



Franchise-Themenwoche: Im Netzwerk stark (Teil 2/6)

Im Schnitt wachsen Franchise-Systeme heute mit fünf neuen Partnern und acht neuen Standorten im Jahr.

(ddp direct) Insbesondere für engagierte und leistungsorientierte Arbeitnehmer bietet die Selbstständigkeit im Rahmen einer starken unternehmerischen Partnerschaft die Möglichkeit einer soliden Karriere. Der Franchise-Geber unterstützt seine Franchise-Partner dabei mit einem umfangreichen Leistungspaket. Dies reicht von einem erprobten Unternehmenstyp über Schulungen und die dauerhafte Marketingbegleitung, bis hin zur kontinuierlichen Unternehmensberatung und Qualitätssicherung. Wesentlich ist darüber hinaus auch die kontinuierliche Weiterentwicklung des Konzepts gemäß neuen Marktgegebenheiten und Kundenbedürfnissen, um Umsatz- und Wettbewerbsvorteile für die von Franchise-Partnern geführten Standorte zu sichern. In Folge kann dies gar zur Entstehung neuer Marktkategorien führen, wie im Fall von Back-Factory, Begründer der Backgastronomie.

Franchise-Beispiel 2: Back-Factory baut Backgastronomie aus

Back-Factory verzeichnet zweistelliges Umsatzwachstum in 2011. Marktauftritt nach neuem backgastronomischem Konzept wird forciert. Auszeichnung für hohe Zufriedenheit der Franchise-Partner.

Hamburg. Mit einem Umsatzwachstum von 12 % zieht Back-Factory, einer der Marktführer unter den Selbstbedienungsbäckereien in Deutschland und Begründer der Backgastronomie, vorläufig Bilanz für 2011. Vor allem mit der sukzessiven Umsetzung des backgastronomischen Konzepts für den schnellen Zwischendurchgenuss konnten wir eine Umsatzsteigerung auf hohem Niveau verzeichnen, so Peter Gabler, Geschäftsführer von Back-Factory. Standorte mit dem neuen Marktauftritt erzielten bis zu 50 Prozent mehr Umsatz. 15 der aktuell über 130 Back-Factory-Shops wurden in 2011 bundesweit nach dem neuen Konzept in Lounge-Design umgebaut. Insgesamt sind derzeit 40 Standorte mit integrierter Coffee-Bar am Markt, seit August 2011 auch auf zwei Etagen am historischen Checkpoint Charlie in Berlin. Rund 80 Prozent der Shops werden von Franchise-Partnern betrieben.

Flächendeckender Umbau nach backgastronomischem Konzept

Als erste bundesweite Selbstbedienungsbäckerei und damit Vorreiter in der Backgastronomie verbindet Back-Factory seit 2009 die klassische Selbstbedienungsbäckerei mit moderner Coffee-Bar mit Lounge-Ambiente. Zukünftig werden nicht nur alle neuen Standorte von Back-Factory mit integrierter Coffee-Bar im neuen Design ausgestattet, sondern sukzessive auch bestehende Standorte nach Möglichkeit nach dem backgastronomischen Konzept umgebaut. Bis 2015 sollen rund 80 % aller Standorte nach dem neuen Konzept am Markt sein, so Gabler. Pro Jahr sind hierfür durchschnittlich 15 Umbauten bestehender Standorte geplant. Nach einer sehr dynamischen Expansion in den ersten Jahren konzentrieren wir uns heute vor allem auf die Qualitätssicherung der Standorte. Schließlich gilt es, langfristig mit einem zeitgemäßen Angebot attraktiv und damit als Marke wettbewerbsfähig zu bleiben.

Gold Award für hohe Partner-Zufriedenheit

Der neue Marktauftritt in modernem Design wird auch von Back-Factory Franchise-Partnern als Qualitätssteigerung an ihrem lokalen Markt wahrgenommen. In einer Zufriedenheitsbefragung des Internationalen Centrums für Franchising und Cooperation (F&C) im Sommer 2011 zeigten sich die befragten Franchise-Partner insbesondere in punkto Marktauftritt und Image von Back-Factory besonders zufrieden. Die positive Bewertung unserer Franchise-Partner bestätigt unser neues backgastronomisches Konzept, das mit einem innovativen Marktauftritt in modernem Lounge-Charakter neue Zielgruppen anspricht und die Wahrnehmung der Marke Back-Factory als Qualitätsanbieter steigert, erklärt Gabler. Für die insgesamt hohe Zufriedenheit der Franchise-Partner wurde Back-Factory in diesem Jahr mit dem F&C Award Gold ausgezeichnet.

Weitere Informationen unter www.back-factory.de.

Zahlen und Fakten zur Franchise-Wirtschaft: www.franchisemonitor.de

Siehe auch Franchise-Themenwoche:

Teil (1/6) Morgengold Frühstücksdienste: <http://www.themenportal.de/unternehmen/franchise-themenwoche-wachstum-mit-system-teil-1-6-87769>

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://shortpr.com/ri8uok>

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://www.themenportal.de/unternehmen/franchise-themenwoche-im-netzwerk-stark-teil-2-6-38346>

=== Back-Factory (Bild) ===

2002 gegründet, zählt Back-Factory mit Sitz in Hamburg zu den größten Selbstbedienungsbäckereien (SB-Bäckereien) in Deutschland und ist führender Anbieter in der Backgastronomie.

Shortlink:

<http://shortpr.com/i71br7>

Permanentlink:

<http://www.themenportal.de/bilder/back-factory>

Pressekontakt

forum franchise und systeme

Frau Antje Kiewitt
Schumannstr. b 2
53113 Bonn

a.kiewitt@peckert.de

Firmenkontakt

forum franchise und systeme

Frau Antje Kiewitt
Schumannstr. b 2
53113 Bonn

shortpr.com/ri8uok
a.kiewitt@peckert.de

2002 gegründet, zählt Back-Factory mit Sitz in Hamburg zu den größten Selbstbedienungsbackereien (SB-Bäckereien) in Deutschland und ist führender Anbieter in der Backgastronomie. Als erste bundesweite SB-Bäckerei verbindet das Unternehmen bereits seit 2009 mit seinem innovativen, backgastronomischen Konzept Elemente von klassischer SB-Bäckerei und Coffee-Shop im modernen Lounge-Design und gilt damit als Begründer einer neuen Marktkategorie in Deutschland. Back-Factory ist mit über 130 Standorten am Markt, davon 40 Standorte nach dem neuen Konzept (Stand Dezember 2011). Bundesweit sowohl mit eigenen Filialen als auch mit Franchise-Betrieben vertreten, erzielte Back-Factory mit 673.000 Euro Durchschnittsbruttoumsatz pro Standort in 2010 die höchsten Durchschnittsumsätze der Branche und erwirtschaftete einen Gesamtumsatz von 80 Mio. Euro. Als Tochtergesellschaft der Großbäckerei Harry Brot GmbH bietet Back-Factory als einzige der bundesweit aufgestellten SB-Bäckereien Produkte aus eigener Herstellung, die bereits mehrmals von der Deutschen Landwirtschaftsgesellschaft (DLG) prämiert wurden.

Anlage: Bild

