

Podcast | RSS
Unternehmensradio
Aktuelles
Trendspot

Login 



Feeds direkt
abonnieren:

 [ACTUELLS](#)

 [PODCAST](#)

 [TRENDSPOT](#)

Suchen:

Stichwort eingeben



in WEBSITE
in ARCHIV



Future Circle
Membership



Wir über uns
About us



Kontakt
Anreise



Newsletter
Podcast | RSS



Kongresse &
Veranstaltungen

26. März 2008

Trendspot #85: Unternehmertum 2010

Vom Franchisenehmer zum Vertriebsnetzwerker

Franchise-Unternehmen sind schon lange ein Standbein der Wirtschaft. Das sicherlich bekannteste unter ihnen (obwohl es kaum als Franchise-Unternehmen bekannt ist) ist die Fast-Food-Kette Mc Donald's. Auch hinter Marken wie Blume 2000, Mister Minit, Tchibo und der Baumarkt Kette Obi stecken Franchise-Systeme. Die Vertriebskooperation unter Selbständigen gehört auch hierzulande zu den Wachstumsmotoren mit Zukunft: Während das BIP in den letzten zehn Jahren jährlich um knapp 2 % zugelegt hat, ist der Umsatz im Franchisemarkt um knapp 11 % pro Jahr gestiegen. Die Marke als Geburtshelfer für die Entwicklung einer eigenen Unternehmerpersönlichkeit. Auch die Zahl der Franchise-Nehmer (+ 8 %) ist seit 1995 rasanter gestiegen als die Zahl der Franchise-Geber (+ 5 %). Der Grund für dieses starke Wachstum: Die Franchise-Szene zeigt sich wandelbereit. Immer häufiger kommen innovative Konzepte hinzu, die sich erfolgreich den neuen und regionalen Kundenbedürfnissen und soziokulturellen Veränderungen anpassen. In diesem Trendspot stellen wir Ihnen drei erfolgreiche Franchise-Beispiele vor:



Mit innovativen, kundenspezifischen Baukonzepten gegen die Branchenkrise

Als das Franchise-Unternehmen Town & Country 1997 gegründet wurde, ging es der Baubranche alles andere als gut. Erst 2006 kam sie wieder leicht in Schwung. Dennoch hat der Hausbauer Town & Country in dieser Zeit 10.000 Häuser verkauft, womit er inzwischen einer der größten Anbieter in Deutschland ist. Das Konzept sieht vor, Massivhäuser aus standardisierten Modulen individuell nach Kundenwunsch zu konzipieren – auch für Normalverdiener und junge Familien mit Kindern. Mit ständigen innovativen Weiterentwicklungen stellt sich Town & Country zudem den veränderten Kundenwünschen: 30 Häusertypen stehen zur Auswahl, jeder 4. Kunde bestellt bereits heute ein Energiesparhaus. Der Franchise-Gedanke war von Anfang an ein wichtiger Erfolgsgarant: 250 Franchise-Partnerschaften sind bisher geschlossen und im aktuellen Impuls-Ranking der „100 besten Franchise-Konzepte“ belegt Town & Country den 3. Platz (www.townundcountry.de).

DAX-Unternehmen setzt auf den Megatrend Neo-Ökologie und Wachstum durch Franchising

Das Franchise-System Fred Butler hat sich den Megatrend Neo-Ökologie zunutze gemacht und sich der umweltbewussten Textilreinigung verschrieben. Bei dem ökologischen Reinigungsverfahren des zur Linde AG gehörenden Unternehmens wird recyceltes, unter Druck verflüssigtes CO₂ eingesetzt und so der Nachhaltigkeits- und Klimaschutzgedanke erfolgreich verwirklicht. Nachdem das Geschäftsmodell der Öko-Reinigung zunächst in einigen Ländern Europas getestet wurde, startete der Reinigungs-Service 2006 auch in Deutschland. Mit dem Office-Service hat sich Fred Butler zudem auf die Bedürfnisse von Berufstätigen eingestellt: Zu reinigende Textilien können direkt im Büro abgegeben werden, wo man sie später von Fred Butler frisch gereinigt zurückerhält. Seit Kurzem setzt die Linde AG beim Vertrieb von Fred Butler auf Franchising: In Düsseldorf startete letztes Jahr die erste Vertriebs-Partnerschaft, bis 2011 will Fred Butler mit dem umweltbewussten Reinigungsverfahren an bundesweit 500 Standorten präsent sein (www.fredbutler.com).

Megatrend Gesundheit: Großes Wachstumspotenzial für innovative Franchise-Konzepte

Mit 239 Mrd. Euro und 10,7 % Anteil am BIP ist der Gesundheitsmarkt längst ein wichtiger Eckpfeiler der deutschen Wirtschaft. Immer häufiger setzen deshalb auch Unternehmen rund um Ernährung, Körper, Fitness und Lebensqualität auf Franchising. So auch die Weyergans High Care AG aus Düren, die als Gesundheits- und Wellness-Spezialist mit namhaften Forschungspartnern wie dem Max-Planck-Institut zusammenarbeitet. Einige der eingesetzten Geräte (z. B. gegen Venenprobleme) wurden gemeinsam mit der Deutschen Gesellschaft für Luft- und Raumfahrt entwickelt. Bereits 1997 wurde das erste High Care Center als Franchise-Konzept eröffnet. Pro Monat erhält das Unternehmen im Schnitt fünf Franchise-Anfragen, und im Ausland ist High Care mit rund 100 Franchise-Partnern in über 30 Ländern bereits sehr gefragt. In Deutschland gibt es zwar erst vier Franchise-Partnerschaften, doch die weitere Expansion ist auch hier fest geplant (www.high-care.com).

Dieser Beitrag wurde in der Kategorie Trendspot veröffentlicht. Das Zukunftsinstitut behält es sich vor, einzelne Kommentare nicht zu veröffentlichen. Sie können die Kommentare zu diesem Eintrag durch das RSS 2.0 Feed verfolgen. Mehr über die Benutzung von RSS erfahren Sie [hier](#). Gerne informieren wir Sie auch per E-Mail über die Veröffentlichung eines neuen Trendspots. Senden Sie