



Erfolgsmodell Franchise



Schweinske

Die Unterschrift unter dem Franchise-Vertrag ist die Grundlage für die partnerschaftliche Zusammenarbeit beider Franchise-Parteien. Selbst wenn jedes Vertragswerk individuell auf das jeweilige System zugeschnitten ist, gibt es Regelungen, die in allen Franchise-Verträgen enthalten sein sollten.

Die Praxis zeigt, dass Vertragsverhandlungen für Franchise-Nehmer und Franchise-Geber in der Regel komplex sind. Dabei wissen manche Franchise-Nehmer manchmal nicht genau, welche Aspekte der Vertrag beinhalten sollte. Worauf ein angehender Franchise-Nehmer achten sollte, kann er mit einer neuen Checkliste in Erfahrung bringen: das sechsseitige Dokument, das der Deutsche Franchise-Verband e.V. (DFV) entwickelt hat, steht auf der DFV-Website kostenlos frei zur Verfügung. (www.franchiseverband.com/vertrag). Es handelt sich dabei um einen ausführ-

lichen Fragenkatalog, der angehenden Franchise-Nehmern hilfreiche Unterstützung auf dem Weg zum Vertragsabschluss gibt. Die Checkliste will dabei helfen, Wissenslücken zu schließen: „Auch wenn wir vom Verband empfehlen, jeden Vertragsentwurf von einem im Franchising erfahrenen Rechtsanwalt prüfen zu lassen, soll die Checkliste als ergänzender Service verstanden werden. Der DFV möchte in erster Linie angehenden Franchise-Nehmern auf dem Weg in die Selbstständigkeit eine klare und verständliche Orientierung bieten“, erklärt Torben L. Brodersen, Geschäftsführer des

DFV. Der Deutsche Franchise-Verband e.V. vertritt die Interessen der deutschen Franchise-Wirtschaft im nationalen und internationalen wirtschaftspolitischen Umfeld. 2010 erwirtschafteten fast 1.000 Franchise-Geber, gemeinsam mit rund 65.500 Franchise-Nehmern und rund 463.000 Mitarbeiter etwa 55 Mrd. € Umsatz.

Drei erfolgreiche Beispiele

Nachfolgend werden drei gastronomische Franchise-Konzepte vorgestellt, die in der täglichen Praxis sowohl für Franchise-Nehmer als auch für Franchise-Geber in den

letzten Jahren nachhaltig erfolgreich gewesen sind:

Schweinske: Nase für guten Geschmack

Das Restaurant mit der Schweinenase kennt in Norddeutschland fast jeder, der frisch gezapftes Bier und Schnitzel mag. Schweinske ist eine Institution und ein „Filetstück“ der Hamburger Gastronomie. Nun will die Franchise-Kette weiter expandieren.

Schweinske zählt seit knapp 30 Jahren zu den erfolgreichen Konzepten im Außer-Haus-Markt. Die meisten der 38 Restaurants befinden sich im Hamburger Raum, weitere gibt es in Berlin, Remscheid, Köln, Düsseldorf, Hannover und Kiel. Bis 2015 soll es bundesweit 50 bis 60 neue Betriebe geben, planen die Geschäftsführer Marco Hölder und Dr. Klaus-Peter Rösler. Im Fokus der Expansion stehen dabei auf „Laufwegen“ wie Innenstädte, Einkaufsmeilen oder Verkehrsknotenpunkte. Dr. Klaus-Peter Rösler erläutert: „Wir glauben, dass immer weniger Menschen für einen Kaffee oder eine Portion Pasta Schlange stehen wollen – wenn sie sich in nur wenig mehr Zeit am Tisch bedienen lassen können.“ Ende September eröffnete ein weiterer Betrieb in der Düsseldorfer Altstadt. Das Restaurant in der Bolkerstraße verfügt über zwei Etagen. Damit soll die Expansion in



Die frischen Sandwichvariationen und das besondere Design sind bei FreshSub charakteristisch.

Nordrhein-Westfalen vorangetrieben werden. Als weitere mögliche Standorte kommen auch Autobahnraststätten und Flughäfen in Betracht. Neben der Auswahl neuer Standorte investieren die beiden Geschäftsführer viel Zeit in die Auswahl künftiger Franchise-Nehmer. „Wir brauchen Leute, die wie wir eine Nase für den Geschmack der Gäste haben, zu 100 % serviceorientiert sind und es schaffen, ihrem Schweinske Leben einzuhauchen“, betont Marco Hölder. Im Gegenzug steht die Zentrale dem Franchise-Nehmer vor allem am Anfang mit Know-how zur Seite. Die Beratung reicht vom Location Scouting über die Einrichtung der Restaurants bis zum Personalmanagement und Controlling. „Wir pflegen mit unseren Franchise-Nehmern einen regen Gedankenaustausch. Damit stellen wir sicher, dass gute Ideen und Anregungen aus einzelnen Betrieben über die gewählten Beiräte ihren Weg in das System finden“, erläutert Marco Hölder. www.schweinske.de

FreshSub: Erfolg durch Frische

Für Interessierte, die sich in der Systemgastronomie selbstständig machen wollen, hat FreshSub ein Franchise-Konzept erarbeitet, das in der Broschüre „FreshSub-Friendship-Franchise-Facts“ erläutert wird. „Sichtbar frische Produkte, außergewöhnliches Design, kombiniert mit hohen Hygienestandards und einem hervorragenden Kundenservice – all das unterscheidet die Erlebnis-Marke FreshSub von der Masse bekannter Gastronomie-Ketten und macht

den Besuch für den Kunden jedesmal zu einem besonderen Happening“, erklärt Philipp Schneider das Konzept. Das Hauptprodukt von FreshSub – Deine Sandwichbar sind frische Sandwichvariationen. Für deren Zubereitung wird ausschließlich das speziell entwickelte FreshSub Gourmet-Brot verwendet, das in drei Sorten von Bäckerhand gebacken wird. Fleisch, Wurst, erntefrische Salate und knackiges Gemüse werden von zertifizierten, meist regionalen Frische-Lieferanten bezogen. Für das Franchise-Konzept sprechen laut Philipp Schneider u. a. dass die Franchise-Nehmer von Beginn an eine breite Unterstützung in den Bereichen Marketing, Finanzmanagement – inklusive Finanzierungshilfen – und Restaurant- und Personalführung bekommen, über Jahre hinweg durchdachte und optimierte Arbeits- und Betriebsabläufe bestehen, ein erprobtes und kosteneffizientes Lieferantensystem sowie ein vergleichsweise geringer Kapitalbedarf. Auch durch die Kommunikation nach außen und die Präsenz in zahlreichen Medien, z. B. bisher vier TV-Berichten, entstehen Vorteile für den Franchise-Nehmer. Als erfolgsversprechender FreshSub-Standort gelten 1b- oder 2a-Innenstadtlagen in Städten am 100.000 Einwohnern, Einkaufszentren, Outlet-Center sowie Bahnhöfe und Flughäfen. Weitere Infos erhalten Interessierte im Internet unter www.freshsub.de.

Vapiano: Frische und Qualität

Seit 2002 verbreitet sich das Vapiano-Konzept von Hamburg aus in die ganze Welt. Heute gibt es über 90 Restaurants in 24 Ländern, davon über 40 in Deutschland. Va-



Auch beim Konzept von Vapiano ist die Expansion per Franchise Teil des Erfolges.

pianos Franchise-Nehmer haben einen großen Anteil an diesem Erfolg.

Um sein Konzept erfolgreich in jedem Restaurant umzusetzen, sucht Vapiano Franchise-Nehmer, die zum Unternehmen und zur Marke passen. Potenzielle Franchise-Partner sollten Unternehmergeist, eine positive Lebenseinstellung und Führungspersönlichkeit mitbringen. Darüber hinaus müssen sie die Philosophie des Restaurantunternehmens kennen und vorleben können. Das Einstiegskapital eines Franchise-Partners beträgt mindestens 300.000 €. Sind diese Voraussetzungen erfüllt, kann er sich um eine Lizenz bewerben. Bei der Geschäftsaufnahme wird eng mit den künftigen Franchise-Nehmern zusammengearbeitet. Diese erhalten ein Training in einem der Restaurants und setzen sich intensiv mit der Vapiano-Philosophie sowie den operativen und administrativen Geschäftsabläufen auseinander. Nach der Erteilung der Lizenzfreigabe erfolgt die Auswahl des Standortes, der in einer Stadt mit mindestens 150.000 Einwohnern liegen sollte, um eine grundsätzliche Auslastung des Restaurants zu erreichen. Danach findet ein intensives Training statt. In allen Phasen

FRANCHISE-VERTRAG – Was sollte darin stehen?

- Werden die Leistungen des Franchise-Gebers benannt?
- Bei Gebietsschutz: Sind die Grenzen, z. B. durch eine Gebietskarte oder PLZ, genau festgelegt?
- Ist geregelt, wer der Pächter des Geschäftslokals ist?
- Hat sich der Franchise-Geber zur ständigen Weiterentwicklung des franchisespezifischen Know-hows und der Handbücher verpflichtet?
- Ist der Umfang der Bezugsbindung im Vertrag oder dessen Anlageverzeichnis konkretisiert?
- Ist ausdrücklich geregelt, dass dem Franchise-Nehmer gegenüber Endabnehmern die Preisbildungsfreiheit zusteht?
- Ist eine Vertragslaufzeit bestimmt?
- Sind Name und Anschrift des Franchise-Gebers in der Widerrufsbelehrung angegeben?
- Enthält die Widerrufsbelehrung den Hinweis, dass der Widerruf innerhalb von 14 Tagen zu erklären ist und keiner Begründung bedarf?

Quelle: Deutscher Franchise-Verband e.V./ www.franchiseverband.com

– Pre-Opening, Opening und laufender Geschäftsbetrieb – werden die Franchise-Partner kontinuierlich durch eine spezielle Vapiano-Trainingseinheit unterstützt. Diese arbeitet die Vapianisti – auch ungelernete Arbeitskräfte oder branchenfremde Personen – schnell und effizient ein. Der Franchise-Nehmer hingegen verpflichtet sich, das Restaurant nach den vorgegebenen

Standards zu betreiben und einen vordefinierten Teil des Nettoumsatzes als laufende Gebühr für gemeinsame Kommunikationsmaßnahmen sowie die laufenden Franchise-Nehmergebühren für Markennutzung, System-Know-how und Support zu zahlen. Im Gegenzug unterstützt Vapiano den Franchise-Partner im laufenden Betrieb. www.vapiano.de

J.J. DARBOVEN
SEIT 1908

Entdecken Sie das Besondere
Ein Moment
voller Genuss

www.darboven.com