

Presseinformation

Mit Franchise in die Selbstständigkeit: Vier Erfolgsberichte aus der Praxis

Hamburg, 06. Januar 2021 – Die Zahl der Selbstständigen in Deutschland steigt stetig an. Im Jahr 2021 sind es laut statista bereits rund 1,46 Millionen. Davon sind 138.748 Franchisepartner (statista, Stand 2020). Diese Franchisenehmer haben die Chance genutzt, sich verhältnismäßig risikoarm selbstständig zu machen. Denn Selbstständigkeit allein von der Pike auf umzusetzen ist nicht jedermanns Sache. Hier stellen sich vier unterschiedliche Franchisesysteme vor und erläutern, was Franchise für sie bedeutet und worauf es ihrer Meinung nach besonders ankommt.

Franchising – Die Basics

Franchise kommt ursprünglich aus dem Französischen und bedeutet so viel wie Abgabefreiheit. Im 12. Jahrhundert wurde Franchising das erste Mal angewendet, indem Machthabern es ihren Untertanen ermöglichten, gegen eine Gebühr ihre Ackerflächen zu nutzen. Per Definition des Deutschen Franchiseverbandes beschreibt Franchising „ein auf Partnerschaft basierendes Vertriebssystem, bei dem Neuunternehmer ein etabliertes Geschäftskonzept gegen eine Gebühr nutzen dürfen“. Der Franchisegeber stellt Know-How, ein Netzwerk und eine etablierte Marke zur Verfügung, die der Franchisenehmer gegen eine Gebühr nutzen kann.

Franchise ist eigenverantwortliches Unternehmertum

„Man steigt direkt in ein erprobtes System ein“, erklärt Tanja Lübbbers, seit 2016 Franchisepartnerin bei VIOLAS' Gewürze&Delikatessen. VIOLAS' ist ein Franchisesystem im gehobenen Lebensmittelsegment. Gewürze und Delikatessen werden in der eigenen Manufaktur hergestellt. Zusätzlich im Sortiment gibt es Essige & Öle, Süßigkeiten und Spirituosen. „Es herrscht das große Missverständnis, dass Franchise begleitetes Arbeiten ist. Ich bin jedoch eigenständige Unternehmerin und muss proaktiv und eigenverantwortlich handeln. So ist es auch in anderen Franchisesystemen“, erläutert Tanja Lübbbers das Konzept. Bei Küche&Co gilt das Motto „Selbstständig, aber nicht allein“. „Wir haben das 360° Erfolgskonzept entwickelt“, erzählt André Pape, Geschäftsführer von Küche&Co. „Damit stehen wir dem neuen Franchisepartner von Minute eins an zur Seite.“ Küche&Co ist ein Hamburger Franchiseunternehmen für Einbauküchen. Seit über 30 Jahren ist die 100-prozentige Otto Tochter erfolgreich am Markt und entwickelt seine Services und Qualität, vor allem im digitalen Bereich, kontinuierlich weiter. Von Businessplan, über Finanzierung, bis zur Standort- und Marketing-Planung werden die Franchisenehmer unterstützt. Für diese Unterstützung muss der Franchisenehmer eine Franchisegebühr zahlen. Je nach System ist diese unterschiedlich. „Dafür erhält man vom Franchisegeber Know-How, Unterstützung von Experten und eine etablierte Marke. Zusätzlich profitiert man von gemeinsamen Marketingaktivitäten, bei uns beispielsweise ganz viel online Maßnahmen, Werbung und Social Media Präsenz“, betont André Pape.

Quereinstieg als große Chance

Neben den oben genannten Services ist in vielen Franchisesystemen eine Fort- und Weiterbildung durch hauseigene Schulungssysteme möglich. „Uns ist wichtig, dass jede/r geeignete Interessent/in, auch Nichthandwerker/in, Franchisepartner werden kann“, betont Sven Romberg, COO von bazuba. 1986 in Wien gegründet, sorgt bazuba dafür, dass Menschen europaweit ein schönes Bad auf nachhaltige Weise bekommen. „In unserer Akademie bringen wir auch handwerksfremden Franchisepartnern alle relevanten Dinge bei, um mit unserem Franchisesystem erfolgreich zu werden. Dazu gehören unter anderem natürlich die technische Ausbildung, aber auch Marketing und Digitalisierung.“ Auch

Bodystreet setzt auf Aus- und Weiterbildung. Das führende Franchisesystem im Bereich der „EMS-Boutique-Fitness-Studios“ gibt es seit 2007. EMS steht für Elektromuskelstimulation und zeichnet sich durch eine außerordentlich hohe Trainingseffizienz aus. „Durch die Pandemie sind unheimlich viele Kundenkontaktpunkte, gerade durch die weitreichende Digitalisierung, dazugekommen“, berichtet Matthias H. Lehner, CEO & Gründer von Bodystreet. „Dadurch sind für unsere Franchisepartner natürlich auch neue, digitale Tools hinzugekommen. Damit wir auch weiterhin unseren hohen Qualitätsstandard beibehalten, vermitteln wir unseren Franchisepartnern das relevante Wissen in unserer Aus- und Weiterbildung. Dafür nutzen wir unter anderem Virtual Reality, um typische Studiosituationen spielerisch zu trainieren.“ Gerade in Zeiten des Fachkräftemangels setzen die Franchisesysteme auf eine zielgerichtete und dabei schnelle Ausbildung. „Wir möchten auch Quereinsteigern einen Weg in die Selbstständigkeit ermöglichen“, erklärt André Pape. „Deswegen ist unsere hauseigene Akademie auch so ausgelegt, dass für jeden ein passendes Schulungskonzept erarbeitet wird. Denn die Wissensanforderung sind bei jedem unterschiedlich.“

Das passende System für jeden

Neben Weiter- und Ausbildungsmöglichkeiten bietet Franchising eine große Branchenvielfalt, sodass für jedes Interessengebiet etwas dabei ist. Und natürlich ist jedes System auf Zukunftsfähigkeit ausgerichtet. „Wir denken, dass man nur mit gesundheitsfördernden Maßnahmen eine moderne Leistungsfähigkeit aufrechterhalten kann“, erläutert Matthias H. Lehner. „Deswegen entwickeln wir uns auch immer weiter, um die perfekte Customer Experience zu bieten. Dafür haben wir unsere EMS Smartwear entwickelt, die das sicherste EMS-Training bei noch mehr Trainingseffizienz ermöglicht. 2020 wurden wir dafür mit dem Global Franchise Award „Best Fitness Franchise“ ausgezeichnet. Und in diesem Jahr haben wir den Deutschen Fairnesspreis und den Green Franchise Award nach Hause bringen können.“

A propos Green: Auch bazuba haben eine alternative, Emissionen schonende Art der Badrenovierung entwickelt. „Wir erhalten so viel wie möglich vom bereits bestehenden Badezimmer“, erklärt Sven Romberg. „Mit unseren eigenen Verfahren erstellen wir dann beschichtete Wände und Böden. So ermöglichen wir eine Renovierung als Alternative zur Entkernung, sparen somit durchschnittlich rund eine Tonne Bauschutt ein und können so schneller und mit viel weniger Emissionen Bäder renovieren.“

„VIOLAS‘ legt neben der hohen Produktqualität auch einen Fokus auf die Produktpräsentation in Stores und Schaufenstern, sowie hochwertige Geschenkverpackungen“, erklärt Tanja Lübbers. „Deswegen ist es nicht nur ein Lebensmittelfachgeschäft, sondern ein Lifestyle-Konzept. Das hat mich damals auch überzeugt, da es der Modebranche, in der ich vorher gearbeitet habe, sehr ähnelt. Zudem steigt die Anzahl der Menschen, die gerne kochen und sich für eine gesunde Ernährung begeistern. Da können wir auftrumpfen.“

Um kochen zu können, benötigt man natürlich auch die passende Küche. „In den letzten Jahren haben wir neue Konzepte entwickelt, um uns den Bedürfnissen unserer Franchisepartner anzupassen“, berichtet André Pape. „Neben dem Standard-Studio von ca. 300m² Größe gibt es das 120m² Konzept, das auch in frequenten Lagen und mit einer geringeren Anfangsinvestition eröffnet werden kann. Hier setzen wir Virtual Reality ein, um den Kunden trotzdem die große Vielfalt unseres Sortiments zeigen zu können. VR kann natürlich in allen Studios eingesetzt werden, um dem Kunden ein besonderes Einkaufserlebnis zu bieten. Durch neue Services wie die Online und Videochat-Beratung sind wir weiterhin digitaler Vorreiter.“ Das wurde Küche&Co auch mit der Auszeichnung Digital Champion bestätigt, den sie in diesem Jahr schon zum dritten Mal in Folge gewonnen haben.

„Das Allerwichtigste ist aber natürlich, dass man sich für eine Branche und für eine Marke entscheidet, mit der man sich zu 100% identifizieren kann“, betont Matthias H. Lehner. Und Sven Romberg ergänzt: „Unabhängig davon, dass wir alle nur die Dinge tun sollten, die uns Freude bereiten, gilt dies in besonderem Maße fürs Franchising. Haben Sie Freude an Einrichtung, dann verkaufen Sie Küchen. Haben Sie Freude an Sport, machen Sie sich in dem

Bereich selbständig. Am Ende folgt alles dem gleichen Grundsatz: If you do it right – the money follows!“

Über Küche&Co

Die Marke Küche&Co steht seit 30 Jahren für erstklassigen Service und exzellente Qualität in Sachen Einbauküchen. Seit 1995 ist die Küche&Co GmbH ein Unternehmen der Otto Group. Mit der Anzahl an bundesweit vertretenen Küchenstudios ist Küche&Co bereits heute das größte Franchisesystem für den Einbauküchenfachhandel in Deutschland. 2013 wurde die Küche&Co Austria GmbH gegründet und ist seitdem auf Wachstumskurs. Hochqualifizierte Beratung in den Küchenstudios oder zuhause, die Websites mit Inspirationen aus dem Küchenblog, aus dem Online-Katalog sowie mit dem Online-Küchenkonfigurator, der Kataloge und eine eigene Service-Hotline fügen sich in die Multichannel-Strategie von Küche&Co ein. Das Sortiment umfasst qualitativ hochwertige und individuell gefertigte Markenküchen „Made in Germany“. Elektrogeräte und Zubehör runden das Angebot von Küche&Co ab.

www.franchise.kueche-co.de
www.kuecheco.at
www.facebook.com/kuecheundco
www.instagram.com/kuecheundco
www.pinterest.com/kuecheundco
www.twitter.com/kuecheundco
www.youtube.com/user/KuecheUndCow

Pressekontakt Küche&Co

Ziegfeld Enterprise // Baumwoll 7, 20459 Hamburg
Lisa Runte, Tel.: (040) 3868-7466, lisa.runte@ziegfeld-enterprise.de
Christina Ziegfeld, Tel.: (040) 3868-7477, christina.ziegfeld@ziegfeld-enterprise.de