

Aktuell

Spezial-Firmeninformation für Franchiseunternehmen

Inhalt

<u>Editorial</u>	1
<u>Torben L. Brodersen:</u> Der DFV-System-Check	2
<u>Kai Flehmig:</u> Endlich: Der Deutsche Gründerverband e.V. wurde gegründet	4
<u>Rolf G. Kirst:</u> Franchise in Indien	5
<u>Andreas Langner:</u> Vorbereitung bei der Internationalisierung von Franchise-Systemen (Teil 2)	7
<u>Ladenlokal in Eschweiler frei</u>	9
<u>Jörg T. Eckhold</u> Geschäftsklima-Index	9
<u>Impressum</u>	10
<u>Rückantwortformular</u>	11

Editorial

Gefühlte Wirtschaftskrise?

Das Jahr ist zu Ende und von allen Seiten wird man mit Rück- und Ausblicken beglückt. Das liegt vermutlich an dem buchhalterischen Naturell der Deutschen, die gerne einmal im Jahr einen „Kassensturz“ machen, um den Gesamtüberblick zu behalten. Das ist auch durchaus sinnvoll, solange man dies nicht nur exklusiv im Dezember tut, sondern auch mitten im Jahr seine Ziele nicht aus den Augen verliert.

Dieses Jahr werden sämtliche Gesamtüberblicke von der Wirtschaftskrise beherrscht. Aber wen trifft diese Krise eigentlich? Fakt ist, dass die allgemeine Kaufkraft der Endkunden bisher noch nicht zurückgegangen ist. Das Weihnachtsgeschäft blüht und dem Einzelhandel geht es gut. Auch bei den Handwerkern ist noch kein Einbruch zu spüren. Haben wir es hier also nur mit einer gefühlten Krise zu tun, die von den Medien aufgegriffen und hochgepushed worden ist? Bekanntlich gibt es ja immer zwei Seiten der Medaille und auch hier ist es so, dass, wenn ein Wirtschaftszweig in der Krise steckt, ein anderer davon profitiert. Wenn also, wie momentan, die Rohstoffpreise verfallen, leidet die

Branche, aber auf der anderen Seite freut sich die Bauindustrie, da Werkstoffe deutlich günstiger werden.

Unbestreitbar hingegen ist die Krise bei den Banken, die sich zur Zeit schwer tun, Kredite zu vergeben. Wenn man aber die Kommunikation mit den Hausbanken verstärkt, sich an ein professionelles Liquiditätsmanagement hält, und auch regionale Gegebenheiten seines Geschäftszweiges transparent darlegt, dann hat man nach wie vor eine gute Chance die Kredite zu bekommen, die man braucht.

Uns und unsere Kunden in der Franchise-Branche hat die Krise bisher nicht erreicht und wir freuen uns über neue Anfragen und auch verschiedene neue Kunden, die wir gewinnen konnten. Da unsere Dienstleistungen immer mit Gründung und Expansion zu tun haben, sehen wir die derzeit gefühlte Krise als neue Herausforderung für das Jahr 2009 an.

Wir wünschen Ihnen, Ihren Mitarbeitern und Ihrem Unternehmen alles Gute für 2009.

Ihr Franchise-Berater-Team
Consultants House GmbH
kontakt@consultants-house.de
www.consultants-house.de

Der DFV-System-Check / Gemeinsamer Erfolg braucht klare Spielregeln und gegenseitiges Vertrauen

(von Torben L. Brodersen, Geschäftsführer Deutscher Franchise-Verband e.V.)

Der Deutsche Franchise-Verband e.V. (DFV) rief vor drei Jahren eine Qualitätsoffensive zur Überprüfung von Franchise-Systemen ins Leben. Zahlreiche Gründe sprachen für die Einführung einer solchen unabhängigen Qualitätskontrolle. Der Deutsche Franchise-

Verband kommt so der seit langem von der Politik, Wirtschaft, Praxis und Öffentlichkeit geforderten Stärkung seriöser Franchise-Systeme nach. Da es in Deutschland kein gesondertes Franchiserecht gibt, ist die Initiative des DFV ein dringend benötigtes Instrument, um Qualitätsstandards im Franchising festzulegen.

Gründe für eine Qualitätsoffensive:

Die Franchise-Wirtschaft verzeichnet seit vielen Jahren ein hohes Wachstum. Derzeit arbeiten ca. 430.000 Menschen in Franchise-Unternehmen. Allein der Umsatz der Franchise-Unternehmen in Deutschland stieg um zehn Prozent, denn im Jahr 2006 wurde ein Umsatz von fast 38 Milliarden Euro erwirtschaftet, im Jahr 2007 waren es bereits 41,5 Milliarden Euro. Es wundert daher nicht, dass auch unseriöse Geschäftemacher den Franchiseboom für sich nutzen wollen. Doch unlautere Angebote dürfen in diesem Bereich keine Chance bekommen.

Der System-Check des DFV schafft Abhilfe: für Franchise-Nehmer ist er eine zusätzliche Hilfe bei der Beurteilung des Franchise-Gebers. Beispielsweise fehlt in juristischen und betriebswirtschaftlichen Fragen unerfahrenen Existenzgründern häufig eine Hilfestellung, um Seriosität und Qualität von Franchise-Systemen vorab beurteilen zu können. Die Franchise-Geber wiederum nutzen die Vorschläge zur Prozessoptimierung als Chance zur Weiterentwicklung des eigenen Systems.

Vorteile des Gütesiegels:

Welche Vorteile hat dieser Test für Franchise-Geber und Franchise-Nehmer? Erstens ermöglicht der DFV-System-Check dem Management der Franchise-Zentrale eine objektive und neutrale

Selbstkontrolle. Zweitens erreicht das Franchise-System eine verbesserte Verhandlungsposition gegenüber Lieferanten und Kapitalgebern. Drittens bestätigt der Qualitätscheck die hohen Standards des Franchise-Unternehmens und schafft somit einen Wettbewerbsvorteil in einem umkämpften Markt.

Prüfungsverfahren des System-Checks:

Seit der Einführung des DFV-Gütesiegels im Mai 2005 haben annähernd 125 Franchise-Systeme das Zertifikat des DFV erhalten oder befinden sich derzeit im Prüfverfahren. Dabei wurden nicht nur die großen und namenhaften Franchise-Systeme getestet, sondern auch mittlere und kleinere. Denn nicht die Größe des Systems ist entscheidend, sondern die Konzeptumsetzung. Allerdings gab es auch schon Fälle, in denen die Prüfungskommission zu dem Entschluss kam, das Gütesiegel vorläufig nicht zu vergeben.

Der System-Check beinhaltet eine Prüfung der vertraglichen Grundlagen des Franchise-Systems nach den Qualitätsmindeststandards für Unternehmensnetzwerke. Für die Abnahme wurden vom DFV eigens Richtlinien zum System-Check von Franchise-Systemen verabschiedet. Im Einzelnen wird zunächst das Franchise-Handbuch stichprobenartig eingesehen und geprüft, ob es entsprechend des Ethik-Kodexes des DFV ein Know-how dokumentiert, das sowohl für das Franchise-System als auch für das Betreiben des einzelnen Franchise-Outlets unerlässlich ist. Des Weiteren werden die Bereiche Systemkonzept, Produkte und Leistungen, Strategie und Management genau unter die Lupe genommen. Bestandteil des Tests ist darüber hinaus eine Selbstauskunft des Franchise-Systems gekoppelt mit einer stichprobenartigen Befragung der Franchise-Nehmer-Zufriedenheit. Dabei beinhaltet Ersteres Angaben über quantitative Aspekte, wie

Anzahl und Entwicklung der Franchise-Nehmer, Höhe und Entwicklung des Umsatzes und Break-Even des Franchise-Nehmers und Zweites die qualitativen Aspekte wie Wettbewerbsvorteil, Unternehmensstrategie und Schutzrechte. Gegenstand der ebenfalls durchzuführenden Franchise-Nehmer-Umfrage ist hingegen eine Abfrage zentraler Zufriedenheitsindikatoren, wie z.B. die Gesamtzufriedenheit und die Teilzufriedenheit in den Bereichen der täglichen Arbeit und das Verhältnis zu Mitarbeitern. Geschäftlicher Erfolg, Marktauftritt des Franchise-Systems, Beziehung zum Franchise-Geber und anderen Franchise-Nehmern, Leistungen und Betreuung des Franchise-Gebers, Preise und Gebühren sowie die Franchise-Nehmer-Bindung werden ebenfalls hinterfragt. Nach Eingang aller erforderlichen Unterlagen prüft die Kommission die Erfüllung der Mindestanforderungen. Offene Fragen werden dann in einem Vertiefungsgespräch geklärt.

Neutrale Bewertungsstelle:

Das Prüfverfahren für den System-Check wurde gemeinsam mit dem Internationalen Zentrum für Franchising und Cooperation (F&C), der Universität Münster und dem DFV entwickelt. Durchgeführt wird die Prüfung dann von einer neutralen Bewertungsgesellschaft. In den letzten drei Jahren hat sich dieses Verfahren bereits bewährt. Für die Franchise-Geber hat sich insbesondere die Befragung der Franchise-Nehmer bewährt, denn die Ergebnisse geben Auskunft über Verbesserungspotentiale. Zudem achten Existenzgründer inzwischen bei der Auswahl des Franchise-Gebers auf das Gütesiegel.

Ein weiterer Indikator für die Akzeptanz des Prüfverfahrens ist die Wertung des Gütesiegels in der Finanzbranche. Denn auch von Banken und Leasinginstituten

werden Gründungen in der Franchise-Wirtschaft begleitet und zunehmend interessanter. Die KfW-Bank stuft bewährte Franchise-Systeme als förderfähig ein und die Deutsche Bank unterhält inzwischen eine eigene Abteilung für Finanzierungen in der Franchise-Branche.

Da die Überprüfung alle drei Jahre wiederholt wird, geht die Qualitätskontrolle in diesem Jahr in die zweite Runde und viele Mitgliedsunternehmen haben bereits das zweite Mal das DFV-Gütesiegel erhalten.

Informationen zum Deutschen Franchise-Verband e.V.:

Der Deutsche Franchise-Verband e.V. ist seit 1978 zentraler Repräsentant der deutschen Franchise-Wirtschaft und Interessenvertretung auf nationaler und internationaler Ebene. Mitglieder verpflichten sich, auf den DFV-Ethikkodex, in dem die Regeln für ein faires Miteinander festgeschrieben werden und Vollmitglieder absolvieren zusätzlich alle drei Jahre den DFV-System-Check. Damit bildet der DFV die Qualitätsgemeinschaft der Franchise-Wirtschaft.

Torben L. Brodersen Geschäftsführer

Deutscher Franchise-Verband
10117 Berlin

Tel.: 0 30 / 27 89 02 -12

Fax: 0 30 / 27 89 02 - 15

info@franchiseverband.com

www.franchiseverband.com

Endlich: Der Deutsche Gründerverband e.V. wurde gegründet

(von Dr. Kai Flehmig, Geschäftsführer des Gründerverbandes e.V.)

Er wurde im März diesen Jahres gegründet. Ab Januar 2009 wird er aktiv für seine Mitglieder und solche, die es werden wollen. Es kommt einem vor, als

gäbe es ihn schon immer, so selbstverständlich klingen sein Name und sein Ansinnen: Die Rede ist vom Deutschen Gründerverband. Sein Ziel: gezielte Interessensvertretung, viel Information für die Praxis, kompetente Beratung und Begleitung, umfassender Service und wirtschaftliche Unterstützung für Existenzgründer und Jungunternehmer in Deutschland. Sein Kredo: „Wir lassen niemanden allein.“

Der Deutsche Gründerverband wurde von erfahrenen Gründerexperten ins Leben gerufen. Den Vorstand bilden Herr Detlef Kutta vom Franchiseportal franchise-net.de, Herr Marcel Theijs vom Softwareunternehmen Lexware und der erfahrene Gründerexperte und Unternehmensberater Herr Jörg T. Eckhold. Die Geschäftsführung des Verbandes leitet Dr. Kai Flehmig. Dr. Flehmig: „Wir haben uns intensive Gedanken gemacht, was ein Gründer und Jungunternehmer heutzutage von seinem Verband benötigt. Wir sind zu dem Schluss gekommen: Alles, was von einem Verband zu erwarten ist. Aber nichts, was die Existenzgründer und Jungunternehmer gewohnt sind.“

Wer erfolgreich gründen und sich entwickeln will, braucht kompetente Unterstützung.

Wer ein Unternehmen gründet, weil er eine zündende Idee hat oder sein Potenzial voll ausschöpfen will, braucht nicht nur ein branchenspezifisches Know-how, sondern auch viel spezielles Gründerwissen. Der etablierte Unternehmer in der Wachstumsphase braucht erfahrene Begleiter, die ihn beraten und seine Expansion unterstützen. Die Umsetzung von Ideen in die Wirklichkeit ist ein langwieriger und aufwendiger Prozess, der die ganze Kraft und vor allem auch das Durchhaltevermögen des Unternehmers fordert.

Dabei vollzieht sich die Entwicklung eines Unternehmens häufig wie die Schienen einer Achterbahn. Um nicht die Richtung zu verlieren und genug Kraftreserven aufzubauen, damit die Pläne auch umgesetzt werden können, benötigt man eine Anlaufstelle, wo man Experten um Rat fragen kann. Wo man Kontakte knüpfen kann, um Lösungen zu finden und wo auch wirtschaftliche Unterstützung zu erfahren ist, obwohl der Einzelbedarf kein großes Volumen darstellt. Kurz: eine bundesweite Anlaufstelle wie den Deutschen Gründerverband e.V.

„Für den, der weiß, was er will und die erforderlichen persönlichen Voraussetzungen hat sowie über ein strategisches Gesamtkonzept verfügt“, so Dr. Flehmig, „bietet der Gründerverband ein herausragendes Stufenprogramm der vertrauensvollen und kompetenten Begleitung“. So gibt der Verband z.B. jedem Mitglied die Möglichkeit, sein Gründungskonzept durch einen erfahrenen BDU-Berater (BDU e.V.: Bundesverband Deutscher Unternehmensberater) prüfen und die Erfolgsaussichten bewerten zu lassen. „Weil wir wissen, wie wichtig die Betreuung durch erfahrene, qualifizierte Experten ist, ist diese Prüfung und Bewertung für Mitglieder des Verbandes kostenlos“, sagt Dr. Flehmig nicht ohne Stolz.

Wenn's drauf ankommt: Der Verband lässt niemanden allein.

Im Mittelpunkt des Gründerverbandes steht der Servicegedanke für seine Mitglieder. Service heißt auch schnelle Hilfe, wenn es mal brennt: Durch die Hotline des Verbandes wird der Gründer nie allein gelassen. Er kann dort zu jeder Tages- und Nachtzeit sowie am Wochenende anrufen und sein Problem schildern. Damit soll gewährleistet werden, dass der Gründer oder Unternehmer von Anfang an weiß, an wen er sich wenden kann, wenn

unvorhergesehene Probleme auftauchen. In jeder Unternehmensphase ist es wichtig, dass man sich von Problemen nicht aus der Bahn werfen lässt, sondern weiß, woher man Hilfe holen kann, wissen alle Verantwortlichen im Verband.

Dr. Kai Flehmig

Geschäftsführer

Deutscher Gründerverband e.V.

44803 Bochum

info@gruenderverband.de (schon heute)

www.gruenderverband.de (ab dem 01.01.09)

Franchise in Indien

(von Rolf G. Kirst, Geschäftsführer von Franchisepool International)

Warum betrachten wir in diesem Newsletter auf einmal exotische Märkte wie China, Türkei, Arabien oder hier Indien, werden sich die Leser fragen. Die Antwort ist recht einfach: Über Franchisethemen in den Nachbarstaaten in Europa lesen wir täglich und viele Franchise-Geber sind bereits im benachbarten Ausland aktiv. Warum sollen wir darüber nochmals berichten, was doch schon Jedermann/frau kennt?

Aber was kann nun ein deutscher Franchise-Geber mit Information über den Franchisemarkt in Indien anfangen? Genau darüber möchte ich ein wenig berichten. Und über meine persönlichen Eindrücke von einer Reise nach Delhi im November dieses Jahres zur dortigen Franchisemesse. Insbesondere

bemerkenswert ist die Entwicklung in den letzten drei Jahren, seit ich Indien zum Thema Franchise bereise. Man lernt dort sehr schnell und Franchise wird mehr und mehr zum Inbegriff internationaler Geschäftsanbahnung.

Indien gilt als zweitgrößtes Land der Erde mit etwa 1,1 Milliarden Menschen. Nur etwa 3 % der Bevölkerung gilt als reich

und verfügt über ein Einkommen von mehr als 3.000 Euro monatlich. 3 % sind doch wenig, oder doch viel? Denn 3 % sind immerhin 33 Millionen Menschen – ist doch recht viel! Vor allem in den Großstädten wie Delhi, Mumbai, Hyderabad, Kalkutta u.a. ist eine junge Käuferschicht entstanden, die nach westlichen und vor allem europäischen Produkten sucht.

Ein jährliches Wirtschaftswachstum von 9,4 % lässt einiges ahnen, auch wenn diese Entwicklung im Augenblick einen Knick bekommt. Die Franchisewirtschaft in Indien wächst ebenfalls jährlich um etwa 10 %. Es gibt 1800 Franchisesysteme, davon 200 aus dem Ausland mit insgesamt 120.000 Franchise-Nehmern. Der Umsatz der Franchiseindustrie liegt bei 4 Milliarden U\$. Sind sie immer noch der Meinung, dies sei unbedeutend?

Aber Indien ist doch so weit entfernt? Das ist richtig, aber man sollte daran denken, wo die Märkte der Zukunft liegen, Entfernungen spielen dabei eine untergeordnete Rolle. Indien gehört zu den aufstrebenden Ländern und wird in Kürze China den Rang der schnellsten Entwicklung abnehmen. Indien hat zudem den Vorteil, dass alle Geschäftsleute Englisch sprechen und an die von den Engländern erzogene Korrektheit gewohnt sind – nur mit der Pünktlichkeit hält man es leider nicht so.

Ein weiterer Vorteil, der für Indien spricht, liegt wie auch bei anderen asiatischen Ländern daran, dass Waren und Dienstleistungen aus Deutschland einen sehr guten Ruf genießen. Ich erhalte aus Indien regelmäßig Anfragen nach deutschen Franchisesystemen. Die Interessenten suchen nach Systemen im Handel, Gastronomie aber auch Dienstleistungen.

Aber wer ist bereit, den ersten Schritt zu wagen? Bis jetzt sind es wiederum die Amerikaner, Australier und wenige

Europäer, die den Markt dort bearbeiteten. Für deutsche Systeme gibt es aber viel Raum und gute Aussichten auf Erfolg, wenn man den richtigen Partner gefunden hat. Eine Betreuung und ein Kontakt vor Ort sind für die Expansion unumgänglich. Gute Erfahrungen habe ich mit der Agentur Franchise India gemacht, die den Markt sehr gut im Griff hat und über ausreichende Erfahrungen im Franchise verfügt. Die Firma organisiert jedes Jahr mehrere Franchisemessen und ist Herausgeber eines Franchisemagazins. Franchise India ist bereit, für deutsche Unternehmen die Suche nach einem Master zu übernehmen und dies auf Erfolgsbasis. Wer sich näher darüber informieren möchte, kann gerne die Kontaktdaten von mir erhalten.

Vielleicht haben Sie diese Zeilen dazu angeregt, internationale Märkte einmal näher zu betrachten. Ich freue mich auf Reaktionen.

Rolf G. Kirst

Geschäftsführer

Franchise Pool International

83278 Traunstein

Tel.: 08 61 / 98 97 60

Fax: 08 61 / 98 97 621

office@franchisepool.org

www.franchisepool.org

Vorbereitung bei der Internationalisierung von Franchise-Systemen – Die Machbarkeitsstudie

(von Dipl.-Volkw. Andreas Langner, Eckhold & Klinger Unternehmensberatung GmbH (BDU))

In der vergangenen Ausgabe der „Broschüre Aktuell“ (3. Quartal 2008) wurde das Thema der Internationalisierung von Franchise-Systemen theoretisch diskutiert. In dieser und den folgenden Ausgaben werden wir das Thema erneut aufgreifen und gehen auf die einzelnen Herausforderungen, die sich bei einer Systemexpansion stellen, im Detail ein.

Im Folgenden wird auf den ersten Schritt bei der Systemexpansion eingegangen: Die Vorarbeit. Hierzu zählt aus unserer Beratersicht vor allem die Erstellung einer Machbarkeitsstudie für das expansionswillige Franchise-System sowie einer ersten Szenarienplanung, die die mögliche Geschäftsentwicklung skizziert.

Aus Sicht des ausländischen Franchise-Systems ist es notwendig, eine Einschätzung der Erfolgswahrscheinlichkeit im Hinblick auf die Expansion der eigenen Geschäftsidee in das Zielland zu erhalten. Hierzu müssen wir als Berater im ersten Schritt detailliert alle vorhandenen Unterlagen zum Franchise-Konzept auswerten und einige der bestehenden Betriebe im Herkunftsland anschauen. Erst hieraus entsteht ein realistisches Bild des Franchise-Konzeptes und eine erste Einschätzung darüber wird möglich, wo die Alleinstellungsmerkmale (USP – Unique Selling Proposition) des Konzeptes im Heimatland liegen und ob diese auch im Zielland zu Alleinstellungsmerkmalen werden können. Es kann sich in diesem frühen Stadium bereits sein, dass die Unmöglichkeit der Umsetzung der Geschäftsidee im Zielland ersichtlich wird – sei es, weil unüberwindbare rechtliche Komplikationen oder eine komplett andere Mentalität im Ziel- und Heimatland dem entgegenstehen.

Falls dies nicht der Fall ist, muss in einem ersten Schritt herausgearbeitet werden, welches die wesentlichen Rahmenbedingungen und welches die wesentlichen Erfolgsfaktoren des Konzeptes sind, die das Franchise-System im Heimatland erfolgreich machen. Mit dieser Kenntnis kann nun für das Zielland eine Mikro- & Makroanalyse, Wettbewerbs- sowie Angebots- und Nachfrageanalyse und ggf. eine Trendbetrachtung erstellt werden. Im Ergebnis liegt dann belastbares Datenmaterial vor, aus dem sich A.) die prinzipielle Erfolgswahrscheinlichkeit für das Konzept sowie B.) Vorgaben für die notwendigen qualitativen und quantitativen Anpassungen des Systems im Zielland machen lassen.

Bei den qualitativen Anpassungen handelt es sich in der Regel um eine Überarbeitung des Company-Claims sowie des Marketingauftrittes, der an die Gegebenheiten und Mentalität des Ziellandes angepasst werden muss sowie die Überprüfung des Betriebskonzeptes und hier insbesondere der Unternehmensabläufe. Im Ergebnis sollte sich hier ebenfalls eine USP für das Zielland ableiten lassen. In dieser Phase arbeiten wir als Berater bereits mit weiteren „Lieferanten“ zusammen, insbesondere mit Markterterungsagenturen, die auf die Branche des Systems spezialisiert sind.

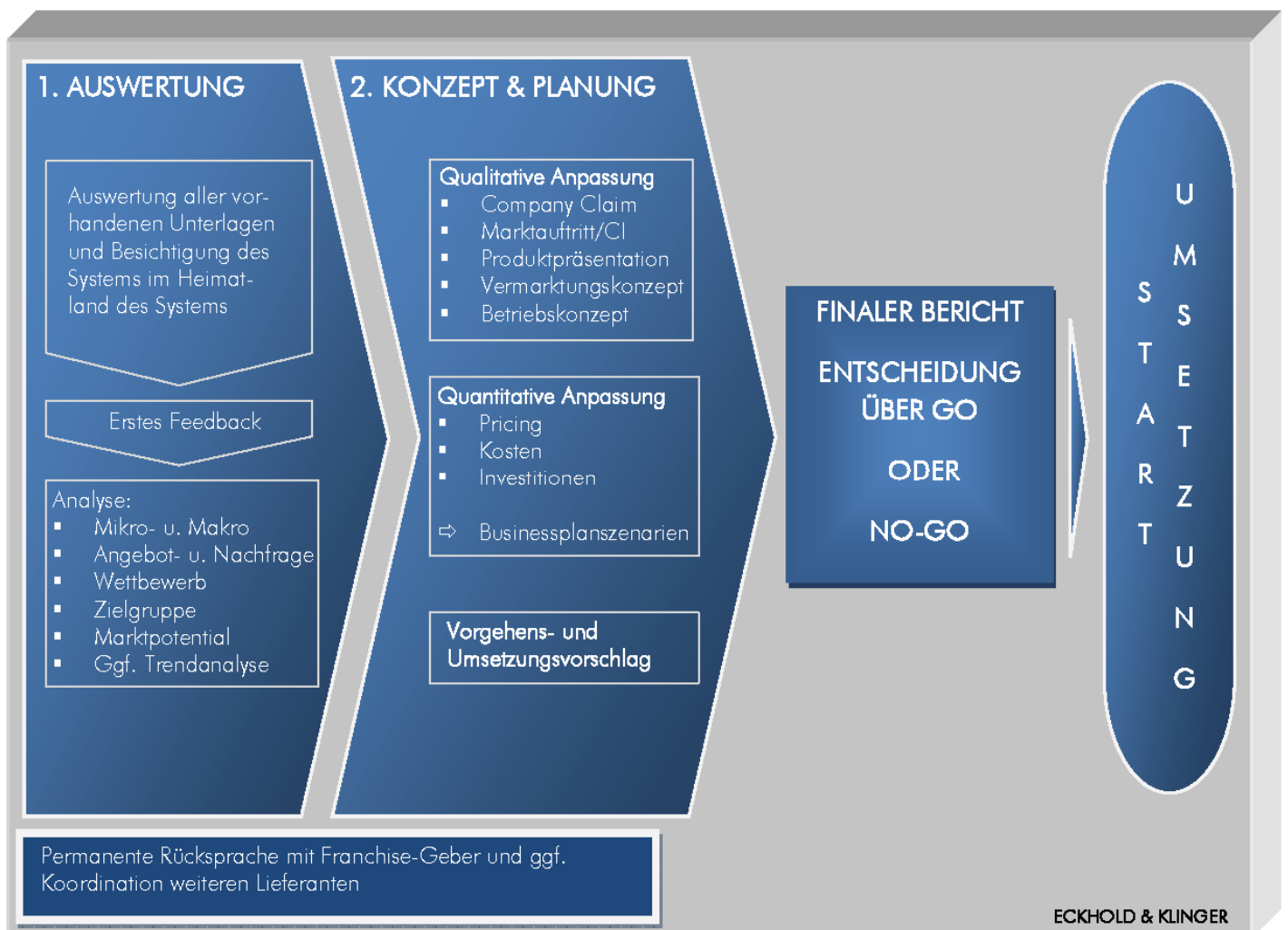
Bei den quantitativen Vorgaben geht es allen voran um eine Anpassung des Pricings. Darüber hinaus muss überprüft werden, ob die Kostenstruktur und die Investitionen auch für das Zielland realistisch sind, was zumeist nicht der Fall ist. Gerade der Bereich der Mitarbeiterplanung macht häufig erhebliche Anpassungen notwendig.

Im Ergebnis liegt eine Projekt- und Umsetzungsplanung vor, die das ausländische System in die Lage versetzt, mit gutem Gewissen eine „go“ oder „no-

go“ Entscheidung zu treffen. Es sei darauf hingewiesen, dass eine Feasibility Study niemals in der Lage sein wird, die Erfolgchancen einer Geschäftsidee mit Gewissheit vorauszusagen – diese kann nur der Pilotbetrieb beweisen – jedoch gibt sie eine gute Prognosegrundlage und eine Umsetzungsplanung, welche ein gezieltes Vorgehen möglich macht.

Die folgende Grafik fasst den Ablauf schematisch nochmals zusammen:

In der folgenden Ausgabe von „Broschüre Aktuell“ erfolgt eine Fortsetzung, die die ersten Schritte der Implementierung der ausländischen Geschäftsidee auf dem Zielmarkt behandeln wird.



Dipl.-Volksw. Andreas Langner

Berater

Eckhold & Klinger Unternehmensberatung
GmbH (BDU)

47918 Tönisvorst

Tel.: 0 21 56 / 4 91 91-10

Fax: 0 21 56 / 4 91 91-20

andreas.langner@eckhold-klinger.de

www.eckhold-klinger.de

Ladenlokal in Eschweiler frei

(von Eckhold & Klinger Unternehmensberatung)

An dieser Stelle möchten wir Sie über ein zu vergebendes Ladenlokal in der Fußgängerzone von Eschweiler informieren, das für viele Franchise-Nehmer geeignet ist. Das Objekt wurde uns von einem befreundeten Unternehmen zur Kenntnis gebracht. Es befindet sich in 52249 Eschweiler (ca. 50.000 EW + ein Einzugsgebiet von weiteren 450.000 Menschen). Die Fläche beträgt ca. 170qm, ebenerdige Verkaufsfläche, die Raumhöhe beträgt 4m. Die Monatsgrundmiete beträgt Euro 1.700,00 bzw. der Kaufpreis beträgt Euro 170.000,00. Weitere Informationen können gerne bei der Eckhold & Klinger Unternehmensberatung angefordert werden.

Eckhold & Klinger Unternehmensberatung GmbH (BDU)

47918 Tönisvorst

Tel.: 0 21 56 / 4 91 91-10

Fax: 0 21 56 / 4 91 91-20

kontakt@eckhold-klinger.de

Geschäftsklima-Index

(von Jörg T. Eckhold, Geschäftsführer der Eckhold & Klinger Unternehmensberatung GmbH (BDU))

Nach neuester Umfrage des BDUs (Geschäftsklima-Index 12/2008) ist die Geschäftslage als zufrieden stellend zu betrachten. Sechs mal im Jahr fragt der BDU bei seinen Mitgliedern den Geschäftsklima-Index ab. Die Abfrage ist angelehnt an den IFO-Institut-Index. Wenn Berater ihre aktuelle Geschäftslage als „gut“ bezeichnen, spiegelt sich dieses wider in ihren Auftraggebern, die wiederum überwiegend aus dem Mittelstand stammen. Jedoch, und das ist

die ernüchternde Aussage der Abfrage, ist zu befürchten, dass in den nächsten sechs Monaten diese Geschäftslage sich ungünstiger entwickeln wird. Aus Risiken können selbstverständlich auch Chancen entstehen. Das heißt, jeder, der sein Franchise-System ernsthaft betreibt und partnerschaftlich mit seinen Franchise-Nehmern umgeht, sollte gemeinschaftlich nach Chancen suchen. Vorausgesetzt, wir bekommen in den folgenden 12 Monaten, wovon auszugehen ist, einen höheren Anteil an Arbeitslosen, könnte dies Auswirkungen auf die allgemeine Konsumbereitschaft haben. Leute, die über mehr Freizeit verfügen, jedoch immer noch ein stabiles Einkommen beziehen, konsumieren. Diese Chancen sollten genutzt werden. Ein Beispiel aus der Praxis: In Nürnberg hat ein Unternehmen ein Kurzarbeiter-Menü zu einem Selbstkostenpreis von Euro 4,30 angeboten. Dies an nur zwei Tagen in der Woche. Seit diesem Zeitpunkt hat sich der Gesamtumsatz dieses Restaurants nicht nur verdoppelt, sondern auch der Ertrag ist, wenn auch nicht im Verhältnis zum Gesamtumsatz, gestiegen. Lassen Sie uns also die gefühlte Krise, die uns in der Franchisebranche weitestgehend noch nicht erreicht hat, als Chance nutzen, um neue Geschäftsfelder zu entwickeln. Wir, die Eckhold & Klinger Unternehmensberatung GmbH, stehen Ihnen mit unserem kreativen Team auch im neuen Jahr weiterhin gerne zur Verfügung.

Jörg T. Eckhold

Geschäftsführer

Eckhold & Klinger

Unternehmensberatung GmbH (BDU)

47918 Tönisvorst

Tel.: 0 21 56 / 4 91 91-10

Fax: 0 21 56 / 4 91 91-20

kontakt@eckhold-klinger.de

www.eckhold-klinger.de

Impressum

Herausgeber und Redaktion:

Consultants House® GmbH

Gut Groß-Lind

Kehner Weg 144

47918 Tönisvorst

Tel.: 02156-4 9191-0

Fax: 02156-4 9191-60

Alle Informationen wurden mit größter Sorgfalt aufbereitet, für Irrtümer und Unterlassungen kann jedoch keine Haftung übernommen werden. Ein Teil der verwendeten Namen sind geschützte Handelsnamen und/oder Warenzeichen der jeweiligen Hersteller.

Antwortfax/E-Mail



Fax: 02156-4 91 91 60 oder Email kontakt@consultants-house.de

Gut Groß-Lind
Kehner Weg 144
47918 Tönisvorst

Wir bitten um Kontaktaufnahme im Zusammenhang mit:

- DFV-Systemcheck
- Deutscher Gründerverband e.V.
- Franchise in Indien
- Vorbereitung bei der Internationalisierung von Franchise-Systemen
- Ladenlokal in Eschweiler
- Geschäftsklima-Index

Firma:

Straße:

PLZ, Ort:

Tel.:

Fax:

Ansprechpartner:

Funktion: