



108 FRANCHISE- SYSTEME suchen Partner



Wer sich selbständig machen will, das aber nicht ganz auf eigene Faust, der hat die Wahl. 450 Franchise-Systeme gibt es laut Österreichischem Franchise Verband in Österreich, 108 davon suchen nach einer GEWINN-Erhebung tatsächlich neue Partner. Aber: Vorsicht ist geboten, Franchise ist nicht immer nur eine Einbahnstraße zum Erfolg, es kann auch ordentlich schiefgehen.

VON FRIEDRICH RUHM UND THOMAS WILHELM

► **D**ilek Göcen, 33, ist vollkommen zufrieden. Seit etwas mehr als einem Jahr ist sie Franchise-Nehmerin bei der Wiener Traditionsgrößbäckerei Anker. „Mein Shop läuft gut, mein Team ist super“, strahlt die Powerfrau.

1992 mit zwölf Jahren aus der Türkei nach Österreich gekommen, heiratet Göcen im Alter von 16 Jahren und fasst mit 21 den Entschluss, sich selbständig zu machen. „Ich habe ganz spontan ein Stehcafé in Wien-Simmering eröffnet, gleich neben einem Bürohaus“, erzählt Göcen, eigentlich Kurdin. Zehn Jahre lang läuft alles wunderbar bis eines Tages das Bürohaus, aus dem die meisten ihrer Kunden stammen, geschlossen wird. Die Umsätze brechen ein und als Göcen nach ein paar Monaten sogar mit der Miete in Rückstand gerät, zieht sie die Reißleine. Sie sperrt ihr Café schweren Herzens zu.

Neustart mit Franchise

Geborene Unternehmer und Unternehmerinnen noch mehr lassen sich von solchen Rückschlägen nicht entmutigen. Also fand Göcens Traum von der Selbständigkeit eine Fortsetzung – diesmal aber mit Franchising. Einer Form der Selbständigkeit, bei der ein Franchise-Nehmer ein vom Franchise-Geber entwickeltes und (hoffentlich) erprobtes Konzept übernimmt und ihm dafür Gebühren, meist in Form einer Einstiegsgebühr und laufender Franchise-Gebühren sowie Werbebeiträge, bezahlt. Der Franchise-Nehmer ist – im Unterschied zu einem Filialleiter – dabei aber selbständiger Unternehmer – mit allen Chancen und Risiken.

So ist Göcen von 2010 bis 2012 „nur“ Pächterin einer Anker-Filiale, hat also keine Investitionskosten und eine eingeschränkte unternehmerische Verantwortung. 2012 bekommt sie das Angebot von Anker, Franchise-Nehmerin zu werden: „Ich sagte zu und konnte daraufhin aus mehreren bestehenden Filialen auswählen.“ (Bei Anker besteht die Möglichkeit, auch Franchise-Neh-

seinen Preis: Monatlich sind an die Anker-Zentrale ein nicht genannter Fixbetrag sowie im Falle von Göcen satte 14 Prozent an Franchise-Gebühr abzuführen.

Die Plattform für Franchise

Die Plattform für Franchise-Geber und Franchise-Nehmer in Österreich ist der Österreichische Franchise Verband (ÖFV). Laut diesem gibt es aktuell 450 Systeme in Österreich mit einem Marktvolumen von rund 8,5 Milliarden

Foto: Michael Heltzmann/seed



Geglückter Neustart mit Franchise: Dilek Göcen ist seit 2012 Franchise-Nehmerin von Anker

mer in bestehenden Filialen zu werden, siehe dazu die Übersicht der Franchise-Systeme ab Seite 22).

Göcen entschied sich für einen Standort am Wiener Handelskai in unmittelbarer Nähe zu einer U-Bahn-Station und einem Bürokomplex. Sie resümiert: „Ich wollte meiner Branche treu bleiben, es mir aber nicht antun, noch einmal von null anzufangen.“ Denn bis ein eigenes Café wirklich laufe, dauere es eineinhalb Jahre, so Göcen. Anker hingegen sei eine bekannte Marke und es habe, abgesehen von der Einstiegsgebühr, keinen Finanzierungsbedarf gegeben. Dieser Vorteil hat jedoch

Euro. Rund 66.000 Menschen sind in Österreich im Franchising beschäftigt.

Von den 450 Systemen würden laut ÖFV rund 80 Prozent Partner suchen. Bei einer von GEWINN im Oktober durchgeführten Erhebung meldeten jedoch nur 108 Systeme, dass sie tatsächlich Partner suchen. Nicht darunter beispielsweise McDonald's, eigentlich ein Synonym für Franchise – dort will man in Österreich nur noch mit bereits bestehenden Partnern expandieren.

Von den tatsächlich suchenden Systemen wurden die wichtigsten Daten erhoben (siehe ab Seite 22), die einen ersten Überblick verschaffen, zu wel-

Foto: Michael Hetzmanseder



Durchblicker:
Roman Patzelt
hat sein Franchise-System
eyes + more
selbst im Ausland
entdeckt

- chen Konditionen und mit welchen Perspektiven man bei diesen Partner werden kann.

Ein gewisses Selektionskriterium kann aber auch sein, dass der Anbieter ÖFV-Mitglied ist, versichert Susanne Seifert, Generalsekretärin des ÖFV: „Neue Systeme werden anfangs nur als assoziierte Mitglieder aufgenommen.“ Zudem haben sich die Mitglieder diesen Sommer auf die Schaffung eines Qualitätssiegels geeinigt. Bis 2016 sollen alle Mitglieder einen von unabhängiger Stelle durchgeführten Check durchlaufen haben, der auch eine Befragung bestehender Franchise-Nehmer über deren Zufriedenheit beinhaltet. Seifert: „Der Franchise-Verband hat sich immer schon als Qualitätsgemeinschaft der franchisierenden Wirtschaft gesehen.

Wir wissen, dass es überall, wo es Wirtschaft gibt, auch welche gibt, die nicht so tun, wie wir das gerne hätten. Von dem wollen wir uns differenzieren.“

Tatsächlich mischen sich unter Nachrichten über Franchise auch immer öfter negative Schlagzeilen, was Seifert auf den neuen Franchise-Boom zurückführt: „Je mehr Systeme auf dem Markt sind, umso mehr steigt auch das Risiko, dass sich schwarze Schafe darunter mischen.“ Für sie ist für ein gutes Franchise-System „eine seriöse Know-how-Dokumentation“ die Grundvoraussetzung. Seifert: „Alles andere ist ein besserer Lizenzvertrag.“ Weiters notwendig, um als weißes Schaf unter den Franchise-Gebern identifiziert zu werden: „Schulungen, Aus- und Weiterbildung, Unterstützung in der Grün-

dungsphase, im laufenden Betrieb und, dass sich der Franchise-Geber auch um die Weiterentwicklung des Systems kümmert“, so Seifert.

Franchise schützt nicht vor Pleite

Trotzdem zu scheitern, davor kann aber auch das alles nicht schützen. Seifert: „Vorm Pleitegehen kann Sie niemand schützen, sonst wären Sie ein besserer Angestellter, und das will ein Franchise-Nehmer ja nicht. Er ist Unternehmer. Es ist nach wie vor ein Risiko.“

Laut Seifert ist dieses aber als Franchise-Nehmer kleiner, als wenn man es selbst versucht. Einer Erhebung von Anfang 2013 zufolge lag die Schließungsquote bei Franchise-Nehmern aus wirtschaftlichen Gründen bei 2,1 Prozent. Seifert: „Die Schließungsquote ist besser geworden, vor allem weil sich viele Systeme, die in den letzten zehn Jahren auf den Markt gekommen sind, mittlerweile gefestigt haben.“

Folglich kann aber auch nicht der Konkurs eines Franchise-Gebers ausgeschlossen werden. Auch diese können als Unternehmer scheitern, wie etwa Frisch bei Fröhlich, einer Bäckerei, der die Multiplikation ihres Systems nicht gelang und die in die Insolvenz schlitterte. Auch Streitereien zwischen Geber und Nehmer können, wie bei Dialight, zum Scheitern führen.

Grundsätzlich erlebt Franchise aber eine Art Revival. Das gilt sowohl für Unternehmen, die mit ihrer Geschäftsidee expandieren wollen und von der Bank dafür keine Finanzierung bekommen, wie auch für angehende Unternehmer, die merken, dass sie ohne Marke und eine gewisse Einkaufsgröße wenig Chance haben. Seifert: „Fragen Sie die kleinen Boutiquen, wie schwer sie sich tun. Der neue Franchise-Boom ist schon ein bisschen die Antwort auf die großen Ketten.“

Franchising als Eigeninitiative

Einer, der sich die Antwort auf die großen Ketten auch noch selbst gesucht hat, ist Roman Patzelt, 40. Davor leitete der gelernte Augenoptikermeister selbst für eine deutsche Optikkette einige Filialen in Wien und Niederösterreich. Trotzdem wurde in ihm irgend-

Ist Franchise das Richtige?

Wenn Fragen, die man sich stellen sollte, bevor man in ein Franchise-System einsteigt:

1. Was motiviert mich, Franchise-Nehmer zu werden?
2. Habe ich die nötige Branchenerfahrung?
3. Ist mein Business-Plan verifizierbar?
4. Ist das Franchise-System in meinem Markt etabliert?
5. Habe ich die Hauptmietrechte für meinen Standort nach Vertragsabschluss gesichert?
6. Wann amortisiert sich meine Investition?
7. Verfüge ich während der Vertragslaufzeit über ausreichend eigenes Einkommen?
8. Ist mein persönliches Risiko kalkulierbar?
9. Habe ich mein Exit-Szenario genau durchdacht?
10. Gewährt der Franchise-Geber Verhandlungsspielraum in der Vertragsgestaltung?
11. Welches Entwicklungspotenzial bietet mir der Franchise-Vertrag?

Foto: Lukas Dostal



Die Wiener Unternehmerfamilie Heindl will mit bis zu zehn neuen Franchise-Partnern wachsen

Foto: Michael Hietzmair



Kunden weg, Träume geplatzt – bei Bubbletea führte schlechte Presse zum Aus

wann der Wunsch, auf eigene Rechnung zu arbeiten, übermächtig.

Ein eigenes Geschäft etwa unter dem Namen „Optik Patzelt“ zu eröffnen war für ihn aber keine Option. „Das ist ohne Marke heute sehr schwierig“,

so Patzelt. Allein die Logistik für 1.500 Brillenmodelle, die er führen müsste, wäre eine riesige Herausforderung. Da der Branchenkenner den Markt in Österreich gut kannte und auch angrenzende Länder beobachtete, fiel

ihm 2011 „eyes + more“ auf. In nur sechs Jahren hatte diese Brillen-Marke in Deutschland und Holland fast 100 Shops eröffnet. Patzelt: „Ich war beeindruckt.“ Und zwar so sehr, dass er von sich aus Kontakt mit der Franchise-

So checken Sie den Vertrag

Folgende zehn Punkte sollten laut Sylvia Freygnier/RA bei der Prüfung eines Franchise-Vertrages besonders beachtet werden:

1. Gebietsschutz

Bedeutet ein exklusiv zugewiesenes Vertragsgebiet. Eine Option auf eine Gebietserweiterung bereits bei Vertragsabschluss ist empfehlenswert. Immer mehr zum Problem werden laut RA Sylvia Freygnier Online-Shops. Werden diese von Franchise-Nehmern betrieben, dürfen sie nicht anderen Partnern Kunden mit auf deren Vertragsgebiet zugeschnittenen Online-Angeboten abwerben. Beispiel: „Zehn Prozent Rabatt für alle Niederösterreicher“ auf der Seite eines Wiener Franchise-Nehmers.

2. Vertragsdauer

Üblich ist eine Vertragsdauer von fünf Jahren. Bei hohen Investitionen können aber auch längere Vertragszeiten vereinbart werden. Die Investitionen sollten sich auf jeden Fall während der Laufzeit amortisieren.

3. Gebühren

Vergewissern Sie sich durch Erstellung eines Business-Plans, ob die Gebühren

– Eintritts-, Schulungs-, laufende Franchise- und Marketing-Gebühr – angemessen sind.

4. Ordentliche Kündigung des Vertrags

Vereinbaren Sie die Möglichkeit eines Austritts aus dem System für den Fall, dass das Franchise-System nicht die erwartete Rentabilität aufweist.

5. Außerordentliche Kündigungsrechte

Ermöglichen einen Austritt aus dem Vertrag bei Eintritt bestimmter Bedingungen. Achten Sie darauf, dass außerordentliche Kündigungsgründe objektivierbar und diese für Geber und Nehmer ausgewogen sind.

6. Wettbewerbsverbote

Das Wettbewerbsverbot verbietet Franchise-Nehmern, während der Vertragsdauer in derselben Branche tätig zu werden. Zu unterscheiden ist zwischen vertraglichem und nachvertraglichem Wettbewerbsverbot. Während eines aufrechten Vertrages ist ein Wettbewerbsverbot von nicht mehr als fünf Jahren zulässig, nach Auflösung des Vertrags ist ein solches nur für maximal ein Jahr durchsetzbar.

7. Regelung nach der Vertragsbeendigung

Für folgende Fragen sollte man klare Regelungen treffen: Wie verhält es sich mit Standort und Mietrechten? Werden getätigte Investitionen abgelöst? Wem steht der Kundenstock zu? Gibt es einen Ausgleichsanspruch?

8. Know-how und Handbuch

Vergewissern Sie sich bereits vor Vertragsabschluss über die Qualität des Handbuchs. Wie viel Know-how tatsächlich vorhanden sein könnte, zeigt sich daran, wie lange das Franchise-System bereits tätig ist.

9. Markenrechte

Viele Verträge sehen aber vor, dass der Franchise-Geber seine Marke durch eine andere ersetzen kann. Achten Sie darauf, dass Sie in diesem Fall aus dem Vertrag austreten können.

10. Sie sind Konsument?

Ausländische Systeme sehen oft ausländisches Recht sowie einen Gerichtsstand außerhalb von Österreich vor. Wenn Sie bei Vertragsabschluss noch kein Unternehmer sind, findet jedoch das Konsumentenschutzgesetz Anwendung. Damit können Sie darauf bestehen, dass der Gerichtsstand in Österreich ist.

Franchise oder nicht: Der Zahlenvergleich

Ein von Peter Lindenhofer, Unternehmensberater und Trainer in Wien (lindenhofer.co.at), für GEWINN durchgeführter Vergleich stellt in zwei typischen Franchise-Branchen (Mode und Gastronomie) die Varianten mit oder ohne Franchise gegenüber:

Einzelhandel Mode – Erfolgsrechnung für ein Geschäftsjahr

Szenarium: Eine Einzelhändlerin möchte Franchise-Nehmerin einer internationalen Marke werden. Ergebnis: Auch wenn alle bisherigen Kosten unverändert bleiben und die Franchise-Gebühr nur fünf Prozent vom Umsatz ausmacht, ist eine Umsatzsteigerung von zwölf Prozent notwendig, um den Gewinn stabil zu halten.

Einzelhandel Bekleidung	bisher	in %	mit Franchise	in %
Umsatz netto	350.000,-		392.000,-	
Wareneinsatz	182.000,-	52,0%	203.840,-	52,0%
Franchise-Gebühr			19.600,-	5,0%
Summe Wareneinsatz	182.000,-	52,0%	223.440,-	57,0%
Rohrertrag	168.000,-	48,0%	168.560,-	43,0%
Personal ohne Unternehmerlohn	60.000,-	17,1%	60.000,-	15,3%
eigene Sozialversicherung	8.000,-	2,3%	8.000,-	2,0%
Abschreibung	7.000,-	2,0%	7.000,-	1,8%
Raumkosten (Miete, Energie)	42.000,-	12,0%	42.000,-	10,7%
Werbeaufwand	8.000,-	2,3%	8.000,-	2,0%
Disagio Kreditkarten	5.250,-	1,5%	5.880,-	1,5%
Sonstiges	8.000,-	2,3%	8.000,-	2,0%
Summe Aufwand	138.250,-	39,5%	138.880,-	35,4%
Betriebserfolg	29.750,-	8,5%	29.680,-	7,6%
Zinsen & Spesen	5.000,-		5.000,-	
Ergebnis vor Steuern	24.750,-	7,1%	24.680,-	6,3%
Cashflow	31.750,-	9,1%	31.680,-	8,1%

Café als GmbH – Erfolgsrechnung für ein Geschäftsjahr

Szenarium: Café mit kleiner Küche möchte Franchise-Nehmerin einer internationalen Marke werden. Ergebnis: Auch wenn alle bisherigen Kosten unverändert bleiben und die Franchise-Gebühr nur fünf Prozent vom Umsatz ausmacht, ist eine Umsatzsteigerung von 14 Prozent notwendig, um den Gewinn stabil zu halten. Mit einer starken Marke kann mehr möglich sein, aber es ist wichtig zu wissen, dass sich ein System nur rechnet, wenn dadurch die Kundenfrequenz und der Umsatz deutlich steigt.

Café als GmbH	bisher	in %	mit Franchise	in %
Umsatz Küche	105.000,-	30,0%	120.000,-	30,0%
Umsatz Getränke & Café	245.000,-	70,0%	280.000,-	70,0%
Umsatz netto	350.000,-		400.000,-	
Wareneinsatz Küche	36.750,-	35,0%	42.000,-	35,0%
Wareneinsatz Getränke & Café	36.750,-	15,0%	61.600,-	22,0%
Franchise-Gebühr 5%			20.000,-	5,0%
Summe Wareneinsatz	73.500,-	21,0%	123.600,-	30,9%
Rohrertrag	276.500,-	79,0%	276.400,-	69,1%
Personal ohne Unternehmerlohn	164.500,-	47,0%	164.500,-	41,1%
Geschäftsführerentgelt	30.000,-	8,6%	30.000,-	7,5%
Abschreibung	15.000,-	4,3%	15.000,-	3,8%
Raumkosten (Miete, Energie)	36.000,-	10,3%	36.000,-	9,0%
Werbeaufwand	5.000,-	1,4%	5.000,-	1,3%
Disagio Kreditkarten	1.750,-	0,5%	2.000,-	0,5%
Sonstiges	15.000,-	4,3%	15.000,-	3,8%
Summe Aufwand	267.250,-	76,4%	267.500,-	66,9%
Betriebserfolg	9.250,-	2,6%	8.900,-	2,2%
Zinsen & Spesen	8.000,-		8.000,-	
Ergebnis vor Steuern	1.250,-	0,4%	900,-	0,2%
Cashflow	16.250,-	4,6%	15.900,-	4,0%

☛ Zentrale aufnahm: „Ich habe einfach ganz frech angerufen.“

Dort war man anfangs überrascht. „Die hatten Österreich noch gar nicht auf dem Radar“, lacht der Brillen-Fachmann. Schließlich bot ihm die deutsche eyes + more-Zentrale eine Master-Franchise-Lizenz an, das heißt, Patzelt hätte nicht nur eigene Geschäfte aufmachen dürfen, sondern auch über weitere Franchise-Nehmer entscheiden dürfen. „Das war mir aber zu teuer. Ich habe mir stattdessen die Lizenz für fünf Franchise-Filialen gesichert.“

Im Jänner 2012 hat Patzelt schließlich seinen Franchise-Vertrag unterzeichnet, nachdem er ihn von einem befreundeten Anwalt prüfen ließ. Patzelt: „Zum Freundschaftspreis von nur 250 Euro.“ Der Vertrag war in Ordnung, Korrekturen waren keine nötig. Und Patzelt brachte damit eyes + more quasi im Alleingang nach Österreich.

Die Basics für den Erfolg

Was die Franchise-Nehmer Dilek Göcen und Roman Patzelt gemeinsam haben, sind unternehmerisches Denken und nicht zuletzt Branchenkenntnisse. Grundvoraussetzungen, um den Start in die Selbständigkeit zu wagen – auch als Franchise-Nehmer.

Denn trotz Handbüchern und Schulungen durch den Franchise-Geber sind Branchenkenntnisse der Knackpunkt. Quereinsteiger wüssten nicht immer, worauf sie sich einlassen, warnt die Franchise-Expertin und Rechtsanwältin Sylvia Freygnier. Für sie ist daher auch die wichtigste Frage: „Was tun, wenn es doch nicht passt?“ Wenn die Umsätze unter den Prognosen bleiben oder der Franchise-Geber nicht hält, was er versprochen hat. „Der Franchise-Nehmer hat in der Regel kein Geld und damit keine Möglichkeiten, seine Rechtsansprüche durchzusetzen“, weiß Freygnier ebenfalls aus Erfahrung. „Man bekommt nicht automatisch Recht, wenn man recht hat.“ Im Falle von Streitigkeiten würden viele Systeme ihre stärkere Position beinhalten ausnutzen. Freygnier: „Ganz wichtig ist es deshalb, sich den Standort zu sichern. Also nicht in Untermiete gehen und nicht vereinbaren, dass man den Stand-

Foto: RE/Max



Immobilien-Franchise made in Kanada. Der Re/Max-Gründer ist aber gebürtiger Österreicher

Foto: Lemonbar



Der etwas andere Chefsessel. Lemonbar ist in Italien ein Hit und will auch in Österreich landen

ort nach Auflösung des Vertrages abtreten müsse.“ Generell empfiehlt Freygnier, die Verträge von einem eigenen Rechtsbeistand prüfen zu lassen oder „sie wenigstens zu lesen“, so Freygnier. Ihr dringender Rat: „Wer es sich nicht leisten kann, 5.000 Euro für eine Vertragsprüfung auszugeben, soll die Finger von Franchising lassen.“

Manchmal kann aber auch keiner was dafür, dass Franchising-Träume platzen. So hatte tealicious, ein Franchise-System, das mit Bubbletea – kalter oder warmer Tee mit aromatischen, bunten Kügelchen darin – im Vorjahr österreichweit einen tollen Start hingelegt. Nach Berichten einer deutschen Zeitung über angebliche Giftstoffe im Bubbletea brachen die Umsätze jedoch schlagartig um 50 Prozent ein. Gegen-darstellungen nützten nichts, die Konsumenten waren verschreckt. So sehr, dass wenige Monate später das ganze

Franchise-System Konkurs anmelden musste.

Der Geber sieht manches anders

Andreas Heindl lässt sich nicht verschrecken. Der Erbe der gleichnamigen Wiener Confiserie-Dynastie setzt auf Franchising, um sein Unternehmen zu vergrößern. „Aktuell haben wir vier Franchise-Nehmer, die sechs Shops betreiben“, erklärt er.

Aber weil die Fabrik kürzlich ausgebaut und damit die Produktionskapazität vergrößert wurde, sucht Heindl jetzt neue Franchise-Partner, vor allem in den Bundesländern. Er sieht die Vorteile von Franchising von der anderen Seite: „Hätten wir in Salzburg einen eigenen Shop und würde dort eine Verkäuferin plötzlich krank, wäre Ersatz von Wien aus schwer zu organisieren.“ Angst, keine Franchise-Nehmer zu finden, hat Heindl nicht. Auf die Ankün-

digung, mit Franchising expandieren zu wollen, hätten sich bereits viele Interessenten gemeldet.

Sein Franchise-System findet der Süßwarenhersteller fair und ausgereift: „Wir haben schon viel Lehrgeld bezahlt.“ Bei der Etablierung des Systems sei viel Aufwand betrieben worden, alles müsse ja detailliert niedergeschrieben werden. Und schließlich liege es nicht immer am Franchise-Geber, wenn es nicht laufe. „Wenn der Partner sich nicht ausreichend um das Geschäft kümmert, wenn er zu viel ordert, was er nicht verkaufen kann, dann habe ich den Schaden“, gibt Heindl zu bedenken.

Studie nennt Erfolgsfaktoren

Was macht also heimische Franchise-Geber und -Nehmer gleichermaßen zufrieden und damit erfolgreich? Dieser Frage geht die Untersuchung von Franchise-Beraterin Erika Bernardi-Glatz ▶

TAPETENWECHSEL FÜR IHR VERMÖGEN: HYPO NOE PREMIUM BANKING

Das Service für den gehobenen Privatkunden.

Mehr Informationen dazu finden Sie auf

www.hypnoe.at/premium



HYPO NOE
PREMIUM BANKING

Die Bank an Ihrer Seite.

▶ Mehr als 100 Franchise-Firmen suchen Franchise-Nehmer in Österreich

Büro, Dienstleistungen, Diverse				
Name	Accor	atempo	AUTOMEISTER	Bcomplete
Art	Hotel-Franchising	soziale Dienstleistung	Autohaus, Kfz-Werkstätte	Büromöbel und Dienstleistungen
Kontakt	Thomas Edelkamp; 1120 Wien, Am Europlatz 1; +49/89/63002-0; franchiseDE@accor.com	Walburga Fröhlich; 8010 Graz, Heinrichstraße 145; 0316/814716-0; office@atempo.at	Jörg Döllicke, D-64372 Ober-Ramstadt, Röhrstr. 7; +49/6154/639212; info@automeister.at	Karin Entler; 2100 Korneub., Klein-Engersdorfer Str. 100; 02262/725 050; karin.entler@officesyncro.eu
Internet	accor.com	capito.eu	automeister.at	bcomplete.eu
MUSS-Kriterien	Städte ab ca. 20.000 Einw., innerstädt. Lagen, gute Sichtbarkeit	Interesse am Thema Barrierefreiheit	Meisterbetrieb, technische Ausstattung für Mehrmarkenreparatur	Erfahrung bzw. Affinität in der Büromöbelbranche
Kosten	65.000/400-900	ca. 30.000/3.000-7.500	k. A./0	0-50.000/15.000
Gebühren	3,5%-5,5%/1,5%	3.000-7.200 €/0	375 €/0	1,25%-4%/0,5%-2,5%
Umsatz/Gewinn	k. A.	110.000-160.000/25.000-45.000	k. A.	je nach Gebiet
Partner gesucht	ja, Anzahl offen	3	ja, Anzahl offen	1-2
weitere Infos	Investition nur bei Neubau p. Zimmer, Einstiegsgebühr p. Zimmer	Franchisegebühr abh. vom Gebiet		

Büro, Dienstleistungen, Diverse				
Name	Bioresonanz Irene	city-map Internetmarketing	Deine Haushilfe	Der Energiedetektiv
Art	Bioresonanz	Internetmarketing	Haushaltshilfe	Energieberatung
Kontakt	Irene bzw. Ewald Rosel; 8190 Birkfeld, Bahnhofstr. 40; 0317/443-100; office@bioresonanz-irene.at	D-21682 Stade, Schiffertorsstraße 2; +49/4141/7894-0; guemuestas@city-map.de	4040 Linz, Ferihumerstraße 15; 0660/5520723; info@deinehaushilfe.at	Jürgen A. Weigl, 8044 Graz, Tullbachweg 17; 0316 2873500; franchise@energiedetektiv.com
Internet	bioresonanz-irene.at	city-map.at	deinehaushilfe.at	energiedetektiv.com
MUSS-Kriterien	Deutschkenntnisse, kaufmännisches Verständnis	Führerschein, vertriebliche Erfahrung von Vorteil	ca. 20-30 Wochenstunden	technisches Verständnis, sonst. abh. vom gewählten Betriebstyp
Kosten	25.000-45.000/10.000	k. A./3.400	0/200-400	ab ca. 3.500-6.000/5.000
Gebühren	8%, min. 300 €/3%, min. 100 €	0/0	95-300 €/0	7%/2%
Umsatz/Gewinn	120.000/50.000	k. A.	30.000-55.000; 25.000-33.000	k. A.
Partner gesucht	75-90	35	40-50	k. A.
weitere Infos	Einstiegsgebühr zzgl. Ausbildungsgebühr: 5.000 €			Investitionskosten abhängig vom gewählten Betriebstyp

Büro, Dienstleistungen, Diverse				
Name	Die mobile Hundeschule	Dr. Max Huber	Dr. Vinyl	EFM Versicherungsmakler AG
Art	Dienstleistung	Immobilienberatung	Kleinschaden-, Kfz-Aufbereitung	Versicherungsvermittlung
Kontakt	Heinz Reif; D-83308 Trostberg, Deisenham 9; +49/8621/648444; info@chiemgauer-hundeschule.de	Florian Huber; 1010 Wien, Opernring 7; 01/4024747-32; florian.huber@dmh.co.at	Franz Scherer; 5621 St. Veit/Pongau, Gewerbestraße 6; 06415/5542; stveit@drvinyl.at	Ernst Vallant; 8020 Graz, Kepplerstraße 105/4; 0664/1606269; ernst.vallant@efm.at
Internet	hundetrainer-ausbildung.net	dmh.co.at/franchise	stveit@drvinyl.at	efm.at/franchise
MUSS-Kriterien		Branchenerfahrung	polizeiliches Führungszeugnis, handwerkliches Geschick	min. 4 Jahre Branchenerfahrung, Kundenpotenzial min. 250 Kunden
Kosten	2.000/0	35.000-55.000/13.000	min. 10.500/2.000	ca. 1.500/12.900 (Standortschutz)
Gebühren	154,70 € p. m./0	6%/3%	160 €/individuell	9%-3% degressiv/3%
Umsatz/Gewinn	nicht kalkulierbar	k. A.	70.000/35.000	k. A.
Partner gesucht	20	15	9	ja, Anzahl offen
weitere Infos				Anschlusspartnerschaft: 7.740 €, ab 5 Personen 40% Rabatt

Büro, Dienstleistungen, Diverse				
Name	Ehemann zu Mieten	ELSNER Pflege	Engel & Völkers Immobilien	Eventwide International
Art	Dienstleistung	Vermittlung 24-h-Betreuerinnen	Immobilien	Eventausstattung, Verleih
Kontakt	Mariella Bellanca; +39/338/2898854; info@ehemannzumieten.at	Christian H. Elsner; 6020 Innsbruck, Leopoldstraße 3; 0512/284556; office@elsner-pflege.at	Matthias Conze; D-20355 Hamburg, Stadthausbrücke 5; +49/40/36131195; matthias.conze@engelvoelkers.com	Andrea Trampisch; 1210 Wien, Sebastian-Kohl-Gasse 3-9/Obj. 18; 01/272480512; andrea.trampisch@eventwide.com
Internet	ehemannzumieten.at	elsner-pflege.at	engelvoelkers.com	eventwide.com/franchise
MUSS-Kriterien	handwerkliches Geschick, Führerschein B, geeignetes Fahrzeug	KEINE Pflegeerfahrung notwendig, reine Vermittlungstätigkeit	Erfahrung im Bereich Führung, Vertrieb	idealerweise Erfahrung in der Eventbranche
Kosten	1.500/500	2.000/1.000	200.000/42.500	ca. 90.000/5.000
Gebühren	200 €/0	18%/12%	12,5%/0%	5%, min. 500 €/0
Umsatz/Gewinn	30.000/14.000	88.000/45.000	500.000-1 Mio./150.000-300.000	k. A.
Partner gesucht	30	48	10-15	1 (Graz, Umgebung)
weitere Infos				Investitionskosten abh. von der Größe des Möbelsortiments

Kosten: voraussichtliche Investitionssumme/Einstiegsgebühr. Gebühren: Franchise-Gebühr/Werbebeitrag pro Jahr. Umsatz/Gewinn: sind erwartbare Werte pro Franchise-Nehmer pro Jahr.