



**m retail**

# Franchise bewegt

## Dossier

unter Mitwirkung des  
Österreichischen  
Franchise-Verbandes  
und weiterer führender  
Franchise-Experten



Herausgeber  
Oliver Jonke  
[o.jonke@medianet.at]

# Editorial

## Franchise bewegt

### Liebe Leserinnen und Leser!

Angestelltenverhältnisse sind nicht jedermanns Sache. Früher oder später im beruflichen Leben finden viele Menschen für sich persönlich heraus, dass sie mehr Spaß an der Arbeit entwickeln, wenn sie keine Weisungen von Arbeitgebern befolgen brauchen, sondern für sich selbst arbeiten.

Aber auch die Selbstständigkeit ist nicht jedermanns Sache. Die wenigsten Menschen verfügen über ausreichend Kapital, um ein Unternehmen sicher in die Welt zu setzen. An Fremdkapital kommen viele auch nicht so leicht heran, über das Risiko trauen sich Families, Fools and Friends auch nicht immer drüber. Der Knackpunkt ist nicht selten, dass es schwer ist, Businesspläne von Neugründungen (positiv) zu beurteilen, zum Beispiel, weil es meistens noch keinen Proof of Concept zur neuen Geschäftsidee gibt, naturgemäß sind meistens die neu entwickelten Marken noch unbekannt usw.

Doch lässt sich der Wunsch nach mehr Sicherheit mit dem Wunsch nach mehr Freiheit in der Arbeit verbinden? Manchmal ja, zum Beispiel mit Franchise.

Franchiseunternehmen wie jene, die beim Österreichischen Franchise-Verband Mitglied sind, haben den Proof of Concept schon erfolgreich absolviert und bieten ihren Partnern für einen erfolgreichen Geschäftsbetrieb eine Reihe von Vorteilen. Sie werben gezielt und machen ihre Marken bekannt. Sie nutzen auch Synergien in der Beschaffung und in der Mitarbeiterausbildung. Erprobte Unternehmensprozesse und Qualitätssicherungssysteme ermöglichen Franchise-Nehmern eine sehr effiziente Ergebnissteuerung jedes einzelnen Standorts und führen in Verbindung mit dem persönlichen Engagement des Franchise-Nehmers auch zu hoher Mitarbeiter- und Kundenzufriedenheit.

Wer fühlt sich durch Franchise angesprochen? Über 75% der Franchise-Nehmer wa-

ren vorher angestellt und wollten mit dem Franchisemodell ihr eigener Chef werden, nur ein Viertel war bereits selbstständig. Im Durchschnitt bringen alle beim Start etwa 20 Jahre Berufserfahrung mit. Über 93% sind mit ihrer Entscheidung so zufrieden, dass sie jederzeit wieder im selben System beginnen würden. Dieses Dossier ist unter Mitwirkung von führenden Franchise-Experten und im Auftrag des Österreichischen Franchise-Verbandes entstanden.

Franchise-Unternehmen boomen weltweit, in Österreich gibt es über 10.000 Standorte und ein jährliches Wachstum von 7% (sowohl beim Zuwachs der Standortanzahl als auch beim Umsatz). Von den bei uns tätigen rund 440 Franchise-Systemen befinden sich 2/3 in der Aufbau- und Expansionsphase. Davon können die meisten aller anderen heimischen Betriebe nur träumen ...

*Eine anregende Lektüre wünscht Ihnen*  
Oliver Jonke

## Inhalt

- 4 **Dürfen wir uns vorstellen?**  
*Der Österreichische Franchise-Verband – wir leben Franchise*



© medianet/Joel Halder

- 6 **Round Table**  
*medianet-Herausgeber Oliver Jonke im Gespräch mit heimischen Franchise-Experten*

- 9 **Vielfalt der Franchise-Messe**  
*Carina Felzmann über das Get-together der Branche*

- 10 **Auf den Hund gekommen**  
*Best Practice: Franchise im Das Futterhaus*

- 12 **Sanieren mit System**  
*Best Practice: Franchising mit Soluto, dem Newcomer mit jahrelanger Expertise*

- 14 **„Franchising – die beste Vertriebsform der Welt“**  
*Best Practice: Selbstständig mit Unimarkt, dem regionalen Nahversorger*

- 16 **Franchising weiter auf Erfolgskurs**  
*Zahlen, Daten und Fakten der österreichischen Franchise-Szene – grafisch aufbereitet*

## Impressum

### Medieninhaber:

„medianet“ Verlag AG  
1110 Wien, Brehmstraße 10/4. OG  
<http://www.medianet.at>

Diese Sonderausgabe wurde von **medianet** unter Mitwirkung von Österreichischer Franchise-Verband erstellt.

**Konzept:** Oliver Jonke (Herausgeber)  
Kontakt: o.jonke@medianet.at

**Leitende Redakteurin dieser Ausgabe:**  
Helga Krémer (hk)

**Lektorat:** Christoph Strolz **Grafik/Produktion:** Raimund Appl, Peter Farkas **Fotoredaktion/Lithografie:** Beate Schmid **Druck:** Ferdinand Berger & Söhne Ges.m.b.H., 3580 Horn  
**Erscheinungsort:** Wien **Stand:** Oktober 2018

**Für den Inhalt verantwortlich:**  
Österreichischer Franchise-Verband, 2345 Brunn am Gebirge, Campus 21, Liebermannstraße A01



**Abo, Zustellungs- und Adressänderungswünsche:**  
[abo@medianet.at](mailto:abo@medianet.at)  
oder Tel. 01/919 20-2100



Dossier: retail – Franchise bewegt

Coverfoto: © PantherMedia/ gregepperson



# Franchising liegt im Trend

„Einer für alle und alle für einen“, könnte ein Prinzip des Franchising launig beschrieben werden. Fest steht: Die Strategie der Systeme geht voll auf.

WIEN. Franchising hat sich in den vergangenen Jahren als wichtiger Bestandteil der österreichischen Wirtschaft etabliert und zählt zu den erfolgreichsten Vertriebs-, Organisations- und Wachstumsstrategien der Gegenwart. Dies wird durch den starken Zuwachs neuer Franchise-Systeme deutlich – seit dem Jahr 2015 ist die österreichische Franchise-Landschaft um 7% gewachsen, sie liegt momentan bei 440 Systemen und 10.400 Franchise-Standorten im österreichischen Raum. Auch die Umsätze konnten wesentlich gesteigert werden: Blickt man auf das Jahr 2016, so konnten Netto-Umsätze von 9,3 Mrd. € erwirtschaftet werden.

Tendenz? Weiter steigend: In den kommenden Jahren rechnen 76% der Systeme mit einem weiteren Umsatzwachstum und planen die Aufnahme neuer Franchise-Nehmer.

## Erfolgsfaktor Franchise

„Franchising hat sich zu einem unverzichtbaren Motor der österreichischen Wirtschaft etabliert; dieser Erfolg basiert auf der konsequent gelebten Partnerschaft selbstständiger Unternehmer, die das gleiche Ziel verfolgen“, sagt der Präsident des Österreichischen Franchise-Verbandes, Andreas Haider. „Im wertschätzenden Miteinander arbeitet man kontinuierlich an der Entwicklung des gemeinsamen Geschäftsmodells und wie gesehen werden kann, sind wir auf einem erfolgreichen Weg.“

## Franchise in Österreich

Eine Studie – vom Österreichischen Franchise-Verband (ÖFV) und der WKO in Auftrag gegeben und von der Privatuniversität Schloss Seeburg durchgeführt – zeigt folgendes



© medianet/Joel Haider

**Franchiser** Der Präsident des Österreichischen Franchise-Verbandes, Andreas Haider, über Franchise in Österreich, Frauenquote und Vorteile des Franchising.

Bild: Franchising ist jung, dynamisch und österreichisch.

Über zwei Drittel aller Franchising-Systeme befinden sich in der Aufbau- und Expansionsphase. 60% der in Österreich aktiven Systeme wurden auch in Österreich gegründet – so gilt Franchising als österreichische Spezialität. Zudem handelt es sich um *junge* Wirtschaftsprozesse – jung deshalb, weil sich 80% der Systeme erst seit dem Jahr 2000 oder später auf dem österreichischen Markt etabliert haben. Aus der Studie geht ebenso hervor, dass drei Viertel der Franchise-Nehmer

aus einer unselbstständigen Beschäftigung in die Selbstständigkeit gewechselt haben und somit ihr eigener Chef geworden sind.

## Franchise und Frauen

„Die österreichische Franchiseszene ist sehr stark frauendominiert, denn 59 Prozent der Mitarbeiter und 43 Prozent der Führungskräfte sind in der Franchise-Szene weiblich. Das ist ein signifikant höherer Anteil als in der Gesamtwirtschaft“, so Haider. Dass die Branche eine sehr starke Frauenquote aufweist, liegt

laut ÖFV zum einen daran, dass Franchising vor allem im Dienstleistungssektor und im Handel betrieben wird, also in traditionellen Frauenberufen. Hinzu kommt aber auch, dass die Vereinbarkeit von Beruf und Familie einfacher gestaltet werden kann.

## Das ist Franchise

Die Nutzung eines bestehenden Geschäftskonzepts, einer etablierten Marke und des vorhandenen Know-hows ist eine der Grundideen des Franchising. Sie erleichtert den Weg in die Selbstständigkeit immens. „Franchising minimiert das Risiko des Scheiterns, da viele Anfangsfehler vermieden werden können“, meint Haider.

Eine aktuelle Studie der Universität Münster zeigt auf, dass Franchisegründer erfolgreicher sind als Gründer mit einer eigenen Gründungsidee. Der Grund dafür könnte sein, dass Unternehmer mit einem eigenen Konzept das Angebot ihres Unternehmens erst bekannt machen müssen, während der Franchise-Nehmer von Beginn an von einer bekannten Marke sowie bestehenden, erprobten Strukturen profitieren und auch sofort Umsätze generieren kann.

„Menschen, die einen guten Job gemacht haben, die von sich sagen ‚Ich möchte mich selbst verwirklichen, das kann ich aber in meiner jetzigen Position nicht‘, sind gut beraten, sich Franchise-Systemen anzuschließen“, empfiehlt Haider. „Wenn Sie nur das Risiko der Selbstständigkeit nicht zu 100 Prozent allein übernehmen wollen – oder auch können – und zugleich eine Arbeitsgemeinschaft, eine Arbeitsteilung präferieren, dann wird Sie Franchising herzlich willkommen heißen.“

# Wir leben Franchise!

Der Österreichische Franchise-Verband – vielfältig und bunt, wie auch die Szene.

WIEN. Beim Österreichischen Franchise Verband (ÖFV) stehen vor allem die Menschen im Mittelpunkt. Menschen, die sich selbst verwirklichen möchten, die Unternehmer werden wollen oder schon sind.

Seit über 30 Jahren ist der ÖFV zentraler Repräsentant der Österreichischen Franchise-Wirtschaft und lebt dafür, Franchise-Geber, Franchise-Nehmer, Experten und Interessenten zu vernetzen. Der Verband hat insbesondere die Aufgabe, die Interessen der Franchise-Wirtschaft wahrzunehmen, das seriöse Franchising zu fördern und als Informationsplattform zu dienen.

## Vom Geben und Nehmen

Der ÖFV stellt die Qualitätsgemeinschaft von Franchise-Systemen in Österreich dar; er versteht sich als Verband für Franchise-Geber und Franchise-Nehmer und profitiert gleichzeitig von dem Know-how der angeschlossenen Experten und Dienstleister. Zu den Kernwerten des ÖFV gehören Kompetenz, Vertrauen, Kommunikation und Seriosität.

## Unsere Kernaufgaben

### Das dürfen Sie erwarten

- Kompetenzzentrum für Franchising
- Information der Öffentlichkeit über Franchising
- Franchise-Lobbying
- Förderung der Qualität des Franchising durch den ÖFV-System-Check
- Förderung des Unternehmertums
- Informationsplattform für Franchise-Interessenten
- Organisation von Franchise-Veranstaltungen
- Förderung des Erfahrungsaustauschs unter den Mitgliedern
- Vergabe der Österreichischen Franchise-Awards
- Erhebung der Franchise-Statistik
- Bündelung von Expertenwissen



### Barbara Rolinek

„Der ÖFV bildet mit seinen Mitgliedern die Qualitätsgemeinschaft des Franchising in Österreich. Wir stehen für Fairness und Kommunikation und Kooperation auf Augenhöhe!“

### Natascha Lazar

„Unsere ordentlichen Mitglieder haben mindestens einmalig den ÖFV-System-Check absolviert. Dieses Siegel zeigt die System-Güte nach außen und dient als Leitsystem für Franchise-Interessenten!“



So vielfältig und bunt die Franchise-Szene ist, eines haben alle Systeme branchenübergreifend gemeinsam: Je höher der Qualitätsanspruch und die Klarheit über die vereinbarten Spielregeln auf beiden Seiten sind, desto erfolgreicher sind Franchise-Geber und Franchise-Nehmer. Aus diesem Grund hat der ÖFV für alle ordentlichen Mitglieder einen verpflichtenden System-Check eingeführt (siehe Kasten).

### Der ÖFV-Vorstand

**Präsident:** Andreas Haider, Geschäftsführer Unimarkt Gruppe;  
**Vizepräsident:** Niklas Tripolt, Geschäftsführender Gesellschafter VBC;  
**Kassier:** Norbert Steinwider, Geschäftsführer Das Futterhaus Österreich;  
**Ehrenpräsidentin:** Waltraud Martius, Geschäftsführerin Syncon.

Der erweiterte Vorstand des ÖFV besteht aus: Peter G. Allerstorfer, Leitung A1 Franchise Shops & Employee Sales; Klaus Candussi, Geschäftsführer atempo; Carina Dworak, Head of Business Development Mrs. Sporty; Amelie Pohl, Rechtsanwältin; Peter Reikersdorfer, Regional Owner RE/MAX; Natascha Lazar; PR und Kommunikation ÖFV sowie ÖFV-Generalsekretärin Barbara Rolinek.



© medianet/Joel Haider (11), Syncon

## Unser System-Check

### Wir zertifizieren die Seriosität des Systems

Der System-Check liegt dem Verband besonders am Herzen: Ziel ist es, den hohen Qualitätsanspruch an die Systeme zu kommunizieren und sichtbar zu machen. Das Gütesiegel symbolisiert die juristische Prüfung des Vertrags sowie eine inhaltliche Beurteilung des Franchise-Konzepts und nicht zuletzt eine hohe Franchise-Nehmer-Zufriedenheit.

Geprüfte Systeme dürfen das ÖFV System-Check-Gütesiegel verwenden und haben dadurch einen wesentlichen Vorteil bei der Franchise-Partner-Suche.

### Andreas Haider

„Als Präsident habe ich natürlich eine sehr verantwortungsvolle Rolle inne. Um für die Franchiseszene wichtige Zukunftsimpulse zu setzen, braucht es ein starkes Management- und Fachexperten-Team im Vorstand, welches im Juni 2018 durch die Generalversammlung neu gewählt wurde. Somit ist der ÖFV sehr gut aufgestellt und kann wichtige Franchisethemen und Projekt vorantreiben.“






**Norbert Steinwider**

„Ich möchte Unternehmer für das Franchising begeistern und lege großen Wert auf möglichst viele zertifizierte Systeme, denn diese gewährleisten höchste Professionalität.“


**Klaus Candussi**

„Ich stehe für (Social-) Franchising als ideales Mittel zur bestmöglichen Verbreitung von gesellschaftlicher Wirkung.“


**Niklas Tripolt**

„Ich stehe für viel Erfahrung (21 Jahre) im Dienstleistungsfranchise und bringe mich in Aus- und Weiterbildungsfragen und in der Gestaltung von Events für die Franchiseszene ein.“


**Waltraud Martius**

„In meiner Tätigkeit als Ehrenpräsidentin des ÖFV und als Franchise-Expertin arbeite ich nach dem Fairplay-Franchising-Beratungsansatz. Franchising ist für mich partnership for profit auf Augenhöhe.“


**Carina Dworak**

„Für mich als Vertreterin der Franchise-Nehmer ist der größte Vorteil von Franchise, dass es einen Erfahrungsschatz gibt, der untereinander ausgetauscht wird und von dem jeder im Franchisepartnerwerk profitieren kann.“

**Amelie Pohl**

„Ich stehe für rechtliche Fragen und Neuigkeiten im Bereich Franchising zur Verfügung. Gleichzeitig stehe ich für Qualität im Franchise aufgrund fairer Verträge und deeskalierender Konfliktlösung.“


**Peter G. Allerstorfer**

„Persönlich liegt mir die Etablierung von Fair Play im Franchise sehr am Herzen und ich möchte mein Know-how im Bereich Digitalisierung zur Verfügung stellen.“


**Peter Reikersdorfer**

„Ich stehe für Digitalisierung im Sinne des Kunden und nicht des Machbaren.“







© medianet/Joe Haider (3)

# Arbeiten mit und im System

Selbstständig sein mit Sicherheitsnetz? Ja, bitte. Über Franchising und seine Vorzüge diskutierte der **medianet** Round Table.

... Von Helga Krémer

**B**eim Franchising stellt ein Konzessionsgeber (Franchise-Geber) einem Konzessionsnehmer (Franchise-Nehmer) die (regionale) Nutzung eines gelabelten Geschäftskonzepts gegen Entgelt zur Verfügung, weiß Wikipedia.

Besser weiß es naturgemäß jemand, der entweder damit arbeitet oder der beide Seiten vertritt. Am besten wissen es hier junge Systeme wie Soluto; Systeme mit Erfahrung wie Das Futterhaus oder Unimarkt; und natürlich der Österreichische Franchise-Verband. „Auch wenn es so in Wikipedia steht, die Formulierung ist eigentlich irreführend, denn es wird nicht die Konzessions-

## Franchising

Selbstständig sein – mit einer etablierten sowie geschützten Marke auftreten wie ein Großkonzern mit Unterstützung durch den Franchise-Geber.



sion im Sinne einer behördlichen Genehmigung vergeben – die beantragt jeder selber –, sondern eine Franchise-Lizenz“, korrigiert Barbara Rolinek, Generalsekretärin Österreichischer Franchise-Verband.

#### Besser gemeinsam als allein

„Es ist kein Geheimnis, wie schwierig es für ein kleines Unternehmen ist, zu überleben, gerade im Handwerk. Da ist man gemeinsam besser dran. Nicht nur wegen der Auslastung; der Handwerker hat auch das Back-up, selbst wenn er ausfällt, er kann sich auf einen anderen Franchise-Nehmer verlassen“, sagt Irena Pfaffl, Franchise-Operations, Marketing- & Saleservices bei der Soluto Vertriebs GmbH, und

führt aus: „Es gibt natürlich Gebietsschutz, Kundenschutz. Aber: Man ist nicht allein. Man sitzt im selben Boot. Ich glaube, das ist eines der wichtigsten Prinzipien im Franchising, dass alle gemeinsam besser sind, als einer allein. Das gilt im Handel, in der Systemgastronomie, in allen Systemen.“

Oft sei, so Andreas Haider, Geschäftsführer der Unimarkt Gruppe, die Zielgruppe eines Franchise-Systems sehr stark Fachexperten-lastig: „Die haben die Expertise in dem, was sie tun. Die haben keine oder kaum Expertise im ganzen administrativen Bereich – und da wirkt dann das System zentral ein, entwickelt Module, Abrechnungen, Aufzeichnungen, die sich einer allein nie leisten kann.“



”

*Als Franchise-Nehmer sollte man die Kraft des Systems zu schätzen und zu nutzen wissen.*

**Barbara Rolinek**

“



”

*Die Grundfrage ist: ‚Bin ich ein Franchise-Unternehmer-Typ oder ein ‚Selfmade-Unternehmer?‘. Zum Franchise-Unternehmer-Typ passen Eigenschaften wie emsig, gewissenhaft und vertriebsorientiert.*

**Andreas Haider**

“



Wobei es sich da nicht nur ums Leisten drehe, wirft Das Futterhaus Österreich-Geschäftsführer Norbert Steinwider ein: „Es ist auch eine Frage: ‚Wo sind meine Stärken?‘ Ich bin ja vielleicht gerade deshalb Handwerker geworden, damit ich *nicht* Buchhaltung machen muss.“

#### Viel oder wenig arbeiten

Zudem sei, so Steinwider, zwischen zwei Arten von Franchise-Nehmern bzw. -Partnern zu unterscheiden: „Bei uns im Futterhaus haben sich folgende herauskristallisiert: jene, die sagen, ‚Ich bin jetzt selbstständig, will aber trotzdem viel arbeiten, damit es sich monetär auszahlt und ich mehr verdienen kann‘, und jene, die die Meinung vertreten, als Selbst-

ständiger eben nicht ständig im Laden stehen zu müssen. Die nehmen – wenn es das Geschäft trägt – lieber einen weiteren Mitarbeiter auf.“

„Die Grundfrage ist doch: ‚Bin ich ein Franchise-Unternehmer-Typ oder ein ‚Selfmade-Unternehmer?‘“, meint Haider. „Zum Franchise-Unternehmer-Typ passen Eigenschaften wie emsig, gewissenhaft, vertriebsorientiert, Teamplayer, Fairness. Wir bei Unimarkt brauchen Menschen mit Begeisterung, die kommunikativ sind, die sich regional vernetzen – das sind die speziellen Ausprägungen unseres Systems.“ Im Allgemeinen habe Franchise eine breite Basis – vom Wiedereinsteiger bis zum arrivierten Manager, der den nächsten Schritt setzen möchte.



”

*Es ist auch eine Frage: ‚Wo sind meine Stärken?‘ Ich bin ja vielleicht gerade deshalb Handwerker geworden, damit ich nicht Buchhaltung machen muss.*

**Norbert Steinwider**

“



© medianet/Joel Haider (2)

”

*Man sitzt im selben Boot. Ich glaube, das ist eines der wichtigsten Prinzipien im Franchising, dass alle gemeinsam besser sind, als einer allein. Das gilt im Handel, in der Systemgastronomie, in allen Systemen.*

**Irena Pfaffl**

“

„Wenn man sich selbstständig machen und dabei nicht ganz auf sich allein gestellt sein möchte, dann ist Franchising die optimale Lösung dazu“, ist Natascha Lazar, Kommunikation und PR, Österreichischer Franchise-Verband, überzeugt. So verfüge man als Franchise-Nehmer über ein Sicherheitsnetz durch die Unterstützung der System-Zentrale und laufende Begleitung und Beratung. Nicht unwesentlich: Man erhält auch Zugang zu einer bereits bestehenden, etablierten Marke!

#### Sicherheit und Freiheit

„Als Franchise-Nehmer sollte man die Kraft des Systems zu schätzen und zu nutzen wissen“, bricht Rolinek die erforderlichen Eigenschaften eines Franchise-Nehmers aufs Generelle herunter.

Dieses Spiel zwischen Sicherheit und Freiheit brauche ganz viel Klarheit, erklärt Rolinek, und meint wegweisend: „Wenn Sie auf der Suche nach dem

#### Die Teilnehmer

##### Andreas Haider

Geschäftsführer Unimarkt Gruppe

##### Natascha Lazar

Kommunikation und PR, Österreichischer Franchise-Verband

##### Irena Pfaffl

Franchise-Operations, Marketing- & Saleservices, Solutio Vertriebs GmbH

##### Barbara Rolinek

Generalsekretärin Österreichischer Franchise-Verband

##### Norbert Steinwider

Geschäftsführer Das Futterhaus Österreich

##### Moderation: Oliver Jonke

Herausgeber medianet

passenden System sind, dann sind Sie bei uns richtig. Sie sind aber auch bei uns richtig, wenn Sie sich nicht sicher sind, ob Franchise – als Geber oder Nehmer – überhaupt zu Ihnen passt. Wir finden es dann gemeinsam heraus.“



# Vielfalt auf der Franchise Messe

Veranstalterin Carina Felzmann über Österreichs einziges Get-together der Branche.

WIEN. Die Österreichische Franchise Messe ist die einzige Franchise Messe in ganz Österreich. Sie zeichnet sich durch eine Vielfalt an mitwirkenden jungen und etablierten Marken und ein umfangreiches Vortragsprogramm aus.

## Großer Marktplatz

Die Veranstaltung in der MGC Messe Wien-Halle in Gasomernähe ist wie ein großer Marktplatz: Aussteller aus verschiedenen Ländern und Branchen warten auf Menschen, die sich beruflich neu orientieren wollen und dabei auch an eine Selbstständigkeit „mit System“ denken, und Franchise-Systeme, die neue Franchise-Partner

suchen. Franchising ist neben der klassischen Betriebsgründung und Betriebsübernahme ein weiterer Weg ins Unternehmertum – mit dem Unterschied, selbstständig zu sein, aber im Team zu arbeiten.

## Unterschiedliche Angebote

Erfolgreiche Franchise-Partner bringen zwei Talente mit: Zügel selbst in die Hand nehmen können und gleichzeitig Teamplayer zu sein. Und nicht jeder hat eine Idee oder das Know-how für eine klassische Gründung.

Franchising liefert eine aufgebaute Marke, erprobte Strukturen, sehr viel Aus- und Weiterbildung – es wird auch als eine Art Unternehmens-

## Organisatorin

Carina Felzmann, Veranstalterin der Franchise Messe und Geschäftsführerin von Cox Orange Marketing und PR.



© Cox Orange/Roland Unger

schmiede bezeichnet. Nachdem die Franchise-Systeme jedoch sehr unterschiedliche Angebote und Einstiegsmöglichkeiten und alle Investmentlevels bieten, ist die Messe der beste Ort, um sich einen Überblick über die Franchise-Szene zu verschaffen.

## Franchise Messe

### Wann & Wo

9./10.11.2018  
10–18 Uhr  
MGC Messe  
Modecenter-  
straße 22,  
1030 Wien

### Wer & Was

Nähere Infos,  
auch zu Aus-  
stellern und  
Programm:  
[www.franchise-  
messe.at](http://www.franchise-messe.at)

# Franchise und Recht im ÖFV

Rechtsanwältin Amelie Pohl über den Rechtsausschuss und Fallstricke.



© zVg.

SALZBURG. Der Rechtsausschuss des Österreichischen Franchise-Verbandes (ÖFV) besteht aus drei Rechtsanwältinnen (Dr. Amelie Pohl, Dr. Alexander Petsche und Dr. Benedikt Spiegelfeld) sowie einer Unternehmensjuristin (Mag. Karin Probst). Dieser berät und unterstützt den Vorstand des ÖFV in verbandsinternen sowie in rechtlichen Fragen, welche

Franchise-Systeme berühren. In weiterer Folge werden wesentliche Informationen den Mitgliedern weitergegeben. Qualitätsfaktoren im Franchise-Verband sind der Ethikkodex des ÖFV sowie unterschiedliche Anforderungen je nach Mitgliedschaft. Dazu zählen auch die Prüfung des Franchise-Vertrages, die Vorlage des Handbuchs und der System-Check.

3+1

## Ausschuss

Drei Rechtsanwältinnen und eine Unternehmensjuristin bilden den Rechtsausschuss des ÖFV.

## Darauf sollten Sie achten

### ... als Franchise-Nehmer

- + Prüfung Franchise-Vertrag
- + Einsicht Handbuch
- + Erstellen Businessplan
- + Suche Standort
- + Gewerberechtliche Voraussetzungen
- Zu wenig Eigenkapital
- Wenig Eingliederungsbereitschaft

### ... als Franchise-Geber

- + System im Franchise-Handbuch darstellen
- + Franchise-Vertrag professionell erstellen
- + Marke schützen
- + Genügend Kapital für Franchise-Expansion
- + Marktpotenzial prüfen
- Zu wenig zeitliche, personelle und finanzielle Kapazität für Expansion
- Nicht genügend Know-how

**Expertin** Amelie Pohl betreibt eine Rechtsanwaltskanzlei, spezialisiert auf Unternehmen, Vertrieb und Franchise.

# Auf den gelben Hund gekommen: Das Futterhaus

Wer selbstständig sein und einen Laden führen will sowie Tieren und deren Bedarf zugeneigt ist, sollte Franchise-Nehmer bei Das Futterhaus werden.



Die erste Das Futterhaus-Filiale wurde in Österreich 2009 eröffnet, mittlerweile sind es 42 Märkte; 2017 konnte ein Umsatzwachstum von 16,6% erzielt werden.

••• Von Helga Krémer

**JUDENBURG.** In den 1980er-Jahren kam Geschäftsgründer Herwig Eggerstedt „auf den gelben Hund“ und entwickelte das Konzept für den ersten Das Futterhaus-Zoofachmarkt. Am Erfolgsrezept hat sich nichts geändert: Damals wie heute vertraut man bei Das Futterhaus auf die Kombination einer großen Auswahl an Fachhandels- und LEH-Produkten in allen Preissegmenten. Das erste Das Futterhaus wurde schließlich 1987 im deutschen Pinneberg eröffnet, sechs Jahre später kommt der erste Franchise-Partner an Bord – eine Franchise-Erfolgsgeschichte beginnt.

Heute profitieren rund 115 Franchise-Partner von der jahrelangen Erfahrung auf dem Heimtiersektor, einem markterprobten Gesamtkonzept sowie einem Netzwerk starker Partner aus Handels- und Finanzwesen. In Deutschland ist Das Futterhaus mittlerweile an über 300 Standorten zu finden, in Österreich ist Das Futterhaus zweitgrößte Tierfachhandlung – mit 42 Märkten, 19 Franchise-Partnern, rund 250 Beschäftigten und 38 Mio. € Umsatz.

**Das System – generell**  
Das Franchisesystem wurde 2009 von Geschäftsführer Norbert Steinwider von Deutschland nach Österreich gebracht

und bietet alle Vorteile des modernen Franchisings. Wer sich mit dem Gedanken trägt, „auf den gelben Hund kommen zu wollen“, kann als Neueinsteiger ebenso von erwähnter Erfahrung, vom Gesamtkonzept und Netzwerk partizipieren.

Konkrete Starthilfen und eine individuelle Betreuung in der Eröffnungsphase unterstützen den erfolgreichen Start in die Selbstständigkeit wesentlich.

**Das System – die Finanzen**  
Das Sprichwort sagt „Was nichts kostet, ist nichts wert“; ähnlich ist es beim Franchising. „Für die Eröffnung eines Das Futterhaus-Markts ist eine Investitionssumme von

mindestens 250.000 Euro notwendig“, erklärt Norbert Steinwider, Geschäftsführer Das Futterhaus Österreich. Erfahrungsgemäß würden Kreditinstitute Eigenkapital in der Höhe von 20 bis 30% der Gesamtinvestitionssumme erwarten, aber „wir im Franchise-Verband haben verschiedene Konzepte, wie man diesbezüglich unterstützend wirken kann, und es gibt ja auch Fördermöglichkeiten.“ Und zwar welche? „Da wären regionale Fördermöglichkeiten, die vergeben die Landesregierungen, die alle unterschiedliche Förderstellen haben. Wichtig für uns ist das AWS, Austria Wirtschaftsservice, die Behaftungen



durchführen, aber auch durch Zuschüsse geben.“

Für die Eintrittsgebühr in die Das Futterhaus-Unternehmensgruppe sind einmalig 10.000 € zu kalkulieren und für die Franchisegebühr monatliche 1,5% des Nettoumsatzes des jeweiligen Marktes.

#### Das System – der Beistand

Gut angelegtes Geld – denn jetzt geht es richtig los. Angefangen beim Standort, dem Markt selber bis zu den Mitarbeitern. Das Futterhaus unterhält eine eigene Expansionsabteilung, die sowohl bei der Suche nach dem richtigen Standort als auch dem passenden Objekt für den neuen Markt hilft. Diese unterstützt durch die Erstellung von Standortanalysen und bei Verhandlungen mit Vermietern, Behörden oder Architekten.

Ist der Standort „in trockenen Tüchern“, wird gemeinsam – einer der Grundpfeiler des Franchising – das Gesamtkonzept des neuen Marktes entwickelt und durchkalkuliert – von der Raumgestaltung im typischen Das Futterhaus-Design bis hin zur kompletten Erstbestückung. Für die Realisierung vor Ort



© Das Futterhaus (2)

#### Ausgezeichnet

Das Unternehmen ist vollzertifiziertes Mitglied des Österreichischen Franchise-Verbandes und konnte seine Qualität durch den mehrmaligen Gewinn des Franchise-Awards unter Beweis stellen.

wird dem Franchise-Nehmer bei Bedarf ein Einrichtungsteam zur Seite gestellt.

#### Das System – gemeinsam

Damit dann zur und ab der pünktlichen Eröffnung des neuen Marktes auch alles glattläuft, wird der „Neue“ in einem der bestehenden Das Futterhaus-Märkte eingearbeitet. So können die Strukturen und Ansprechpartner in der Zentrale kennengelernt werden.

Mitarbeiter fachlich immer auf dem neuesten Stand.

Auch in der Supply Chain überzeugt das System und das Prinzip ‚Besser gemeinsam als allein‘: Die hauseigene EDV-Abteilung installiert dem neuen Das Futterhaus-Markt ein branchengerechtes Warenwirtschaftssystem. So kann im Tagesgeschäft der Überblick über Umsätze, Warenbestände und Rohgewinn besser behalten werden. Die zeitaufwendige Stammdatenpflege der Produkte erledigt die Das Futterhaus-Zentrale.

#### Das System – für wen?

„Für all jene, die sozusagen organisatorisches und unternehmerisches Blut in sich tragen, sich aber durchaus an Spielregeln halten wollen und nicht allein dastehen wollen, ist Franchising eine gute Möglichkeit, voranzukommen“, sagt Steinwider. „Wir im Das Futterhaus sagen immer ‚Franchising ist Unternehmertum mit einem gewissen Sicherheitsnetz‘. Stellen Sie sich vor, ein Unternehmer und seine Mitarbeiter werden zugleich krank – als Selbstständiger kann man da zusperrern. Beim Franchising hingegen ist immer jemand da, der bei Problemen hilft.“

Franchising ist im Das Futterhaus wie eine große Familie – einer unterstützt den anderen, und alle werden vom System unterstützt.

”

*Wir im das Futterhaus sagen immer ‚Franchising ist Unternehmertum mit einem gewissen Sicherheitsnetz‘.*

#### Norbert Steinwider

Schließlich wird der Franchise-Nehmer im operativen Tagesgeschäft dauerhaft von einem der hauseigenen Franchisepartner-Betreuer unterstützt. Zudem unterstützt die Das Futterhaus-Personalabteilung auf Wunsch bei der Suche nach qualifizierten Mitarbeitern. Ein umfassendes Schulungsangebot hält den Marktleiter und seine

“



© Das Futterhaus (3)



Das Soluto-Franchise-Team Josef Eichinger und Irena Pfaffl, die ersten Franchise-Partner Philipp Kern und Martin Humer sowie Soluto-CEO Martin Zagler (v.l.).

# Soluto-Franchising – Sanieren mit System

Ein Franchise-Partner stellt Services und „Goodies“ zur Verfügung, der andere fokussiert sich auf's Kerngeschäft – für den gemeinsamen wirtschaftlichen Erfolg.

••• Von Helga Krémer

TRES DORF. „Wir sind ein ganz junges System – seit einem Jahr haben wir das Konzept des Systems fertig und sind nun am Wachsen“, sagt Irena Pfaffl, Verantwortliche für Franchise-Operations, Marketing- & Saleservices bei Soluto. Spezialisiert auf die Sanierung von Brand- und Wasserschäden und Leckortungen, ist man diesbezüglich in einem höchst sensiblen Bereich tätig. Wer hat schon gern einen Schaden? Derzeit beheben 65 Soluto-Mitarbeiter

ungefähr 4.500 Schäden pro Jahr.

So jung das Soluto-Franchise-System auch ist, der allererste Sanierungsauftrag liegt schon ein wenig zurück: anno 1947 in Wien. Somit beschäftigt sich Soluto seit über 70 Jahren mit der Sanierung von Bauwerken; nun will man auch andere von der jahrelangen Expertise profitieren lassen – Zeit für ein Franchise-System.

## Was gerichtet wird

Geboten wird ein Produktportfolio rund um die Schadensor-

tung und die Schadenssanierung im Immobilienbereich nach akuten Schäden wie Wasserschadensanierung, Brandschadensanierung, Leckortung, Kanal-TV-Inspektion, Kanal- und Abflussverstopfungsbehebungen sowie zerstörungsfreie Rohr- und Kanalsanierung.

Dies alles unter der Zielsetzung, möglichst ressourcen-, zeit-, kosten- und nervenschonend zu sanieren. Dank passender Sanierungslösungen, intelligenter Techniken und modernster Sanierungsmethoden würden in den meisten

Fällen weder Bausubstanz noch Leitungen beschädigt, heißt es bei Soluto. Alles aufzustemmen, war gestern.

## Wer es richtet

Das Franchise-Angebot richtet sich an bestehende Unternehmer mit Branchenkenntnissen aus dem Baubereich, Existenzneugründer mit Branchenkenntnissen, aber auch an bestehende Unternehmer ohne Branchenkenntnisse.

Jeder neue Mitarbeiter durchläuft eine 3- bis 7-wöchige Grundausbildung – auch



wenn er schon bei einem anderen Sanierungs-Unternehmen tätig war – entsprechend dem Soluto-Credo: Wir müssen täglich besser werden, um gut zu bleiben! „Der Fachkräftemangel ist auch in unserer Branche spürbar“, so Pfaffl, und berichtet von der Gegenstrategie. „Das ist auch der Grund, warum wir eine so lange Grundausbildung bei uns im Stammbetrieb durchführen: Damit wir stetig das Qualitätslevel halten können. Die Mitarbeiter der Franchise-Nehmer bekommen bei uns von Theorie bis Praxis alles geschult, wickeln dann schon selber Schadensfälle ab und gehen dann top-geschult zurück in ‚ihre‘ Betriebe.“

#### Die Partnerschaft

Die Soluto Franchise-Partnerschaft ist eine Partnerschaft für gemeinsamen wirtschaftlichen Erfolg. Diese Partnerschaft beruht auf den Prinzipien der Selbstständigkeit, der Zusammenarbeit auf Augenhöhe, der Gemeinsamkeit, der Arbeitsteilung und der Spezialisierung, heißt es bei dem Schadenssanierer.

Alle Franchise-Partner des Soluto-Franchise-Systems sind rechtlich selbstständige Unternehmer. Sie sind im eigenen Namen und auf eigene Rechnung tätig, tragen Mitarbeiterverantwortung und übernehmen auch das Risiko für ihr eingesetztes Kapital sowie ihren wirtschaftlichen Erfolg. Und doch haben sie einen starken Partner, der hinter ihnen steht. „Da sehen wir den großen Vorteil. Was wir bieten können, besonders im Bereich der Digitalisierung: Wir haben alles zentral und als System. Wir haben die finanzielle Kraft, den Weitblick und das Know-how, entwickeln zu können. Diese Chance bleibt den kleineren Unternehmen ja doch meistens verwehrt. So können wir als Franchise-Geber

”

*Franchise-Systeme schaffen Synergien und diese wiederum Vorteile für den Franchise-Nehmer; die sind ‚allein auf weiter Flur‘ einfach nicht möglich.*

“

Irena Pfaffl

Services bieten, der Franchise-Nehmer kann sich auf sein Kerngeschäft fokussieren und bezieht ‚Goodies‘ zum Beispiel im Bereich Marketing oder im Bereich Digitalisierung“, erläutert Irena Pfaffl.

#### Auf wen das System abzielt

Der zukünftige Soluto-Franchise-Partner sollte eine Unternehmer-Persönlichkeit haben, ein Netzwerker durch und durch sein sowie eine gute Vernetzung in seiner Region mit Multiplikatoren/Empfehlern mitbringen. Gewissenhaft möge er sein, Freude an der Kundenberatung haben und last but not least bereit sein, Teil eines Franchise-Systems zu werden.

#### Fachprofil

Branchen-Know-how sollten am Soluto-System Interessierte mitbringen, ebenso kaufmännische Kenntnisse und Erfahrung in der Mitarbeiterführung.



© Andreas Cichini



© Himmelhoch

6

#### Ausbildung

Sechs Wochen Soluto-Grundausbildung helfen, das hohe Qualitätslevel nach der Devise „Wir müssen täglich besser werden, um gut zu bleiben!“ zu halten.

#### Das System – für wen?

„Der Franchise-Vertrag wird bei uns auf acht Jahre abgeschlossen. Das hat damit zu tun, dass wir recht hohe Investitionssummen haben. Wir müssen aus Fairness dem Franchise-Nehmer gegenüber eine Vertragsdauer bieten, wo wir sagen können: ‚Du kannst das, was du investiert hast, auf jeden Fall mit dem entsprechenden Gewinn wieder zurückbekommen‘, erklärt Franchise-Expertin Pfaffl und geht weiter ins Detail: „Wenn ein Partner etwa eine Innovation, eine neue Technik einführt und in neue Gerätschaften investiert, dann wird sein Vertrag auch verlängert. Er wird neu aufgesetzt, wieder für acht Jahre. Damit der Franchise-Nehmer bei Investitionen einfach die Sicherheit hat, lang genug im System bleiben zu können.“

Die Einstiegsgebühr ins Soluto-System beläuft sich auf 35.000 €, die Franchise-Gebühr liegt bei 8% des Netto-Umsatzes, als Marketing-Beitrag wird 1% des Netto-Umsatzes erhoben. Rückhalt und Synergien sieht Pfaffl als die größten Pluspunkte des Franchising: „Franchise-Systeme schaffen Synergien und diese wiederum Vorteile für den Franchise-Nehmer; die sind ‚allein auf weiter Flur‘ einfach nicht möglich.“

# „Franchising – die beste Vertriebsform der Welt“

Unimarkt-Geschäftsführer Andreas Haider ist davon und von Franchising als Eintritt in die Selbstständigkeit absolut überzeugt. Ein echter Franchiser eben.

••• Von Helga Krémer

TRAUN. „Warum Franchising? Wer jetzt einen Führungs-Job hat, wer engagiert ist, wer gut im Management ist und die Selbstständigkeit überlegt: Werden Sie selbstständig mit Franchising!“, meint Unimarkt-Franchise-Experte Anton Papst. Wem nun noch Lebensmittel und Regionalität am Herzen liegen, als *der* Kaufmann im Ort in die gesellschaftliche Mitte rücken will, der liegt bei Unimarkt richtig. Dort könne dem neuen Partner ein erfolgreiches System in die Hände gelegt werden, mit dem der Traum von der Selbstständigkeit verwirklicht werden könne, heißt es aus dem Unternehmen.

Das Unimarkt-System ist ein echtes „Millennial“: Es wurde 1999 entwickelt und ist das erste echte Franchise-System im österreichischen Lebensmittelhandel. Neun Franchise-Partner der Pfeiffer-Gruppe wurden damals übernommen.

## Regionalität im Fokus

2017 konnte Unimarkt seinen 50. Franchise-Standort feiern, zurzeit liegt man bei 130 Standorten und 55 Franchise-Nehmern. „Wir fokussieren auf Regionalität, speziell in Oberösterreich, aber auch in der Steiermark, und wollen das Thema Franchising weiter ausbauen, indem wir bestehende Standorte und Filialen an aktive Unternehmer abgeben, um dann gemeinsam die Differenzierung zu den Hauptmitbewerbern besser zu schaffen“, so Haider über das System.

Bei Unimarkt nehme man „Partnerschaft“ wörtlich und man stehe seinen Franchise-

Nehmern von Beginn an beratend zur Seite: bei Gründungsfragen, bei der Finanzierung und in Form der regelmäßigen Betreuung durch den Vertriebsaußendienst. An einem attraktiven Standort könne auf dem gewinnbringenden Marketing- und Vertriebskonzept aufgebaut werden – mit laufender Sortimentsoptimierung, Nutzung aller IT-, Kassen- und Warenwirtschaftssysteme sowie dem Buchungs- und Kennzahlentool inkl. monatlicher Auswertungen.

Unimarkt steht Franchise-Partnern mit einem umfangreichen Seminar- und Weiterbildungsprogramm zur Seite. Eine intensive Einschulung und Weiterbildungen sollen für alle zu erwartenden Aufgaben fit machen. Bei unerwarteten Problemen hilft der Franchise-Partner als Fels in der Brandung.

**Location, Location, Location** Ist in Amerika bei Immobilien immer von den drei „L“ die Rede, wären es bei Unimarkt die drei „S“: „Der Standort ist bei

uns ein ganz entscheidender Faktor. Die Erreichbarkeit. Die Convenience. Liegt der Markt am Nachhauseweg? Lässt er sich in meine Routine-Abläufe integrieren?“, gibt Haider Einblick in die Klärung der Standortfrage und in die Verwendung des strapazierten Begriffs Regionalität. „Der Begriff darf nicht zum Marketing-Gag verkommen. Bei uns wird Regionalität tatsächlich *gelebt*. In Österreich gibt es ohnehin ein Lebensmittelüberangebot. In den Unimarkt-Stores wird







### 130 Geschäfte

Unter dem Namen Unimarkt firmieren sowohl selbstständige Franchisepartner als auch Eigenfilialen. Aktuell gibt es 55 Franchisepartner sowie 75 Eigenfilialen; das ergibt eine Gesamtanzahl von 130 Geschäften.

### „Wir sind regional“

Regionalität ist beim Nahversorger Unimarkt gelebte Tradition. Eine Win-Win-Situation für Produzenten, Kaufmann und Konsumenten.

großer Wert auf Lokalität und Regionalität gelegt. Das spürt dann auch der Konsument.“

Der wiederum kommentiert seine Erlebnisse und Erfahrungen im Netz – auffällig dabei: Immer wieder wird die Kompetenz und die Freundlichkeit der Marktleiter und seiner Mitarbeiter gelobt. Auch das Angebot an lokalen Produkten und regionalen Schmankerl wird hervorgehoben.

### Das System

Traditionell sei Unimarkt stark in der Region verwurzelt. Als Franchise-Nehmer sei man der Kaufmann im Ort und könne frei aus regionalen Produkten und Lieferanten wählen. Man sei nicht nur der kompetente Ansprechpartner für seine Kunden, sondern auch Teil des öffentlichen Lebens, in das man sich vielfach einbringen könne, ist bei dem Nahversorger zu erfahren.

Außerdem wird gleich mit einem „Franchise-Aberglauben“ aufgeräumt: Auch als Fran-

chise-Partner habe man die Möglichkeit, vor Ort eigene Ideen zu verwirklichen!

Um in das System neu einzusteigen, ist Eigenkapital in der Größenordnung zwischen 30.000 und 50.000 € erforderlich. „Die Franchisegebühr beträgt dann zwei Prozent des Netto-Umsatzes und die Marketinggebühr je nach Streugebiet der Flugblätter etwa ein Prozent“, so Haider zu den laufenden Kosten.

### Die Partnerschaft

Was potenzielle Franchise-Nehmer noch mitzubringen haben: Sie müssen zudem führungsstark und kommunikativ sein und idealerweise einen Bezug zur Lebensmittel- beziehungsweise Gastro-Branche haben. Wiewohl absolute Quereinsteiger auch willkommen sind: „Durch intensive, persönliche Gespräche werden den Franchisepartnern die Vorzüge des Unimarkt-Systems erklärt. Durch die einzelnen Aufgabenstellungen, die jeder von Ge-

spräch zu Gespräch zu erfüllen hat, bekommt man ein Gefühl, ob man gut zusammenpasst“, erklärt Haider das Procedere.

### Was den Partner erwartet

Auf der anderen Seite steht eine Vielzahl von Angeboten und Services, die Unimarkt seinen Franchise-Nehmern offeriert: Selbstverständlich die Logistik einer täglichen Belieferung mit frischen Produkten; dazu Unterstützung bei der Erstellung und Optimierung der Sortimentspläne, bei der EDV samt geschlossenem Warenwirtschaftssystem sowie bei allen Aktivitäten in Sachen Werbung. Dazu kommt noch ein umfangreiches Schulungsprogramm

”

*Wer jetzt einen Führungs-Job hat, wer engagiert ist, wer gut im Management ist und sich die Selbstständigkeit überlegt: Werden Sie selbstständig mit Franchising!*

“

Anton Papst



© Unimarkt Gruppe (2)

in der hauseigenen Führungskräfte- und Unternehmerakademie.

„Jeder soll in seinem Tun Spezialist sein und das Optimum herausholen. Unterstützt durch eine offene Kommunikation, ist Franchise die beste Vertriebsform der Welt“, ist Haider überzeugt. Darum also Franchising ...

# Franchising weiter auf Erfolgskurs

Die „Selbstständigkeit mit Sicherheitsnetz“ erfreut sich großer Beliebtheit. Wie sonst könnte man Unternehmer sein und zugleich auf ein großes Serviceangebot zurückgreifen sowie Synergien nutzen? Gemeinsam ist immer besser als allein.

