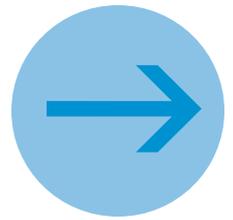
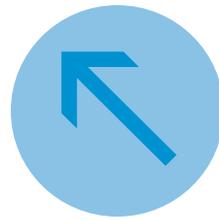
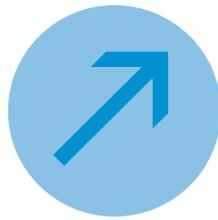
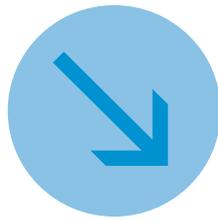
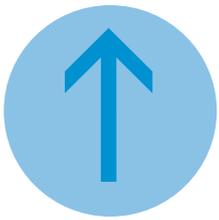


DFV
DEUTSCHER
FRANCHISE
VERBAND E.V.

Barometer Auswertung



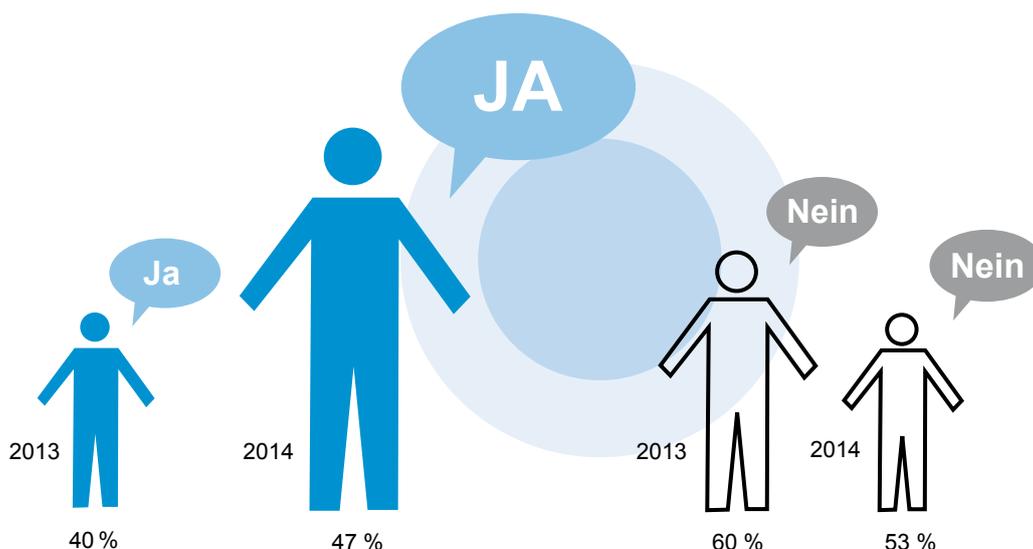
Erfolgreicher selbstständig.



So resümiert die Franchisewirtschaft das Jahr 2014

Im letzten Quartal eines jeden Jahres befragt der DFV traditionell seine Mitgliedsunternehmen nach ihren Ergebnissen und Erfahrungen im auslaufenden Jahr. Etwa 500 Multiplikatoren aus den Franchisezentralen sind dabei die Zielgruppe dieser Befragung. Dank der jährlichen Fortführung der Franchise-Barometer besteht auch die Möglichkeit, eine konkrete Entwicklung zum Vorjahr aufzuzeigen. Dies ist nicht nur eine informationsreiche Lektüre für alle Interessierten, sondern auch die Grundlage für die zukünftige Arbeit und Schwerpunktsetzung des DFV.

Haben Sie Ihre Expansionsziele in diesem Jahr erreicht?

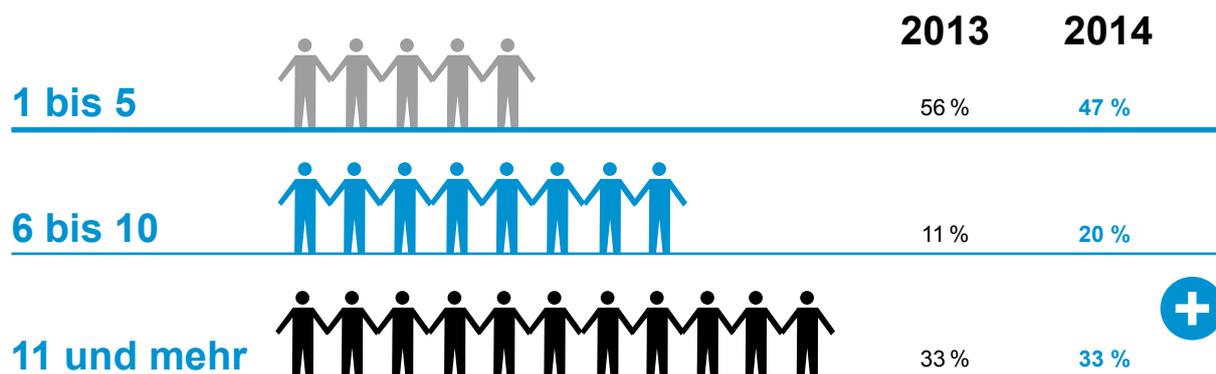


Expansion mit Franchisenehmern

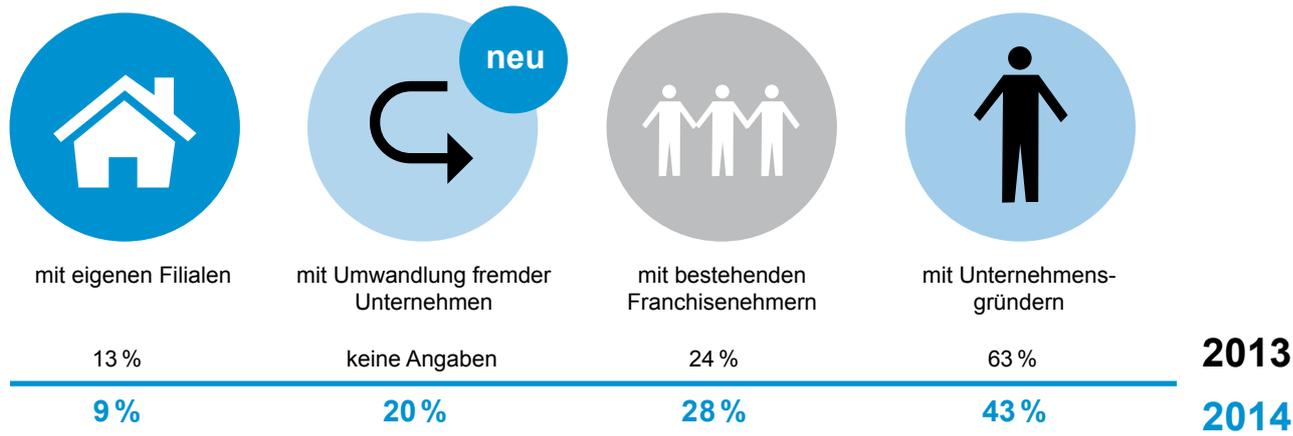
Während im letzten Jahr 2013 nur 40 % der befragten Unternehmen ihre Ziele im Bereich der Gewinnung neuer Franchisepartner erreichen konnten, wurde die Situation im Jahr 2014 etwas besser eingeschätzt. In diesem Jahr gaben 47 % an, die Unternehmensziele in diesem Bereich erreicht zu haben. Auch im Jahr 2014 konnte ca. ein Drittel der Befragten mehr als 11 neue Partner

gewinnen. Die Abnahme der Anzahl derjenigen Unternehmen, die „nur“ 1 bis 5 neue Partner hinzugewinnen konnten, wurde exakt durch diejenigen ersetzt, die 6 bis 10 Partner generierten. Trotz der leicht besseren Werte zeigt sich dennoch insgesamt, dass die Expansion bei zahlreichen Franchisesystemen derzeit einen klaren Engpass darstellt.

Wie viele Franchisepartner konnten Sie 2013/2014 gewinnen?



Wie haben Sie in diesem Jahr hauptsächlich expandiert?



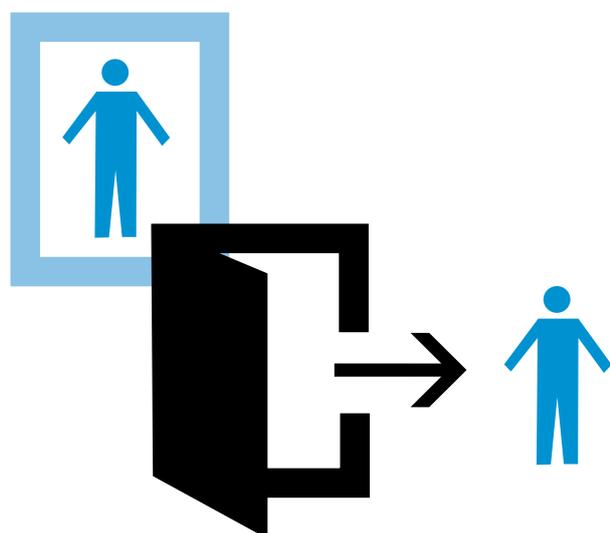
MULTI-UNIT FRANCHISING NIMMT ZU

Klar ist: Für den Erfolg einzelner Standorte sind vor allem die passenden Unternehmerpersönlichkeiten entscheidend. Dies mag ein Grund sein, warum die Unternehmen 2014 stärker erfahrene Unternehmer als Partner gewannen und nicht so sehr auf weniger erfahrene Gründer setzten: Die Gruppe der Gründer war 20 % weniger stark vertreten als im Vorjahr. Hintergrund mag in erster Linie sein, dass die Gründerszene aufgrund des soliden Arbeitsmarktes nach wie vor schwach ausgeprägt ist. Noch mehr Systeme setzen daher auf Wachstum mit bestehenden Partnern (Multi-Unit). Neu im Barometer 2014 ist die Erfassung von systemfremden Unternehmen, die umfirmiert und Teil des Franchise-Unternehmens werden. Diese Zielgruppe stellt aus dem Stand einen beträchtlichen Anteil bei der Expansion dar.

Fluktuation von Franchisenehmern

Waren es im Vorjahr noch 75 % der befragten Franchisegeber, gaben 2014 78 % an, sich von Franchisenehmern getrennt zu haben. Dafür gab es einen Rückgang derjenigen Systeme, die sich von mehr als 11 Partnern trennten. Die Gründe waren letztes Jahr vor allem auslaufende Verträge und das Erreichen des Rentenalters. Hier lässt sich eine deutliche Veränderung feststellen: Fast die Hälfte der angegebenen Gründe resultiert aus mangelndem wirtschaftlichen Erfolg der einzelnen Franchisenehmer.

Sind bei Ihnen Franchisenehmer ausgeschieden?



	2013	2014
nein	25 %	22 %
ja		
1–5	56 %	61 %
6–10	13 %	13 %
11+	6 %	4 %

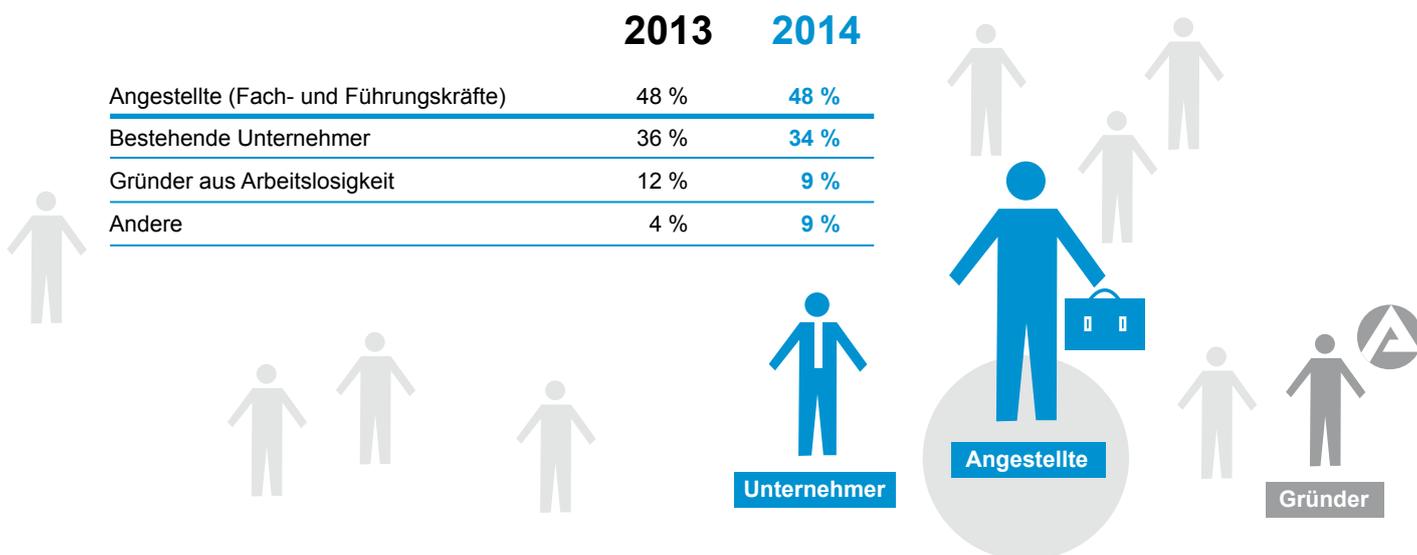
FRANCHISENEHMER-GEWINNUNG

Gründer aus der Arbeitslosigkeit weniger gefragt

Während nach wie vor Fach- und Führungskräfte so gefragt sind wie im Vorjahr, nahm die Beliebtheit der Gründer aus der Arbeitslosigkeit ab. Die Ursachen dafür liegen möglicherweise darin, dass die Gründung aus der Arbeitslosigkeit und damit der Schritt zum Franchisenehmer schwieriger geworden ist.

Verantwortlich hierfür dürfte sein, dass ehemalige Förderinstrumente („Gründercoaching“ bzw. „Gründungszuschuss“) von den Arbeitsagenturen gestrichen oder stark zurückgefahren wurden.

Welche Zielgruppe ist für Sie die interessanteste bei der Ansprache potenzieller Franchisenehmer?

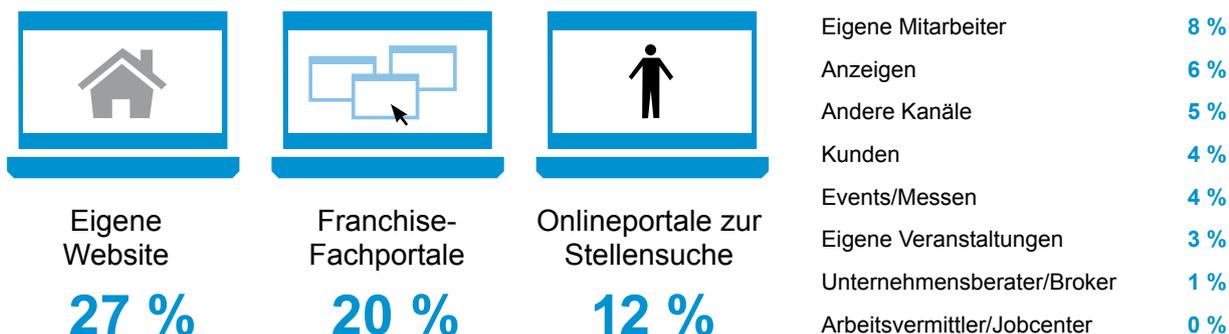


Akquise findet online statt

„Online“ scheint das Zauberwort der Franchisenehmerakquise zu sein. 59 % aller Franchisenehmer wurden im Internet gewonnen (Erstkontakt). Wie in der Vergangenheit auch spielen beispielsweise Jobcenter oder Personalberater keine Rolle.

Gründermessen haben immer noch einen sehr geringen Anteil, konnten sich aber von 0 % in 2013 auf 4 % in 2014 steigern. Beachtet werden sollte dabei, dass zum Zeitpunkt der Umfrage der Franchise Matching Day 2014, als größte Franchisemesse Deutschlands, noch nicht stattgefunden hatte.

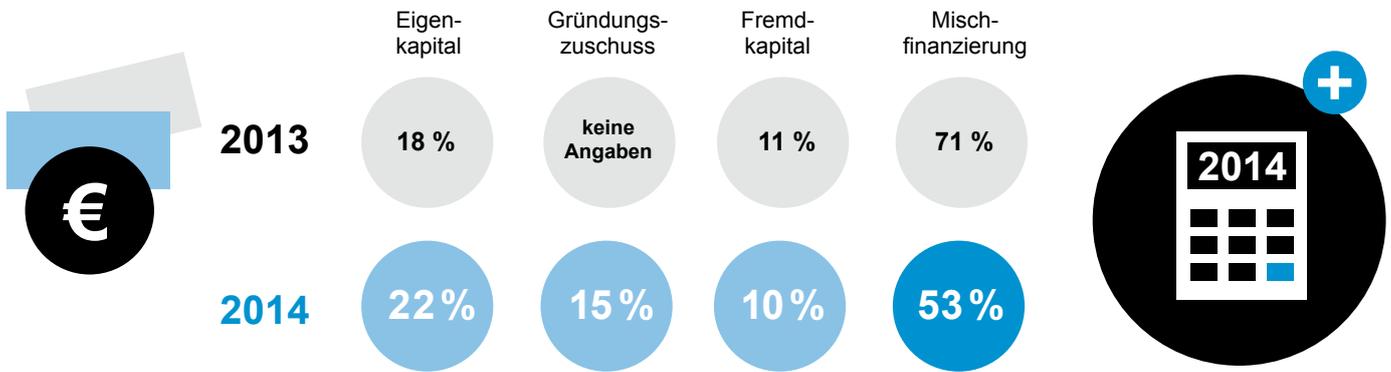
Über welche Kanäle wurden Franchisenehmer gewonnen?



FINANZIERUNG

Eigenkapitalfinanzierung und private Geldgeber nehmen zu

Wie haben sich Ihre Franchisenehmer hauptsächlich finanziert?



Auffällig bei der Finanzierung der Franchisenehmer ist, dass sich erheblich weniger Franchisenehmer auf eine Mischfinanzierung verlassen. Gestiegen ist dafür die reine Eigenkapitalfinanzierung.

Was in 2013 noch nicht abgefragt wurde, aber für immerhin jeden sechsten Franchisenehmer von Bedeutung ist: der Gründungszuschuss. Hier wird deutlich, wie sehr wirtschaftliche Anforderungen von Existenzgründern mit den politischen Forderungen des DFV übereinstimmen (Wiedereinführung des Zuschusses als Pflichtleistung der Arbeitsagenturen).

Woher kam das Fremdkapital hauptsächlich?

An über 60 % der finanziellen Förderung von deutschen Franchisenehmern ist Fremdkapital beteiligt. Keine Überraschung ist, dass dieses nach wie vor zu einem großen Teil durch Banken und Förderbanken bereitgestellt wird. Eine deutliche Veränderung gibt es jedoch bei der Finanzierung durch private Geldgeber. Letztes Jahr wurden aus dieser Quelle nur 5 % des Fremdkapitals bereitgestellt. Im Jahr 2014 sind es immerhin schon 16 %. Großes Potenzial gibt es noch bei der Nutzung alternativer Finanzierungsformen wie z. B. durch Crowdfunding. Für den DFV entsteht daraus der klare Auftrag, diese Möglichkeiten der Finanzierung weiter zu fördern und der deutschen Franchisewirtschaft zugänglich zu machen.



45 %	Geldinstitute	
38 %	Förderbanken (KfW, Bürgschaftsbank etc.)	1 %
		Alternative Finanzierungsformen
16 %	Private Geldgeber	0 %
		Andere