Franchise-Nehmer.

Einstiegsgebühr: Einmalige Gebühr für die Nutzung von Konzept und Marke, zahlbar bei Einstieg in das System.

Franchise-Gebühr: Meist umsatzabhängige, monatlich zu entrichtende Gebühr für die laufende Unterstützung durch die Franchise-Zentrale.

Master-Franchise-Nehmer: Erhält das Recht zur Etablierung eines Franchise-Systems in einem Land auf eigene Kosten. Seine Investitionen verdient er durch die Akquisition von Franchise-Nehmern zurück und wird damit in diesem Land selbst zum Franchise-Geber.

Pilotbetrieb: Erster Betrieb eines Franchise-Systems, in dem der Betriebstyp erfolgreich angewendet wird.

Werbebeitrag: Beitrag der Franchise-Nehmer zum Werbe- und Marketing-Budget.



49x in Europa

**Werde selbständig
Werde Unternehmer
Werde Franchisepartner**

die 50. Filiale für Dich

Die Zukunft liegt in Deiner Hand - Repa Copy seit 30 Jahren
Das österreichische Franchisesystem mit starken Partnern
Canon - Océ - Mondi - T-Mobile - TroTec - UPC - Xerox
1.000.000 Kunden im Jahr - OneForAll - Cut4All - Teddy fine

277@repacopy.com



Eine starke Marke, auf die man als Franchise-Nehmer eine erfolgreiche Zukunft bauen kann, ist auch A1 mit 56 Shops österreichweit

te Alternative darstellt: „Menschen, die selbständig werden oder sich als Unternehmer neu aufstellen wollen, finden in der Welt des Franchising sehr oft Konzepte und Partner, die perfekt passen. Und dies im Umfeld solider Franchise-Geber, die eine Idee bereits erfolgreich entwickelt haben. Das wirtschaftliche Risiko ist deutlich geringer und man muss das Rad nicht neu erfinden.“ Und das gilt vor allem in Krisenzeiten. Schwerla: „Es zeigt sich, dass gut geführte Franchise-Systeme gerade in einer

Foto: mobilkom austria

- McDonald's Österreich und Präsident des Österreichischen Franchise-Verbands (ÖFV), ist dennoch überzeugt, dass Franchising für Gründer eine gu-

Sind Sie ein Franchise-Typ?

Wer sich mit dem Gedanken trägt, in ein Franchise-System einzusteigen, sollte folgende Punkte beachten, um sich erfolgreicher selbständig zu machen:

- Seien Sie sich bewusst, dass Sie auch als Franchise-Nehmer immer selbständiger Unternehmer bleiben. Dementsprechend sollten Sie unternehmerisches Denken mitbringen, Mitarbeiter führen können und bereit sein, auch mehr als 40 Wochenstunden zu arbeiten.
- Schauen Sie sich Ihr Gegenüber genau an, sammeln Sie Informationen über die Eigentümerstruktur des Systems. Ist der Franchise-Geber auf gesundes, nachhaltiges Wachstum aus, ist das System finanziell gesund?
- Branchenkenntnis wird zwar von manchen Franchise-Gebern nicht verlangt, kann aber niemals schaden.
- Haben Sie genügend Eigenkapital, um den Einstieg in ein System sowie gegebenenfalls die erste Durststrecke zu finanzieren? Informieren Sie sich über Förderungen.
- Lassen Sie sich eine genaue Rentabilitätsrechnung vorlegen. Ist diese realistisch, sind die darin genannten Zahlen plausibel? Besuchen Sie den Pilotbetrieb, den jedes System haben sollte, und lassen Sie sich im Rahmen der vorver-

traglichen Aufklärungspflicht vom Franchise-Geber alle Vertragsdetails genau erklären.

- Wägen Sie ab, ob Ihnen die Leistungen, die Ihnen für die verlangten Gebühren geboten werden, angemessen erscheinen.
- Bedenken Sie Nebenkosten, die mit dem eigentlichen Franchise-System nicht direkt etwas zu tun haben. So werden beispielsweise für Geschäftslokale in besonders guten Frequenzlagen oft nach wie vor Ablösen verlangt.
- Lassen Sie den Vertrag vor der Unterzeichnung von einem Rechtsexperten prüfen. Ein paar hundert Euro Anwaltskosten machen sich schnell bezahlt, wenn es im Streitfall um Investitionen von 100.000 Euro oder mehr geht.
- Nehmen Sie Einblick in das Systemhandbuch, die „Bibel“ jedes Franchise-Systems, in der detailliert jede Kleinigkeit, die das System ausmacht, dokumentiert sein muss.
- Informieren Sie sich über das Aus- und Weiterbildungsangebot. Die Weitergabe von Wissen ist ein wesentlicher Bestandteil von Franchising, Systeme mit eigener Ausbildungsakademie und regelmäßigen Schulungen sowie Unterstützung bei betriebswirtschaftlichen Fragen sind zu bevorzugen.

Weltwirtschaftskrise gewinnen und viele ihre Marktführerschaft ausbauen. Diese Art der Unternehmensform ist durch die Geber-/Nehmer-Partnerschaft sicherer und krisenresistenter.“

Auch die langjährige Vizepräsidentin des ÖFV und Geschäftsführerin des Franchise-Beraters Syncon, Waltraud Martius, nimmt Franchising in Schutz: „Wir haben 400 Systeme, da ist vielleicht eine Handvoll darunter, die grottenschlecht sind.“

Größere Überlebenschancen

Schließlich hält auch der „Praktiker“ Haas Franchising trotz gemischter Erfahrungen die Stange und will demnächst Franchise-Nehmer von Gerry Weber werden. Dort sei, so Haas, der namensgebende Herr Weber tatsächlich persönlich dahinter. Insbesondere Neueinsteigern ohne Erfahrung in der Modebranche rät Haas dringend ab, es auf eigene Faust zu versuchen: „Da ist man tot, bevor man die Gewinnzone erreicht.“

Auch die Franchise-Beraterin Erika Bernardi-Glatz, die als Lehrbeauftragte seit 1997 eine Franchise-Veranstaltungsreihe an der WU Wien leitet (siehe Kasten: „Links und Tipps zum Thema Franchising“ auf Seite 94), kann bestätigen, dass Franchise-Nehmer erfolgreicher gründen. Bernardi-Glatz: „Untersuchungsergebnisse in Österreich belegen eine höhere Überlebensrate von Franchise-Nehmer-Betrieben.“ Für die Expertin tragen die umfassenden Leistungen eines Franchise-Gebers dazu bei, dass schon die Gründung eines Franchise-Nehmer-Betriebes „reibungslos ablaufen kann“.

Höhere Wirtschaftlichkeit

Ein bedeutender Aspekt pro Franchising gerade in Krisenzeiten ist für die WU-Expertin Bernardi-Glatz die höhere Wirtschaftlichkeit bei Franchise-Systemen aufgrund von Kosteneinsparungsmöglichkeiten und Synergieeffekten.

Was das Thema Wachstum betrifft kann sich Franchising aber nicht von der allgemeinen Wirtschaftssituation abkoppeln. „Ausschlaggebend für den Franchise-Erfolg sind vor allem die externen Rahmenbedingungen wie etwa das Erfordernis eines ausreichenden und langfristig vorhandenen Kundenpotenzials für das Produkt und/oder die Dienstleistung“, so Bernardi-Glatz. Potenzial für Wachstum sieht sie aktuell vor

2010 kommt der Franchise Award

Erstmals wird im Mai 2010 der Österreichische Franchise Award vom Österreichischen Franchise-Verband und GEWINN verliehen. Nach Begutachtung der eingereichten Projekte durch eine Experten-Jury wird in den Kategorien „Franchise-Geber des Jahres 2010“ sowie „Franchise-Nehmer des Jahres 2010“ im Rahmen einer festlichen Gala jeweils ein Preis vergeben werden. Details zur Einreichung und zum Award folgen in GEWINN 1/2010.

Die Traditionsmarke Palmers expandiert nicht nur mit eigenen Filialen, sondern auch mit selbständigen Franchise-Partnern

mit einer neuen, unbekannten Unternehmensidee ist es aufgrund der noch restriktiveren Kreditpolitik der Banken noch schwieriger, zu einer Finanzierung zu kommen. Angehende Franchise-Partner, die ihrem Bankberater einen bekannten Namen, eine Marke und vielleicht auch noch eine Liste anderer Partner vorlegen können, haben es da schon deutlich leichter. Waltraud Martius von Syncon: „Durch die Bankenkrise fließen Kredite für Neugründer derzeit besonders zäh. Ein Business-Plan, der auf einem bereits erfolgreichen Franchise-System aufsetzt, überzeugt die Geldgeber natürlich leichter als eine eigenständige, völlig neue Geschäftsidee.“

Dass Banken Franchise-Nehmern lieber Geld geben, behaupten aber nicht nur die Franchise-Systeme selbst und deren Berater, auch Elisabeth Zehetner, Bundesgeschäftsführerin des Gründerservice der Wirtschaftskam-



Foto: Palmers

mer Österreich, kann das bestätigen: „Der Vorteil für die Bank liegt bei großen und bekannten Franchise-Systemen auf der Hand: Beispielsweise McDonald's stimmt natürlich nur dann der Eröffnung eines neuen Franchise-Betriebs zu, wenn sicher ist, dass er an diesem Standort funktioniert. Eine etablierte Marke gibt den Banken zusätzlich Sicherheit.“

Bleibt also nur noch die Wahl eines Systems, das den eigenen Neigungen, Fähigkeiten und finanziellen Möglichkeiten entspricht. Für Letztere gilt als Faustregel, dass für eine Karriere als

allein für Systeme rund um die Themen Gesundheit, Pflege und Wellness.

Bessere Karten bei der Bank

Ein Thema, mit dem Franchising in Zeiten wie diesen ebenfalls punkten kann, ist das liebe Geld. Für Gründer



MORAVIA
Convention Bureau

KAPAZITÄT
BIS ZU
7 000 PLÄTZEN

Südmähren IHR TAGUNGsort

Südmähren bietet für Ihre wichtigen Treffen **ausreichende Kapazitäten** in attraktiven Räumlichkeiten, wie z. B. Schlosssälen. Für Ihre Kongresse bieten wir auch ideenreiche und besondere Ergänzungsprogramme an.

HERVORRAGENDE VERKEHRSANBINDUNG | ATTRAKTIVE ORTE FÜR IHRE TREFFEN
BESONDERE AKTIVITÄTEN | WEINTOURISMUS | GOLF

www.moraviaconvention.cz

► Titelgeschichte



Foto: Freygner Rechtsanwälte

Rechtsanwältin Sylvia Freygner will mit der von ihr initiierten „Franchise-Norm“ vor allem mehr Vertragssicherheit erreichen

Franchise-Verträgen überfordert“, berichtet Franchise-Expertin Sylvia Freygner, Rechtsanwältin und Vorsitzende der Österreichischen Franchise Gesellschaft (ÖFG). Eine besondere Herausforderung für Franchise-Nehmer sei es daher, Fallstricke in Franchise-Verträgen zu durchschauen und sich in der Durchsetzung von wichtigen Vertragspunkten gegenüber dem Franchise-Geber zu behaupten.

Zwei Neuerungen sollen ab dem nächsten Jahr die rechtliche Situation für Franchise-Nehmer erleichtern. Am 31. Mai 2010 läuft die Gruppenfreistellungsverordnung für vertikale Vereinbarungen aus, die bestimmte Gruppen (auch Franchise-Systeme) vom Verbot wettbewerbsbeschränkender Vereinbarungen (Kartellverbot) ausnimmt. Künftig gilt damit auch für Franchise-Systeme eine Obergrenze von 30 Prozent Marktanteil, was für deren Partner durchaus ein Vorteil ist.

Bereits im März 2010 soll in Österreich und erstmalig in Europa eine

Die WU-Expertin Erika Bernardi-Glatz hat es schwarz auf weiß, dass Franchise-Nehmer eher überleben als andere Gründer



Foto: Privat

- Franchise-Nehmer mit einer Investitionssumme von 120.000 Euro zu rechnen ist – inklusive der Einstiegsgebühr von durchschnittlich 25.000 Euro.

Knackpunkt Franchise-Vertrag

Grundlage der Geschäftsbeziehung zwischen Franchise-Geber und -Nehmer ist der Franchise-Vertrag. In diesem sollten die beidseitigen Rechte und Pflichten möglichst klar geregelt sein. „Franchise-Nehmer sind aber oft mit den komplizierten Bestimmungen in

Franchise-Norm in Kraft treten. Diese ÖNORM D 7700 bringt, so deren Initiatorin Freygner, für Franchise-Nehmer vor allem eine Regelung der vorvertraglichen Aufklärungspflichten durch den Franchise-Geber. Damit muss der Franchise-Geber ein Offenlegungsdokument an den Franchise-Nehmer aushändigen und diesen über rechtliche und wirtschaftliche Daten, Fakten und Kennzahlen betreffend des Systems und seine bereits bestehenden Franchise-Nehmer informieren.



Die größten Franchise-Tops und -Flops in Österreich

Die besten fünf:

McDonald's: Das Urgestein unter den Franchise-Systemen ist seit 1977 in Österreich und zählt heute 59 Franchise-Nehmer mit mehr als 166 Outlets. Weiter wachsen will man künftig nur noch mit den bestehenden Partnern. Ein fairer Zug.



Mehr geht nicht: In Österreich ist McDonald's so erfolgreich, dass man keine neuen Partner mehr sucht

A1 Shops: Ein sehr professionell geführtes Franchise-System, das seit 2006 existiert und von der zugkräftigen Marke des heimischen Marktführers im Mobilfunkbereich stark profitiert. Gegenwärtig existieren in Österreich insgesamt 56 A1-Shops, 23 davon sind bereits Franchise-Shops.

VBC: Das österreichische Franchise-System für Verkaufstrainings-Profis punktet besonders mit der umfangreichen Leistungspalette, die die Systemzentrale für ihre Franchise-Partner bereithält.

Jones: Seit zehn Jahren wächst das vom Ehepaar Rose klug geführte Label für trendige Damenmode im In- und Ausland. Die Auswahl der Modelinie erfolgt ebenso überlegt wie jene der Franchise-Partner und der Standorte.

Mrs Sporty: Die deutsche Sportclub-Kette, an der Tennis-Legende Steffi Graf beteiligt ist, expandiert seit 2005 mittels Franchising und verfügt mittlerweile bereits über 330 Clubs in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Italien. Ein Wachstumsende des erfolgreichen Konzepts ist nicht abzusehen.



Wegen der Quelle-Pleite blicken leider auch 180 Franchise-Partner hierzulande in eine ungewisse Zukunft

in Deutschland und dem Verkauf der Marke an Otto stehen auch in Österreich rund 180 Quelle-Partner trotz guter Geschäfte vor einer ungewissen Zukunft.

Pizza Hut: 1997 kam der Pizza-Riese mit dem Vorsatz nach Österreich, in wenigen Jahren über 50 Franchise-Restaurants zu verfügen. 2003 schloss Pizza Hut mangels Kunden seine bis dahin fünf Niederlassungen.

Subway: Statt der geplanten 40 Sandwich-Filialen wurden es in Österreich nicht einmal zehn. 2005 ging der größte Subway-Franchise-Nehmer Österreichs in Konkurs, bis auf zwei Lokale schlossen alle. Aktuell wird Österreich von Subway Deutschland bearbeitet und sucht wieder Partner.

Die freundliche Bäckerin: 16 arbeitslosen Frauen wurden als vermeintliche Franchise-Partner von einem Betrüger eingekocht. Selbstverständlich nicht, ohne ihnen vorher stark überhöhte Gebühren herauszulocken. Ab 2005 laufend Konkurse der Franchise-Partner, endgültige Auflösung des Systems 2007.

Die schlechtesten fünf:

AMIS: Dem Konkurs 2005 folgte 2007 die Verurteilung der beiden Geschäftsführer wegen schweren gewerbsmäßigen Betrugs. Zurück bleiben 16.000 geprellte Anleger, davon 10.000 aus Österreich.

Quelle: Nach der Pleite

Fotos: McDonald's, Quelle

► Titelgeschichte

► **GEWINN-Erhebung: Mehr als 100 Franchise-Systeme, die derzeit in Österreich Partner suchen****Büro, Dienstleistungen, Gemischtes (von A bis F)**

Firma	3A Makler	Autoreinigung.at	Bürger & Service	city-map	Color Glo	Datasc
Art des Franchise	Immobilienmakler	Autoreinigung	Finanzdienstleistung	Internet-Agentur	Reparatur & Restauration von Leder	Buchführungsbüro
Adresse	Danziger Straße 1, D-82194 München-Gröbenzell	Parking 10, 1010 Wien	Arlbergstraße 139, 6900 Bregenz	Schiffertorsstraße 2, D-21680 Stade	Heinrich-Bablik-Straße 17, 2345 Brunn am Gebirge	Neue Rieser Straße 2, 94032 Passau (D)
Telefon	0049/700/2850 2850	01/8020056	05574/52900	0049/4141/78940	02236/32007420	0049/851/931 555
E-Mail-Adresse	info@3a-makler.net	office@autoreinigung.at	gch@miraculix.at	franchise@city-map.de	office@color-glo.at	info@datasc.de
Kontaktperson	Jochen Blumenauer	Christian Lievald	Gerhard Chemelli	k.A.	k.A.	Angelika Lohr
Homepage	www.3a-makler.net	www.autoreinigung.at	www.mein-finanzpartner.at	www.city-map.at	www.color-glo.at	www.datasc.de
Voraussetzungen für Franchise-Nehmer	gesucht wird ein Master-Franchise-Nehmer	Kaufmann, Mitarbeiterführung, Investvoraussetzung	Branchenkenntnisse und drei Jahre Erfahrungen	k.A.	k.A.	Kaufmännische Ausbildung im Rechnungswesen (Buchhaltung)
Investitionssumme	k.A.	50.000–80.000	15.000	k.A.	14.500–22.000	5.000–10.000
Einstiegsgebühr	k.A.	10.000	7.000	3.400	8.000	250
Franchise-Gebühr	k.A.	5%	ca. 15%	absatzabhängig	5%	125–150
Werbebeitrag	k.A.	5%	individuell	k.A.	–	20
Jahresumsatz pro FN	k.A.	150.000–30.000	150.000	k.A.	k.A.	k.A.
Jahresgewinn pro FN	k.A.	50.000–90.000	100.000	k.A.	k.A.	k.A.
Partner gesucht	offen	8	10	k.A.	k.A.	k.A.

Firma	DIALIGHT AUSTRIA	DMH Dr. Max Huber Realbüro	Dr. Pendl & Dr. Pischwanger	Engel & Völkers	ERA Austria Network	Familycare Company
Art des Franchise	Werbung	Immobilienberatung und -vermittlung	Personalberatung und -entwicklung	Verkauf und Vermietung von Immobilien	Immobilienmakler	Personalvermittlung für Privathaushalte
Adresse	Königshölstraße 44/24, 2320 Breitenfurt	Opernring 9, 1010 Wien	Bartensteingasse 5, 1010 Wien	Stadthausbrücke 5, D-20355 Hamburg	Esplanade 9, 4810 Gmunden	Burgweg 2, CH-6402 Merlischachen
Telefon	0699/18 800 800	01/402 47 47 17	01/402 76 08-15	0049/40/36131334	07612/64420	0041/27/418508640
E-Mail-Adresse	wolfgang.fels@dialight.at	florian.huber@dmh.co.at	p.pendl@pendlpischwanger.at	info@engelvoelkers.com	office@era.at	office@familycarecompany.com
Kontaktperson	Wolfgang Fels	Florian Huber	Peter Pendl	Silke Konken	Gottfried Hackbarth	Alexandra Vogt
Homepage	www.dialight.at	www.dmh.co.at	www.pendlpischwanger.co.at	www.engelvoelkers.de	www.era.at	www.familycarecompany.com
Voraussetzungen für Franchise-Nehmer	k.A.	bestehende Maklerunternehmen u. Quereinsteiger mit Bezug z. Immobilienwirtschaft, mindesten 30% Eigenkapital	Vertriebs-, Management- und Führungserfahrung, gutes Englisch	k.A.	Immobilienmakler bzw. in Ausbildung	k.A.
Investitionssumme	k.A.	30.000–55.000	k.A.	ca. 150.000	25.000	20.000
Einstiegsgebühr	18.420	13.000	k.A.	32.500	10.000	–
Franchise-Gebühr	7%	6% vom Nettoumsatz	10% vom Umsatz	10% plus Servicefee nach Leistungsumfang	6% vom eingegangenen Provisionsumsatz	–
Werbebeitrag	220/Jahr	3% vom Nettoumsatz	projektabhängig	–	3% vom Provisionsumsatz	150/Quartal
Jahresumsatz pro FN	k.A.	200.000–300.000	k.A.	k.A.	100.000–600.000	k.A.
Jahresgewinn pro FN	k.A.	15.000–25.000	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
Partner gesucht	5	40	2	1.400*	40	k.A.

Büro, Dienstleistungen, Gemischtes (von G bis Z)

Firma	Green&Clean	Lucky Car	Mail Boxes Etc.	PC-Feuerwehr	PRINTSHOP	RE/MAX
Art des Franchise	Waschsalon	Autoreparatur	Versand-, Kopier- und Postfachservice	PC-Notdienst	Sofortdruck, Stempel, Geschenkartikel	Immobilien
Adresse	Wilhelm-Greif-Straße 15, 6020 Innsbruck	Parking 10, 1010 Wien	Campus 21, 2345 Brunn am Gebirge	Bramfelderstraße 20–22, D-22305 Hamburg	SCS Bürohaus B1, 2334 Vösendorf	Bahnhofstraße 2, 3300 Amstetten
Telefon	0664/885081210	01/516 33 38 95	02236/378944	0049/20/9417112	01/699 99 01	07472/209-0
E-Mail-Adresse	info@greenandclean.at	matic@lucky-car.at	franchise@mbxe.at	office@pc-feuerwehr.de	zentrale@printshop.at	info@remax.at
Kontaktperson	Andreas Resch	Ostoja Matic	Dieter Baier	Michael Kittlitz	Gerhard Kolank	Alois Reikersdorfer
Homepage	www.greenandclean.at	www.lucky-car.at	www.mbxe.at	www.pc-feuerwehr.de	www.printshop.at	www.remax.at
Voraussetzungen für Franchise-Nehmer	keine	Kaufmann, Mut zur Selbstständigkeit	verkaufsfördernde Begabung, technisches Verständnis	k.A.	kaufmännisches Verständnis, Umgang mit Grafik-Software, Verkaufstalent	Einwandfreier Leumund, Verkaufs- und Managementenerfahrung
Investitionssumme	150.000–250.000	80.000–130.000	67.000–79.000	10.000	ca. 25.000–50.000	80.000–100.000
Einstiegsgebühr	6.000–8.500	17.000	21.900	3.500	5.000	20.000
Franchise-Gebühr	250–450 monatlich	6%	6% vom Nettoumsatz	60–150	4%	6%
Werbebeitrag	1.500	5%	4% vom Nettoumsatz	60–150	3%	3%
Jahresumsatz pro FN	80.000–200.000	250.000–500.000	k.A.	k.A.	120.000–250.000	500.000
Jahresgewinn pro FN	28.000–70.000	70.000–150.000	k.A.	k.A.	30.000–70.000	k.A.
Partner gesucht	12	15	15	k.A.	3 pro Jahr	50

Firma	refill24	Repa Copy	Scheiben-Doktor	SIGN *A* RAMA	Tinten-Toner-Tankstation	ULTIMO	Wichtel-Agentur
Art des Franchise	Tinten-Toner-Nachfüllung	digitale und analoge Vervielfältigung	Auto-Glas-Profi	Werbung	Nachfüllung von Druckerpatronen	Bürodienstleistungen	Arbeiten rund ums Haus, Seniorenbetreuung
Adresse	Nußdorfer Straße 27, 1090 Wien	Jacquinngasse 29, 1030 Wien	Gustav-Hertz-Straße 10, D-38446 Wolfsburg	Liechtensteinstraße 24, 1090 Wien	Großenhainer Straße 101, D-01127 Dresden	Forellenweg 23, D-33619 Bielefeld	Thomastraße 14, D-42719 Solingen
Telefon	01/958 19 33	0800/208 208	0049/5363/81 80 814	0676/3380510	0049/351/323185-10	0049/800/858466	0049/212/64 55 427
E-Mail-Adresse	cenkl@refill24.co.at	278@repacopy.at	info@scheibendoktor.de	franchise@signarama.at	andre.tittel@ttt-world.com	chance@ultimo.org	zentrale@wichtelagentur.de
Kontaktperson	Paul Cenkl	Gabriele Janku	Maik Schmidt	Etienne Jean	André J. Tittel	Jens Wörmann	Daniela Beck
Homepage	www.refill24.at	www.repacopy.at	www.scheiben-doktor.de	www.signarama.at	www.ttt-world.com	www.ultimo.org	www.wichtelagentur.de
Voraussetzungen für Franchise-Nehmer	technisches Verständnis, kaufmännisches Grundverständnis	unternehmerisches Handeln	Serviceorientierung, handwerkliches Geschick, Einzugsgebiet: über 30.000 Einwohner	unternehmerisch, Verkaufserfahrung oder starke Affinität dazu	kaufmännische Kenntnisse und handwerkliches Geschick	kaufmännische oder Marketing-Kenntnisse	Engagement, Motivation, kaufmännisches Grundwissen
Investitionssumme	3.999 (kleine Grundausstattung)	20.000–80.000	40.000–100.000	121.000	ca. 45.000	ab 2.500	1.500–2.000
Einstiegsgebühr	–	5.000–40.000	10.000	37.500	10.000	–	850
Franchise-Gebühr	–	5%	6,5% vom Nettoumsatz	6% vom Nettoumsatz	5% vom Nettoumsatz	max. 280/Monat	2% vom Nettoumsatz 95/Monat
Werbebeitrag	–	2%	2% vom Nettoumsatz	2% vom Nettoumsatz	–	–	–
Jahresumsatz pro FN	ab 100.000	120.000–1.300.000	k.A.	300.000–400.000	75.000	20.000–85.000	k.A.
Jahresgewinn pro FN	ab 30.000	25%–10%	k.A.	k.A.	25.000	60–65% Umsatzrendite	k.A.
Partner gesucht	offen	20	k.A.	12	offen	10	70*

ANMERKUNG: Die Angaben erfolgen ohne Gewähr, Umsatz und Gewinn sind erwartete Werte, Irrtum vorbehalten

*) Gesamter deutschsprachiger Raum

GEWINN-Erhebung: Mehr als 100 Franchise-Systeme, die derzeit in Österreich Partner suchen

Essen, Trinken und Hotels

Firma	A.E.I.O.U. Oekotels	Accor Hotels	AIDA	bagel station	Coffee Fellows	Coffeeshop Company	LA VENTA
Art des Franchise	Ökologische Garni-Hotels	Hotels (z. B. Sofitel, Novotel, Mercure, Ibis, Suitehotel, Etap)	Café, Konditorei, Bäckerei	Gastronomie	Kaffeebars	Coffeeshops	Spanische Gastronomie
Adresse	Kaiserallee 31, 12102 Bisamberg	Matrosengasse 6–8, 1060 Wien	Schönthalergasse 1, 1210 Wien	Währinger Straße 2–4, 1090 Wien	Leopoldstraße 70, D-80802 München	Dr.-Alexander-Schärf-Platz 1, 7100 Neusiedl/See	Stadtplatz 38, D-83278 Traunstein
Telefon	k.A.	01/599 01 551	01/8908988-32	0664/2243510	0049/89/6899979-0	05/901043-0	0049/861/98 97 618
E-Mail-Adresse	gteufel@provest.at	peter.peer@accor.com	g.bartussek@aida.at	austria@bagelstation.com	st@coffee-fellows.de	office@coffeshopcompany.com	office@tapaslaventa.com
Kontaktperson	Gernot Teufel	Peter Peer	Gernot Bartussek	Rüdiger Eggers	Stefan Tewes	Reinhold Schärf	Rolf-Gerhardt Kirst
Homepage	www.oekotel.com	www.accor.com	www.aida.at	www.bagelstation.com	www.coffee-fellows.de	www.coffeshopcompany.com	www.tapaslaventa.com
Voraussetzungen für Franchise-Nehmer	Einsatzwille & Realitätssinn	nur für Hotel Eigentümer	Gastgewerbe-Konzession, empf. mind. 120-m²-Lokal	Befähigungsnachweis Gastgewerbe	unternehmerisches Denken, Kundenorientierung	Leidenschaft zum Thema Kaffee, ca. 100.000 Euro Eigenkapital	k.A.
Investitionssumme	k.A.	abhängig v. Größe d. Hotels	2.000–2.500 € pro m²	200.000	150.000–200.000	150.000–350.000	290.000
Einstiegsgebühr	–	10.000–15.000 + größenabhängige Variable	50.000–80.000 abhängig von Lage und Größe	15.000	15.000	25.000	30.000
Franchise-Gebühr	–	4,0%–2,5% v. Nettoumsatz	5,50%	6% vom Netto-Umsatz	5% vom Nettoumsatz	5% vom Nettoumsatz	7%
Werbebeitrag	–	1% v. Nettoumsatz + 6% v. gebuchten Logisumsatz oder fix 1,5% v. Nettologisumsatz	1,50%	–	2% vom Nettoumsatz	1% vom Nettoumsatz	–
Jahresumsatz pro FN	200.000	abhängig v. Größe, Standort	4.000–8.000 pro m²	300.000	k.A.	250.000–500.000	k.A.
Jahresgewinn pro FN	40.000	abhängig v. Größe, Standort	8–10% vom Umsatz	30.000	k.A.	5%–20% v. Nettoumsatz	k.A.
Partner gesucht	3	10	10	5	20	offen	29*

Firma	Morgengold Frühstücksdienste	Pizza Mann	Schnitzelhaus	Segafredo	Testa Rossa	Ulreich	Villa Masianco
Art des Franchise	Frühstücksdienst	Pizza-Zustellung, Restaurant	Fastfood	Café, Espresso-Bar	Caffebars	Marktfahrer/Konditorei	Erlebnisrestaurant
Adresse	Ehrenhaldestaffel 3, D-70192 Stuttgart	Pizza-Mann-Straße 1, 4050 Traun	Pizza-Mann-Straße 1, 4050 Traun	Hallwanger Landstraße 10, 5300 Hallwang	Leopold-Wedl-Straße 1, 6068 Mils	Hauptstraße 25, 7423 Pinkafeld	Speckbacher Straße 30, 6380 St. Johann/Tirol
Telefon	0049/7117248 97 95	05/0101 070	0664/164 59 21	0662/66 13 82	05/9335-1854	03357/42310-22	0664/5253133
E-Mail-Adresse	kontakt@morgengold.de	office@pizzamann.at	thomas.adacker@schnitzelhaus.com	franchise@segafredo.at	jochen.potzinger@wedl.com	office@konditorei-ulreich.at	franchise@masianco.at
Kontaktperson	Jürgen Rudolph	Christoph Huebner	Thomas Adacker	Markus Papai	Jochen Potzinger	Ulreich Helmut	Karin Girkinger
Homepage	www.morgengold.de	www.pizzamann.at	www.schnitzelhaus.com	www.segafredo.at	www.testarossacaffe.com	www.konditorei-ulreich.at	www.masianco.at
Voraussetzungen für Franchise-Nehmer	k.A.	Gastronomieerfahrung, kaufmännisches Verständnis	operative Umsetzungsstärke, Gastronomieerfahrung ist KEIN Muss	geeigneter 1a-Standort, d. h. Bezirkshauptstadt mit ca. 10.000 Einwohnern, Fußgängerhochfrequenzlage	Gastronomieerfahrung in Städten ab 10.000 Einwohnern	k.A.	Gastronomieprofi (von Vorteil), unternehmerisches Denken, persönlicher Einsatz
Investitionssumme	20.000	20.000–50.000	25.000–55.000 (je nach Größe)	1.500/m²–1.700/m² (exkl. Elektro, Wasser)	80.000–250.000	18.000–29.000	200.000–400.000
Einstiegsgebühr	12.500	–	–	20.000	20.000	9.500	20.000
Franchise-Gebühr	10% vom Umsatz inkl. EDV-Software	4% vom Nettoumsatz	5% (+15% weitere Gebühren)	k.A.	4% vom Nettoumsatz	4% des Einkaufswerts (ab 2. Jahr)	2–4%
Werbebeitrag	–	3% + 10% Pachtgebühr	2%	k.A.	1% vom Nettoumsatz	k.A.	550/Monat
Jahresumsatz pro FN	k.A.	500.000	400.000–500.000	k.A.	400.000	k.A.	standortabhängig
Jahresgewinn pro FN	k.A.	10–15% Rendite	15% Umsatzrendite	k.A.	80.000	k.A.	standortabhängig
Partner gesucht	106	5	10	offen	10 pro Jahr	k.A.	3

Gesundheit, Friseur und Fitness

Firma	BUNDY BUNDY STYLE IN	CaloryCoach	clever fit	CULUMNATURA	Harnn
Art des Franchise	Friseur	Schlankheitsinstitut für Frauen	Fitness	ökologische Haar- und Hautpflegeprodukte	asiatische Pflege und Wellnesslinie
Adresse	Lautensackgasse 21, 1140 Wien	Alpenstraße 115, 5020 Salzburg	Augsburger Straße 52, D-86899 Landsberg	E-Werkgasse 13, 2115 Ernstbrunn	Liststraße 1, 2822 Bad Erlach
Telefon	01/914 11 62	0662/630850	0049/8191/42 21 1	02576/2089-11	02644/6001
E-Mail-Adresse	bundy@bundy.at	office@calorycoach.at	info@clever-fit.com	office@culumnatura.at	office@sl-concepts.at
Kontaktperson	Vanessa Bundy	Barbara Linder	Markus Bulka	Michael Holzhauser	Holger Schwarting
Homepage	www.bundybundy.at	www.calorycoach.at	www.clever-fit.de	www.culumnatura.at	www.sl-concepts.at
Voraussetzungen für Franchise-Nehmer	Gewerbeberechtigung für das Gewerbe Friseur und Perückenmacher	betriebswirtschaftliche Grundkenntnisse, Interesse an Gesundheit	Einzugsgebiet mindestens 10.000 Einwohner	Interesse an Naturkosmetik	Affinität & Verständnis für asiatische Kultur- und Lebensweise, kaufmännisches Know-how
Investitionssumme	k.A.	65.000	350.000	ab ca. 9.000	50.000–200.000
Einstiegsgebühr	k.A.	7.500	4.990	–	25.000
Franchise-Gebühr	k.A.	450 monatlich	5% aus Nettoumsatz	1.140	7% vom Nettoumsatz
Werbebeitrag	k.A.	–	2% aus Nettoumsatz	–	3% vom Nettoumsatz
Jahresumsatz pro FN	k.A.	150.000	k.A.	standortabhängig, Friseur: 140.000	standortabhängig
Jahresgewinn pro FN	k.A.	15.000	k.A.	standortabhängig, Friseur: 50.000–60.000	10% vom Umsatz
Partner gesucht	k.A.	20	80*	offen	10

Firma	LadyVit	Mrs. Sporty	OXFORD SKINCENTER	Sun Company	VITA LIFE	Viterma
Art des Franchise	Vitalstudio	Sportclub	Tattoo-Entfernung	Sonnenstudio	Magnet-Resonanz und Nahrungsergänzung	Produktion und/oder Verkauf von Wellness-Produkten
Adresse	Albert-Moser-Straße 10, D-78713 Schramberg	Helmholtzstraße 2–9, D-10587 Berlin	Uhlandstraße 1c, D-77694 Kehl	Heiligenstädter Straße 44, 1190 Wien	Gewerbepark 1, 9220 Velden	Industriestraße 1, 6971 Hard
Telefon	0049/7422/56 00 50	01/7152722	k.A.	05/0900-0016	04274/44 9	0699/11898989
E-Mail-Adresse	info@ladyvit.de	franchise@mrssporty.at	info@oxfordskincenter.de	arsenovic@suncompany.at	tsc-europe@vita-life.com	info@viterma.com
Kontaktperson	Gerhard Braun	Carina Dworak	Klaus Böde	Hans Arsenovic	Marco Fitz	Marco Fitz
Homepage	www.ladyvit.de	www.mrssporty.de	www.oxfordskincenter.de	www.suncompany.at	www.vita-life.com	www.viterma.com
Voraussetzungen für Franchise-Nehmer	k.A.	Interesse an Sport, Fitness und Gesundheit, Trainer B-Lizenz muss während d. Ausbildung abgelegt werden	Interesse an kosmetischem, pflegendem oder medizinischem Bereich	Freude beim Umgang mit Kunden	kaufmännische Ausbildung und/oder medizinische Ausbildung	k.A.
Investitionssumme	25.000–75.000	55.000–65.000	ca. 13.800	200.000	100.000–250.000	5.000
Einstiegsgebühr	14.880	14.900	12.000	18.000	25.000	k.A.
Franchise-Gebühr	4,9%–5,9% vom Umsatz, mind. 290/Monat	5,7% vom Umsatz, mind. 345 pro Monat	10%	6% vom Nettoumsatz	–	500/Monat
Werbebeitrag	160/Monat	2,3% vom Umsatz, mind. 145/Monat	–	250/Monat	4%	99/Monat
Jahresumsatz pro FN	k.A.	k.A.	k.A.	200.000	1.000.000	700.000
Jahresgewinn pro FN	k.A.	k.A.	k.A.	30.000	150.000	70.000
Partner gesucht	24*	120	150*	10	offen	1.700*

ANMERKUNG: Die Angaben erfolgen ohne Gewähr, Umsatz und Gewinn sind erwartete Werte, Irrtum vorbehalten *) Gesamter deutschsprachiger Raum

► Titelgeschichte

► **GEWINN-Erhebung: Mehr als 100 Franchise-Systeme, die derzeit in Österreich Partner suchen****Handel, Mode und Vertrieb (von A bis J)**

Firma	A1 SHOP	Alkomat Patrouille	BabyOne	BACKFACTORY	Das Futterhaus	Demmer
Art des Franchise	mobile Kommunikation	Bereitstellung von Alkomaten	Babyfachmärkte	Selbstbedienungsbackerei	Tierzubehör	Einzelhandel mit Tee
Adresse	Obere Donaustadt 29, 1020 Wien	Klagenfurter Straße 16, 9220 Velden	Willy-Brandt-Weg 39, 48155 Münster (D)	Harderweg 3, 22549 Hamburg (D)	Karl-Tornay-Gasse 57, 8750 Judenburg	Karl-Tornay-Gasse 34, 1230 Wien
Telefon	017331610	04274/50683	0049/251/7887-0	0049/40/866 257 800	0664/1824427	01/6998320-13
E-Mail-Adresse	office@a1.net	office@alkomat.at	info@babyone.de	office@back-factory.de	n.steinwider@dasfutterhaus.at	d.danzinger@demmer.at
Kontaktperson	k. A.	Christiane Blaschko	Wilhelm Weischer	Marion Kratz	Norbert Steinwider	Doris Danzinger-Hauer
Homepage	www.a1.net	www.alkomat.at	www.babyone.de	www.back-factory.de	www.dasfutterhaus.at	www.demmer.at
Voraussetzungen für Franchise-Nehmer	abgeschlossene Lehre, Handels- oder Elektroerfahrung	k. A.	Betriebswirtschaft, Organisationsfähigkeit, Führungskompetenz	k. A.	Engagement, Interesse am Handel	Tee im Blut, kaufmännisch vorgebildet, EDV-Grundwissen
Investitionssumme	30.000–40.000	1.075	420.000–450.000	80.000–200.000	ab 150.000	200.000 (ab 2. Jahr)
Einstiegsgebühr	15.000	400	10.000	2.900	10.000	7.500
Franchise-Gebühr	1% des Nettoumsatzes	40 je Einheit und Monat zzgl. MwSt	3%	4% vom Nettoumsatz	2%	–
Werbebeitrag	–	0,20/Test	2%	0,5% vom Nettoumsatz	1%	projektabhängig
Jahresumsatz pro FN	k. A.	k. A.	1.200.000	624.000	k. A.	200.000 (ab 2. Jahr)
Jahresgewinn pro FN	bis 120.000	k. A.	36.000	k. A.	k. A.	49.000 (ab 2. Jahr)
Partner gesucht	offen	offen	1	114*	30	k. A.

Firma	Domicil	ECCO Trading	Harper & Fields	Hobby Creativ Studio	Husse	JONES
Art des Franchise	Einrichtung	Schuhe	Maßkonfektion	Dekoration, Verpackung, Geschenkartikel	Hauszustellung von Qualitätsternnahrung	Mode Damen
Adresse	Uferweg 11, D-881313 Lindau	Bürgeraustraße 20–22, 9900 Lienz	P.O. Box 33366, London (UK)	Grünhüblgasse 36, 8750 Judenburg	Bründlsteig 20, 1140 Wien	Modecenterstraße 22/ Haus A4, 1110 Wien
Telefon	0049/8382/962027	04852/687710	0044/20/8458 9821	03572/85485-111	017577 32 21	0177989348
E-Mail-Adresse	k.enzenberger@domicil.de	er@ecco.com	kontakt@harper-fields.at	ana@huse.com	office@jones.at	office@jones.at
Kontaktperson	Katrin Enzenberger	Erwin Rauchenbichler	Jochim Ziermann	Kurt Nemetz	Andreas Altermann	Sven Hugo Joosten
Homepage	www.domicil.de	www.ecco.com	www.harper-fields.com	www.marianne-hobby.at	www.husse.at	www.jones.at
Voraussetzungen für Franchise-Nehmer	von Vorteil: Branchenkenntnisse, verkäuferische Begabung, Organisationstalent	Qualitätsnachweis im Einzelhandel	k. A.	Kreativität	unternehmerisches Denken	Verkaufstalent, Erfahrung mit Modeeinzelhandel
Investitionssumme	ab 200.000	350/m² für Einrichtung	1.849–7.950	35.000–40.000 inklusive Einrichtung	ca. 2.000	150.000
Einstiegsgebühr	k. A.	k. A.	0–2.000	3.000	ca. 5.000 (standortabhängig)	k. A.
Franchise-Gebühr	k. A.	1% vom Nettoumsatz	5% vom Umsatz, 5%–10% (Easy Business)	3%	pauschal 200 pro Monat	–
Werbebeitrag	500/Monat	2% vom Nettoumsatz	–	individuell	2,5% vom Umsatz (ab 2. Jahr)	1,5% vom Nettoumsatz + Dekorationsgebühr
Jahresumsatz pro FN	1.500.000	4.000–8.000	k. A.	75.000–84.000	250.000 (ab 3. Jahr)	7.000 pro m²
Jahresgewinn pro FN	Umsatzrendite > 5%	wird individuell kalkuliert	k. A.	38.000–42.000	85.000	k. A.
Partner gesucht	k. A.	6	100*	offen	4	3

Handel, Mode und Vertrieb (von K bis Z)

Firma	KARE	olina	Original Poster Company	Pearle	s.Oliver	Safetec	Skribo
Art des Franchise	Einrichtung	Küchenstudio	Glückwunschkarte	Optik	Mode	Handel mit Folien, Markisen und Rollos	Einzelhandel mit Büro- und Schreibwaren
Adresse	Zeppelinstraße 16, D-85748 Garching	Buxera 14 A, 6833 Weiler	Am Wall 75, D-28195 Bremen	Mariahilfer Straße 124, 1070 Wien	Moosfeldstraße 1, 5101 Lengfelden	Spengler Straße 13, D-49328 Melle	Vogelweiderstraße 37, 4600 Wels
Telefon	0049/170/4865324	05523/57778	0049/421/34 98 607	01/525 71-25	0664/8239220	0664/890 88 80	05/9614-2282
E-Mail-Adresse	jan.hoettges@probonum.com	hannes.biedermann@olina.com	office@originalposter.net	kbechter@pearle.at	christian.spitzauer@at.soliver.com	office@mvvg-safetec.at	franz.prielhofer@skribo.com
Kontaktperson	Jan Höttges	Hannes Biedermann	Guido Böning	Klaus Bechter	Christian Spitzauer	Dirk von Grabe	Franz Prielhofer
Homepage	www.kareshops.com	www.olina-franchise.com	www.originalposter.net	www.pearle.at	www.soliver.com	www.mvg-safetec.at	www.skribo.at
Voraussetzungen für Franchise-Nehmer	Einzelhandelerfahrung, Einzugsgebiet: mindestens 150.000 Einwohner	Unternehmerisches Denken, Kooperationsbereitschaft, Verkäuferherz	k. A.	Optikmeister	Erfahrungen im Textilhandel	k. A.	Freude am Verkauf, Branchenerfahrung vorteilhaft (Papier-, Büro- und Schreibwaren)
Investitionssumme	300.000	100.000–120.000	ca. 40.000	100.000	ca. 600/m² Verkaufsfläche	6.500	ab 100.000
Einstiegsgebühr	30.000	15.000	16.800	8.000	–	4.350	2.200
Franchise-Gebühr	3%	4%	–	6% vom Nettoumsatz	–	3,5% vom Nettoumsatz	145/Monat
Werbebeitrag	3%–5%	2% für überregionale Werbung	–	individuell	1,5% vom Nettoumsatz	–	210/Monat
Jahresumsatz pro FN	1.200.000	600.000–1.000.000	k. A.	450.000	standortabhängig	k. A.	standortabhängig
Jahresgewinn pro FN	120.000	k. A.	k. A.	70.000	standortabhängig	k. A.	k. A.
Partner gesucht	6	20	40	10	15 pro Jahr	43	15

Firma	Snaxx24	Sonnentor	Unimarkt	Villeroy & Boch	Vom Fass	Xgames
Art des Franchise	Snackboxen	Bio-Produkte	Lebensmittelmärkte	Tischkultur	Essig, Öl, Spirituosen, Weine	DVD- und Spiele-Verleih
Adresse	Uhlenhorster Weg 21, 22085 Hamburg (D)	Sprögnitz 10, 3910 Zwettl	Egger-Lienz-Straße 15, 4050 Traun	Mayrwiesstraße 19, 5300 Hallwang	Am Langholz 17, D-88289 Waldburg	Pischeldorferstraße 130, 9020 Klagenfurt
Telefon	0049/40/59 46 46-40	02875/7256	07229/601-50	0662/660212	0049/7529/9745-0	0650/125 9 235
E-Mail-Adresse	office@snaxx24.com	b.kienmeyer@sonnentor.com	hubert.koblbauer@unimarkt.at	information@villeroy-boch.com	c.heidt@vomfass.com	schaller@spielemarkt.at
Kontaktperson	Ralph Eikelschulte	Berndt Kienmeyer	Hubert Koblbauer	Jutta Harsch	Christoph Heidt	Roman Schaller
Homepage	www.snaxx24.com	www.sonnentor.at	www.unimarkt.at	www.villeroy-boch.com	www.vomfass.de	www.spielmarkt.at
Voraussetzungen für Franchise-Nehmer	k. A.	Begeisterung	Erfahrung im Lebensmittelhandel und/oder Gastronomie, Interesse am Verkauf	k. A.	Begeisterung für Genießen, Kochen und Schenken	k. A.
Investitionssumme	1.990	100.000–150.000	k. A.	50.000–100.000	ca. 80.000	50.000–60.000
Einstiegsgebühr	1.000	10.000	7.000	2.500	6.200	12.500
Franchise-Gebühr	6,5% vom Umsatz+39,90 Software-Lizenz	4% vom Nettoumsatz	2% vom Nettoumsatz	4,5% vom Nettoumsatz	200/Monat	3% vom Rohertrag
Werbebeitrag	–	–	projektabhängig	k. A.	–	k. A.
Jahresumsatz pro FN	k. A.	350.000–600.000	2.500.000	k. A.	ab 250.000	k. A.
Jahresgewinn pro FN	k. A.	30.000–70.000	37.500–50.000	k. A.	ab 50.000	k. A.
Partner gesucht	k. A.	20*	5 pro Jahr	offen	offen	40

ANMERKUNG: Die Angaben erfolgen ohne Gewähr, Umsatz und Gewinn sind erwartete Werte, Irrtum vorbehalten *) Gesamter deutschsprachiger Raum

GEWINN-Erhebung: Mehr als 100 Franchise-Systeme, die derzeit in Österreich Partner suchen

Haus, Garten und Bau

Firma	awell	blueberg	GETIFIX	ISOTEC	Locatec	Miracle Management Consulting
Art des Franchise	Dienstleistungen rund ums Gebäude	Bauenergetik und Fassade	Bautenschutz und Gebäudeservice	Bau und Bausanierung	Ortung von Leckagen und Defekten	Reparatur von Sanitär-Oberflächen
Adresse	Im Gelbstein 23, D-79206 Breisach	Bahnhofsgürtel 59/5, 8020 Graz	Josef-Rendl-Gasse 19, 2361 Laxenburg	Cliev 21, D-51515 Kürten	Roßfelder Straße 65/5, D-74564 Crailsheim	Weißbach 28, 2371 Hinterbrühl
Telefon	0049/7667/83 08 61	0316/764 739-955	02236/710 769	0049/2207/8476-0	0049/7951/297999-0	02236/304397
E-Mail-Adresse	info@awell.de	office@blueberg.eu	info@getifix.at	franchise@isotec.de	webmaster@locatec.de	constantin.zugmayer@mmcgmbh.at
Kontaktperson	Michael Heipter	Gerhard Grünbichler	Sven Rothfuß	Uwe Neumann	Sascha Reinders	Constantin Zugmayer
Homepage	www.awell.de	www.blueberg.eu	www.getifix.at	www.isotec.de	www.locatec.at	www.remall-technik.at
Voraussetzungen für Franchise-Nehmer	k. A.	klassisches Haustechnikbüro (HKLS), das auf dem Markt etabliert ist	k. A.	k. A.	k. A.	handwerkliches Geschick
Investitionssumme	5.000–7.000	k. A.	1.000–10.000	100.000–150.000	75.000–100.000	40.000
Einstiegsgebühr	15.000	36.000	2.200–8.750	22.500	25.000	15.000
Franchise-Gebühr	8,50%	3.000	60–500/Monat lizenzabhängig	5% vom Umsatz, mindestens 500	4% bis 7% vom Nettoumsatz	10%
Werbebeitrag	1,50%	2%–3% vom Umsatz	0–153,50 lizenzabhängig	1% vom Umsatz, mind. 500/Monat	2% vom Nettoumsatz	1%
Jahresumsatz pro FN	k. A.	700.000	10.000–150.000	500.000	k. A.	200.000
Jahresgewinn pro FN	k. A.	105.000	k. A.	100.000	k. A.	80.000
Partner gesucht	k. A.	16*	50	5	7	k. A.
Firma	Optigrün	Reca	REKORD Fenster	Schimmelspezialist	Town & Country	Treppenmeister
Art des Franchise	Dachbegrünung	Fliesen – Steine – Öfen	Produktion und Verkauf von Fenstern und Türen	Bewertung und Sanierung	Bau von Ein- und Zweifamilienhäusern	Produktion und Vertrieb von Holztreppe
Adresse	Landstraße Hauptstr. 71/2, 1030 Wien	Fabrikstraße 9, 6460 Imst	Trattengasse 32, 9500 Villach	Plattenacker 2b, D-89287 Bellenberg	Wiener Straße 79, 2104 Spillern	Emminger Straße 38, D-71131 Jettingen
Telefon	01/71728417	05412/66 888	04242/36384	0049/7306/92 84 90	02266/80 411	0049/7452/886-0
E-Mail-Adresse	klindenberg@optigruen.de	info@reca.at	a.santner@rekord-fenster.com	info@schimmelspezialist.de	office@fabu-massiv.at	office@treppenmeister.com
Kontaktperson	Bernd Klinkenberg	Gretl Patscheider	Anton Santner	Geert Sanders	Manfred Fangmeyer	Thomas Köcher
Homepage	www.optigruen.de	www.reca.at	www.rekord-fenster.com	www.schimmelspezialist.de	www.hausausstellung.at	www.treppenmeister.com
Voraussetzungen für Franchise-Nehmer	bestehender Betrieb im Garten- und Landschaftsbau	k. A.	eventuell Branchen-erfahrung	k. A.	Vertriebserfahrung, unternehmerisches Denken	eingeführter Holzverarbeitungsbetrieb
Investitionssumme	5.000	45.000	ab 500.000	22.000	abhängig vom Standort	ab 50.000
Einstiegsgebühr	k. A.	10.000	22.500	14.000	12.000 (Lizenz)	ab 10.000
Franchise-Gebühr	0–2.300	2–3% vom Umsatz	3,50%	9% vom Umsatz (ab 3. Monat)	3,6% für Lizenz-Partner	2%–5%
Werbebeitrag	2.300	1%	projektabhängig	k. A.	350/Monat	max. 1%
Jahresumsatz pro FN	250.000	1.400.000–1.700.000	4.000.000 (ab 5. Jahr)	k. A.	3.000.000–5.000.000	1.200.000
Jahresgewinn pro FN	15.000	100.000–200.000	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Partner gesucht	3	2	2	250*	5	k. A.



Unterricht, Bildung und Training

Firma	ats AG – better teaching, faster learning	BEITRAINING	Com Training and Services	Easy Drivers	Helen Doron Early English	INtem Trainergruppe
Art des Franchise	Lernberatung, Lernmethoden	Training	Computertraining	Fahrschulen	Englischkurse für Kinder	Verkaufstraining
Adresse	Esplanade 9, LUX-6630 Wasserbillig	Hirschstettner Straße 89/8, 1220 Wien	Carl-Wery-Straße 42, D-81739 München	Kaplanstraße 9, 6063 Rum	Südtirolerstraße 28, 4020 Linz	Mallaustraße 69–73, D-68219 Mannheim
Telefon	00352/267035 186	0699/1997 12 50	0049/89/450 81 66-0	0512/200234	0732/79 21 88	0049/621/438760
E-Mail-Adresse	office@ats.ag	wolfgang.kellat@bei-training.at	wolfgang.schaffer@com-training.com	office@easydrivers.at	franchise@HelenDoron.at	info@intem.de
Kontaktperson	Daniel Schambach	Wolfgang Kellat	Wolfgang Schaffer	Walter Harm	Monika Laschkolnig	Marion Kling
Homepage	www.ats.ag	www.bei-austria.com	www.com-training.com	www.easydrivers.com	www.helendoron.at	www.intem.de
Voraussetzungen für Franchise-Nehmer	k. A.	Berufserfahrung, ausgeprägter Verkaufshintergrund	betriebswirtschaftliche Kenntnisse, Vertriebs-erfahrung, Branchenwissen	Vorliegen der Voraussetzungen für die Erteilung einer Fahrschul-Bewilligung lt. KFG	Organisations-talent, gutes Englisch, Computerkenntnisse, Buchhaltungsgrundlagen	k. A.
Investitionssumme	ca. 7.000	ab 9.000	60.000–100.000	ab 100.000	5.000–10.000 + Einstiegsgebühr	8.500
Einstiegsgebühr	5.000	8%	15.000	20.000	bis 13.800 (abhängig von der Gebietsgröße)	4.900
Franchise-Gebühr	5%	2%	8% vom Umsatz	2,4% vom Umsatz	max. 14%	700
Werbebeitrag	k. A.	k. A.	2% vom Umsatz	0,6% vom Umsatz	k. A.	–
Jahresumsatz pro FN	k. A.	k. A.	150.000–250.000 (Startphase)	250.000	100/10.000 Einwohner	k. A.
Jahresgewinn pro FN	k. A.	k. A.	15.000–25.000	k. A.	k. A.	k. A.
Partner gesucht	500*	15	2	5	10	100*
Firma	ITS – SPORT & FUN	LernQuadrat	Mini-Lernkreis	PTE	Studienkreis	VBCAcademia
Art des Franchise	Kinderschulen, Sportschulen	Bildung	Nachhilfe und Sprachkurse	Lerntherapie	Förder- und Nachhilfeorganisation	Verkaufstraining
Adresse	Museumstraße 26A, 6020 Innsbruck	Manahilfer Straße 103, 1060 Wien	Unterlochnerstraße 4a, 5230 Mattighofen	Max-Eyth-Straße 29, D-71322 Waiblingen	Universitätsstraße 104, D-44799 Bochum	Enzersdorfer Straße 12a, 2340 Mödling
Telefon	05125/70947-24	0664/915 1007	0742/58814	0049/7151/98220201	0049/234/9760405	02236/908 107-21
E-Mail-Adresse	bobo@kinder-club.com	franchise@lernquadrat.at	Systemzentrale@minilernkreis.de	info@pte.de	info@studienkreis.at	weichselberger@vbc.at
Kontaktperson	k. A.	Konrad Zimmermann	Sonja Streif	Achim Jergentz	Franz Dahmann	Tamara Weichselberger
Homepage	www.kinder-club.com	www.lernquadrat.at	www.minilernkreis.at	www.ptc.de	www.studienkreis.at	www.vbc.biz
Voraussetzungen für Franchise-Nehmer	Schischulkonzession	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	Freude am Verkaufen, positive Lebenseinstellung, Mindestalter 25 Jahre
Investitionssumme	5.000–10.000	20.000	ca. 4.000	35.000	20.000	k. A.
Einstiegsgebühr	ab 1.500	k. A.	8.500	14.500 (inkl. Studium)	2.500	29.000
Franchise-Gebühr	1.800/Jahr	9% vom Umsatz plus 120/Monat	8% vom Nettoumsatz	10%	399/Monat	15,2% vom Trainings- und Coaching-Umsatz
Werbebeitrag	individuell	1,8% vom Umsatz	k. A.	500	–	3% vom Trainings- und Coaching-Umsatz
Jahresumsatz pro FN	150.000	170.000	k. A.	k. A.	k. A.	350.000 (3. Jahr)
Jahresgewinn pro FN	15.000	55.000	k. A.	k. A.	k. A.	100.000–120.000
Partner gesucht	20	40	200	150*	k. A.	26*



Das Tor zur Sonne

Franchising eröffnet nicht nur „großen Nehmern“ eine Chance, sich selbständig zu machen, auch (heimische) Geber können damit rascher und mit weniger Risiko expandieren.



Fotos: Sonnentor/Gerald Lechner

► Die ersten Expansionsambitionen von Johannes Gutmann und seinem Sonnentor waren schnell wieder vorbei: Im Wiener Museumsquartier wollte der bis dahin nur Insidern wirklich bekannte Bio-Kräuterspezialist aus dem Waldviertel mit einem ersten Partner die Bundeshauptstadt im Sturm erobern.

Nach rund einem Jahr wurde das Experiment abgebrochen. Der heute für Franchising bei Sonnentor zuständige Ewald Redl erklärt, weshalb: „Die wichtigsten Faktoren im Einzelhandel sind der Standort, das Produkt selbst und die handelnden Mitarbeiter oder Partner. Im Fall Museumsquartier haben alle drei Faktoren nicht funktioniert. Der Standort war retrospektiv betrachtet eine C-Lage, zweimal ums Eck, das Produkt war ein klassischer Bioladen und der Partner hat sehr schnell die Flinte ins Korn geworfen.“

Wie aus Sonnentor ein Franchise-System wurde

Nicht so Gutmann. Das neue Franchise-Konzept beschränkt sich auf das, was Sonnentor ausmacht: Tees, Kräuter, Gewürze. Redl: „Das sind alles Trockensortiment-Produkte mit dem Vorteil längerer Haltbarkeit und Unverderblichkeit, da fallen einmal viele logistische Schwierigkeiten weg, die man mit Feinkost oder Frischedienst hat.“ Überarbeitet wurde auch das Ladenkonzept und mit einem selbst geführten Pilotbetrieb in Krems sammelte man zuerst eigene Erfahrungen, bevor das Vertragswerk erstellt, ein Intranet eingerichtet und die Handbücher für künftige Franchise-Nehmer ausgearbeitet wurden.

Zwei Jahre gingen dafür auf und rund zwei Millionen Euro – „für Mitarbeiter, Konzepte, externe Professionisten, Architekten und Berater“, so Redl – flossen in den Aufbau des Sonnentor-Franchisings. Amortisieren sol-



len sich diese Investitionen in fünf bis sechs Jahren. Den ersten richtigen Franchise-Partner gibt es seit September 2008. Aktuell hält man bereits bei insgesamt sieben Outlets. Redl: „Wir bekommen erfreulicherweise sehr viele Bewerbungen. Im Moment sind es knapp 500.“ Das Ziel von Sonnentor sind 25 Outlets in Österreich, ab 2010 will man aber auch erste Partner in Deutschland und vielleicht schon ab 2011 in der Schweiz finden.

Aber warum überhaupt Franchising? Schließlich macht Sonnentor mehr als 90 Prozent seines Umsatzes mit dem Bio-Fachhandel? Redl: „Im klassischen Biogroßhandel stehen wir vor der Hürde, dass wir 600 Produkte im Sortiment haben und jedes Jahr zwischen 20 und 40 neue Sachen dazukommen. Nur zwei Großhändler listen uns wirklich voll, viele haben aber vielleicht 200, 300 Produkte und davon

Gut lachen hat Sonnentor-Gründer Johannes Gutmann (5. v. li.): Trotz Fehlstart vor vier Jahren konnte im Oktober das bereits 7. Outlet in Wien 3 eröffnet werden. Weiters im Bild (v. li.): Edith Gutmann, Ewald Redl, Brigitte Jank sowie Geschäftsinhaberin Ruth Dobretsberger+Team

nimmt der Fachhändler wieder nur einen Teil. Wir beschränken uns dadurch.“ Könnte Sonnentor trotzdem so wie in Krems die Filialen auch selbst machen? Redl dazu: „Eine Filialexpansion kostet irrsinnig viel Geld. Diese Kraft ist im KMU-Bereich nicht da. Die Alternative ist, ich mach das mit selbständigen Unternehmern: Die haben ungleich mehr Motivation wie ein angestellter Filialleiter, sie haben aber auch ihre eigenen Interessen, auf die man Rücksicht nehmen muss.“

Worauf Franchise-Geber achten müssen

Redl rät daher, als Franchise-Geber der Vermittlung der eigenen Philosophie und der Produktpolitik viel Raum zu geben: „Wenn man das am Anfang schon ausräumen kann, ist das sicher gut.“ Für Waltraud Martius, die nach eigenen Angaben mit ihrer Syncon bereits mehr als 1.200 Franchise-Projekte begleitet hat und als Pionierin für Franchising in Österreich gilt, sollte die erste Frage, die sich ein angehender Franchise-Geber zu stellen hat, sein: „Was soll franchisiert werden? Gibt es den Betriebstyp schon?“ Denn Franchising heißt, so Martius: „Multiplikation eines erfolgreichen Betriebstyps mit selbständigen Partnern.“

Um den Betriebstyp erfolgreich zu machen, muss dieser „pilotiert“ werden, wie es im Franchise-Chinesisch heißt. Das bedeutet, der Franchise-Geber schlüpft selbst in die Rolle des Franchise-Nehmers, um dessen Erfahrungen vorweg zu sammeln. Das dauert in der Regel rund ein Jahr, zumindest aber eine Saison. Martius: „Ich muss so lange pilotieren, bis ich den Beweis lie-



Foto: Fotostudio August Salzburg

Waltraud Martius, langjährige Vizepräsidentin des ÖFV, hat als Syncon mehr als 1.200 Franchise-Projekte begleitet

- fern kann, dass das System erfolgreich ist.“ Alles andere ist für sie „Bananen-Franchising“. Martius: „Das System reift beim Kunden. Das darf es nicht geben.“

In der Folge ist es für den Franchise-Geber wichtig, ein genaues Anforderungsprofil zu definieren. Mar-

tius: „Wer ist mein idealer Partner, persönlich, fachlich und finanziell?“ Ergänzt werden sollte dieses Profil durch einen standardisierten Auswahlprozess.

Es gibt aber auch Unternehmen, für die sich Franchising als Vertriebsform überhaupt nicht eignet. Martius: „Abraten würde ich Unternehmen, die eher hierarchisch aufgestellt sind. Franchising ist zutiefst partnerschaftlich.“ Auch Firmen, die das schnelle Geld suchen, sollten auf Franchising verzichten. Martius: „Ich muss die Kuh füttern, bevor ich sie melken kann.“

VBC: International dank Franchising

Das kann der geschäftsführende Gesellschafter von VBC VerkaufsberaterInnencolleg, Niklas Tripolt, bestätigen. Das 1997 gegründete Verkaufstrai-

Niklas Tripolt von VBC hält Franchising für die „billigste Art der Expansion“ und sucht sich seine Partner mittels eines Online-Tests



Foto: VBC VerkaufsberaterInnencolleg

ningsunternehmen ist heute dank Franchising quasi flächendeckend in Österreich vertreten, nur in Vorarlberg sucht VBC noch einen Partner.

Dafür nutzt das Unternehmen mit Sitz in Mödling bei Wien Franchising dazu, um auch über die Grenzen zu gehen. Seit drei Jahren ist VBC in Deutschland als Franchise-Geber präsent und hält bei aktuell fünf Partnern. Tripolt: „Wir lassen uns extrem viel Zeit. So gut ein System ist, gehört es immer an regionale Modalitäten angepasst.“ Und obwohl auch in Deutschland zuerst pilotiert wurde, ist er überzeugt, dass Franchising die „billigste Art der Expansion ist“. Tripolt: „Wenn man Franchise-Partner gegen mitarbeiter-geführte Filialen antreten lässt, liefern Erstere bessere Zahlen. Das ist bei einem bekannten großen Burger-Brater genauso wie in anderen Branchen.“

Gefinkelte Partnersuche online

Der Franchise-Profi verrät schließlich auch, wie man den richtigen Partner als Franchise-Nehmer findet. Auf der Internet-Seite des VBC VerkaufsberaterInnencolleg findet sich unter www.vbc.at ein Selbstcheck. Abgefragt werden dabei vor allem sogenannte Metaprogramme, erklärt er: „Es gibt Menschen, die sind unterschiedlich motivierbar.“ Tripolt unterscheidet konkret zwischen „Hin-zu-Motivation“ und „Weg-von-Motivation“. Erstere sind Macher, zweite sind Vermeider. Tripolt: „Als Franchise-Nehmer geeigneter sind Menschen mit einer Hin-zu-Motivation.“ Dasselbe gilt, so Tripolt, für proaktive versus reaktive Typen. Tripolt: „Erstere haben eine Idee und setzen die um. Reaktive haben eine Idee und denken dann erst einmal darüber nach. Oft ist es aber dann zu spät. Proaktive machen vielleicht Fehler, versäumen aber keine Chance. Eine gewisse Proaktivität eines Franchise-Partners ist sehr wertvoll.“

Links und Tipps zum Thema Franchising

www.dbg.at

Web-Auftritt von Dr. Erika Bernardi-Glatz, selbständige Franchise-Beraterin in Wien, die seit 1997 an der Wirtschaftsuniversität Wien (Institut für Handel und Marketing, o. Univ.-Prof. Dr. Peter Schnedlitz) die Veranstaltungsreihe „Franchise-Wissenspaket“ mit praxisorientiertem Basiswissen leitet. Programm, Teilnahmegebühr und Anmeldeunterlagen unter www.dbg.at/2009_WU-Franchise-Wissenspaket10.pdf

www.franchise.at

Offizielle Seite des Österreichischen Franchise-Verbands. Enthält viele Hintergrundinformationen, Terminkalender mit Franchise-Veranstaltungen sowie einer Datenbank von Verbandsmitgliedern, die Partner suchen.

www.franchiseboerse.at

Internet-Börse der Wirtschaftskammer Österreich mit Franchise-Systemen, die in Österreich einen Partner suchen.

www.franchisesalon.at

Die Wiener Wirtschaftskanzlei Freygnier Rechtsanwälte lädt quartalsmäßig in ihre Kanzleiräumlichkeiten zum Franchisesalon. Dabei werden Erfolgsrezepte ausgetauscht, Gemeinsamkeiten zum Thema Marke, Qualitätsanspruch an Produkte und Dienst-

leistungen sowie Vertriebsstrategien in exklusivem Rahmen preisgegeben.

www.franchising.co.at

Internet-Auftritt von selbständigen und unabhängigen Franchise-Consultants, die sich in der Wirtschaftskammer zur Experts-Group Franchising zusammengeschlossen haben. Bietet Kontakte zu Beratern.

www.franchise-gesellschaft.at

Homepage der Österreichischen Franchise Gesellschaft, die sich neben der Aufklärung und Information für Franchise-Geber und Franchise-Nehmer unter anderem dem Aufbau einer offiziell anerkannten Franchise-Zertifizierungs-Plattform widmet.

www.freygner.com

Homepage von Dr. Sylvia Freygnier LL.M., Rechtsanwältin und Unternehmensberaterin. Zum Thema Franchising bietet Dr. Sylvia Freygnier rechtliche Fachkompetenz verbunden mit einer wirtschaftlich-strategischen Beratung an.

www.gruenderservice.at/franchise

Franchising-Abteilung des Gründerservice der Wirtschaftskammer Österreich. Hier kann man sich den laufend aktualisierten Franchising-Leitfaden kostenlos herunterladen.