



Mit System zum Erfolg.

Franchising

Ihre Interessen. Gut vertreten.

Österreichischer Franchise-Verband

franchise.at



Herausgeber: Österreichischer Franchise-Verband

Geschäftsführung: Karin Kufner-Humer

Vorstand Österreichischer Franchise-Verband

Martin Zagler, ÖFV-Präsident, SOLUTO

Alexandra Tripolt, ÖFV-Vizepräsidentin, VBC Academia Gesellschaft für Erwachsenenbildung

Peter G. Allerstorfer, A1 Telekom Austria AG

Katarína Drevenáková, Lagerhaus Franchise GmbH

Heike Hög, Büroprofi Skribo GmbH

Nikolaus Piza, McDonald's Österreich

Peter Reikersdorfer, RE/MAX Austria

Melanie Schreymayer, mel&koffie

Ehrenpräsident*innen Österreichischer Franchise-Verband

Andreas Haider, UNIGRUPPE GmbH

Waltraud Martius, SYNCON International Franchise Consultants

Campus 21, Liebermannstraße A01

A-2345 Brunn am Gebirge

+43 2236 31 11 88

oefv@franchise.at

www.franchise.at

2. Auflage (September 2024)

Inhalt

1. Vorwort	4
2. Der Österreichische Franchise-Verband	6
2.1. Aufgaben und Ziele	6
2.2. Mitgliedschaft im Österreichischen Franchise-Verband	8
3. Franchising in Österreich	10
4. Allgemeines über Franchising	12
4.1. Das Wesen des Franchising	12
4.2. Die vier Säulen erfolgreicher Franchise-Partnerschaften	12
4.3. Zehn Spielregeln für den partnerschaftlichen Erfolg	13
4.4. Erfolgreiche Kommunikation in Franchise-Systemen	15
5. Für Franchise-Geber*innen	17
5.1. Franchising - mit System zum Erfolg! Ihre Vorteile	17
5.2. Step by Step zum Franchise-System	17
5.3. Die Erfolgsfaktoren	22
5.4. Partner*innen finden	23
5.5. Rechtliche Aspekte für Franchise-Geber*innen	24
6. Für Franchise-Partner*innen	27
6.1. Ihre Vorteile als Franchise-Partner*in	27
6.2. In vier Schritten zur Franchise-Partnerschaft	27
6.3. Sieben goldene Regeln zur Auswahl des richtigen Franchise-Systems	29
6.4. Checkliste für das Rekrutierungs-Gespräch	30
6.5. Mögliche Fallstricke für Franchise-Partner*innen	32
6.6. Rechtliche Aspekte für Franchise-Partner*innen	34
6.7. Gründerservice der WKO	36
7. Unternehmensgründung mit Franchise - Ihr Weg zur Selbstständigkeit im Franchising	37
7.1. Gründung als Franchise-Nehmer*in	37
7.2. Gründung als Franchise-Geber*in	38
7.3. Die zentrale Rolle des Businessplans	39
7.4. Die Auswahl der richtigen Rechtsform	40
7.5. Leitfaden zur Gründung und Eintragung	42
7.6. Gewerbeanmeldung	44
7.7. Sozialversicherung für Selbstständige	45
7.8. Die Schlüsselsteuern für Unternehmen in Österreich: Ein Überblick über die Top 4	45
7.9. FAQ für Unternehmensgründer*innen im Bereich Franchising	47

1. Vorwort

Sehr geehrte Damen und Herren,

Franchising ist in Österreich ein wichtiger und zentraler Wirtschaftsbereich, der laufend an Bedeutung gewinnt. Die Franchise-Branche entwickelt sich jedes Jahr positiver als die Gesamtwirtschaft: Aktuell planen 63% die Aufnahme von neuen Mitarbeiter*innen, und pro Jahr werden rund 1.300 Franchise-Partner*innen zur Eröffnung neuer Standorte gesucht.

Die 500 Franchise-Systeme in Österreich beschäftigen mittlerweile rund 90.000 Menschen und erzielen einen Jahresumsatz von etwa 12 Milliarden Euro – das bedeutet in den letzten vier Jahren, trotz Corona und anderen Krisen, **eine Umsatzsteigerung von 15%**.

Franchising reicht mittlerweile weit über die dafür seit Jahrzehnten bekannten Branchen hinaus. Systeme in den Bereichen Handwerk, Bau- und Immobilienbereich, Gesundheit, Sport, Wellness & Pflege, Bildung, Nahversorgung, Handel, Freizeit & Entertainment, Logistik, Gastro, Information & Kommunikation u.v.m. sind in letzter Zeit neu entstanden bzw. in Konzeption.

Franchise ist für mich eine der modernsten Formen des Wirtschaftens, die es erst ermöglicht, die ständig steigenden Komplexitäten des Unternehmertums zum Erfolg aller Beteiligten zu managen.

Ein wichtiges Thema sind **Frauen im Franchise**: 42% der Beschäftigten und 29% der Führungskräfte sind weiblich! Im ÖFV ist aktuell die Hälfte des Vorstandes mit weiblichen Spezialistinnen besetzt.



Martin Zagler
ÖFV-Präsident

Als Präsident des ÖFV ist es mir Anliegen und Freude, diese Entwicklungen gemeinsam mit den Vorstandsmitgliedern und der Generalsekretärin zu begleiten und auch Impulse für die Franchise-Szene zu setzen.

Wir werden aktuelle Themen, Krisen und Veränderungen aufnehmen und diese gemeinsam mit unseren Mitgliedern in Chancen und Wettbewerbsvorteile für die Franchise-Systeme und -partner*innen wandeln. Ziel ist es hier, mit Inputs, Veranstaltungen, Know-how-Transfer, Austausch unter den Mitgliedern u.v.m. unseren Beitrag zu leisten, um die ÖFV-Mitglieder immer am Puls der Zeit zu halten.

Das **positive Image** und die Begeisterung zum Thema „Franchise“ in die Öffentlichkeit und in die Gesellschaft zu tragen bzw. zu verstärken, wird einer der Schwerpunkte unserer gemeinsamen Verbandsarbeit sein.

Ich freue mich sehr, hier als Präsident gemeinsam mit dem Vorstand eine zentrale Rolle einnehmen zu dürfen. Ich werde diese dem Motto „**Franchise rocks**“ folgend mit Begeisterung und Leidenschaft ausfüllen.

Sehr geehrte Damen und Herren,

Franchising hat sich als eine der erfolgreichsten Vertriebs- und Organisationsformen der Gegenwart etabliert und spielt in Österreich eine bedeutende Rolle. Mit rund 500 nationalen und internationalen Franchise-Systemen und über 10.000 Franchise-Partner*innen, die mehr als 12.000 Standorte betreiben, erwirtschaftet die Franchise-Wirtschaft jährlich einen beeindruckenden Netto-Umsatz. Diese Zahlen verdeutlichen das Potenzial und die Bedeutung des Franchisings in der österreichischen Wirtschaft.

Franchising findet in allen Wirtschaftszweigen Anwendung – von Bau über Gastronomie, Handel und Handwerk bis hin zu Gesundheit und Bildung. Ein wesentlicher Vorteil des Franchisings ist die Möglichkeit, eine erprobte und erfolgreiche Geschäftsidee mehreren Partner*innen zur Verfügung zu stellen und so das Geschäftsmodell nicht nur österreichweit, sondern auch europa- oder weltweit zu multiplizieren.

Das Kernprinzip des Franchisings beruht auf einer partnerschaftlichen Zusammenarbeit rechtlich selbstständiger und unabhängiger Unternehmer*innen, die ein gemeinsames Ziel verfolgen: ein erfolgreiches Konzept gewinnbringend umzusetzen. Diese Partnerschaft verbindet die Vorteile von Großunternehmen, wie Marktmacht und professionelles Auftreten, mit den Stärken von Kleinunternehmen, wie Marktnähe und persönlichem Engagement. Franchise-Partner*innen profitieren von der Unterstützung und dem Know-how der Franchise-Geberin, des Franchise-Gebers und tragen gleichzeitig zur Weiterentwicklung und Anpassung des Geschäftsmodells bei.



Karin Kufner-Humer
ÖFV-Generalsekretärin

Die Franchise-Wirtschaft befindet sich in stetigem Wachstum, und viele Franchise-Systeme sind auf der Suche nach potenziellen neuen Partner*innen. Diese Expansion bietet zahlreiche Chancen und Möglichkeiten für interessierte Unternehmer*innen, die sich mit einem bewährten Konzept selbstständig machen möchten.

Die vorliegende Broschüre beleuchtet die verschiedenen Facetten und Chancen des Franchisings und gibt einen umfassenden Überblick über relevante Fragestellungen und Themen für Franchise-Geber*innen und Franchise-Partner*innen.

Der Österreichische Franchise-Verband vertritt seit über 30 Jahren die Interessen der Österreichischen Franchise-Wirtschaft und fungiert als zentraler Repräsentant und integrativer Motor. Für die Zukunft des Franchisings in Österreich stehen wir vor spannenden Herausforderungen und Chancen. Als Verband werden wir auch in Zukunft unsere Aktivitäten weiterhin darauf ausrichten, die Interessen unserer Mitglieder zu vertreten, die Qualität des Franchisings zu fördern und den Austausch von Wissen und Erfahrungen zu stärken.



2. Der Österreichische Franchise-Verband

2.1. Aufgaben und Ziele

Der Österreichische Franchise-Verband (ÖFV) vertritt seit über 30 Jahren die Interessen der österreichischen Franchise-Wirtschaft.

Der Verband setzt sich dafür ein, Franchise-Geber*innen, Franchise-Partner*innen, Franchise-Expert*innen, potenzielle Franchise-Partner*innen und Interessierte zu vernetzen.

Als zentraler Repräsentant und integrativer Motor der österreichischen Franchise-Landschaft hat der Verband insbesondere die Aufgabe, die Interessen der Franchise-Wirtschaft wahrzunehmen und aktiv den Austausch mit Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und der Öffentlichkeit zu fördern.

Kernwerte

Die Aktivitäten des ÖFV sind von grundlegenden Kernwerten geprägt:

Kompetenz

Der Verband steht für Expertise und Fachkenntnisse in allen Belangen des Franchising.

Vertrauen

Vertrauen bildet die Grundlage für erfolgreiche Kooperationen und Partnerschaften.

Kommunikation

Offene und transparente Kommunikation fördert Austausch und Wachstum.

Qualität und Nachhaltigkeit

Der ÖFV setzt sich insbesondere für Qualität und Nachhaltigkeit im Franchising ein.

Der Österreichische Franchise-Verband ist somit nicht nur ein Interessensvertreter, sondern auch ein Garant für die Förderung von Kompetenz, Vertrauen, Qualität und Nachhaltigkeit im Franchising.

Fakten zur heimischen Franchise-Wirtschaft

In Österreich sind mehr als 500 nationale und internationale Franchise-Systeme aktiv. Über 10.000 Franchise-Partner*innen betreiben mit rund 90.000 Beschäftigten über 12.000 Standorte. Der geschätzte jährliche Netto-Umsatz beläuft sich auf rund 12 Milliarden Euro.

↑ **500**
Franchise-Systeme

↑ **10.000**
Franchise-Partner*innen

↑ **12.700**
Standorte

↑ **90.000**
Beschäftigte

↑ **12 Mrd €**
Netto-Jahres-Umsatz

Mitglieder als Qualitätsgemeinschaft

Die Mitglieder im Österreichischen Franchise-Verband repräsentieren die Qualitätsgemeinschaft des Franchisings in Österreich. Dies schließt etablierte Systeme ebenso ein wie junge, wachstumsstarke Unternehmen. Der Verband engagiert sich insbesondere für die Wahrnehmung der Interessen der Franchise-Wirtschaft, die Steigerung des Bekanntheitsgrades des Franchisings, die Förderung eines positiven Images in der Öffentlichkeit sowie die Unterstützung von Nachhaltigkeit und Qualität.

Qualitätsmanagement und Gütesiegel

Je höher der Qualitätsanspruch und die Klarheit über die vereinbarten Spielregeln auf beiden Seiten sind, desto erfolgreicher sind Franchise-Geber*in und Franchise-Partner*innen. Aus diesem Grund hat der ÖFV für alle ordentlichen Mitglieder einen verpflichtenden System-Check eingeführt. Geprüfte Systeme tragen das ÖFV-System-Check-Gütesiegel und haben dadurch einen wesentlichen Vorteil bei der Suche von Franchise-Partner*innen. Ziel ist es, den hohen Qualitätsanspruch der Systeme zu kommunizieren und sichtbar zu machen. Das Gütesiegel symbolisiert die juristische Prüfung des Vertrags, eine inhaltliche Beurteilung des Franchise-Konzepts und eine hohe Zufriedenheit der Franchise-Partner*innen.



Ethik-Kodex

Mit dem Ethik-Kodex des ÖFV positioniert sich die Franchise-Wirtschaft nicht nur als erfolgreiches ökonomisches Modell; sie bekennt sich auch zu einem respektvollen Miteinander mit Partner*innen, Mitarbeiter*innen und Kund*innen und zu einem sorgsamem Umgang mit unserer Umwelt. Der Ethik-Kodex ist eine Selbstverpflichtung des Verbandes, also für alle, die ihm angehören wollen.

In den Kernaussagen hält der Ethik-Kodex fest, dass es nicht um ein Entweder-Oder – also entweder Geschäft oder Ethik – geht, sondern um die Synthese: als Franchise-Wirtschaft wollen wir sowohl ökonomisch als auch sozial und in Bezug auf unsere Umwelt nachhaltig agieren. Damit trifft der Verband auch eine klare Aussage, wie wir die Beziehung zur Außenwelt sehen: Nachhaltig und miteinander!

Den neuen Ethik-Kodex finden Sie direkt HIER.



Exklusives Netzwerk und Expert*innen-Pool

Der ÖFV bietet nicht nur Networking für Mitglieder, sondern auch Zugang zu einem starken Expert*innen-Pool mit umfassender Erfahrung und Expertise im Franchising: Von Beratung im Aufbau und in der Expansion von Franchise-Systemen, Franchise-Partner*innen-Suche, Versicherung, Steuerberatung, Finanzierung, Marketing- und PR-Beratung, Rechtsberatung uvm. Dies fördert effizientes Arbeiten und Wissensaustausch.

ÖFV- Rechtsausschuss

Rund um die Realisierung des Franchise-Business sind von Seiten der Franchise-Geber*innen und Franchise-Partner*innen zahlreiche juristische Details zu beachten und abzuklären. Der vom Vorstand einberufene Rechtsausschuss ist eine wichtige Service-Stelle, der die Mitglieder des Österreichischen Franchise-Verbandes laufend und kompetent über rechtliche Entwicklungen in der nationalen und internationalen Franchise-Wirtschaft informiert und im Franchising generell sowie in zahlreichen relevanten Rechtsbereichen wie beispielsweise Arbeitsrecht oder Markenrecht up to date hält.



2.2. Mitgliedschaft im Österreichischen Franchise-Verband

Der Österreichische Franchise-Verband fungiert als Kompetenzzentrum für Franchising und bietet eine breite Informationsplattform und Services für Mitglieder. Zu seinen Kernaufgaben gehören Franchise-Lobbying, die Förderung der Qualität des Franchisings durch den ÖFV System-Check, die Unterstützung des Unternehmertums sowie die Organisation von Franchise-Veranstaltungen. Der Verband fördert den Erfahrungsaustausch unter seinen Mitgliedern, vergibt die österreichischen Franchise-Awards und bündelt Expert*-innen-Know-how. Zudem erhebt der Verband u.a. die Franchise-Statistik, um einen umfassenden Überblick über die Branche zu gewährleisten. Die Mitglieder im Österreichischen Franchise Verband repräsentieren die Qualitätsgemeinschaft des Franchisings in Österreich.

Mitgliedschaft im ÖFV

- 1. Anwärterschaft:** für junge Systeme und solche, die noch im Aufbau sind.
- 2. Assoziierte Mitgliedschaft:** für Systeme, die länger als zwei Jahre bei uns im Verband sind und noch keinen System-Check positiv absolviert haben.
- 3. Ordentliche Mitgliedschaft:** für etablierte Systeme, die unseren System-Check positiv durchlaufen haben und damit ihre Qualität nach außen dokumentieren können.
- 4. Fördernde Mitgliedschaft:** für Expert*innen, Dienstleister*innen und Anbieter*innen, die kein Franchise-System sind, sich aber aktiv in der Franchise-Szene einbringen wollen.

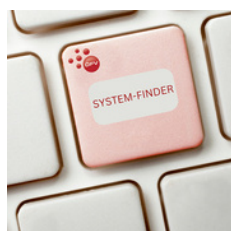
SYSTEM-FINDER

Mit System zum Erfolg

Selbstständig sein und sich dabei nicht allein fühlen? Franchising bietet zahlreiche Vorteile für angehende Unternehmer*innen. Doch bevor Franchise-Partner*innen den Sprung wagen, stellen sich einige wichtige Fragen, u.a: **Wie finden sie das passende Franchise-System?**

Der ÖFV stellt die Qualitätsgemeinschaft der Franchise-Systeme in Österreich dar und unterstützt bei der Suche.

Mit unserem System-Finder können potentielle Franchise-Partner*innen gezielt nach Franchise-Systemen in unterschiedlichen Branchen suchen.



Mitgliedschaft
im ÖFV



ÖFV-Jahres-
berichte



ÖFV-Vereins-
statuten

JÄHRLICHE ÖFV-CONVENTION, GALA UND AWARD-VERLEIHUNG

Beim bedeutendsten Event des Jahres der österreichischen Franchise-Wirtschaft bieten sich unzählige Möglichkeiten, das gebündelte Schwarmwissen der Community sowie Inspirationen für die Unternehmen bzw. Franchise-Systeme zu finden.

Die ÖFV-Convention und Gala ist das Highlight des Jahres, bietet Infotainment, Diskussionen, Workshops, Podiums-Diskussionen, Key Notes, einen Aussteller*innenmarkt mit Expert*innen der Franchise-Wirtschaft und Networking. Als Höhepunkt des Abends werden die begehrten Franchise-Awards in 5 Kategorien für herausragende Systeme und Partner*innen verliehen.



Rückblick
Convention
&
Gala 2024



SAVE THE DATE

WEBPRÄSENZ

Sichtbarkeit in der Franchise-Wirtschaft



Die ÖFV-Website bietet umfassende Informationen über Franchising im Allgemeinen und den Aufbau eines Franchise-Systems. Potenzielle Franchise-Partner*innen finden hier die passende Unterstützung für ihren Schritt in die Selbständigkeit.

Der ÖFV ist erste Adresse und ein wichtiger Ansprechpartner in der Franchise-Wirtschaft, um das richtige Franchise-System und Franchise-Expert*innen zu finden.

Die Website des ÖFV dient als zentrale Informationsquelle für Franchise-Interessierte und ermöglicht es Mitgliedern, sich prominent zu präsentieren. Mitglieder des ÖFV werden in die Liste der Franchise-Geber*innen in Österreich aufgenommen, wodurch Interessent*innen direkt mit Franchise-Geber*innen in Kontakt treten können.

EXKLUSIVE SONDERKONDITIONEN

Von kostenlos bis stark ermäßigt

Neben unserem täglichen und intensiven Einsatz für die Interessen der Franchise-Wirtschaft insgesamt profitieren die Mitglieder des ÖFV von einer ganzen Reihe an Vorteilen, Services, Tools und Vergünstigungen (von kostenlos bis stark ermäßigt) bei Verbandsleistungen, einschließlich Convention-Tickets, Round-Table, Virtual und Open Stages, als Aussteller*innen bei der Convention und Franchise-Expo uvm.

EXPERT*INNENPOOL

Erfahrung und Expertise

Der ÖFV bietet nicht nur Networking für Mitglieder, sondern auch Zugang zu einem starken Expert*innen-Pool mit umfassender Expertise im Franchising: Von Beratung im Aufbau und in der Expansion von Franchise-Systemen, Franchise-Partner*innen-Suche, Versicherung, Steuerberatung, Finanzierungen, Marketing- und PR-Beratung, Rechtsberatung uvm. Dies fördert effizientes Arbeiten und Wissensaustausch.

ÖFV-SYSTEM-CHECK

Qualitätsmanagement und Gütesiegel

Vielseitigkeit zeichnet die Franchise-Wirtschaft aus. Und doch gibt es branchenübergreifend eine Gemeinsamkeit: der hohe Qualitätsanspruch und die klaren Spielregeln für beide Seiten. Das ist die Basis für den Erfolg von Franchise-Geber*innen und Franchise-Nehmer*innen.

Der ÖFV hat für alle ordentlichen Mitglieder den verpflichtenden System-Check eingeführt.



Der System-Check umfasst

- die juristische Prüfung des Vertrags
- die inhaltliche Beurteilung des Franchise-Konzeptes und
- eine hohe Franchise-Partner*innen-Zufriedenheit.

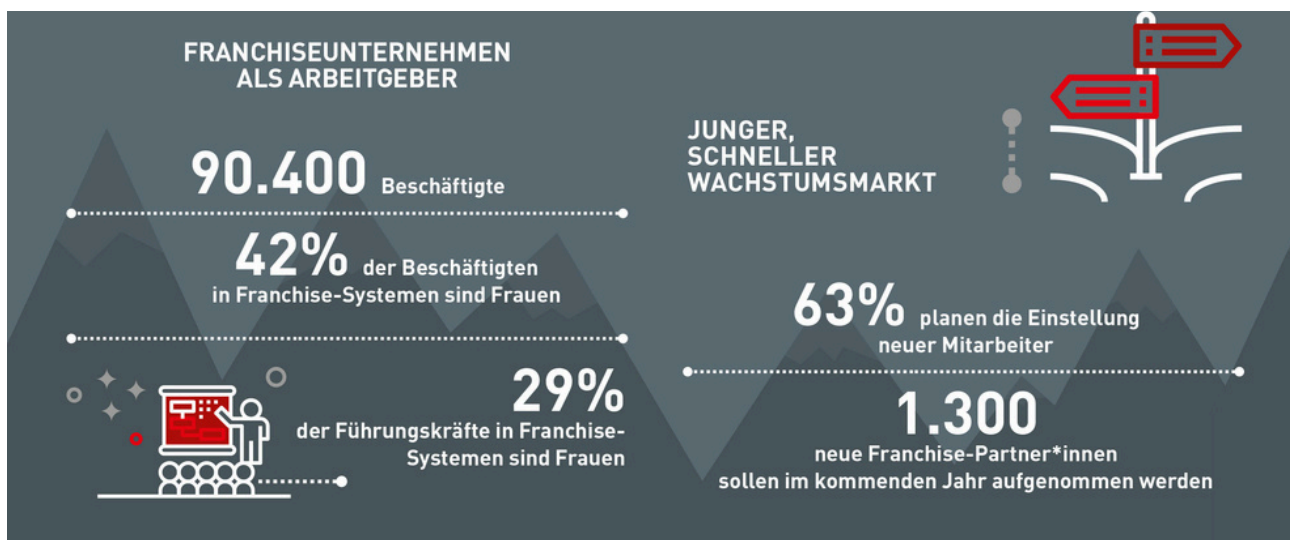
WISSENSDATENBANK

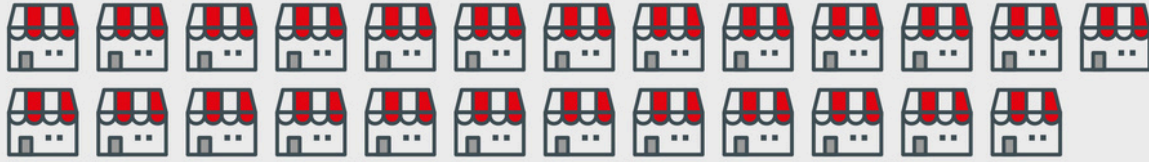
Informationsvorsprung

Mitglieder erhalten Zugang zur ÖFV-Wissensdatenbank mit vielen Informationen, Publikationen, Beiträgen, Mediathek zu rechtlichen und fachspezifischen Themen sowie Aufzeichnungen und Präsentationen sämtlicher Virtual Stages. Ein Mitgliedschaftsprivileg, um den Informationsvorsprung zu gewährleisten.



3. Franchising in Österreich





∅
€ 143.000
Investitionssumme zum Start

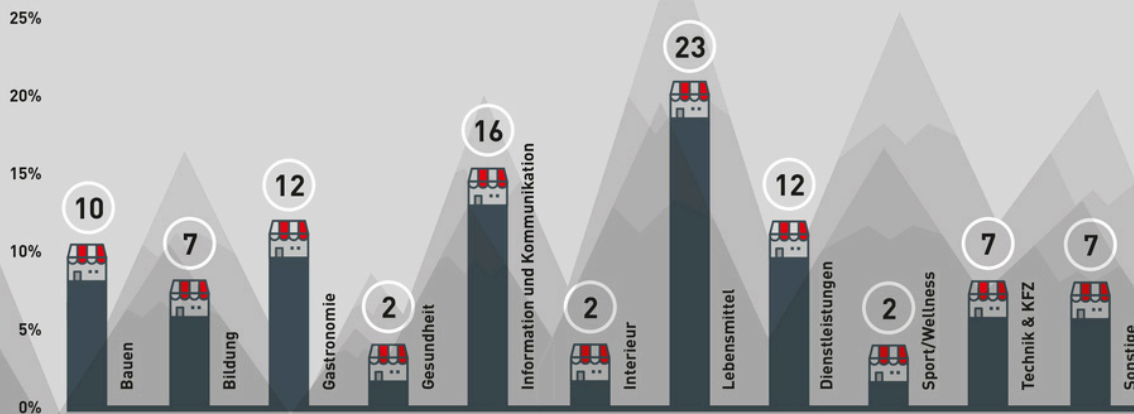


∅
€ 16.500
Einstiegsgebühr



∅
6,7%
Franchise-Gebühr monatlich

BRANCHENMIX IM FRANCHISING



Im Durchschnitt betreibt ein Franchise-System in Österreich 25 Standorte mit 20 Partner*innen und beschäftigt 179 Mitarbeiter*innen.

Quelle: Franchising in Österreich 2023, mm.insights in Kooperation mit bestHeads im Auftrag des Österreichischen Franchise-Verbandes

4. Allgemeines über Franchising

Franchising ist eines der erfolgreichsten Organisations- und Vertriebsmodelle der Gegenwart. Es ermöglicht, eine bereits erprobte Geschäftsidee mehreren Partner*innen gegen Entgelt zur Verfügung zu stellen und so das Geschäftsmodell österreich-, europa- oder weltweit zu multiplizieren.

4.1. Das Wesen des Franchisings

Der*die Franchise-Geber*in hat das Geschäftskonzept entwickelt und erprobt. Der*die Franchise-Partner*in setzt es als selbstständige*r Unternehmer*in in der eigenen Region um und nutzt das Wissen und die Erfahrungen sowie das Netzwerk des Franchise-Systems. Dafür wird eine einmalige Einstiegsgebühr bezahlt, die abhängig ist von der Bekanntheit der Marke, dem Entwicklungsstand des Systems und dem anfänglichen Leistungspaket des Franchise-Systems.

Der*die Franchise-Geber*in verpflichtet sich, die Franchise-Partner*innen regelmäßig zu unterstützen und das Franchise-System dauerhaft weiterzuentwickeln. Dafür erhält der*die Franchise-Geber*in die laufende, meist umsatzabhängige Franchise-Gebühr.

Die Franchise-Partner*innen bringen in die Partnerschaft ihre Arbeitskraft, ihr Kapital und die Bereitschaft ein, das Konzept systemkonform umzusetzen und Informationen vom Markt für die Weiterentwicklung zu liefern. Zwischen den Partner*innen besteht eine enge, auf Dauer ausgerichtete Zusammenarbeit, die in einem Franchise-Vertrag geregelt ist.

Das Wesen des Franchisings ist somit die Partnerschaft mehrerer, rechtlich selbstständiger und unabhängiger Unternehmer*innen, die ein gemeinsames Ziel verfolgen: ein erfolgreiches Konzept für alle gewinnbringend umzusetzen. Franchising ist also eine Partnerschaft für langfristigen wirtschaftlichen Erfolg!

4.2. Die vier Säulen erfolgreicher Franchise-Partnerschaften

1. Selbstständigkeit

Das selbstständige Unternehmertum der Franchise-Partner*innen ist die erste wichtige Säule. Richtlinien und Qualitätskriterien, die in der Know-how-Dokumentation der Franchise-Zentrale festgehalten sind, dienen dem*der Franchise-Partner*in als Leitfaden zum wirtschaftlichen Erfolg und sollen keinesfalls einengen. Das Know-how der Franchise-Zentrale ist das Werkzeug, die Umsetzung liegt bei dem*der Franchise-Unternehmer*in.

2. Vertikale Zusammenarbeit / Arbeitsteilung

Franchise-Zentrale wie Franchise-Partner*in erfüllen unterschiedliche Aufgaben und Funktionen im System, die idealerweise die jeweiligen Kernkompetenzen bestmöglich zum Einsatz bringen. Das bedeutet konkret, die Führung des Franchise-Betriebes und die Bearbeitung des lokalen/regionalen Marktes erfolgt durch die Franchise-Partner*innen. Die Zentrale erbringt Unterstützungsleistungen und ist verantwortlich für die Planung und Umsetzung überregionaler Aktivitäten, das ständige Wachstum des Systems und dessen laufende Anpassung an sich verändernde Marktgegebenheiten.

3. Gemeinsamkeit

Franchise-Geber*in und Franchise-Partner*in verfolgen dieselben Ziele und unterstützen sich dabei gegenseitig. Nicht nur die Franchise-Zentrale gibt einseitig Hilfestellungen, sondern die Partner*innen unterstützen sich auch gegenseitig und geben der Zentrale durch Erfahrungen aus ihrer täglichen Arbeit mit den Kund*innen wertvolles Feedback vom Markt, das die Zentrale wiederum in die Optimierung des Systems einfließen lässt.

4. Spezialisierung

Franchise-Systeme entwickeln Konzepte und Instrumente, die den Erfolg der*des Einzelnen wie des gesamten Systems ermöglichen: etwa im Marketing, Sales, Controlling und Benchmarking, Training etc. Damit profitiert jede*r einzelne Franchise-Partner*in von der Arbeit der Zentrale und die Kosten dafür werden im Partner*innen-Netzwerk gemeinsam getragen.

Franchising ist keine Zauberformel zum Erfolg. Die Gleichung 2+2 ergibt im Franchising jedoch nicht 4, sondern 5. Durch die Kraft der Gruppe und die zuvor beschriebenen vier Säulen des Erfolgs werden in vielen Teilbereichen des Franchise-Systems Wettbewerbsvorteile erreicht. Voraussetzung dafür ist, dass ein durchgehender und permanenter Know-how-Transfer stattfindet. Die wichtigsten Instrumente dabei sind eine umfassende Know-how-Dokumentation sowie ein aktuelles systemeigenes Franchise-Intranet bzw. Kommunikationstool.

4.3. Zehn Spielregeln für den partnerschaftlichen Erfolg

Franchising bedeutet „Peoplemanagement“. Das Konzept der Franchise-Zentrale wird erst in der Umsetzung durch die Franchise-Partner*innen und ihre Mitarbeiter*innen vor Ort erfolgreich. Zentrales Element dabei ist der Know-how-Transfer, der einen einheitlichen Marken- und Marktauftritt sicherstellt. Geeignete Franchise-Partner*innen zu finden und an das Franchise-System zu binden ist eine zentrale Aufgabe der Franchise-Zentrale. Sind die ersten Partner*innen an Bord, so gilt es eine Franchise-Kultur im System zu etablieren, die getragen ist vom Anspruch der „Partnerschaft auf Augenhöhe“. Ein wertschätzender Umgang aller Beteiligten (Franchise-Geber*in + Partner*innen + Mitarbeiter*innen + Kund*innen) ist die Voraussetzung für langfristige, gewinnbringende Franchise-Partnerschaften, in denen der Erfolg der einzelnen Partner*innen den Erfolg des gesamten Franchise-Systems ermöglicht.



Impuls von Waltraud Martius

SYNCON International Franchise Consultants

Die Franchise-Beraterin und Ehrenpräsidentin des ÖFV hat ihr umfangreiches Wissen aus rund 1500 Beratungsprojekten und über 30jähriger Erfahrung im Franchising im Branchen-Standardwerk „Fairplay Franchising“ zusammengefasst. Für den partnerschaftlichen Erfolg von Franchise-Geber*in und Franchise-Partner*in braucht es zehn Spielregeln:

1. Wer die Kuh melken will, muss sie auch füttern

Um nachhaltig Geld zu verdienen, muss ein System fertig entwickelt und profitabel sein. Ein*e Franchise-Geber*in muss von Beginn an verstehen, dass man die Kuh füttern muss, bevor man sie melken kann. Ein*e Franchise-Partner*in hat demzufolge das Recht, ein fertiges und bereits erprobtes System zu kaufen.

2. Wertschöpfung kommt von Wertschätzung

Menschen wollen und müssen ernst genommen werden – Wertschätzung ist ein zentraler Begriff im Franchising und engagiertes Partner*innen-Management eines der wichtigsten Werkzeuge. Anerkennung und Wertschätzung führen dazu, dass die Bindung zu den Franchise-Partner*innen intensiver wird und damit die Umsetzung des Franchise-Konzeptes besser gelingt.

3. Erfolg braucht partnerschaftliche Führung

Erfolgreiche Franchise-Systeme beteiligen ihre Partner*innen. Die passenden Schlagworte sind hier Partizipation und Empowerment (Bevollmächtigung).

4. Franchising ist eine emotionale Heimat

Wichtig ist, die geschäftlichen Bindungen auch auf persönlicher Ebene zu pflegen, also Vertrauen zu schaffen, Sicherheit und Geborgenheit zu geben. Die Partner*innen in einem Franchise-System müssen sich emotional zu Hause fühlen. Sie müssen sich mit der gemeinsamen Marke identifizieren, sie sollen stolz auf ihr System und ihre Marke sein.

5. Das Potenzial der Softfaktoren ist stärker, als man glaubt

Neben einem professionellen Franchise-Paket und einem marktgerechten Betriebstyp tragen die Softfaktoren wesentlich zur emotionalen Bindungskraft eines Franchise-Systems bei. Nicht nur der Franchise-Vertrag hält das System zusammen, sondern gerade auch die freiwillige Bindung der Partner*innen an das System. Es geht nicht um ein Entweder - oder - wichtig ist die Ausgewogenheit zwischen harten und weichen Faktoren.

6. Erfolg und Wachstum bringen auch Risiken mit sich

Wer in einem systemischen Ansatz denkt, erkennt schnell, dass mit dem Wachstum eines Franchise-Systems massive Verschiebungen einhergehen. Es gehört zu den Kernaufgaben der Franchise-Zentrale, die Runde zu erweitern. Wachstum bringt aber systemische Veränderungen, die beobachtet und begleitet sein müssen. Wichtig ist es, das richtige Maß an Wachstum zu finden.

7. Systemführerschaft und Denken in Netzwerken schaffen Vorsprung

„None of us is as good as all of us“, Ray Kroc, der Erfinder und Gründer des Franchise-Systems von McDonald's, hat wohl als Erster erkannt, worum es beim Franchising geht: Kein Einzelner von uns ist so gut wie wir alle zusammen! Es ist nicht nur wichtig, dass der*die Franchise-Geber*in weiß, was seine*ihre Partner*innen erfolgreich macht. Es gilt auch anzuerkennen: Die, die das Konzept umsetzen, haben einen wesentlichen Anteil am Gesamterfolg.

8. Jeder Erfolg hat Spielregeln

Je klarer die Hard Facts formuliert sind, umso lockerer kann man bei deren Umsetzung sein. Kein Erfolg ohne Spielregeln. Regeln und Vorgaben müssen vorab festgelegt, erklär- und nachvollziehbar sein, damit sie eingehalten werden. Spielregeln sind für ein System lebenswichtig und der Grundstein einer erfolgreichen Partnerschaft!

9. Konsequenz ist wichtiger als Strenge

Konsequenz ist nicht gleich Sturheit. Manche Elemente im Franchise-System sind für den Erfolg so wesentlich, dass ihre Umsetzung und Pflege zur Pflicht werden. Konsequenz ermöglicht das Einhalten von Regeln und die Überprüfung der Einhaltung in einer wertschätzenden Form.

10. Nachhaltigkeit ist Pflicht und Trumpf

Da Franchising nicht auf den schnellen Profit zielt, ist Nachhaltigkeit eine unabdingbare Voraussetzung für den langfristigen Erfolg eines Franchise-Systems. Es geht darum, in allen Dimensionen – ökonomisch, ökologisch und sozial – nachhaltig zu denken und zu handeln. Im Sinne von Fairplay sollten alle von Nachhaltigkeit profitieren: Franchise-Geber*in, Franchise-Nehmer*in, Mitarbeiter*innen, Lieferant*innen, Kund*innen und unser Planet.

4.4. Erfolgreiche Kommunikation in Franchise-Systemen

Impuls von Martin Zagler

SOLUTO, soluto.cc

Die Art und Weise sowie die Qualität der Kommunikation entscheidet oft über Erfolg oder Misserfolg in einem Franchise-System. Gibt es klar definierte Kommunikationskanäle? Fährt das Partner*innen-Management permanent quer durch die Lande und versucht Partner*innen bei Laune zu halten und/oder agiert es als „Feuerwehr“?

Stellt die Zentrale für die Franchise-Partner*innen und deren Mitarbeiter*innen strukturierte Kommunikationswerkzeuge zur Verfügung oder wird die Zentrale mit Mails überhäuft?

Gibt es einen moderierten Erfahrungsaustausch unter den Partner*innen und mit der Zentrale oder wartet man, bis Themen aufpoppen und Unmut oder Frustration die Geschäftsbeziehung belasten?

Diese Fragestellungen zeigen: **Gute Kommunikation ist ein erfolgsrelevanter Prozess in Franchise-Systemen.**

Resümee der zehn Spielregeln für den partnerschaftlichen Erfolg

Die hohe Motivation der beteiligten Partner*innen und das fast zwangsläufige Wachstum werden Franchising zur erfolgreichsten Vertriebs- und Unternehmensform der Zukunft machen.

Es werden sich allerdings nur die Systeme durchsetzen, die eine ausgewogene Balance finden zwischen den „Hard Facts“ – wie eine ausgeprägte Marketingkompetenz, die ganzheitliche Ausrichtung auf den regionalen Markt der Franchise-Partner*innen, die konsequente Durchsetzung des Franchise-Konzeptes am Markt – und den sogenannten „Soft Facts“, wie die auf gegenseitiger Wertschätzung basierende partnerschaftliche Unternehmenskultur.



Ungenügende Kommunikationsprozesse und -strukturen führen unweigerlich zu Konflikten. Die Frage, wie man mit diesen Konflikten zwischen Partner*innen einerseits und der Zentrale andererseits umgeht, ist neben durchdachter Kommunikation ein weiterer Prozess, der frühzeitig geplant werden sollte. Kein Kommunikationssystem oder -ansatz ist perfekt. Konflikte verursachen schnell schwindelerregende Kosten – die Produktivität sinkt, die Fluktuation und die Krankenstände steigen.

Meistens werden auch die Kundenzufriedenheit und das Klima im ganzen Franchise-System beeinträchtigt. Es ist deshalb ratsam, schnell und entschlossen auf Konflikte zu reagieren. **Wie erkennt man Konflikte?**

Konflikte sind nicht immer sofort sichtbar – gerade am Beginn einer Auseinandersetzung sind die Symptome meistens diffus. Die Beteiligten spüren zwar, dass etwas nicht ganz in Ordnung ist, können es aber oft noch nicht genau benennen. Folgende **Symptome** deuten auf einen beginnenden Konflikt hin: Die Kommunikation wird schleppend. • Mails werden nicht oder spät beantwortet. • Aufgaben werden erst nach mehrmaliger Aufforderung erledigt. • Ansprechpartner*innen sind häufig nicht oder nur schwer erreichbar. • Die Kommunikation ist geprägt von Sarkasmus und Zynismus. • Es werden Allianzen gebildet, die Konfliktparteien versuchen, andere in den Konflikt hinein- und auf ihre Seite zu ziehen.

Tipps zur Deeskalation:

- Die Sache von der Person trennen.
- Sachverhaltsklärung: Was ist passiert? Sehen das Problem alle gleich?
- Hinter die Kulissen schauen: Was ist das Interesse hinter dem anderen Standpunkt, worum geht es wirklich?
- Anliegen aus der Ich-Perspektive formulieren („Wenn ich sehe, dass Sie meine Mails nicht beantworten, fühle ich mich nicht ernstgenommen.“ „Wenn Regeln nicht eingehalten werden, habe ich die Befürchtung, dass die Prozesse aus dem Ruder laufen.“)
- Zuhören und nachfragen – wir verstehen kaum jemals im ersten Anlauf wirklich, was das Gegenüber uns sagen möchte. Deshalb immer wieder nachfragen und das Gehörte in eigenen Worten zusammenfassen – so stellt man sicher, dass nicht noch mehr Missverständnisse entstehen.

Wenn das alles nicht hilft, sollte man sich Hilfe holen. Etwa wenn die Kommunikation zu (weiteren) Missverständnissen führt oder die Beteiligten schon versuchen, dem anderen Schaden zuzufügen. Oder wenn sie daran denken, vor Gericht zu gehen. Eine Maßnahme dafür kann Mediation sein, oft ist aber auch schon eine Moderation oder ein Team- oder Einzelcoaching hilfreich.

Übrigens: Nicht nur Kommunikation, sondern auch Konfliktmanagementprozesse kann man im Vorhinein gemeinsam festlegen – zum Beispiel mit einer „Mediationsklausel“ in Verträgen. Damit diese Klausel auch umgesetzt wird, muss die Formulierung gut gewählt werden.

Als Erfolgsgaranten haben sich unserer Erfahrung nach erwiesen:

- Klare Meeting-Strukturen zwischen der Franchise-Zentrale und den Partner*innen wie Halbjahres- und Jahresgespräche und jährliche Generalversammlung
- Ein überlegtes und strukturiertes Partner*innen-Management, wo der persönliche Besuch „der Höhepunkt“ ist, mit substanziellen Themen – von beiden Seiten professionell und wertschätzend vorbereitet
- Tools wie Ticket-Systeme, wo die Franchise-Partner*innen und deren Mitarbeiter*innen ihre Anliegen und Wünsche in einfacher Art und Weise kundtun können – diese müssen dann von der Zentrale auch zeitnah (innerhalb von 24 Stunden) beantwortet bzw. bearbeitet werden.
- Chat-Kanäle, um die Kommunikation aller Beteiligten zu ermöglichen
- Durch die Zentrale moderierte ERFA-Veranstaltungen, die einen Austausch unter den Franchise-Partner*innen und den Mitarbeiter*innen nicht nur ermöglichen, sondern aktiv fördern
- Regelmäßige Benchmarking-Veranstaltungen

5. Für Franchise-Geber*innen

5.1. Franchising – mit System zum Erfolg! Ihre Vorteile

Synergien schaffen und nutzen

Professionell umgesetzte Franchise-Systeme setzen dynamische Kräfte frei, die für alle Partner*innen ein Gewinn sind. Der*die Franchise-Geber*in stellt Wissen, Erfahrung, ein ganzheitliches Geschäftskonzept sowie Organisations- und Erfolgsinstrumente zur Verfügung und profitiert im Gegenzug von der Initiative, der Arbeitskraft, dem Kapital, der regionalen Vernetzung und den Gebühren der Franchise-Partner*innen.

Marktmacht meets Marktnähe

Franchise-Systeme verbinden auf perfekte Weise die Marktmacht eines Großunternehmens hinsichtlich Markenpräsenz, Werbeauftritt, Einkaufs- und Wettbewerbsvorteile mit der Marktnähe und den Vorzügen unternehmergeführter Klein- und Mittelbetriebe.

Aufgabenteilung

Der*die Franchise-Geber*in ist im System für die laufende Weiterentwicklung, Vermarktung und Kontrolle des Geschäftskonzeptes verantwortlich. Die Franchise-Partner*innen

konzentrieren sich auf den Vertrieb vor Ort und die Servicierung der Kund*innen. Unterschiedliche Kompetenzen und Kräfte werden zum Wohl des Ganzen gewinnbringend vereint. So multiplizieren sich Know-how und unternehmerischer Weitblick mit persönlichem Engagement und Einsatz.

Ihre Vorteile

- Systematische Markterschließung und schnelle Marktdurchdringung
- Gleichbleibende Qualität in der Umsetzung durch Systemvorgaben
- Unternehmerische Eigeninitiative im Rahmen des Konzeptes
- Absatz- und Umsatzsteigerung
- Expansionsvorteile durch Verdichtung des Organisationsnetzes
- Wachstum durch vereintes Kapital
- Senkung der eigenen Lohnkosten
- Einkaufsvorteile und Kostendegression
- Imagesteigerung durch Werbekraft
- Aufbau der Marke

5.2. Step by Step zum Franchise-System

Sie haben ein erfolgreiches Geschäftsmodell und denken daran, dieses im Rahmen eines Franchise-Systems richtig groß werden zu lassen? Der folgende **Leitfaden** hilft Ihnen, Schritt für Schritt zum Ziel zu kommen.

Dem Markt auf den Zahn fühlen

Prüfen Sie, ob Ihr Geschäftsmodell im Wettbewerb mit bereits am Markt befindlichen Produkten bzw. Dienstleistungen langfristig bestehen kann. Definieren Sie Alleinstellungsmerkmale, die Ihnen Vorteile gegenüber dem Wettbewerb verschaffen. Erstellen Sie ein konkretes Geschäftskonzept mit Leistungen, Strukturen, Arbeitsabläufen und Prozessen. Analysieren Sie den Markt, lernen Sie Ihre

Zielgruppe mit Kaufverhalten und Preisvorstellungen kennen und machen Sie sich ein Bild von der Konkurrenz und deren Strategien.

Franchisefähig oder nicht?

Eine Geschäftsidee lässt sich auf ein Franchise-System übertragen, wenn das Produkt/ die Dienstleistung auch unabhängig von der Persönlichkeit der Franchise-Geberin, des Franchise-Gebers funktioniert und Franchise-

Partner*innen bei entsprechendem Engagement und adäquater Aus- und Weiterbildung eine unternehmerische Existenz ermöglicht. Wie sehr ist Ihr Geschäftskonzept bereits standardisiert und dokumentiert, sodass es mit Franchise-Partner*innen multipliziert werden kann? Der Grad der Standardisierung ist entscheidend für die Übertragbarkeit.

Ihr Dream-Team

Welche Eigenschaften zeichnen Ihre bevorzugten Franchise-Partner*innen aus? Entwickeln Sie ein klares Anforderungsprofil und unterscheiden Sie zwischen „Must-have“ und „Nice to have“. Denken Sie auch an die Soft Skills, die eine Persönlichkeit haben muss bzw. sollte. Je genauer Sie das Anforderungsprofil Ihrer „idealen“ Partner*innen definieren können, umso klarer können Sie relevante Zielgruppen eingrenzen und geeignete Instrumente für deren Ansprache entwickeln.

Das Franchise-Leistungspaket

Das Angebot der Franchise-Zentrale wird im

sogenannten Franchise-Leistungspaket zusammengefasst und enthält Know-how in den Kernbereichen Controlling, Marketing und Sales, Produkte/Dienstleistungen, Training, Management und Systemschutz.

Controlling und Benchmarking

Eine professionelle Geschäftsplanung und funktionierende Controlling- und Benchmarking-Instrumente bilden die Basis für den Erfolg Ihrer Franchise-Partner*innen und des gesamten Systems. Festgelegte Ziele, relevante Kennzahlen und verständliche Auswertungen gewährleisten eine kontinuierliche Optimierung des Systems und erlauben die betriebswirtschaftlich effiziente Beratung der Franchise-Partner*innen. Erfolgreiche Franchise-Systeme setzen Controlling und Benchmarking als Steuerungsinstrumente ein, um ihren Partner*innen ein zeitnahes Feedback zu ihrer wirtschaftlichen Entwicklung zu geben und den anonymisierten Vergleich untereinander zu ermöglichen. Das Lernen von- und miteinander zeichnet Franchise-Systeme aus.

Erfolgsfaktor Controlling & Benchmarking im Franchise

Impuls von Georg Billroth

eurodata GmbH, eurodata.co.at

Um erfolgreich zu sein, sollten Franchise-Zentralen jederzeit Bescheid wissen, wie die wirtschaftliche Situation ihrer Partner*innen aussieht, denn nur so ist es möglich, rechtzeitig zu reagieren.

Das gilt ab dem Beginn einer Partnerschaft, wo gemeinschaftlich die Geschäftsplanung für die ersten Jahre abgestimmt wird, in der Folge sollte die Erreichung der gesetzten Ziele regelmäßig überprüft werden.

Wichtig ist dabei, dass die dafür notwendigen Informationen und Zahlen rasch verfügbar, qualitativ hochwertig, detailliert und einheitlich sind.

Liegen die betriebswirtschaftlichen Informationen nicht rechtzeitig vor und ein stetiges „Bergab“ wird nicht erkannt, kann dies zu einer Insolvenz und somit zu einem Imageverlust der

ganzen Marke führen – dies gilt es natürlich zu vermeiden. Auch muss man sich auf die verfügbaren Zahlen verlassen können und es sollte eine Möglichkeit gefunden werden, wie die Franchise-Partner*innen diese Informationen ohne großen Zeitaufwand liefern können, da sie sich auf das Tagesgeschäft konzentrieren müssen.



>eurodata

Einheitliche und detaillierte Daten sind wiederum die Voraussetzung dafür, dass die System-Zentrale erfolgreich ihre Partner*innen betreuen kann und wertvolle Benchmarks, Kennzahlen und Betriebsvergleiche erstellt werden können.

Jedes Franchise-System hat seine Eigenheiten und Erfolgsfaktoren. Dies bedeutet, dass die verwendete Controlling-Plattform und das definierte Benchmarking- und Kennzahlensystem entsprechend angepasst werden müssen. Im Handel – wo wir oft sehr hohe Umsätze und geringe Margen haben – wird ein sehr gutes und rasch verfügbares Zahlenwerk unerlässlich sein, während im Dienstleistungsumfeld vielleicht ganz andere Kennzahlen relevanter sind.

Controlling wird oft mit dem negativ besetzten Wort „Kontrolle“ übersetzt. In Wirklichkeit geht es aber um Informationsbeschaffung, die Analyse der vorhandenen Daten sowie die sich daraus ableitenden Steuerungs- bzw. Gegenmaßnahmen, um den Erfolg des Systems und aller Partner*innen zu maximieren.

Ein Tipp zum Schluss: Je früher Sie sich mit dem Thema Controlling in Ihrem Franchise-System beschäftigen und die entsprechenden Rahmenbedingungen und Voraussetzungen schaffen, umso besser. Denn nur wenn negative Entwicklungen rasch erkannt werden, kann effektiv gegengesteuert werden!

Marketing und Sales

Sehr oft wird als harter Kern des Franchise-Leistungspaketes der Bereich Marketing und Sales bezeichnet. Die Marke stiftet Identifikation – bei Franchise-Partner*innen genauso wie bei Kund*innen. Zukünftige Partner*innen erwarten sich von Ihnen ein erprobtes Marketing- und Sales-Konzept mit konkreten Instrumenten für den Einsatz im regionalen Markt und im Verbund mit anderen Franchise-Partner*innen. Zusätzlich setzen Sie überregionale/internationale Marketing- und Sales-Akti-

vitäten, die auf die Marke generell „einzahlen“ und so allen Franchise-Partner*innen zugutekommen (etwa die gemeinsame Website).

Training

Im Bereich der Aus- und Weiterbildung schaffen Sie die Voraussetzungen, um Ihr erprobtes Know-how auf Ihre Franchise-Partner*innen und deren Mitarbeiter*innen zu übertragen. Dafür ist es notwendig, klar zu analysieren, aus welchen Zielgruppen sich Ihre Franchise-Partner*innen zusammensetzen und mit welchen Vorkenntnissen diese eventuell bereits in die Grundausbildung kommen. Im nächsten Schritt entwickeln Sie ein modulares und anpassbares Trainingskonzept, um in theoretischer Wissensvermittlung und ergänzendem Training-on-the-job Ihren Franchise-Partner*innen und deren Mitarbeiter*innen das notwendige systemtypische Anwendungswissen für das Tagesgeschäft zu vermitteln. Wichtige Bestandteile der Aus- und Weiterbildung sind die Know-how-Dokumentation und das Franchise-Intranet.

Fortbildungen und Schwarmwissen

ÖFV-Mitglieder profitieren vom Schwarmwissen der Community und Fortbildungen zu vielfältigen – für die Franchise Wirtschaft relevanten – Themen. Veranstaltungen, sowohl digital als auch in Präsenz, bieten zudem regelmäßig eine Plattform für den Austausch von Know-how, Erfahrungen, Trends und Innovationen.

So vielfältig die Branchen der Mitglieder-Systeme sind, so vielfältig sind auch die Themen der **Virtual Stages**: von Marken- und Designschutz über Know-how-Dokumentation, Onboarding neuer Partner*innen, Erfolgsfaktoren im Partner*innen-Management, Controlling und Benchmarking, Standortanalyse, Künstliche Intelligenz uvm.



Die Suche und Analyse des Standortes

Standort

Die richtige Wahl des Standortes ist ein entscheidender Faktor für den gemeinsamen Erfolg. Die endgültige Standortentscheidung wird meist im Konsensverfahren getroffen. Ist der Standort gefunden, gibt es klare Vorgaben für die Einrichtung und Ausstattung des Standortes und die notwendigen systemtypischen Kennzeichnungselemente.

Impuls von Wolf Graf

WIGeoGIS, wigeogis.com

Unsere Empfehlung ist es, Ihre Franchise-Partner*innen mit datenbasierten Analysen beim erfolgreichen Auf- und Ausbau zu unterstützen. Mithilfe datenbasierter geografischer Analysen sind richtige Standortentscheidungen und optimale regionale Gebietsstrukturen im Franchising keine Frage des Bauchgeföhls mehr.



WIGeoGIS

Vor der genauen Standortanalyse ist ein Check der Region sinnvoll, die Sie in Betracht ziehen:

- Gibt es für mein Franchise-System ausreichend Potenzial in der Region?
- Wo macht es wirtschaftlich Sinn, Standorte zu eröffnen?
- Ist meine Zielgruppe dort vertreten?
- Wenn passende Zielgebiete gefunden wurden, können potenzielle Standorte adressgenau analysiert werden, um die erfolgversprechendsten Standorte zu finden.

So erfahren Sie schnell:

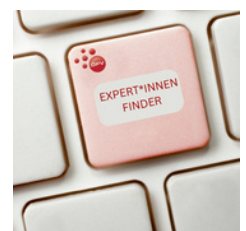
- wie das Potenzial und Umfeld des potenziellen Standortes aussehen
- wo sich Mitbewerber*innen befinden
- wie stark Ihre Zielgruppe vertreten ist
- welche Infrastruktur vorhanden ist
- ob es zu Kannibalisierung mit weiteren eigenen Standorten kommt

EXPERT*INNEN-FINDER

Exklusives Netzwerk und Expert*innenpool

Der ÖFV bietet nicht nur Networking für Mitglieder, sondern auch Zugang zu einem starken Expert*innen-Pool mit langjähriger und umfassender Erfahrung im Franchising: Von Beratung im Aufbau und in der Expansion von Franchise-Systemen, Rekrutierung von Franchise-Partner*innen, Versicherung,

Standortsuche und -analyse, Steuerberatung Finanzierungen, PR- und Marketing-Beratung, Rechtsberatung uvm. Dies fördert effizientes Arbeiten und Wissensaustausch. Klicken & blicken Sie durch!



Die Kapitalausstattung

Als zukünftige*r Franchise-Geber*in gehen Sie mit einigen Investitionen in Vorleistung. Bis das System eigene Gewinne erwirtschaftet, kann es je nach Konzeptentwicklung einige Zeit dauern. Stellen Sie sicher, dass Ihre Kapitalausstattung ausreichend ist. Dazu erarbeiten Sie am besten eine Liquiditäts- und Investitionsplanung, in der Sie Ihre Investitionen für den Aufbau Ihrer Franchise-Organisation sowie für die Entwicklung Ihres Franchise-Konzeptes und für die Suche und Auswahl geeigneter Franchise-Partner*innen einkalkulieren. Wie lange dauert „Ihre Durststrecke“, bis Sie in der Franchise-Zentrale kostendeckend arbeiten und wie viele Franchise-Partner*innen sind notwendig für die Überschreitung der Gewinnschwelle?

Der Franchise-Vertrag

Der Franchise-Vertrag legt die rechtliche Basis Ihrer zukünftigen Vertragsbeziehungen fest und regelt die Rechte und Pflichten der beteiligten Partner*innen. Lassen Sie diesen Vertrag von einer im Franchise-Recht versierten Rechtsanwaltskanzlei ausarbeiten. Aufgrund der Komplexität solcher Verträge muss jeder Vertrag individuell erarbeitet werden, ein standardisiertes Muster hierfür gibt es nicht.

Franchise-Verträge sind die „juristische Klammer“ um die Franchise-Partnerschaft, gleichzeitig sollen sie so abgefasst werden, dass sie für Laien verständlich und an Franchise-Interessierte „verkäuflich“ bleiben.

Die Know-how-Dokumentation

Jedes seriöse Franchise-System verfügt über eine detaillierte Know-how-Dokumentation (Franchise-Handbuch), in der das konkrete, systemtypische Anwendungswissen beschrieben ist. Angaben über die Art des Geschäfts, Richtlinien zur Einrichtung und Ausstattung eines Ladenlokals, Vorgehensweisen im Bestellwesen, Anweisungen zum Auftreten gegenüber Kund*innen uvm. sind Bestandteil des Franchise-Handbuches. Ergänzt wird die schriftliche Dokumentation um ein systemeigenes Franchise-Intranet, das die Instrumente zum Einsatz im Tagesgeschäft der Franchise-Partner*innen enthält, wie etwa Vorlagen, Muster, Checklisten und vieles mehr. Die Know-how-Dokumentation ermöglicht den Wissenstransfer und ist somit eine wesentliche Leistung der Franchise-Zentrale und auch Bestandteil des Franchise-Vertrages.

Der Test

In der praktischen Erprobungsphase in einem oder mehreren Pilotbetrieben zeigt sich, ob Ihr Geschäftsmodell auf dem Markt bestehen kann. Der Erfolg des Pilotbetriebes dient den zukünftigen Franchise-Partner*innen als Nachweis für das Funktionieren des Systems.

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg und auch viel Freude bei der Ausarbeitung und Umsetzung Ihres ganz persönlichen Franchise-Systems. Sie beschreiten einen spannenden Weg, der Sie vor viele Herausforderungen stellen und Sie gleichzeitig faszinieren wird!

5.3. Die Erfolgsfaktoren

Ob sich Ihr Franchise-System am Markt etablieren kann und erfolgreich sein wird, hängt von einer Reihe grundlegender Faktoren ab. Hier stellen wir Ihnen die wichtigsten Hard Facts vor.

Marktpotenzial

Voraussetzung für den Franchise-Erfolg ist ein auf Dauer, mindestens 10 Jahre, gesichertes Marktpotenzial. Um das zu prüfen, ist eine Zielgruppenbedarfsanalyse hilfreich, die den regionalen und überregionalen Bedarf langfristig untersucht. Beste Erfolge versprechen Produkte/Leistungen in einem ausgewiesenen Wachstumsmarkt.

Partnerpotenzial

Um Ihr Franchise-System erfolgreich wachsen zu lassen, benötigen Sie ein ausreichendes Potenzial an Franchise-Partner*innen. Der Markt der Franchise-Existenzen ist ein Anbieter-Markt, das Partnerpotenzial der Engpass für das Wachstum vieler Franchise-Systeme. Bei der Definition des Anforderungsprofils an Ihre zukünftigen Franchise-Partner*innen schaffen Sie idealerweise den Balanceakt, klare Kriterien für die Suche und Auswahl (persönlich, fachlich und finanziell) zu formulieren, ohne die Zahl potenzieller Partner*innen zu reduzieren.

Die Erfahrung zeigt, dass branchenfremde Partner*innen für manche Businessarten oft flexibler sind und sich schneller in das Konzept einarbeiten als Branchenkenner*innen. Überlegen Sie genau, welche Persönlichkeiten Sie für Ihr System suchen!

Übertragbarkeit der Erfolgsformel

Franchise-Erfolg basiert auf der Übertragbarkeit des Konzeptes. Um die Grundidee reproduzierbar zu machen und gleichzeitig zu schützen, ist eine exakte Definition aller grundlegenden Parameter notwendig. Wenn die Komponenten klar standardisiert und in der Know-how-Dokumentation beschrieben sind und sich gut auf andere Standorte und Persönlichkeiten übertragen lassen, sind beste Voraussetzungen gegeben.

Kapitalbasis

Voraussetzung für Ihren Erfolg ist neben einem guten Konzept vor allem die Finanzierung der Vorleistungen der System-Entwicklung. Darunter fällt die Finanzierung des eigenen Pilotbetriebes und der System-Zentrale. Hinzu kommen die Kosten für die Vertragskonzeption, für die Erstellung der Know-how-Dokumentation sowie für die Suche und Auswahl qualifizierter Franchise-Partner*innen.

Aus- und Weiterbildung, laufende Unterstützung und Betreuung der Franchise-Partner*innen

Franchising ist eine Organisationsform, die auf der engen Zusammenarbeit selbstständiger Unternehmer basiert. Nach Abschluss der Pilotphase und der ersten Expansion Ihres Franchise-Systems wird Ihre Hauptaufgabe in der laufenden Betreuung und Beratung Ihrer Franchise-Partner*innen (Partner*innen-Management), im Ausbau des Leistungsspektrums der System-Zentrale und in der Aus- und Weiterbildung der Franchise-Partner*innen samt deren Mitarbeiter*innen liegen.

Bindungskraft

Das schnelle Geld wird nicht mit schnell wechselnden Franchise-Partner*innen verdient. Franchise-Systeme benötigen aufgrund des umfangreichen Know-how-Transfers Partnerschaften, die auf eine langfristige Zusammenarbeit ausgelegt sind. Darum ist es wichtig, sich bereits in der Phase der Franchise-Konzeption zu überlegen, welche Bindungselemente zukünftige Franchise-Partner*innen in einem Franchise-System halten – etwa die bekannte Marke, der Bezug zum Produkt, systemspezifische Soft- und Hardware, aber auch Zugehörigkeit, Stolz, „emotionale Heimat“ oder zum Beispiel Notfallkonzepte.

5.4. Partner*innen finden

Das Konzept

Ihr Erfolg bei der Gewinnung von Partner*innen hängt von mehreren Faktoren ab. Wichtigste Basis ist ein funktionierendes Rekrutierungskonzept, in dem Sie Ihr Franchise-System mit seiner ganzen Firmengeschichte und dem Unternehmenserfolg sowie das Franchise-Leistungspaket anschaulich darstellen.

Wo liegen die Stärken Ihres Franchise-Systems? Was sind Ihre Vorteile gegenüber dem Wettbewerb? Und wesentlich für Ihre zukünftigen Partner*innen: Wie sind die realen Erfolgsaussichten?

Wie soll er*sie sein?

Nehmen Sie sich Zeit für diese wichtige Überlegung. Beleuchten Sie alle Details und analysieren Sie, welcher Typ mit welcher Qualifikation (persönlich, fachlich, finanziell) und Erfahrung am besten zu Ihrem Franchise-System und auch zu Ihrer Persönlichkeit passt. Ein sorgfältig ausgearbeitetes Persönlichkeitsprofil ist die beste Voraussetzung für die Definition von Zielgruppen und die Entwicklung geeigneter Instrumente für die erfolgreiche Suche und Auswahl von Franchise-Partner*innen.

Nicht die Einzelaktion bringt bei der Ansprache von Franchise-Interessierten den Erfolg, sondern ein strategisch zusammengestellter Mix aus Rekrutierungsinstrumenten, abgestimmt auf die definierte Zielgruppe und Ihr Rekrutierungsbudget.

Erfolgsversprechende Wege der Partner*innen-Rekrutierung

- Eigene Rekrutierungs-Website: Präsentation des Franchise-Systems mit Kontaktformular
- Homepage des Österreichischen Franchise-Verbands
- Kooperation mit Gründer*innen-Servicestellen und Franchise-Portalen
- Anzeigenschaltung in Branchen- und/oder Franchise-Magazinen (Beharrlichkeit bringt den Erfolg!)
- Franchise-Messen: Messen sind ein wichtiges Instrument zur Imagebildung, Markenpflege und Rekrutierung. Sie bauen unmittelbar persönliche Kontakte und Netzwerke auf.
- Branchen- und Franchise-Verzeichnisse
- Mundpropaganda
- Jobportale
- Bestehende Franchise-Partner*innen in die Suche und Ansprache von Interessierten einbinden
- Vorträge auf zielgruppenrelevanten Veranstaltungen
- Regionale Informationsveranstaltungen
- Hinweise in bestehenden Standorten
- Professionelle Pressearbeit zum Franchise-System und zu einzelnen Franchise-Partner*innen

5.5. Rechtliche Aspekte für Franchise-Geber*innen

Impuls von Thomas Schneider

Zumtobel + Kronberger + Rechtsanwälte, eulaw.at



ZUMTOBEL + KRONBERGER + RECHTSANWÄLTE OG

Der Franchise-Vertrag ist in Österreich gesetzlich nicht geregelt. Die juristisch herrschende Meinung definiert ihn als einen gemischten Vertrag, der unter anderem Elemente eines Bestandsvertrages (Miete oder Pacht) und eines Lizenzvertrages enthält.

Es bestehen Ähnlichkeiten zu einem Vertragshändlervertrag und er beinhaltet Aspekte eines (nicht) selektiven oder (nicht) ausschließlichen Vertriebes. Im Unterschied zu einer horizontalen Kooperation von Unternehmen, die der gleichen Wirtschaftsstufe angehören, ist Franchising eine vertikale kooperative Form der Zusammenarbeit von Unternehmen verschiedener Wirtschaftsstufen.

Franchising ist als vertikale Vertriebsform im Sinne der „EU-Gruppenfreistellungsverordnung“ (GVO) erfasst, mit welcher bestimmte Gruppen vertikaler Vereinbarungen und abgestimmter Verhaltensweisen zwischen Vertriebspartner*innen für zulässig erklärt werden.

Gemäß der Rechtsprechung des Obersten Gerichtshofes in Österreich wird durch den „Franchise-Vertrag“ ein Dauerschuldverhältnis begründet, durch das der*die Franchise-Geber*in (FG) den Franchise-Partner*innen gegen Entgelt (auch Gebühren genannt) das Recht einräumt, bestimmte Waren und Services zur Verfügung zu stellen. Dabei gewährt der*die Franchise-Geber*in den Franchise-Partner*innen Beistand, Rat und Schulung in technischer, verkaufstechnischer und organisatorischer Hinsicht und übt eine Qualitätskontrolle über die Geschäftstätigkeit aus.

In jedem Franchise-System (zB. Vertriebs-, Dienstleistungs-, Produktions- oder Social-Franchising) sind Franchise-Geber*in und Franchise-Partner*in rechtlich selbstständige Unternehmen, die auf eigene Rechnung und

im eigenen Namen tätig werden. Ebenso sind die straffe Organisation und das einheitliche Auftreten am Markt charakteristisch für jedes Franchise-System.

Der*die Franchise-Geber*in räumt den Partner*innen im Rahmen des Vertrages die entgeltliche Nutzung des Geschäftskonzeptes und Franchise-Systems ein, um ein vereinbartes Vertragsgebiet aktiv zu bearbeiten. Der*die Franchise-Partner*in erhält erprobtes Wissen und Instrumente zur Umsetzung in Form des Franchise-Handbuchs, meistens ergänzt um ein internes Softwaresystem, als Know-how-Dokumentation zur Verfügung. Diese Dokumentation stellt die wichtigsten Ausbildungs-, Wissens- und Weiterbildungsquellen dar, während der Vertrag die Zusammenarbeit regelt.

Nachstehende Vertragselemente bedürfen besonderer Aufmerksamkeit:

Gewerbliche Schutzrechte und Know-how

Oftmals ist der*die Franchise-Geber*in im Besitz der zu lizenzierenden Marke(n), Domain(s) respektive hält sie/er die (ausschließlichen) Verwertungsrechte an Claims, Grafiken, Werbeslogans oder am Know-how. Insbesondere die genaue Beschreibung, Art und Umfang der Benutzung, Umgang mit Rechtsverletzungen durch Dritte oder durch Franchise-Partner*innen müssen vom Vertrag erfasst sein.

Aufgrund der langen Vorlaufzeit (formale Prüfung und Veröffentlichung) empfiehlt es sich, rechtzeitig mit dem Markenschutz für den räumlichen Bereich zu beginnen (empfehlenswert sind zumindest 9 bis 12 Monate), in dem das Franchise-System künftig umgesetzt werden soll (zB. nur in AT oder auch in DE oder in der EU oder etwa auch in Nicht-EU-Mitgliedstaaten). Den Kern jeder Marke stellt das sogenannte Waren- und Dienstleistungsverzeichnis dar, welches den weitblickenden Inhalt des Franchise-Systems beinhalten muss. Auch an den Schutz insbesondere von Ausstattungen des Franchise-Betriebes durch das Designrecht soll gedacht werden.

Vertragsgebiets- und Kundenschutz

Für die Umsetzung des Geschäftskonzeptes wird ein räumlich definiertes Vertragsgebiet eingeräumt, welches auch erweitert werden kann – etwa wenn Expansionskriterien erfüllt werden. Als Schutz wird oftmals ein Gebietschutz eingeräumt, wonach weder andere Franchise-Partner*innen noch der*die Franchise-Geber*in selbst in diesem Vertragsgebiet einen weiteren Standort betreiben dürfen. Sollten im Vertragsgebiet Kund*innen zur Bearbeitung überlassen werden, ist eine Regelung empfehlenswert. Während die Franchise-Partner*innen ihre Gebiete aktiv zu bearbeiten haben, ist es ihnen gleichzeitig nicht gestattet, in Vertragsgebiete anderer Partner*innen oder jene der Franchise-Geberin, des Franchise-Gebers hinein-zuarbeiten.

Bezugsbindungen

In der Regel ist eine solche Bindung, die über den Hauptgegenstand der Franchise hinausgehen (etwa Zubehör, Ersatzteile oder

Betriebsmittel), nicht gerechtfertigt. Insbesondere wegen des Kartellrechts müssen solche Beschränkungen im Einzelfall geprüft werden. Eine Bezugsbindung für nicht mehr als fünf Jahre ist grundsätzlich zulässig, kann unter bestimmten Voraussetzungen auch vertraglich erneuert werden oder von vornherein länger sein. Hier gilt es, genau zu prüfen, welche Voraussetzungen gegeben sind!

Preisbindungen

Diese stellen eine sogenannte Kernbeschränkung nach der GVO dar. Sowohl Preisabsprachen als auch die (un)mittelbare Festsetzung der An- und Verkaufspreise sind wettbewerbswidrig. Grundsätzlich sind die Festlegung von Höchstpreisen oder Preisempfehlungen hingegen zulässig, ebenso klar definierte und für einen kurzen Zeitraum angebotene Aktionspreise oder Sonderangebotskampagnen.

(Nachvertragliches) Wettbewerbsverbot

Grundsätzlich sind solche Verbote, die den Franchise-Partner*innen während der Vertragslaufzeit und auch für die Dauer von höchstens 12 Monaten ab Beendigung des Vertrages untersagen, zum Franchise-System in Wettbewerb zu treten, gestattet.

Franchise-Gebühren

Für die Nutzung des Franchise-Konzeptes und der Überlassung des Know-hows sowie für die Teilnahme am Franchise-System erhebt die Franchise-Zentrale Gebühren, die sich grundsätzlich aus einer einmaligen Franchise-Einstiegsgebühr, der laufenden Franchise-Gebühr, der laufenden Marketing(pool)- und Vertriebsgebühr und oftmals aus der IT-Gebühr zusammensetzen.

Vertrieb von Franchise-Lizenzen

Impuls von Alexandra Tripolt

VBC Academia Gesellschaft für Erwachsenenbildung
vbc.biz



Gewinnung neuer Franchise-Partner*innen = Verkauf von Franchise-Lizenzen

**Sie expandieren und suchen nach neuen Franchise-Partner*innen?
Denken Sie wie ein Vertriebsprofi!**



Mit steigender Anzahl professioneller Franchise-Systeme und einer sinkenden Zahl von Menschen, die sich selbstständig machen wollen, wandelt sich der Markt: Franchise-Bewerber*innen sind nun umworbene Interessent*innen, die zwischen verschiedenen beruflichen Optionen wählen. Dies führt zu einer Verschiebung der Dynamik: Es wird zunehmend wichtiger, sich als attraktives System zu verkaufen, um Franchise-Partner*innen zu gewinnen.

Erfolgshebel der Partner*innen-Gewinnung aus Vertriebsicht

- **Selbstreflexion**

Sehen Sie Ihre Interessent*innen nur als Bewerber*innen oder als potenzielle Partner*innen, die Sie aktiv für Ihr System gewinnen möchten? Sind Sie zu 100% davon überzeugt, dass Ihr Franchise-System hervorragend ist und eine echte Win-Win-Situation bietet?

- **Erster Eindruck**

Haben Sie an allen Kontaktpunkten dafür gesorgt, dass der erste Eindruck perfekt ist und die Kontaktaufnahme so niedrigschwellig wie möglich gestaltet ist?

- **Fragenkatalog**

Haben Sie einen auf Ihr System zugeschnittenen Fragenkatalog entwickelt, der alle relevanten Informationen und Motivationen der Interessent*innen effektiv erfasst?

- **Fürsprecher*innen und Referenzen**

Können Sie Interessent*innen begeisterte Empfehlungen von bestehenden Partner*innen oder Systemmitgliedern bieten? Verweisen Sie auf Qualitätssiegel und Zertifizierungen, die Ihr System auszeichnen?

- **USPs klar kommunizieren**

Formulieren Sie die Vorteile und Alleinstellungsmerkmale Ihres Systems klar und ansprechend, um die Attraktivität zu steigern?

- **Umgang mit Einwänden**

Wie reagieren Sie auf Einwände von Interessent*innen? Unterscheiden Sie dabei zwischen berechtigten Einwänden und Gründen, die außerhalb Ihrer Kontrolle liegen?

- **Wertdarstellung**

Stellen Sie den Wert Ihrer Partnerschaft bereits in der ersten Kennenlernphase deutlich heraus, noch bevor finanzielle Aspekte wie Anfangsinvestitionen oder laufende Gebühren zur Sprache kommen?

Wenn Sie diese Aspekte berücksichtigen, steigern Sie Ihre Chancen, Ihren Marktanteil in einem hart umkämpften Umfeld zu vergrößern.

6. Für Franchise-Partner*innen

Franchise-Systeme eignen sich sowohl für unerfahrene Jungunternehmer*innen als auch für erfahrene Profis, die ihr bestehendes Business einer starken Marke anschließen wollen oder planen, neu durchzustarten.

6.1. Ihre Vorteile als Franchise-Partner*in

- Schneller Marktzugang und risikoärmere Selbständigkeit
- Kompetente Betreuung durch die Franchise-Zentrale
- Sie erhalten Zugang zu einem erprobten und bewährten Geschäftsmodell
- Die Franchise-Zentrale liefert ständig aktuelles Know-how durch Schulung und Training
- In vielen Fällen Unterstützung bei der Beschaffung eines guten Standorts
- Die vielfältige Unterstützung durch die System-Zentrale ermöglicht Ihnen die Konzentration auf die eigenen Stärken
- Ihr Unternehmen hat das Image eines Großunternehmens mit geschützter Marke
- Ein gemeinsamer Marktauftritt und überregionale Werbeaktivitäten
- Sie profitieren durch Einkaufs- und Kostenvorteile
- Sicherung hoher Gewinnspannen durch Wettbewerbsvorteile
- Als Partner*in eines starken Systems erhalten Sie leichteren Zugang zu Finanzierungen – erhöhte Kreditwürdigkeit
- Sicherheit und Menschlichkeit durch Kooperation
- Sie sind selbstständig und doch nicht allein: „Gemeinsam statt einsam!“

6.2. In vier Schritten zur Franchise-Partnerschaft

Sie finden die Idee des Franchisings interessant und fragen sich, ob es das Richtige für Sie sein könnte? Wir unterstützen Sie in Ihren Überlegungen. Beantworten Sie sich folgende Fragen.

Vorüberlegung: Bin ich geeignet?

Zuerst stellt sich die Frage nach Ihrer persönlichen Eignung für ein Franchise-System. Auf den vorhergehenden Seiten haben Sie schon eine Menge über die Aufgaben von Franchise-Geber*in und -Partner*in erfahren. Sie führen Ihr eigenes Unternehmen nach Ihren Vorstellungen und nach den Vorgaben der Franchise-Zentrale. Ist das ein Gedanke, der Ihnen gefällt? Wie fühlt es sich an?

Schritt 1: Grundlegende Fragen

- Will ich mich einem leistungsstarken Verbund anschließen und dabei die für das Funktionieren des jeweiligen Franchise-Systems notwendigen Qualitätsvorgaben einhalten?
- Ist mir der wirtschaftliche Erfolg wichtiger als die unbedingte Verwirklichung meiner eigenen Ideen?
- Sehe ich es als Vorteil an, unter der Marke des Franchise-Systems zu arbeiten?
- Fällt es mir leicht, vorgegebene Standards zu akzeptieren und umzusetzen?
- Kann ich die Fachkompetenz anderer anerkennen und deren Ratschläge oder Anweisungen befolgen?
- Kann ich mit gleichberechtigten Partner*innen zusammenarbeiten?

- Will ich mich im Wesentlichen auf Verkauf, Servicierung der Kund*innen, Erschließung des regionalen Marktes und die Führung meiner Mitarbeiter*innen konzentrieren?
- Will ich in einem Team arbeiten?
- Bin ich bereit, Entscheidungen, die mir vielleicht im einen oder anderen Fall nicht gefallen, zu akzeptieren und dennoch umzusetzen?
- Passt das Produkt/die Dienstleistung zu mir und meiner Persönlichkeit?

Sie haben alle Fragen mit JA beantwortet? Sehr gut! Dann gehen Sie weiter zu Schritt 2.

Schritt 2: Erfolgsentscheidende Fragen

- Kann ich Menschen motivieren und führen?
- Verfüge ich über ausreichend kaufmännische und/oder fachliche Qualifikationen für die Selbstständigkeit und bin ich bereit, laufend dazuzulernen?
- Steht meine Familie hinter meiner Entscheidung?
- Bin ich bereit, mehr als 40 Stunden in der Woche zu arbeiten?
- Bin ich bereit, meine Erfahrungen an andere weiterzugeben?
- Habe ich genügend Eigenkapital für die Gründung eines Unternehmens?
- Habe ich Sicherheiten für eine zumindest teilweise Fremdfinanzierung?
- Habe ich genug kurzfristig verfügbare finanzielle Reserven, um die ersten Monate zu überbrücken?

Sie können auch diese Fragen mit JA beantworten? Dann haben Sie grundsätzlich das Potenzial für eine erfolgreiche Franchise-Partnerschaft.

Schritt 3: Franchise-Eignungs-Check

Als Erweiterung haben wir für Sie einen Online-Check entwickelt. Zehn Fragen zu Ihrer Unternehmer*innen-Persönlichkeit geben Ihnen noch mehr Aufschluss darüber, ob Sie

als Franchise-Partner*in geeignet sind. Die schriftliche Auswertung unterstützt Sie bei der Entscheidungsfindung.

Unser Tipp für Sie als Franchise-Interessent*in: Schätzen Sie Ihre Situation offen und ehrlich ein und antworten Sie möglichst spontan – denn es gibt bei diesem Fragebogen kein Richtig und kein Falsch!

Hier geht es zum Franchise-Eignungs-Check

<http://umfrage.franchise.at/umfrage>



Nun geht es an die Suche nach dem passenden Franchise-System.

Schritt 4: Mein Franchise-System

Sicher, manche Branchen – speziell im Handwerk – erfordern eine fachliche Qualifikation, die unerlässlich ist. Dennoch ist es gerade im Franchising vielfach möglich, sich in einer völlig neuen Branche einzubringen und erfolgreich zu werden. Denken Sie daher ganz am Anfang nicht in engen Bahnen, sondern überlegen Sie, was Sie am liebsten tun würden, womit wollen Sie Ihren Arbeitsalltag verbringen?

Haben Sie sich für eine oder mehrere mögliche Branchen entschieden, deren Muss-Qualifikationen Sie mitbringen, so kann die aktive Suche nach dem richtigen System losgehen. Mindestens ebenso wichtig wie Ihr persönlicher Einsatz ist das gegenseitige partnerschaftliche Vertrauen. Daher sollten Sie Ihr zukünftiges Franchise-System sorgfältig prüfen und sich bestmöglich informieren. Nur wenn Sie sich optimal mit dem Unternehmen identifizieren, können Sie es auch erfolgreich vertreten.

6.3. Sieben goldene Regeln zur Auswahl des richtigen Franchise-Systems

1. Zeit lassen

Prüfen Sie Alternativen und lassen Sie sich nicht unter Druck setzen. Schließlich geht es um eine langfristige Bindung. Versuchen Sie abzuschätzen, ob das Franchise-Konzept auch auf Dauer wettbewerbsfähig ist.

Unterschreiben sollten Sie nur, wenn Sie restlos von Ihrer Wahl überzeugt sind. Seien Sie „verliebt“ in das Konzept Ihres neuen Partners!

2. Referenzen erfragen

Werden Sie hellhörig, wenn die Franchise-Zentrale keine Pilotbetriebe bzw. bestehende Franchise-Partner*innen vorweisen kann. Sie bleibt damit den Beweis schuldig, dass Sie mit dem Konzept Geld verdienen können.

3. Bodenhaftung behalten

Vorsicht ist angebracht, wenn Ihnen schnelle und leicht verdiente Gewinne versprochen werden. Franchising ist keine Lizenz zum Gelddrucken! Daher sollten Sie sich immer eine detaillierte Muster-Rentabilitätsberechnung vorlegen lassen.

4. Betriebe besichtigen

Reden Sie mit anderen Franchise-Partner*innen des gewählten Systems, um eine realistische Vorstellung von Ihrer zukünftigen Selbstständigkeit zu bekommen.

Wichtig: Es reicht nicht, nur mit den Ansprechpartnern*innen zu sprechen, die Ihnen die Zentrale vermittelt. Besuchen Sie von sich aus Franchise-Partner*innen Ihrer Wahl. So lässt sich leicht herausfinden, ob die vorgelegten Zahlen erreichbar sind. Ebenso können Sie fragen, ob Sie für eine gewisse Zeit in einem Betrieb mitarbeiten können. Interessierte Franchise-Geber*innen räumen Ihnen diese Möglichkeit ein.

5. Expertise einholen

Lassen Sie sich zum Beispiel von im Franchising erfahrenen Rechtsanwält*innen, von

Franchise-Berater*innen, der Wirtschaftskammer und von den Franchise-Verbänden Tipps geben und beraten.

6. Risiko einkalkulieren

Seien Sie sich bewusst, dass Sie als Franchise-Partner*in Unternehmer*in sind und somit das unternehmerische Risiko tragen. Franchise-Geber*innen können Ihnen eine „Erfolgsformel“ bieten, aber niemals eine Erfolgsgarantie geben.

Die Franchise-Zentrale schafft mit ihrem Know-how und ihrer Unterstützung nur die Voraussetzungen für Ihren Erfolg, den Sie allerdings in letzter Konsequenz selbst erarbeiten müssen.

7. Leistungen vergleichen

Die Höhe der Gebühren sagt nichts über ein Franchise-System aus. Es kommt vielmehr darauf an, welche Leistungen Sie dafür erhalten. Vergleichen Sie die Gebühren und Leistungen mehrerer Systeme, um eine echte Bewertungsgrundlage zu haben.

Befolgen Sie die sieben goldenen Regeln und Sie haben Ihr Franchise-System gefunden!

System-Finder

Selbstständig sein und sich dabei nicht allein fühlen! Franchising bietet zahlreiche Vorteile für angehende Unternehmer*innen. Doch bevor Interessent*innen diesen Sprung wagen, stellen sich für sie einige wichtige Fragen, u.a.: Wie finde ich das passende Franchise-System? Der Österreichische Franchise-Verband stellt die Qualitätsgemeinschaft der Franchise-Systeme in Österreich dar und unterstützt bei der Suche. Mit dem System-Finder des ÖFV haben Interessent*innen und potentielle Franchise-Partner*innen die Möglichkeit, gezielt nach Franchise-Systemen in unterschiedlichen Branchen zu suchen.



6.4. Checkliste für das Rekrutierungs-Gespräch

Die nachfolgenden Fragen haben wir für Sie zusammengestellt und empfehlen Ihnen, diese bei Ihren Gesprächen mit potenziellen Franchise-Geber*innen abzuklären. Damit erhalten Sie einen klaren Überblick und eine fundierte Entscheidungshilfe bei der Auswahl des richtigen Systems.

1. Welche Vorteile/Stärken hat das System im Markt, im Verkauf und Einkauf?

- Wie sind die Produkte/Dienstleistungen im Markt positioniert?
- Worin bestehen die (Wettbewerbs-)Vorteile des Konzeptes?
- Welche Daten über die jeweiligen Marktverhältnisse werden zur Verfügung gestellt?
- Haben die Produkte/Dienstleistungen Konkurrenzvorsprung/Alleinstellung?
- Unterliegt das Geschäft saisonalen Schwankungen?
- Weist die Franchise-Zentrale die Eintragung von gewerblichen Schutzrechten (Marke, Warenzeichen, Dienstleistungsmarke, Wort-/Bildzeichen) nach?
- Wie lange ist das Franchise-System auf dem Markt? Gibt es rechtliche Verbote/Hindernisse?
- Gibt es spezielle Einkaufskonditionen für Franchise-Partner*innen?

2. Stimmt das „Zahlenwerk“?

- Gibt es eine Wirtschaftlichkeitsberechnung für die Franchise-Zentrale?
- Gibt es eine Wirtschaftlichkeitsberechnung für den Betrieb der Franchise-Partner*in?
- Wie hoch ist das realistische Einkommen? Zeithorizont!
- Wie kann der Erfolgsnachweis erbracht werden?
- Sind alle Kosten enthalten, auch die kalkulatorischen Kosten?

- Wie lange ist die Anlaufzeit/„Durststrecke“?
- Welche Leistung erhalte ich für die Eintritts- und die laufenden Gebühren?
- Was ist extra zu zahlen?
- Ist in der Investitionsaufstellung Reservekapital enthalten?
- Werden die Zahlen des Pilotbetriebs offengelegt?

3. Situation des Franchise-Systems

- Wie lange ist das System am Markt?
- Wie professionell ist das Management? Wie viel Erfahrung ist vorhanden?
- Kapital und persönliche Verhältnisse? Firmen bzw. Marken-Image schon existent?
- Wie viele Franchise-Partner*innen arbeiten bereits im System bzw. wie viele sind realistisch?
- Wie lange existieren diese Franchise-Partner*innen? Wie viele sind gescheitert?
- Ist das Franchise-System Mitglied im ÖFV?
- Hat die Franchise-Zentrale den ÖFV-System-Check absolviert?
- Gibt es einen Pilotbetrieb (Testgeschäft)?

4. Ist das Franchise-Paket „hieb- und stichfest“?

- Passen die Idee, das Produkt/die Dienstleistungen, das System zu mir?
- Ist Erfahrung/Qualifikation erforderlich?
- Gibt es ein Anforderungsprofil für potenzielle Franchise- Partner*innen?
- Gibt es eine umfassende Ausbildung/Schulung?
- Steht die Franchise-Zentrale mit Rat und Tat zur Seite?

- Wie sieht die laufende Beratung und Betreuung aus?
- Wie sind die Prozesse und die Betreuung der Partner*innen organisiert?
- Unterstützt die Franchise-Zentrale durch eine komplette Betriebsvorbereitung/schlüsselfertige Übergabe?
- Welche laufenden Serviceleistungen werden geboten?
- Sind Werbung und Verkaufsförderung effizient?
- Welchen Leistungsbeitrag stellt die Franchise-Zentrale selbst für Werbung zur Verfügung?
- Ist im Vertrag verbrieft, was versprochen wird?
- Wie erfolgt das laufende Controlling und Benchmarking im Franchise-System?
- Existiert ein umfangreiches Franchise-Handbuch zur Betriebsführung?
- Gibt es systemeigenes Intranet?
- Gibt es im System institutionalisierte Franchise-Partner*innen-Gremien (Beiräte)?
- Welchen Leistungsbeitrag stellt die Franchise-Zentrale nachweislich für Marketing/Sales zur Verfügung?
- Bietet die Franchise-Zentrale die Möglichkeit, bestehende Franchise-Partner*innen kennenzulernen?

5. Standort und Finanzierung

- Ist die Franchise-Zentrale Standortspezialistin, oder hat sie dafür Expert*innen?
- Hilft sie bei der Standortbeschaffung? Stimmt das Miete-/Umsatz-Verhältnis?
- Erhalte ich Finanzierungsmittel durch Förderstellen?
- Hat die Franchise-Zentrale ein Finanzierungsmodell?
- Wer ist Hauptmieter*in?

6. Status Franchise-Entwicklung Know-how-Dokumentation

- Existiert ein vollständig entwickeltes Franchise-Leistungspaket?
- Ist das Franchise-Leistungspaket professionell dokumentiert (Know-how-Dokumentation/Intranet)?
- Wird Einsicht in das Franchise-Handbuch gewährt?
- Wird/wurde professionelle Franchise-Beratung in Anspruch genommen?
- Ist die Pilotphase abgeschlossen und dokumentiert?
- Welche Expansionsziele verfolgt die Franchise-Zentrale?

7. Wichtige Vertragspunkte

- Handelt es sich um eine Franchise für eine Nebenerwerbstätigkeit oder Hauptexistenz?
- Erhalte ich Gebietsschutz?
- Bekomme ich die Option auf weitere Standorte (Expansion)?
- Wie sind die Kündigungsgründe/-fristen?
- Wie steht es um die Veräußerungsoptionen?
- Ist eine Konkurrenzklausel enthalten?
- Wie lange ist die Vertragsdauer?
- Gibt es Verlängerungsmöglichkeiten?
- Wie regelt die Franchise-Zentrale eventuelle Differenzen (Mediation)?
- Wie lange habe ich Zeit, den Franchise-Vertrag vor Unterschrift zu prüfen?
- Ist der Franchise-Vertrag rechtlich geprüft (Rechtsbestätigung eines Verbandes), fair und verständlich formuliert?

8. Welche sonstigen Informationen will die Franchise-Zentrale noch geben?

9. Wo können Referenzen über das System eingeholt werden?

6.5. Mögliche Fallstricke für Franchise-Partner*innen

Impuls von Barbara Steiner

SOLUTO, soluto.cc




SOLUTO

Eine Franchise-Partnerschaft bedeutet die Übernahme von bestehenden, erprobten und erfolgreichen Strukturen, Prozessen und Geschäftsmodellen. Was auf den ersten Blick als Asset erscheint, kann jedoch unter Umständen als Einschränkung wahrgenommen werden. Daher müssen vorab einige Punkte beachtet werden, um Fallstricke zu umgehen und Enttäuschungen zu vermeiden.

MEIN TIPP

-> Frage dich kritisch, wie wichtig dir die Werte Sicherheit vs. Freiheit in deinem Business sind. Franchising lebt nach der Devise „disagree but commit“ – und das bedeutet, dass man auch Eingeständnisse im Aufbau und in der Ausrichtung des Unternehmens machen muss. Dafür erhält man ein gutes Maß an Sicherheit durch die Gemeinschaft der Franchise-Partner*innen und die Unterstützung durch die Franchise-Zentrale.

Konkret heißt das weiter, dass es im Franchising eine durch den Vertrag und die Know-how-Dokumentation geregelte Arbeitsteilung gibt.

MEIN TIPP

-> Informiere dich genau über die im System vereinbarte Arbeitsteilung. Passt sie zu dir? Machen dir die für die Franchise-Partner*innen vorgesehenen Aufgaben Spaß und erfüllen sie dich? Nimmst du die Leistungen der Franchise-Zentrale gerne an? Bist du offen für Feedback und Beratung?

Im Franchising bedient man sich einer etablierten und erprobten Marke, die durch Aktivitäten der Franchise-Zentrale und der Franchise-Standorte gefüttert wird. Deshalb ist es unabdingbar, dass die Markenwerte und die damit einhergehende Kommunikation den eigenen Vorstellungen und Werten entsprechen.

MEIN TIPP

-> Recherchiere in den Social Media und Branchenmedien und informiere dich über die Kommunikationsstrategie und deren Inhalte. Passt das, was du liest, zu dir und stimmst du dem zu?

Geht man davon aus, dass Franchise-Systeme wenig Zeit beanspruchen und sofort und unmittelbar hohe Gewinne bringen, so sind Misserfolg und Enttäuschung vorhersehbar. Denn trotz der Expertise der Franchise-Zentrale und der Übernahme einer etablierten Marke braucht es gerade zu Beginn der Partnerschaft Durchhaltevermögen und ein gewisser finanzieller Polster, um das Geschäft aufzubauen und anzukurbeln.

Der Business-Plan auf die Laufzeit des Franchise-Vertrages gibt zwar Orientierung und Sicherheit, trotzdem kann es sein, dass du dich auf finanzielle Durststrecken vorbereiten musst.

MEIN TIPP

-> Gehe in Kontakt mit bestehenden Franchise-Partner*innen und frage sie nach ihren Erfahrungen und Tipps.

Last but not least geht es um eine gründliche Prüfung des Franchise-Vertrages, denn dieser wird für die guten, aber vor allem für die schlechten Zeiten geschlossen.

MEIN TIPP

-> Nimm juristische Unterstützung in Anspruch, frage bei der Vertragsbesprechung alles nach, was nicht ganz klar ist, und nimm dir ausreichend Zeit für die vorvertragliche Aufklärung. Nach der Unterschrift ist es zu spät!

Die Entscheidung für oder gegen eine Franchise-Partnerschaft ist gleichermaßen Kopf- und Bauchsache. Einerseits – auf der rationalen Ebene – muss das Leistungspaket der Franchise-Zentrale zu den angeführten Gebühren und Investitionen passen, das Geschäftsmodell erprobt und in die Zukunft ausgerichtet und der Business-Plan nachvollziehbar und realistisch sein. Auf der anderen – emotionalen – Seite braucht es Vertrauen in die Unternehmenswerte, eine attraktive, anziehende Marke und den unbedingten Wunsch, Teil eines Franchise-Systems zu sein – mit allen Vor- und Nachteilen. Die Interessen des Systems sind nicht individuell, sondern systemisch ausgerichtet und wesentliche Werte sind Synergie, Kooperation, Kommunikation auf Augenhöhe und Vertrauen. Wir bei SOLUTO nennen das unsere **Netzwerkraft!**

Grundsätzlich gilt:

Lasse dir Zeit, um Partner*in, Familie und Freunde einzubeziehen, nimm deine Gefühle ernst, hole Referenzen ein, ziehe Expert*innen zu Rate, kalkuliere das Risiko und vergleiche Leistungen – dies sind die wichtigsten Punkte, um mögliche Stolpersteine auf dem Weg in eine erfolgreiche Franchise-Partnerschaft zu vermeiden.

ÖFV-Services: Ihr Erfolgsnetzwerk Exklusive Tools & Support für ÖFV-Mitglieder

FRANCHISE-EIGNUNGSCHECK

Für potentielle Franchise-Partner*innen

Ist Franchising etwas für mich? Zehn Fragen zur individuellen Unternehmer*innen-Persönlichkeit! Wer Franchise-Partner*in werden möchte, sollte vorab die eigenen Voraussetzungen als Unternehmer*innen-Persönlichkeit abklären.

Der Fragebogen des Österreichischen Franchise-Verbands unterstützt dabei.

Den Franchise-Eignungs-Check finden Sie online unter www.franchise.at



REKRUTIERUNGS-FIBEL

Zur erfolgreichen Gewinnung neuer Franchise-Partner*innen

Die ÖFV-Broschüre bietet Unterstützung für Franchise-Geber*innen bei der Suche nach idealen Partner*innen. Die Fibel beleuchtet die positiven Aspekte des Franchisings, definiert Basiswerte und Vorteile für Partner*innen.

Sie beschreibt Zielgruppen,

Anforderungsprofile und Persönlichkeiten, gibt Einblicke in den Rekrutierungsprozess, Kosten und rechtliche Aspekte. Praktische Tipps für das professionelle Gespräch sowie Buchempfehlungen und Weblinks ergänzen die Fibel.



6.6. Rechtliche Aspekte für Franchise-Partner*innen

Impuls von Hubertus Thum

Paragon Advocacy, paragon-advocacy.com

Franchising ist mehr als nur die Erlaubnis, eine fremde Marke zu verwenden: Es wird eine (idealerweise) erfolgreiche Geschäftsidee multipliziert. Franchise-Partner*innen bekommen das Recht, aber auch die Pflicht, das in Form eines Franchise-Handbuchs dokumentierte und erprobte Know-how zu nutzen. Dabei besteht eine wechselseitige Treue- und Unterstützungspflicht. Beide Seiten sollen an einem Strang ziehen.



Franchising und einheitlicher Außenauftritt

Aus Kundensicht lebt Franchising gerade davon, dass die Erwartungen hinsichtlich des Produktes oder der Dienstleistung – unabhängig vom Standort und jeweiligen Franchise-Partner*innen – in ähnlicher Qualität und Art erfüllt werden. Im Sinne der Einheitlichkeit darf, ja müssen die Franchise-Partner*innen sogar die Marken und das Corporate Design der Franchise-Geberin, des Franchise-Gebers verwenden. Die Franchise-Zentrale hat das erprobte Know-how nicht nur ständig weiterzuentwickeln, sondern auch an ihre Franchise-Partner*innen in Form des Franchise-Handbuchs weiterzugeben.

Ein umfangreicher Katalog an Rechten und Pflichten im Franchise-Vertrag soll dabei sicherstellen, dass das Franchise-Konzept von allen Franchise-Partner*innen sauber umgesetzt wird. Sofern gewisse Grenzen bei den vertraglichen Vorgaben nicht überschritten werden, profitieren davon im Idealfall nicht nur der*die Franchise-Geber*in, sondern auch alle Franchise-Partner*innen. Meist wird mit der Vereinbarung von Vertragsstrafen versucht, jene Franchise-Partner*innen in den Griff zu bekommen, die einzelne Vorgaben der System-Zentrale nicht einhalten.

Investitionen aus Sicht der Franchise-Partner*innen

Für die Leistungen der Franchise-Zentrale und die Nutzung der Vertragsrechte (zB. Markenrechte) bezahlt der*die Franchise-Partner*in eine laufende, üblicherweise umsatzabhängige Franchise-Gebühr. Gegenleistungen sind die kontinuierliche Weiterentwicklung des Franchise-Systems inklusive Know-how und Marketingkonzept. Ziel ist es, Wettbewerbsvorteile dauerhaft zu sichern.

Zu Beginn ist meist eine Eintrittsgebühr fällig. Diese soll primär die Leistungen der Franchise-Zentrale hinsichtlich der Systemeingliederung abgelden. Je nach Franchise-System fallen darunter zB. Einführungsschulungen, Aktivierung systemspezifischer Software etc. Auch eine Gebühr für die Reservierung des Vertragsgebietes ist denkbar. Eine Rückforderung der Einstiegsgebühr ist meist vertraglich ausgeschlossen und gestaltet sich in der Praxis schwierig.

Abhängig von der Branche und den konkreten Umständen sind neben der Eintrittsgebühr auch Investitionen in ein Geschäftslokal oder einen Bürostandort notwendig.

Vertragslaufzeit und Ausstiegsmöglichkeiten

Viele Franchise-Verträge sind befristet auf beispielsweise fünf Jahre abgeschlossen. Meist besteht kein Recht auf eine ordentliche Kündigung vor Ablauf dieser fünf Jahre. Das heißt, lässt sich der*die Franchise-Geber*in nichts Gravierendes zu Schulden kommen und ändern sich die Umstände des Vertragsabschlusses nicht drastisch, hat der*die Franchise-Partner*in üblicherweise keine Möglichkeit, den Vertrag ordentlich zu kündigen.

Die Anfangsinvestitionen und laufenden Kosten sind oft beträchtlich. Aufgrund der oben beschriebenen Kündigungsproblematik sollte ein*e Franchise-Interessent*in deshalb nicht nur das Franchise-System selbst, sondern auch den Franchise-Vertrag vorab genau prüfen. Der Franchise-Vertrag legt die wesentlichen rechtlichen Spielregeln und Konsequenzen bei Verstößen fest. Die Prüfung durch eine spezialisierte Anwaltskanzlei ist hier gut investiertes Geld und erspart viel Ärger und unnötige Streitigkeiten.

Vorvertragliche Aufklärung

Der*die Franchise-Geber*in ist verpflichtet, Franchise-Partner*innen vor Vertragsabschluss über alle wesentlichen Umstände des Franchise-Systems aufzuklären. Dies betrifft nicht nur die positiven, sondern auch etwaige nachteilige Aspekte des Franchise-Systems und des konkreten Standortes oder Vertragsgebietes. Verstößt der*die Franchise-Geber*in gegen die diesbezüglichen Verpflichtungen, hat der*die Franchise-Partner*in unter Umständen Schadenersatzansprüche und Anspruch auf Auflösung des Vertrages.

Obwohl die Judikatur hier durchaus zugunsten der Franchise-Interessent*innen ausfällt, ist man gut beraten, das Franchise-System im Vorfeld kritisch und detailliert zu prüfen. Auch hier stellt die Unterstützung durch spezialisierte Berater*innen meist eine sinnvolle Investition dar. Unnötige Fehler beim Vertragsabschluss und fehlgeschlagene Investitionen können dadurch vermieden werden.

Do's and Don'ts für Franchise-Interessierte

Do's

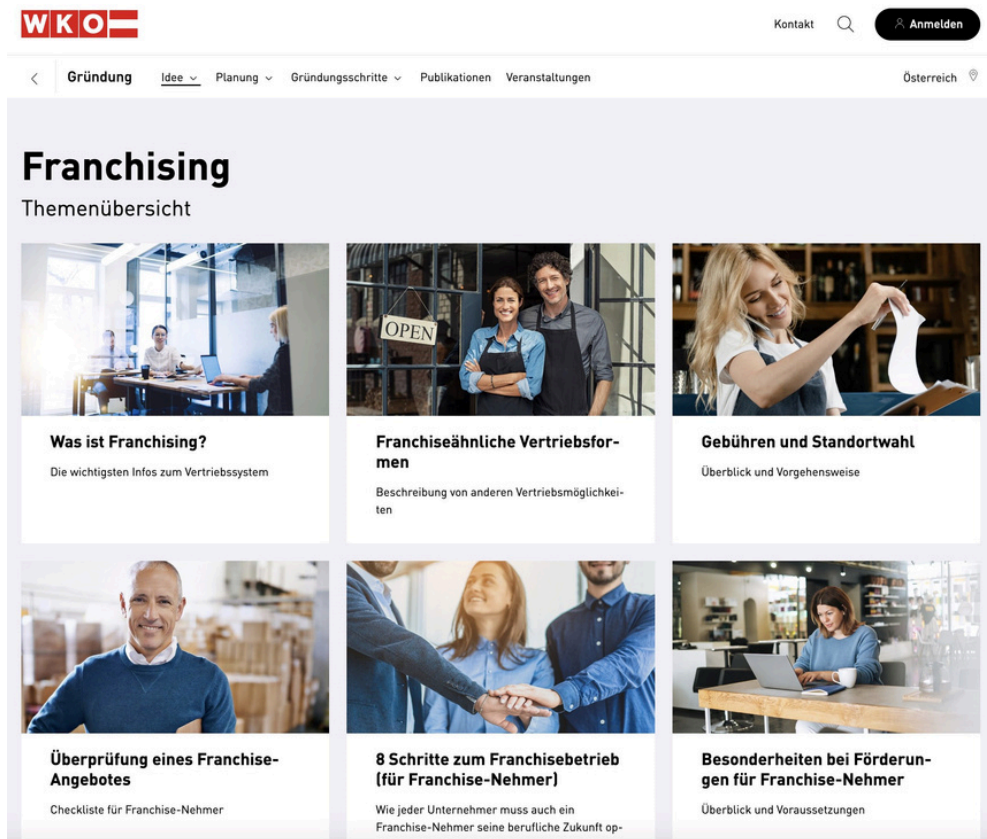
- Vorab genau informieren und kritisch nachfragen
- Vertrag insbesondere vor Unterfertigung genau durchlesen und prüfen lassen
- Businessplan prüfen
- Investitionen und laufenden Kosten detailliert prüfen
- Was passiert am Ende der Vertragslaufzeit?
- Zusagen schriftlich geben lassen

Don'ts

- Unterfertigung des Franchise-Vertrages, ohne alle Punkte gelesen und zu haben
- Uninformierte Entscheidung treffen
- Keine Unterstützung durch (spezialisierte) Berater*innen

6.7. Gründerservice der WKO

Ihre Selbstständigkeit beginnt entweder mit einer eigenen Idee oder Sie steigen in ein bestehendes Franchise-System ein. Das Gründerservice der Wirtschaftskammern ist Ihr Türöffner in die Welt des Unternehmertums.



Persönlich beraten - noch besser durchstarten

Finden Sie auf der Gründerservice-Website Ihre nächste aus über 90 lokalen Beratungsstellen in ganz Österreich und vereinbaren Sie einen kostenlosen Termin für Ihre persönliche Gründungsberatung vor Ort. So bleiben keine Fragen offen, und Ihrem Erfolg steht nichts mehr im Weg. Wir unterstützen aktiv im gesamten Gründungsprozess: von umfassenden Informationen, Services, Tools und Publikationen bis hin zu Veranstaltungen und persönlicher Beratung zu Themen wie etwa Gewerberecht, Gewerbeanmeldung, Rechtsform, Sozialversicherung, Steuern, Standortanalysen, Finanzierung, Förderungen, Betriebsanlagengenehmigung etc. Neben kostenloser, persönlicher Beratung

stehen auch Online-Tools wie z.B. der Gründerguide oder die Finanzplanungs-Software „Plan4You“ zur Verfügung.

Umfassende Informationen finden Sie dazu im **Internet** unter www.gruenderservice.at Im Bereich „Idee -> Franchising“ finden Sie weitere hilfreiche Informationen rund um das Thema Franchising.

Nutzen Sie auch die diversen **Publikationen** wie etwa den „Leitfaden zur Gründung“: www.gruenderservice.at/publikationen

Wichtige Links:

www.gruenderservice.at
 LinkedIn: Gründerservice
 Tik Tok @dasfoundicheasy
 Youtube.com/gruenderservice
www.facebook.com/gruenderservice

7. Unternehmensgründung mit Franchise – Ihr Weg zur Selbstständigkeit im Franchising

7.1. Gründung als Franchise-Nehmer*in

Impuls von Joachim Zierhofer

KPS Partner Steuerberatung | Wirtschaftsprüfung GmbH
kps-partner.at



1. Gründungsstrategie

- **Marktforschung:** Durchführen einer gründlichen Analyse des lokalen Marktes, um das Verhalten der Kund*innen und die Konkurrenzsituation zu verstehen.
- **Standortwahl:** Auswahl eines optimalen Standorts basierend auf Faktoren wie Verkehrsanbindung, Kundendichte und Wettbewerbsumfeld.
- **Erstellung eines aussagekräftigen Businessplans:** Sie erhalten in den allermeisten Fällen hier aktive Unterstützung von ihrem*ihre Franchise-Geber*in.

2. Finanzielle Planung

- **Startkapital:** Einschätzung der anfänglichen Investitionen und laufenden Kosten, einschließlich der Einrichtungsgebühren, Inventarbeschaffung und laufenden Betriebskosten.
- **Finanzierungsquellen:** Evaluierung verschiedener Finanzierungsmöglichkeiten wie Bankdarlehen, Förderungen und geförderter Kredite.

3. Rechtliche Aspekte

- **Vertragsverständnis:** Gründliche Prüfung und Verständnis aller Bedingungen des Franchise-Vertrags, einschließlich der Rechte und Pflichten beider Parteien.
- **Lizenzen und Genehmigungen:** Sicherstellung, dass alle erforderlichen behördlichen Genehmigungen und Lizenzen für den Betrieb des Franchise-Unternehmens eingeholt wurden. (Gewerbeberechtigung, etc.)

4. Training und Unterstützung

- **Franchisenehmer-Schulung:** Teilnahme an Schulungsprogrammen und Workshops, die von dem*der Franchise-Geber*in angeboten werden, um die betrieblichen Abläufe, Standards und Unternehmenskultur zu erlernen.

Eine erfolgreiche Gründung als Franchise-Nehmer*in erfordert eine sorgfältige Planung und Umsetzung in allen Bereichen des Geschäfts: von der Standortauswahl bis hin zur operativen Durchführung und dem Marketing.

7.2. Gründung als Franchise-Geber*in

1. Gründungsstrategie

- **Systematisierung:** Entwicklung eines klar definierten und reproduzierbaren Geschäftsmodells, das die operativen Abläufe, Vertriebswege und Kundeninteraktionen umfasst.
- **Markenbildung:** Aufbau einer starken und attraktiven Marke durch die Gestaltung eines einheitlichen Erscheinungsbildes, einer aussagekräftigen Markenbotschaft und eines konsistenten Markenauftritts.

2. Finanzielle Planung

- **Kapitalbedarf:** Berechnung des finanziellen Bedarfs für die Entwicklung und Einführung des Franchisesystems, einschließlich der Kosten für Markenaufbau, Systementwicklung und Startkapital für den Betrieb.
- **Finanzierungsstrategien:** Entwicklung von Finanzierungsmodellen und -strategien zur Bereitstellung von Kapital für potenzielle Franchise-Nehmer*innen, einschließlich der Erschließung von Finanzierungsmöglichkeiten wie Bankdarlehen, Eigenkapitalinvestitionen und Franchise-Gebühren.

3. Rechtliche Aspekte

- **Franchiseverträge:** Erstellung umfassender und rechtlich abgesicherter Franchise-Verträge, die die Rechte, Pflichten und Erwartungen sowohl von dem*der Franchise-Geber*in als auch von dem*der Franchise-Nehmer*in klar definieren.

- **Schutz des geistigen Eigentums:** Sicherstellung des Schutzes von Markenzeichen, Logos, Handelsnamen und anderen geistigen Eigentumsrechten durch die Registrierung von Marken und Patenten sowie die Implementierung von Sicherheitsmaßnahmen zur Verhinderung von Markenmissbrauch und -verletzungen.

4. Training und Unterstützung

- **Trainingsprogramme:** Entwicklung detaillierter Schulungsprogramme und Schulungsmaterialien für neue Franchise-Nehmer*innen, die Schulungen zu operativen Abläufen, Produktkenntnissen, Kundenservice und Markenrichtlinien umfassen.
- **Unterstützungssysteme:** Bereitstellung kontinuierlicher operativer, technischer und marketingbezogener Unterstützung für Franchise-Nehmer*innen durch Schulungen, Beratungsdienste, technischen Support und Zugang zu zentralisierten Ressourcen und Systemen.

5. Marketing und Expansion

- **Werbeförderung:** Bereitstellung zentralisierter Marketingstrategien, Werbematerialien und Kampagnen, um die Markenbekanntheit zu steigern, Kund*innen anzuziehen und den Umsatz zu steigern.
- **Wachstumsstrategie:** Entwicklung einer klaren und umfassenden Expansionsstrategie, die die Identifizierung neuer Standorte, die Auswahl geeigneter Franchise-Nehmer*innen und die Implementierung effektiver Marketing- und Vertriebsstrategien umfasst, um das Franchisetzwerk zu vergrößern und das Geschäftswachstum zu fördern.

7.3. Die zentrale Rolle des Businessplans

Die zentrale Rolle des Businessplans im Franchising ist sowohl für Franchise-Nehmer*innen als auch für Franchise-Geber*innen von entscheidender Bedeutung, da er als strategischer Leitfaden dient, der die Weichen für den Erfolg stellt.

Für Franchise-Nehmer*innen

Der Businessplan der Franchise-Nehmerin, des Franchise-Nehmers dient als persönlicher Fahrplan und Werkzeug, um nicht nur die Geschäftsoperationen zu planen, sondern auch um potenzielle Finanzierungen zu sichern. Er muss folgende Elemente umfassen:

- **Anpassung der Vorlagen:** Nutzen Sie die von dem*der Franchise-Geber*in bereitgestellten Businessplan-Vorlagen als Ausgangspunkt. Passen Sie diese jedoch an Ihre spezifischen lokalen Bedingungen und Marktsituationen an. Dies beinhaltet die Anpassung an lokale Marktgegebenheiten, Kundenbedürfnisse und Wettbewerbslandschaft.
- **Detaillierte Finanzplanung:** Der Plan sollte eine detaillierte Aufstellung der erwarteten Startkosten, laufenden Betriebskosten und möglichen Einnahmequellen enthalten. Dazu zählen Franchise-Gebühren, Anfangsinvestitionen, Marketingkosten, Mitarbeiter*innengehälter und administrative Kosten.
- **Ertragsprognosen:** Erstellen Sie realistische Umsatz- und Gewinnprognosen basierend auf Marktanalysen und Erfahrungen ähnlicher Franchise-Betriebe in vergleichbaren Regionen.
- **Risikobewertung:** Bewerten Sie potenzielle Risiken und wie Sie diese managen können, einschließlich Marktveränderungen oder unerwarteten betrieblichen Herausforderungen.

Für Franchise-Geber*innen

Der Businessplan der Franchise-Geberin, des Franchise-Gebers muss die umfassende Strategie und Struktur des Franchise-Systems darlegen und ist entscheidend für die Anwerbung neuer Franchise-Nehmer*innen sowie für die Sicherung von Investitionen.

- **Machbarkeits- und Rentabilitätsnachweis:** Der Plan sollte detailliert die Durchführbarkeit des Geschäftsmodells und die erwartete Rentabilität aufzeigen, um potenzielle Investoren und Franchise-Nehmer*innen zu überzeugen.
- **Unterstützungsstrategien:** Beschreiben Sie, wie Sie Franchise-Nehmer*innen in verschiedenen Bereichen wie Training, Marketing und Betriebsführung unterstützen werden. Dies umfasst Schulungsprogramme, Marketinghilfen, laufende Beratung und technische Unterstützung.
- **Netzwerkführung und Skalierungspläne:** Legen Sie dar, wie das Netzwerk verwaltet und skaliert wird. Dies beinhaltet Expansionsstrategien, Management der Qualitätssicherung über verschiedene Standorte hinweg und Strategien für nachhaltiges Wachstum.
- **Finanzstrategien:** Der Plan sollte detaillierte Informationen über die Finanzstruktur des Franchise-Systems enthalten, einschließlich Eintrittsgebühren, laufenden Franchise-Gebühren und anderen Einnahmequellen wie Warenverkäufe oder Dienstleistungen.

In beiden Fällen ist es entscheidend, dass der Businessplan nicht nur eine finanzielle Projektion darstellt, sondern auch als dynamisches Instrument genutzt wird, das regelmäßig überprüft und angepasst wird, um auf Veränderungen im Markt oder in der Betriebsstruktur zu reagieren. Eine sorgfältige Planung und regelmäßige Aktualisierung des Businessplans sind wesentlich, um die langfristige Entwicklung und den Erfolg im Franchising zu gewährleisten.

7.4. Die Auswahl der richtigen Rechtsform

Die Auswahl der richtigen Rechtsform ist ein entscheidender Schritt für jede*n, der im „Franchising“ tätig werden möchte – sei es als Franchise-Nehmer*in oder als Franchise-Geber*in. Diese Entscheidung hat weitreichende Implikationen für die rechtlichen, steuerlichen und betrieblichen Aspekte Ihres zukünftigen Unternehmens.

Die richtige Rechtsform kann Ihnen helfen, Ihre persönliche Haftung zu minimieren, etwaige Steuervorteile zu nutzen und Ihre Geschäftsziele effektiver zu erreichen.

Franchise-Nehmer*innen müssen eine Rechtsform wählen, die ihren individuellen Bedürfnissen und der Natur ihres Franchise-Vertrags entspricht, während Franchise-Geber*innen eine Struktur benötigen, die das Wachstum und die Verwaltung ihres Netzwerks unterstützt. In beiden Fällen sollte die Entscheidung auf einer gründlichen Bewertung der spezifischen Geschäftsanforderungen, der finanziellen Situation und der langfristigen strategischen Ziele basieren.

In Österreich gibt es verschiedene Rechtsformen, die für die Gründung und den Betrieb von Unternehmen zur Verfügung stehen. Hier ist eine **Übersicht** über die gängigsten Arten, sowie die erst kürzlich neu eingeführte Rechtsform der FlexKapG (Flexible Kapitalgesellschaft).

1. Einzelunternehmen

- **Stammkapital:** Kein Mindestkapital erforderlich.
- **Haftung:** Persönliche und unbeschränkte Haftung mit dem gesamten Privat- und Geschäftsvermögen.
- **Steuerliche Behandlung:** Der Gewinn unterliegt der Einkommensteuer.
- **Beteiligung:** Nur eine Person.

2. Offene Gesellschaft (OG)

- **Stammkapital:** Kein Mindestkapital erforderlich.
- **Haftung:** Unbeschränkte, solidarische Haftung aller Gesellschafter mit ihrem Privatvermögen.
- **Steuerliche Behandlung:** Gewinne werden den Gesellschaftern zugerechnet und unterliegen der Einkommensteuer.
- **Beteiligung:** Mindestens zwei Personen.

3. Kommanditgesellschaft (KG)

- **Stammkapital:** Kein gesetzlich vorgeschriebenes Mindestkapital; Einlagen der Kommanditisten sind vertraglich frei vereinbar.
- **Haftung:**
 - Komplementäre:
 - Rolle und Rechte: Persönlich haftende Gesellschafter mit Geschäftsführungsbefugnis und Vertretung nach außen.
 - Haftung: Unbeschränkt mit ihrem Privatvermögen.
 - Kommanditisten:
 - Rolle und Rechte: Kapitalgeber ohne Geschäftsführungsbefugnis, beschränkte Einflussnahme.
 - Haftung: Auf die Höhe ihrer Einlage beschränkt.
- **Steuerliche Behandlung:** Gewinne werden anteilig als persönliches Einkommen der Gesellschafter versteuert und unterliegen der Einkommensteuer.
- **Beteiligung:** Mindestens zwei Personen, darunter mindestens ein Komplementär und ein Kommanditist.

4. Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH)

- **Stammkapital:** Neu festgelegtes Mindeststammkapital von 10.000 Euro, wovon 5.000 Euro bei Gründung bar einzuzahlen sind.
- **Haftung:** Beschränkt auf die Höhe der Einlagen. *(Bei einer GmbH beschränkt sich die Haftung der Gesellschafter zwar grundsätzlich auf ihre Einlage, jedoch kann es unter bestimmten Umständen, wie etwa bei persönlicher Bürgschaft, Verletzung von Geschäftsführerplichten oder bei steuerlichen Vergehen, zu einer persönlichen Haftung kommen.)*
- **Steuerliche Behandlung:** Die Gesellschaft ist verpflichtet, ihre Gewinne mit einer Körperschaftsteuer von 23 % zu versteuern. Sollte im Laufe eines Geschäftsjahres weder Gewinn noch Verlust erwirtschaftet werden, ist eine Mindestkörperschaftssteuer von 5 % des vorgeschriebenen Mindeststammkapitals zu entrichten. Gewinnausschüttungen an die GesellschafterInnen unterliegen der Kapitalertragssteuer in Höhe von 27,5%.
- **Beteiligung:** Eine oder mehrere Personen, keine Höchstgrenze.

5. Aktiengesellschaft (AG)

- **Stammkapital:** Mindestens 70.000 Euro, davon müssen mindestens 25%, plus ein etwaiger Agio (Aufschlag auf den Nennwert der Aktien) eingezahlt werden.
- **Haftung:** Aktionäre haften nur bis zur Höhe ihrer Kapitaleinlage.
- **Steuerliche Behandlung:** Der Gewinn einer AG unterliegt in Österreich der Körperschaftsteuer, die derzeit bei 23% liegt.

- Dividenden, die an die Aktionäre ausgezahlt werden, unterliegen einer zusätzlichen Kapitalertragsteuer von 27,5%.
- **Beteiligung:** Eine oder mehrere Personen, keine Höchstgrenze.

6. Flexible Kapitalgesellschaft (FlexKapG)

- **Stammkapital:** Mindestens 10.000 Euro, davon mindestens 5.000 Euro in bar einzuzahlen. Unternehmenswert-Anteile können ab 0,01 Euro ausgegeben werden, dürfen aber 25% des Stammkapitals nicht überschreiten.
- **Haftung:** Beschränkt auf die Höhe der Einlagen. *(Bei der FlexKapG beschränkt sich die Haftung der Gesellschafter zwar grundsätzlich auf ihre Einlage, jedoch kann es unter bestimmten Umständen, wie etwa bei persönlicher Bürgschaft, Verletzung von Geschäftsführerplichten oder bei steuerlichen Vergehen, zu einer persönlichen Haftung kommen.)*
- **Steuerliche Behandlung:** Die Gesellschaft ist verpflichtet, ihre Gewinne mit einer Körperschaftsteuer von 23 % zu versteuern. Sollte im Laufe eines Geschäftsjahres weder Gewinn noch Verlust erwirtschaftet werden, ist eine Mindestkörperschaftssteuer von 5 % des vorgeschriebenen Mindeststammkapitals zu entrichten. Gewinnausschüttungen an die GesellschafterInnen unterliegen der Kapitalertragssteuer in Höhe von 27,5%
- **Beteiligung:** Eine oder mehrere Personen, keine Höchstgrenze.

7.5. Leitfaden zur Gründung und Eintragung

7.5.1. Leitfaden zur Gründung und Eintragung eines Einzelunternehmens

Für die Gewerbebeanmeldung benötigen Sie folgende Unterlagen:

A) Wenn Sie den Befähigungsnachweis selbst erbringen:

- Gültiger Reisepass oder Personalausweis
- Strafregisterbescheinigung aus Ihrem Herkunftsland, amtlich beglaubigt übersetzt, falls Sie weniger als fünf Jahre in Österreich wohnen
- Nachweis der Befähigung, z.B. Meisterprüfung oder entsprechende Zeugnisse
- Erklärung über das Nichtvorliegen von Gewerbeausschlussgründen
- Niederlassungsnachweis bzw. Aufenthaltserlaubnis bei Drittstaatsangehörigen

B) Wenn Sie eine gewerberechtliche Geschäftsführung anstellen:

- Reisepass oder Personalausweis der gewerberechtlich verantwortlichen Person
- Strafregisterbescheinigung und Niederlassungsnachweis wie oben
- Sozialversicherungsbestätigung der Österreichischen Gesundheitskasse (ÖGK) für mindestens 20 Wochenstunden

Sozialversicherung und Finanzamt

Sozialversicherung der Selbständigen (SVS):

Die Meldung bei der SVS ist innerhalb des ersten Monats der Tätigkeit notwendig und kann zusammen mit der Gewerbebeanmeldung erfolgen.

Finanzamt: Die gewerbliche Tätigkeit muss ebenfalls im ersten Monat beim Finanzamt angezeigt und eine Steuernummer beantragt werden. Dies kann gleichzeitig mit der Gewerbebeanmeldung erfolgen.

7.5.2. Leitfaden zur Gründung und Eintragung von OG und KG

Gesellschaftsvertrag

Die Offene Gesellschaft (OG) und die Kommanditgesellschaft (KG) werden durch einen Gesellschaftsvertrag gegründet, der mündlich oder schriftlich abgeschlossen werden kann. Aus Gründen der Nachweisbarkeit wird jedoch ein schriftlicher Vertrag empfohlen.

Firmenbuch und Antragsstellung

Die Existenz einer OG/KG beginnt offiziell mit der Eintragung ins Firmenbuch. Gesellschafter können den Eintragungsantrag selbst verfassen. Alle Unterschriften und Musterzeichnungen müssen notariell oder am Bezirksgericht beglaubigt werden.

Folgende Unterlagen sind für die Eintragung erforderlich:

- Gesellschaftsvertrag (empfohlen, aber nicht zwingend)
- Notariell beglaubigte Musterzeichnungen der vertretungsbefugten Personen
- Notwendige Angaben im Antrag: Firmenname, Haftungssummen der Kommanditisten, Sitz und Geschäftsadresse der Gesellschaft, Geschäftszweig, persönliche Daten der Gesellschafter, Vertretungsregelungen und Gründungsdatum.

Gewerbeanmeldung

Eine elektronische Gewerbeanmeldung ist über das Gründerservice oder das Gewerbeinformationssystem Austria (GISA) möglich.

Erforderliche Dokumente umfassen:

- Persönliche Ausweise und Strafregisterbescheinigungen der beteiligten Personen, insbesondere wenn diese weniger als fünf Jahre in Österreich wohnen
- Erklärungen über das Nichtvorliegen von Gewerbeausschlussgründen

Finanzamt

Innerhalb des ersten Monats ist die gewerbliche Tätigkeit beim Finanzamt anzumelden und eine Steuernummer zu beantragen. Diese Meldung kann im Zuge der Gewerbeanmeldung erfolgen.

Sozialversicherung und Gesundheitskasse

- **Österreichische Gesundheitskasse (ÖGK):** Arbeitskräfte müssen vor Arbeitsantritt bei der ÖGK angemeldet werden. Auch jene Personen, die für die gewerberechtliche Geschäftsführung verantwortlich sind.
- **Sozialversicherung der Selbständigen (SVS):** Gesellschafter der OG und unbeschränkt haftende Gesellschafter der KG müssen sich binnen eines Monats bei der SVS melden. Dies kann direkt während der Gewerbeanmeldung erfolgen.

7.5.3. Leitfaden zur Gründung & Eintragung von GmbH oder FlexKapG

A) Gesellschaftsvertrag

Der Gesellschaftsvertrag ist ein zentraler Schritt der Gründung. Er muss als Notariatsakt formuliert werden. Bei einer Einzelperson wird dies als Errichtungserklärung bezeichnet, die ebenfalls notariell zu beglaubigen ist. Die vereinfachte Gründung bietet eine Alternative zur klassischen Methode und sollte in Betracht gezogen werden.

B) Gesellschafterbeschluss fassen

Bestimmen Sie durch einen formellen Beschluss die Geschäftsführung und deren Vertretungsbefugnisse. Dieser Schritt kann, falls nicht bereits im Gesellschaftsvertrag enthalten, durch einen Notar beglaubigt oder privat durchgeführt werden.

C) Stammkapital sicherstellen

Für die Gründung einer GmbH ist ein Mindeststammkapital von 10.000 Euro erforderlich, von dem mindestens 5.000 Euro bar einzuzahlen sind. Die Einzahlung muss durch eine Bankbestätigung nachgewiesen werden, die der Geschäftsführung zur freien Verfügung steht.

D) Antrag auf Firmenbucheintragung stellen

Reichen Sie alle notwendigen Unterlagen für die Firmenbucheintragung ein. Dazu gehören der Gesellschaftsvertrag in notarieller Form, ein beglaubigter Gesellschafterbeschluss über die Bestellung der Geschäftsführer, ein Verzeichnis der Gesellschafter und Geschäftsführer, die Bankbestätigung sowie Musterzeichnungen der Geschäftsführer und eventueller Prokuristen.

E) Gewerbeanmeldung durchführen

Melden Sie Ihr Gewerbe über das Gründerservice, die Bezirks- oder Regionalstellen oder direkt über das Gewerbeinformationssystem Austria (GISA) an. Erforderlich sind Ausweise, ein Auszug aus dem Firmenbuch, Strafregisterbescheinigungen der Geschäftsführer und maßgeblich beteiligten Gesellschafter sowie Erklärungen über das Nichtvorliegen von Gewerbeausschlussgründen.

F) Anmeldung bei der Österreichischen Gesundheitskasse (ÖGK)

Vor Beginn der Tätigkeit müssen alle Mitarbeiter bei der ÖGK angemeldet werden. Diese Anmeldung ist entscheidend für die spätere Abführung der Sozialversicherungsbeiträge.

G) Sozialversicherungsanmeldung

Melden Sie die geschäftsführenden Gesellschafter innerhalb des ersten Monats nach Geschäftsaufnahme bei der Sozialversicherung der Selbständigen (SVS) an, falls keine Versicherung nach dem Allgemeinen Sozialversicherungsgesetz (ASVG) besteht.

H) Finanzamt und Steuernummer

Informieren Sie das Finanzamt über die Aufnahme Ihrer gewerblichen Tätigkeit und beantragen Sie eine Steuernummer. Diese Meldung kann auch im Rahmen der Gewerbeanmeldung erfolgen und wird von der Bezirksverwaltungsbehörde weitergeleitet.

I) Kommunale Bestimmungen beachten

Beachten Sie lokale Vorschriften bezüglich Flächenwidmung und Baugenehmigungen für Ihren Betriebsstandort. Melden Sie alle Beschäftigungsverhältnisse bei der zuständigen Gemeinde oder Stadt an, um die Kommunalsteuer abzuführen.

7.6. Gewerbeanmeldung

Um in Österreich ein Gewerbe auszuüben, ist eine Gewerbeberechtigung erforderlich. Diese Erlaubnis wird nach der Anmeldung bei der entsprechenden Gewerbebehörde erteilt. Die Anforderungen für die Gewerbeanmeldung variieren je nach Art des Gewerbes (frei oder reglementiert) und der Rechtsform des Gewerbetreibenden (Einzelunternehmer oder Gesellschaft).

Gewerbetätigkeiten können sowohl von Einzelpersonen als auch von anderen juristischen Personen, ausgeübt werden. Dabei gibt es unterschiedliche Anforderungen zu beachten.

Für Einzelpersonen gilt bei der Anmeldung eines Gewerbes, dass sie mindestens 18 Jahre alt sein müssen, die Staatsbürgerschaft eines EU- oder EWR-Landes besitzen oder einen gültigen Aufenthaltstitel vorweisen können. Zudem ist ein Wohnsitz in Österreich, einem EU-/EWR-Land oder der Schweiz erforderlich, und es dürfen keine Ausschlussgründe vorliegen.

Eingetragene Personengesellschaften sowie juristische Personen haben ebenfalls die Möglichkeit, Gewerbetätigkeiten auszuüben, müssen jedoch je nach Rechtsform unterschiedliche Anforderungen erfüllen.

Es gibt zwei Hauptkategorien von Gewerben:

Freie und reglementierte Gewerbe. Die Anmeldung und Ausübung dieser Gewerbe unterliegen unterschiedlichen Voraussetzungen gemäß der Gewerbeordnung (GewO): **Freie Gewerbe** können ohne speziellen

Qualifikationsnachweis angemeldet und ausgeübt werden, sofern die allgemeinen Anforderungen für die Gewerbeanmeldung erfüllt sind. Für die Anmeldung eines **reglementierten Gewerbes** ist ein Qualifikationsnachweis erforderlich. Dies bedeutet, dass der Gewerbetreibende ein Zeugnis über seine fachlichen und rechtlichen Kenntnisse, Fähigkeiten und Erfahrungen vorlegen muss.

Bei Einzelunternehmen muss der Inhaber entweder selbst den Qualifikationsnachweis erbringen oder einen gewerberechtlich qualifizierten Geschäftsführer bestellen.

Gesellschaften wie Offene Gesellschaften (OG), Kommanditgesellschaften (KG), Gesellschaften mit beschränkter Haftung (GmbH), Flexible Kapitalgesellschaft (FlexKapG), oder Aktiengesellschaften (AG) müssen einen gewerberechtlich qualifizierten Geschäftsführer bestellen, der stellvertretend für die Gesellschaft den Qualifikationsnachweis erbringt.

7.7. Sozialversicherung für Selbstständige

Für Franchisebetriebe gilt in Österreich das Prinzip der **Pflichtversicherung** in der Sozialversicherung. Sobald Sie als Franchisebetrieb eine Tätigkeit aufnehmen, werden Sie automatisch in das Sozialversicherungssystem integriert und müssen entsprechende Beiträge leisten. Es gibt nur sehr wenige Ausnahmen von dieser Regelung.

Selbstständige Franchise-Nehmer*innen werden gemäß dem Gewerblichen Sozialversicherungsgesetz (GSVG) von der Sozialversicherungsanstalt der Selbstständigen (SVS) versichert. Die Sozialversicherung umfasst verschiedene Bereiche wie **Krankenversicherung, Pensionsversicherung, Unfallversicherung und Selbstständigenvorsorge**. Die Versicherung tritt generell mit dem Erhalt der Gewerbeberechtigung in Kraft. Trotz der Mitteilung der Gewerbebeanmeldung durch die Gewerbebehörde an die Sozialversicherung der Selbstständigen, besteht die

Verpflichtung, sich innerhalb eines Monats selbst bei der Sozialversicherung der Selbstständigen zu melden.

Eine **Arbeitslosenversicherung** für Unternehmer*innen ist nicht verpflichtend, es besteht jedoch die Möglichkeit, eine freiwillige Versicherung gegen Arbeitslosigkeit abzuschließen.

Vor der Gründung Ihres Franchisebetriebs empfehlen wir Ihnen das Gespräch mit Ihrer steuerlichen Vertretung zu suchen, um Ihre individuelle Situation zu besprechen. Da die Sozialversicherung für Selbstständige ein komplexes Thema ist, kann Ihre steuerliche Vertretung Ihnen helfen, die spezifischen Regelungen zu verstehen, die Höhe Ihrer zukünftigen Sozialversicherungsbeiträge zu erörtern und die beste Vorgehensweise für Ihre Situation zu ermitteln.

7.8. Die Schlüsselsteuern für Unternehmen in Österreich: Ein Überblick über die Top 4

1. Umsatzsteuer (USt)

- Die **Umsatzsteuer** ist eine indirekte Verbrauchssteuer, die auf den Verkauf von Waren und Dienstleistungen erhoben wird.
- **Steuersatz:** Standardmäßig beträgt der **Umsatzsteuersatz in Österreich 20%**. Es gibt auch **ermäßigte Sätze von 10% und 13% für bestimmte Waren und Dienstleistungen**.
- **Melde- und Zahlungsfristen:** Unternehmen müssen ihre Umsatzsteuer-Voranmeldungen in der Regel monatlich oder quartalsweise abgeben, abhängig von ihrem Umsatzvolumen.

2. Körperschaftsteuer

- Die **Körperschaftsteuer** ist eine Steuer auf den Gewinn von Kapitalgesellschaften wie zum Beispiel bei GmbHs und AGs.
- **Steuersatz:** Der Körperschaftsteuersatz beträgt derzeit 23%.
- **Steuererklärung:** Unternehmen müssen jährlich eine Körperschaftsteuererklärung abgeben, um ihren steuerpflichtigen Gewinn zu berechnen.

3. Einkommensteuer (für Einzelunternehmer und Personengesellschaften)

- **Einzelunternehmer und Personengesellschaften** (z.B. OG, KG) versteuern ihre Gewinne über die Einkommensteuer.
- Bei einer **Offenen Gesellschaft** (OG) werden die Gewinne nicht auf Unternehmensebene besteuert, sondern den Gesellschaftern entsprechend ihrer prozentualen Beteiligung am Unternehmen zugerechnet. Diese Gewinne müssen von den Gesellschaftern dann in ihren persönlichen Einkommensteuererklärungen versteuert werden.
- Bei einer **Kommanditgesellschaft** (KG) erfolgt die Besteuerung ähnlich wie bei einer Offenen Gesellschaft (OG). Die Komplementäre, die persönlich haftenden Gesellschafter, versteuern ihre Gewinne über ihre persönliche Einkommensteuer, während die Kommanditisten ihre Gewinnanteile ebenfalls entsprechend ihrer prozentualen Beteiligung am Unternehmen versteuern.

Steuersatz (Stand August 2024*)

Die **Einkommensteuersätze für Unternehmen entsprechen den persönlichen Einkommensteuersätzen und variieren je nach Einkommenshöhe**. Die **Einkommensteuerstufen** bestimmen, wie viel Steuern Sie auf Ihr Einkommen zahlen müssen, und Ihr **Einkommen wird in verschiedene Bereiche eingeteilt**, die als Stufen bezeichnet werden. Je nachdem, wie viel Sie verdienen, können Sie in verschiedene Stufen fallen, und **jeder Bereich hat seinen eigenen Steuersatz**:

- ✓ Für ein Einkommen von **bis zu 12.816 €** beträgt der Grenzsteuersatz im Jahr 2024 **0%**.
- ✓ Bei einem Einkommen über **12.816 € bis 20.818 €** liegt der Grenzsteuersatz bei **20%**.
- ✓ Für Einkommen **zwischen 20.818 € und 34.513 €** beträgt der Grenzsteuersatz **30%**.
- ✓ Einkommen **zwischen 34.513 € und 66.612 €** werden mit einem Grenzsteuersatz von **40%** besteuert.
- ✓ Der Grenzsteuersatz beträgt **48%** für Einkommen **zwischen 66.612 € und 99.266 €**.
- ✓ Einkommen **zwischen 99.266 € und 1.000.000 €** unterliegen einem Grenzsteuersatz von **50%**.
- ✓ Für Einkommen **über 1.000.000 €** beträgt der Grenzsteuersatz **55%**.

Steuererklärung

Unternehmer müssen jährlich eine Einkommensteuererklärung einreichen, um ihre steuerpflichtigen Einkünfte zu offenbaren.

4. Kapitalertragsteuer (KESt)

- Die **Kapitalertragsteuer** wird auf Kapitalerträge wie Dividenden, Zinsen und Gewinne aus Kapitalvermögen erhoben.
- **Steuersatz:** Der Steuersatz beträgt grundsätzlich 27,5%

**) Die angeführten Steuersätze gelten zum aktuellen Zeitpunkt (Stand August 2024). Sie können sich in der Folge durch die Steuergesetzgebung ändern. Prüfen Sie daher immer den aktuellen Stand der Steuergesetzgebung.*

7.9. FAQ für Unternehmensgründer*innen im Franchising

1. Was muss ich tun, um ein Unternehmen in Österreich zu gründen? Zu Beginn wählen Sie die passende Rechtsform (z.B. Einzelunternehmer, GmbH), erstellen einen Geschäftsplan, nehmen notwendige Registrierungen und Anmeldungen vor (z.B. Firmenbuch, Gewerbeanmeldung) und kümmern sich um Steuerangelegenheiten (z.B. Finanzamt, UID etc.).

2. Welche Rechtsformen gibt es für Unternehmen in Österreich? Zur Auswahl stehen Einzelunternehmen, Offene Gesellschaft (OG), Kommanditgesellschaft (KG), Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH), Flexible Kapitalgesellschaft (FlexKapG), Aktiengesellschaft (AG). Jede Rechtsform bietet Vor- und Nachteile, je nach Geschäftsmodell und -zielen.

3. Wie hoch sind die Kosten für die Unternehmensgründung? Die Kosten variieren je nach Rechtsform und Aufwand. Bei einer GmbH fallen z.B. Gründungskosten sowie ein Mindestkapital von 10.000 EUR an, von dem bei Gründung mindestens 5.000 EUR bezahlt werden müssen.

4. Wie funktioniert die steuerliche Registrierung? Nach der Anmeldung beim Firmenbuch ist eine Registrierung beim Finanzamt erforderlich, welche die Anmeldung zur Umsatzsteuer und Einkommensteuer/Körperschaftsteuer umfasst.

5. Benötige ich für die Gründung eines Unternehmens einen Geschäftsplan? Dieser ist zwar nicht gesetzlich erforderlich, wird jedoch für die Strukturierung Ihres Vorhabens und mögliche Finanzierungsanfragen empfohlen.

6. Welche Förderungen gibt es für Gründer in Österreich? Es gibt diverse Zuschüsse, günstige Darlehen und Garantien, über die Sie sich bei der Wirtschaftskammer, dem Austria Wirtschaftsservice (aws) und anderen (oft regionalen) Förderstellen informieren können.

7. Muss ich mein Unternehmen versichern?

Ja, abhängig von der Branche und Unternehmensart sind diverse Versicherungen verpflichtend oder empfohlen, wie z.B. Haftpflicht- und Betriebsunterbrechungsversicherung.

8. Wie sieht es mit der Buchhaltung und Bilanzierung aus?

Die Anforderungen variieren nach Unternehmensgröße und Rechtsform. Kleinunternehmen können oft eine Einnahmen-Ausgaben-Rechnung führen, größere Unternehmen sind zur doppelten Buchführung verpflichtet.

9. Kann ich als Ausländer ein Unternehmen in Österreich gründen?

Ja, es sind jedoch eine Aufenthaltsgenehmigung und eventuell eine Arbeitserlaubnis erforderlich.

10. Wie lange dauert die Unternehmensgründung?

Die Dauer variiert üblicherweise zwischen einigen Tagen und mehreren Wochen, je nach Rechtsform und Bereitstellung der notwendigen Unterlagen.

11. Gibt es besondere Überlegungen für die Gründung eines Franchise-Unternehmens?

Bei Franchise-Unternehmen sollten Sie zusätzlich den*die Franchise-Geber*in sorgfältig auswählen, einen detaillierten Franchise-Vertrag prüfen und die spezifischen Franchise-Gebühren sowie unterstützende Dienstleistungen wie Schulungen und Marketing in Betracht ziehen.

12. Welche digitalen Tools können die Unternehmensführung unterstützen?

CRM-Systeme, Buchhaltungssoftware und automatisierte Marketingplattformen können die Effizienz steigern und die Verwaltung vereinfachen.

13. Gibt es spezielle Überlegungen für die Gründung eines Online-Geschäfts?

Hier sind u.a. spezielle gesetzliche Anforderungen wie Datenschutz (DSGVO), Impressumspflicht und Verbraucherschutz zu beachten.



Ihre
FRANCHISING
Interessen
MIT SYSTEM
gut
ZUM ERFOLG
vertreten

Österreichischer Franchise-Verband

Österreichs 1. Franchise Adresse

Campus 21, Liebermannstraße A01

2345 Brunn am Gebirge

+43 2236 31 11 88

oefv@franchise.at

www.franchise.at

Stand: September 2024, 2. Auflage

Alle Angaben ohne Gewähr.

Die Ausgabe einschließlich aller Abbildungen ist urheberrechtlich geschützt.

Jede Verwertung und Vervielfältigung außerhalb des Urhebergesetzes ist ohne Zustimmung des Österreichischen Franchise-Verbandes verboten.

Im Text verwenden wir den Genderstern (*). Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter: männlich, weiblich und divers.