

Presseinformation

Mit Franchise in die Selbstständigkeit: Drei Erfolgsgeschichten aus der Praxis

Graz, 13. Jänner 2021 – Die Zahl der Selbstständigen ist in Österreich seit Jahren konstant hoch. Immer mehr Menschen nutzen als Franchisenehmer die Chance, sich verhältnismäßig risikoarm selbstständig zu machen. Denn Selbstständigkeit allein von der Pike auf umzusetzen, liegt nicht jeder oder jedem. Hier stellen sich neben Küche&Co zwei weitere Franchisesysteme vor und erläutern, was Franchise für sie bedeutet sowie worauf es ihrer Meinung nach dabei 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 Machthaber es ihren Untertanen ermöglichten, gegen eine Gebühr ihre Ackerflächen zu nutzen. Per Definition des 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

Bei Küche&Co gilt das Motto „Selbstständig, aber nicht allein“. *„Wir wollen neuen Franchisepartnern von Minute eins an zur Seite stehen. Deshalb haben wir das 360°-Erfolgskonzept entwickelt“*, erklärt Michael Stangl, Geschäftsführer von Küche&Co Austria GmbH. Küche&Co ist ein Franchiseunternehmen für Einbauküchen. Seit mehr als 30 Jahren ist man erfolgreich auf dem Markt und entwickelt Services sowie Qualität, vor allem im digitalen Bereich, kontinuierlich weiter. Vom Businessplan über die Finanzierung bis hin zur Standort- und Marketing-Planung werden die Franchisenehmer unterstützt. Für diese Unterstützung muss der Franchisenehmer eine Franchisegebühr zahlen. Je nach System ist diese unterschiedlich hoch. *„Know-how, Unterstützung von Expertinnen und Experten sowie eine etablierte Marke – das bekommt man für diese Franchisegebühr. Aber auch gemeinsame Marketingaktivitäten: Bei Küche&Co profitieren Franchisenehmer zum Beispiel stark von unseren Online-Maßnahmen, Werbung und Social-Media-Präsenz“*, stellt Michael Stangl fest.

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 jeder geeignete Interessent – auch Nichthandwerker – 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 die technische Ausbildung, aber auch Marketing und Digitalisierung.“* Bodystreet setzt ebenfalls 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. *„Seit Ausbruch der Pandemie sind unheimlich viele Kundenkontaktpunkte, gerade durch die weitreichende Digitalisierung, dazugekommen“*, berichtet Matthias H. Lehner, CEO und 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 schnelle Ausbildung. Kai Giersch, Geschäftsführer Küche&Co Austria GmbH, stellt fest: *„Durch das umfassende Schulungsangebot an unserer hauseigenen Akademie können wir auch Quereinsteigerinnen und Quereinsteigern den Weg in die Selbstständigkeit ebnen. Und generell sind wir dort so vielfältig aufgestellt, dass wir für jede und jeden ein möglichst passendes Schulungskonzept anbieten können.“*

Das passende System für jede und jeden

Neben Weiter- und Ausbildungsmöglichkeiten bietet Franchising eine große Branchenvielfalt, sodass für jedes Interessensgebiet 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.“*

Apropos Green: bazuba hat eine alternative, emissionsschonende 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 dadurch durchschnittlich rund eine Tonne Bauschutt ein und können so schneller und mit viel weniger Emissionen Bäder renovieren.“*

Neue Konzepte entwickelt

Küche&Co steckte in den vergangenen Jahren viel Zeit und Energie in die Entwicklung neuer Konzepte, um sich den aktuellen Bedürfnissen der Franchisepartner anzupassen. Kai Giersch dazu: *„Unser Standard-Studio ist 300 m² groß. Dank unseres 120-m²-Konzeptes wird es aber auch möglich, in frequenten Lagen und mit geringerer Anfangsinvestition ein Studio zu eröffnen. Virtual Reality stellt dort sicher, dass auch in diesem kleineren Studio die große Sortimentsvielfalt präsentiert werden kann. Die Vorzüge von Virtual Reality können aber selbstverständlich in allen Studios für besondere Einkaufserlebnisse sorgen.“* Neue Services wie die Online- und Videochat-Beratung sollen langfristig sicherstellen, die Rolle als digitaler Vorreiter langfristig beizubehalten. Das wurde Küche&Co auch mit der Auszeichnung Digital Champion bestätigt, den man bereits zum dritten Mal in Folge gewinnen konnte.

Identifikation mit Branche und Marke

„Das Allerwichtigste ist aber natürlich, dass man sich für eine Branche und eine Marke entscheidet, mit der man sich zu 100 Prozent 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 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, zu Hause oder online per Videochat, Websites mit Inspirationen aus dem Küchenblog, der Online-Katalog sowie der Online-Küchenkonfigurator, die Kataloge und eine 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 sowie Zubehör runden das Angebot von Küche&Co ab.

www.kuecheco.at

www.facebook.com/kuecheundco

www.instagram.com/kuecheundco

Pressekontakt

UNITO Versand & Dienstleistungen GmbH

Im Auftrag von Küche&Co Austria GmbH

Mag. Martina Stix

Corporate Communications

martina.stix@unito.at