Franchisesysteme im Vergleich

(Mynewsdesk) Rund 950 Unternehmer-Systeme bieten ihre Franchisepartnerschaft am Markt an. Ihre Vielfalt ist ebenso spannend wie verwirrend. Wer alleine Systemauszeichnungen und Gebührenstrukturen vergleicht, springt zu kurz. Entscheidend ist die Frage nach dem Gewinn- und Glückspotential der Franchisepartner.

Ob Handel, Dienstleistung, Gastronomie oder Handwerk ? Franchise gibt es in jeder Branche. Brancheninsider schätzen, dass es ca. 200 attraktive und seriöse Franchisesysteme gibt. Wer in der Selbstständigkeit auf ein Franchisekonzept setzen möchte, hat somit oftmals die Qual der Wahl.

Entscheidende Kriterien sind dabei die Ertragslage der Franchisepartner , die Fähigkeit der Franchisezentrale, ihre Partner sinnvoll zu unterstützen, und das Lebensglück der aktiven Franchisepartner. Die Höhe der erhobenen Gebühren sagen in der Realität hingegen wenig über die Qualität eines Franchisesystems oder des Franchisegebers aus.

Vergleich am Benchmark Im direkten Vergleich der Kriterien trennt sich bei detaillierter Betrachtung schnell die Spreu vom Weizen. Bei der Einschätzung des Potenzials in Frage kommender Franchisegeber können etablierte und erfolgreiche Referenzsysteme wie Town und Country Haus Franchiseinteressenten wichtige Orientierung geben. Am Beispiel des mehrfach ausgezeichneten Franchisesystems lassen sich für die eigene Entscheidung wichtige Vergleiche zu den angebotenen Unterstützungsleistungen des Franchisegebers, der Markenbekanntheit oder der geprüften Qualität des Franchisesystems sowie der Zufriedenheit der aktiven Franchisepartner ziehen.

So wurde Town & Country Haus bereits fünf Mal mit dem ?F&C Award Gold? ausgezeichnet. Das Qualitätssiegel des Internationalen Centrums für Franchising und Cooperation (F&C) in Münster bescheinigt dem Unternehmen eine überdurchschnittlich hohe Zufriedenheit der Franchisepartner. In der letzten Befragung im Jahr 2015 gaben 99 Prozent der bauenden Partner an, sich erneut für eine Franchisepartnerschaft mit Town & Country Haus zu entscheiden. Weitere Branchenauszeichnungen der Franchise-Wirtschaft wie der ?Deutsche Franchise-Preis? (2013, 2003) des Wirtschaftsmagazins impulse, der ?Green Franchise-Award? des Deutschen Franchiseverbands (2013) oder die Auszeichnung zum ?Top 100? Unternehmen beim Deutschen Mittelstands-Summit bescheinigen darüber hinaus besondere Stärke des Systems in punkto Nachhaltigkeit, Servicequalität und Innovationskraft.

Gebührenstruktur detailliert betrachten Mit der Einstiegsgebühr erhebt der Franchisegeber eine Einmalzahlung für den Systemzutritt. Während sie im englischen Sprachraum vor allem mit dem Franchisegeber dafür überlassenen Marktplatz begründet werden, argumentieren deutsche Franchisegeber, dass sie ihre Vorleistungen z.B. für den Markenaufbau, den Aufbau der Systemzentrale, die Entwicklung des Franchisesystems und die Akquisitionskosten zumindest teilweise abgegolten haben wollen. In Deutschland bewegen sich die Eintrittsgebühren üblicherweise zwischen 5.000 und bis zu 75.000 Euro. Eine normale Einstiegsgebühr liegt bei 10.000 bis 30.000 Euro. Die Grundschulung neuer Franchisepartner wird heute mit etwa 2. 500 bis 7.500 Euro üblicherweise nochmals getrennt berechnet.

Laufende Gebühren: Einnahmequelle des Franchisegebers Die laufenden Franchisegebühren werden wie die Werbegebühr üblicherweise umsatzanteilig bemessen und fallen meist monatlich an. Sie machen einen großen Teil der Franchisegebereinnahmen aus. Liegen sie unter 3 Prozent, sind sie besonders niedrig. In diesen Fällen sind andere Einnahmequellen des Franchisegebers wahrscheinlich und legitim. Sind sie mit über 15 Prozent besonders hoch, sollte der Franchisegeber diesen Umstand begründen können. Oftmals erheben Dienstleistungssysteme Gebühren in dieser Größenordnung. Die Umsatzrenditen der Betriebe sind dort besonders hoch und die Umsätze selber eher klein.

Die Werbe- oder Marketinggebühr wird vom Franchisegeber meist treuhänderisch verwaltet und fließt zweckgebunden in die Finanzierung von Konzeption und Kreation. Selten werden davon auch vordefinierte Kampagnen mitfinanziert. Welche Gebühren genau auf einen Franchisepartner zukommen ist im Franchisevertrag geregelt, welche Leistungen der Franchisegeber dafür erbringt in den dazugehörigen Richtlinien, z. B. dem Franchisehandbuch festgehalten. Je nach System können weitere umsatzabhängige, meist zweckgebundene Gebühren oder zusätzliche Kostenpauschalen wie z.B. für Schulungen oder IT-Systeme anfallen.

Leistungsstärke nicht gebührenabhängig Mit einer Einstiegsgebühr von 10.000 Euro setzt Town & Country Haus, Deutschlands führende Marke im lizensierten Massivhausbau, den Benchmark der Franchisesysteme in Deutschland. Die Franchisegebühr beläuft sich auf 3,6 %, die Werbegebühr auf 0,35 % vom Nettoumsatz.

?Im Vergleich zu anderen Franchisesystemen fallen unsere prozentualen Gebühren relativ gering aus?, erklärt Benjamin Dawo, Leiter Gründungsmanagament bei Town & Country Haus. ?Damit geht aber nicht eine sparsame Franchisepartnerunterstützung einher. Im Gegenteil, wir geben unseren Partnern mit der persönlichen Start Up-Betreuung, einem umfangreichen Schulungsangebot, unserer intensiven Marketing- und Werbeunterstützung sowie der fortwährenden Beratung in der betriebswirtschaftlichen Aufstellung und Steuerung des Partnerunternehmens und ein erprobtes Geschäftskonzept für den regionalen Markt an die Hand. Als Franchise-Zentrale bekommen wir nur eine Gebühr, wenn unser Partner ein Haus baut. Nur wenn unsere Partner selbst erfolgreich sind und Geld verdienen, verdienen wir also mit. Das macht unser Franchise-System zu einem Win-Win-System und deshalb ist unser Hauptinteresse, unsere Partner zum Erfolg zu führen.?

Die Höhe der vom Franchisegeber erhobenen Franchisegebühren sagt somit nichts über die Erfolgschancen und wirtschaftliche Tragfähigkeit einer Franchisepartnerschaft aus. Ihre Betrachtung kann potenziellen Franchisepartnern also nur als allererste Orientierung in ihrer Suche nach dem für sie passende System dienen.

Diese Pressemitteilung wurde via Mynewsdesk versendet. Weitere Informationen finden Sie im Town & Country Haus Lizenzgeber GmbH

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:
http://shortpr.com/k4n35t

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:
http://www.themenportal.de/wohnen-bauen/franchisesysteme-im-vergleich-56959

Pressekontakt

Town & Country Haus Lizenzgeber GmbH

Annika Levin
Hauptstraße E 90
99820 Hörselberg-Hainich OT Behringen

presse@tc.de

Firmenkontakt

Town & Country Haus Lizenzgeber GmbH

Annika Levin
Hauptstraße E 90
99820 Hörselberg-Hainich OT Behringen

shortpr.com/k4n35t
presse@tc.de

Das 1997 in Behringen (Thüringen) gegründete Unternehmen Town & Country Haus ist die führende Massivhausmarke Deutschlands.

Im Jahr 2017 verkaufte Town & Country Haus mit über 300 Franchise-Partnern 4.466 Häuser und erreichte einen Systemumsatz-Auftragseingang von 844,29 Millionen Euro. Mit 2.790 gebauten Häusern 2017 und einem Systemumsatz-gebaute Häuser von 512,92 Millionen Euro ist Town & Country Haus erneut Deutschlands meistgebautes Markenhaus.

Rund 40 Typenhäuser bilden die Grundlage des Geschäftskonzeptes, die durch ihre Systembauweise preisgünstiges Bauen bei gleichzeitig hoher Qualität ermöglichen. Für neue Standards in der Baubranche sorgte Town & Country Haus bereits 2004 mit der Einführung des im Kaufpreis eines Hauses enthaltenen Hausbau-Schutzbriefes, der das Risiko des Bauherrn vor, während und nach dem Hausbau reduziert.

Für seine Leistungen wurde Town & Country Haus mehrfach ausgezeichnet: So erhielt das Unternehmen zuletzt 2013 den Deutschen Franchise-Preis. Für seine Nachhaltigkeitsbemühungen wurde Town & Country Haus zudem mit dem Green Franchise-Award ausgezeichnet. 2014 wurde Town & Country Haus mit dem Preis TOP 100 der innovativsten Unternehmen im deutschen Mittelstand ausgezeichnet. Zudem wurde Town & Country Haus bei zahlreichen Wettbewerben nominiert und erhielt im Jahr 2017 den Hausbau-Design-Award für das Doppelhaus Aura 136 in der Kategorie Moderne Häuser.

Anlage: Bild