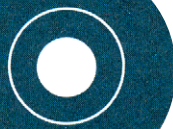


# Ich kauf mir eine

**Name: Birte Wildung**  
**Franchise-System: Baumhaus**  
**Branche: Dienstleistung**  
**Startinvestition: 80.000 Euro**  
**Erwarteter Umsatz: 260.000 Euro**



Geschäftlich „im grünen Bereich“ ist Birte Wildung, 29. Seit Anfang 2001 verdient sie als Franchise-Nehmerin von Baumhaus ihren Lebensunterhalt mit Verkauf, Verleih und Pflege von Grünpflanzen für Banken, Behörden, Hotels und Unternehmen.

130.000 Euro Jahresumsatz im vergangenen und voraussichtlich 260.000 Euro in diesem Jahr bestätigen für sie „die wirtschaftliche Tragfähigkeit einer durchdachten Dienstleistung“. Vier Prozent vom Umsatz gehen an Baumhaus.

Zum Start investierte die Existenzgründerin aus Ratingen 60.000 Euro für Pflegematerialien, Leasinggebühren für den Transporter und die Einrichtung eines kleinen Büros inklusive EDV und Warenwirtschaftsprogramm. Hinzu kam die System-Einstiegsgebühr in Höhe von 20.000 Euro. Im Gegenzug erhält Wildung von der Baumhaus-Zentrale in Wiesbaden Schulungen über Pflanzenpflege, Beratung und eine spezielle Software.

Die relativ geringen Investitionen sagten der Existenzgründerin ebenso

zu wie „die Möglichkeit, aus einem Hobby einen Job zu machen“. Dennoch wäre die Gründung fast am Geld gescheitert: „Eine Förderung durch die Deutsche Ausgleichsbank wurde auf Grund des Alters und fehlender gärtnerischer Ausbildung abgelehnt“, berichtet die Gründerin. Ihre Hausbank sprang ein.

Dabei erwies sich der „grüne Daumen“ beim Geschäftsaufbau als nebensächlich. Entscheidend waren „die professionelle Firmenleitung sowie fundierte Kundenansprache und

-betreuung“, betont die Jungunternehmerin.

Kümmerte sie sich anfangs noch selbst um Grünpflanzenbestückung und -pflege, so überlässt sie dies inzwischen ihren zwei fest angestellten Mitarbeitern. Sie selbst konzentriert sich auf Kundenakquise und -beratung, Buchhaltung, Rechnungserstellung, Auftragsabwicklung und Terminplanung. Denn das Programm beherrscht die Betriebswirtin aus dem Effeff. ■

[www.baumhaus.de](http://www.baumhaus.de)

# Geschäftsidee

Rund 950 Franchise-Systeme in Deutschland bieten Konzepte für jeden Geschmack und jedes Portemonnaie. Junge Karriere stellt drei Modelle vor: Baumhaus für den kleinen, Burger King für den großen und BabyOne für den nicht ganz so großen Geldbeutel.

TEXT: ANDREAS BRENNEKE

Eigentlich wollte sich Birte Wildung erst in ein paar Jahren selbstständig machen. Doch als die junge Betriebswirtin vor zwei Jahren aus Unzufriedenheit ihren Job als Firmenkundenbetreuerin aufgab, zog sie ihren Plan vor. Nur eine Geschäftsidee fehlte ihr. Bei der Internationalen Franchise-Messe stieß sie auf das Franchise-Konzept Baumhaus: Der Pflanzen-Pflegedienst lieferte Wildung das ideale Business-Modell, und der Frühstart klappte unfallfrei. „Ich konnte ohne lästiges Suchen geeigneter Lieferanten oder Entwicklung eines Marketing-Konzepts sofort loslegen.“

Wie Wildung haben sich schon 49.000 Menschen mit Hilfe eines Franchise-Systems selbstständig gemacht, ermittelte das Forum

Franchise & System (ffs). Und der Markt expandiert weiter – wenn auch nicht mehr so rasant wie in den Jahren zuvor. Die Zahl der Franchise-Betriebe wuchs 2001 um 14,3 Prozent auf 56.000. „Früher waren es noch 20 bis 25 Prozent“, relativiert ffs-Leiter Felix Peckert.

Die Franchise-Nehmer profitieren von einer marktauglichen Geschäftsidee, einem erprobten Unternehmenskonzept und nicht zuletzt von den praktischen Starthilfen, die von überregionaler Marktforschung und Standortanalyse über Schulungen und Handbücher bis zum professionellen Marketing-Konzept reichen. Hauptbestandteil im Leistungspaket ist das Franchise-Handbuch, das auf den bisherigen Erfahrungen des Systems basiert. Es soll den Abnehmern einen Leitfaden bie-



ten für den Aufbau ihres Betriebs und die täglichen Geschäftsabläufe. Zusätzlich sichern die Systeme ihren Teilnehmern Preisvorteile, indem sie Waren in großen Mengen einkaufen. Dagegen kommt der Gebietsschutz, der Konkurrenz aus „dem eigenen Laden“ verhinderte, zunehmend ins Wackeln.

#### ABWEICHLER WERDEN BESTRAFT

Im Gegenzug zahlen die Jungunternehmer eine Einstiegsgebühr, die laut ffs bei durchschnittlich 11.500 Euro liegt, sowie rund sieben Prozent ihres laufenden Umsatzes an den Franchise-Geber. Außerdem verpflichten sie sich, Markenauftritt, Fortbildungspflicht und andere Qualitätsstandards des Franchise-Systems einzuhalten. Verstöße ahndet der Franchise-Geber meist mit empfindlichen Sanktionen, die sogar in der Kündigung enden können. Nichts für Einzelkämpfer.

Als Mitglied eines Netzwerks genießen Franchiser zwar eine gewisse Sicherheit. Allerdings bleiben auch sie nicht von der Konjunkturflaute verschont. Lässt man die Spitzenreiter und -verlierer außer Acht, ging der durchschnittliche Umsatz je Franchise-System im vergangenen Jahr um 9,8 Prozent zurück. Trotzdem rechnen Experten damit, dass die Bedeutung des Franchising und die Zahl der derzeit 950 Systeme in Deutschland weiter zunimmt.

#### AUF DEM VORMARSCH

Dafür spricht, dass in anderen Ländern wie Japan und den Vereinigten Staaten mit 3.000 bzw. 5.000 Systemen bereits weitaus mehr Anbieter auf dem Markt sind. Rund 700 internationale Franchise-Gesellschaften sondierten bereits ihre Chancen in Deutschland.

Schon jetzt verkauft die Branche viel mehr als nur Pizzas oder Hamburger, mit denen McDonald's-Gründer Ray Kroc 1954 im amerikanischen Provinznest San Bernadino den Grundstock für das moderne Franchising legte. Etabliert hat sich das neuartige Vertriebssystem inzwischen bei Autovermietern (Avis, Sixt), Baumärkten (Obi), Fotogeschäften (Foto Quelle), Spezialitätenhandel

(TeeGschwender, Vom Fass), Sonnenstudio-Ketten (AYK und Sunpoint) und vielen anderen Sparten. Selbst Airlines (Team Lufthansa), Buchhalter, Betriebs- und Volkswirte (McData) sowie Zahnärzte (MacDent) sichern sich heute mit Hilfe erprobter Konzepte Wettbewerbs- und Einkaufsvorteile.

Großkonzerne wie McDonald's sind nach wie vor selten. Die deutsche Franchise-Wirtschaft ist mittelständisch geprägt. Handel (39,1 Prozent) und Dienstleistung (31,8 Prozent) liegen laut ffs klar vorne in der Gunst der Gründer. Es folgen Gastronomie, Touristik und Freizeit (18,3 Prozent) sowie Bau und Sanierung (10,7 Prozent).

#### NICHTS FÜR BLUTIGE ANFÄNGER

Die Ansprüche steigen. Galt das Franchising früher als idealer Einstieg in die Selbstständigkeit für den „Existenzgründer von der Straße“, so legen die Systeme heute zunehmend Wert auf Qualifizierung. Ein Indiz: Nach einer Umfrage des Deutschen Franchise-Verbands suchen 50 Prozent der System-Inhaber erfahrene Unternehmer als Partner. Und 25 Prozent aller Franchise-Geber wünschen sich laut ffs von ihren Partnern sogar ein abgeschlossenes Studium. Gute Aussichten für Akademiker.

Das ffs plant zur Zeit in Zusammenarbeit mit dem Gründerlehrstuhl der European Business School und dem Düsseldorfer Franchise-Rechtsexperten Joachim Klapperich eine mobile Franchise-Akademie. Ab Januar sollen Experten aus den Systemzentralen Mitarbeiter der Franchise-Geber weiterbilden, in drei Jahren auch Franchise-Nehmer.

#### VORSICHT VOR SCHWARZEN SCHAFEN

Dass die Franchise-Branche für jeden Geschmack und jedes Portemonnaie etwas bietet, zeigen unsere drei Porträts. Gründer sollten sich ihr System sehr genau anschauen, denn es gibt nicht nur große Qualitätsunterschiede, sondern auch schwarze Schafe, die sich auf Kosten ihrer Franchise-Nehmer sanieren wollen.

Franchise-Experte Felix Peckert warnt deshalb: „Franchise für sich ist noch kein Garant für Erfolg.“ ■

Name: **Gerold Styra**  
 Franchise-System:  
**Burger King**  
 Branche:  
**Gastronomie**  
 Startinvestition:  
**750.000 Euro**  
 Erwarteter Umsatz:  
**1,5 bis 1,7 Millionen**  
**Euro je Betrieb**

20 Stunden täglich Hamburger und Fritten backen, Tablett abräumen, Boden fegen – für den frisch gebackenen Betriebswirtschaftler Gerold Styra glich der Start ins Unternehmerdasein einem Studententjob. Im Januar 1997 hatte der damals 28-Jährige gleich neben dem Düsseldorfer Hauptbahnhof ein Burger-King-Restaurant eröffnet.

Doch dabei blieb es nicht. Im Mai 1999 folgte Standort Nummer zwei im Stadtteil Heerdt, und heute betreibt er mit seinem ehemaligen Studienkollegen Christian July fünf Hamburger-Lokale mit 230 Mitarbeitern in und um Düsseldorf.

Beim Start profitierte Styra von einem „zugkräftigen Markennamen“, der buchstäblich in aller Munde ist. „Mit einer starken internationalen Marke im Rücken erreicht man Erfolge, die man alleine so nicht erzielen könnte“, begründet Styra die Entscheidung für den Fast-Food-Multi, der 205 seiner mehr als 350 Restaurants durch Franchise-Nehmer

betreiben lässt. Deshalb schreckten Styra auch die hohen Investitionen nicht, die je nach Betriebsgröße zwischen 520.000 und 1,3 Millionen Euro plus 40.000 Dollar Einstiegsgebühr liegen. „Denn schließlich ist Burger King mittlerweile das schnellst wachsende Schnell-Bedienungs-Restaurant in Deutschland.“ Eine finanzielle Starthilfe von den Eltern und Fördermittel der Deutschen Ausgleichsbank bildeten die Basis.

Hinter der Kasse oder in der Küche sind Styra und sein Partner längst nicht mehr anzutreffen. Ein Distriktleiter kümmert sich ums Tagesgeschäft, so dass sich Styra auf Administration, Buchhaltung und Personalverwaltung konzentrieren kann. Doch der tägliche Besuch aller Lokale ist nach wie vor obligatorisch: „Sonst würde das wichtige Gespür für Kundenwünsche und der Bezug zum eigentlichen Geschäft verloren gehen.“ ■

 [www.burgerking.de](http://www.burgerking.de)



FOTO: BOB HEINEMANN

**Name: Marlies Quint**  
**Franchise-System: BabyOne**  
**Branche: Handel**  
**Startinvestition: 500.000 Euro**  
**Erwarteter Umsatz: 1,5 Millionen Euro**



Die Kleinen sind bei Marlies Quint die Größten. Seit Mai betreibt die 40-Jährige ihren BabyOne-Markt in Teltow bei Berlin. Auf 1.200 Quadratmetern finden Eltern alles, was sie für ihren Nachwuchs brauchen: Autositz, Kinderwagen, Möbel, Schnuller, Textilien, Spielzeug. „Was Kinder brauchen, weiß ich dank meiner eigenen Racker genau“, schmunzelt die 40-jährige Mutter von zwei Kindern.

1,5 bis zwei Millionen Euro Jahresumsatz erwartet die Gründerin. „Ein realistisches Ziel“, meint Quint nach sechs Monaten Anlaufzeit. Immerhin 500.000 Euro investierte sie inklusive Warenausstattung und 10.000 Euro Einstiegsgebühr. Rund 20 Prozent Eigenkapital und Fördermittel der Deutschen Ausgleichsbank sicherten die Finanzierung. Die BabyOne-Systemzentrale in Freudenberg, die mittlerweile 30 Franchise-Nehmer betreut, hilft bei Ladeneinrichtung und Einkauf.

Es ist der erste Schritt in die Selbstständigkeit für die Jungunternehmerin, die nach Abitur und Drogi-sten-Ausbildung ein BWL-Studium absolvierte und zuletzt als Geschäftsleiterin bei Karstadt arbeitete. Ihre „praktischen Erfahrungen und fundierte theoretische Kenntnisse des Marktes“ motivierten sie zu einem System dieser Größe. „Außerdem ist es bei einem so großen Betrieb eher möglich, sich persönliche Freiräume zu schaffen, als bei einem kleinen inhabergeführten Geschäft“, betont Marlies Quint, die gerade ihr drittes Kind erwartet.

In der Kundenberatung oder an der Kasse arbeitet die Vorgesetzte von zehn Mitarbeitern nur noch, „wenn Mitarbeiter fehlen oder absoluter Hochbetrieb herrscht“. Dafür sind Personalführung und -schulungen, Controlling und Sortimentsgestaltung Chefsache.

[www.babyone.de](http://www.babyone.de)

## IN ZEHN SCHRITTEN ZUM FRANCHISE-NEHMER

- 1. Überprüfen Sie, ob Franchising das Richtige ist.** Sind Sie bereit, Entscheidungsfreiheit abzugeben? Besitzen Sie kaufmännische Qualifikationen? Eine entsprechende Ausbildung ist kein Muss, fundierte Kenntnisse sind jedoch nötig.
- 2. Suchen Sie eine Branche.** Welche Geschäftsidee entspricht Ihren Interessen und Fähigkeiten? Marktübersichten gibt es bei Verbänden und Fachzeitschriften.
- 3. Schreiben Sie fünf passende Systeme an.** Bei der Auswahl helfen die jährliche Franchise-CD des Fachverlags Ulrich Kessler und der Katalog Franchise-Chancen aus dem Verlag für die Deutsche Wirtschaft.
- 4. Überprüfen Sie Konzept, Leistungspaket und Gebühren.** Einen Eindruck von der Seriosität des Systems vermitteln Entwicklungsgeschichte und Zahl der Franchise-Nehmer sowie Nachfragen bei Banken, Handelskammern oder dem Deutschen Franchise-Verband.
- 5. Besuchen Sie die Zentralen.** Stimmt die Chemie zwischen Ihnen und dem Franchise-Geber? Ein Auswahlverfahren spricht für das System. Fordern Sie eine Liste der Franchise-Nehmer und Zahlen, die Aufschluss über Erfolgsaussichten und finanzielle Lage des Systems geben.
- 6. Reden Sie mit dem Franchise-Nehmer-Berat.** Existiert überhaupt eine Interessenvertretung? Werden Franchise-Nehmer an strategischen Entscheidungen beteiligt?
- 7. Besuchen Sie mehrere Franchise-Nehmer.** Hat der Franchise-Geber seine Zusagen eingehalten? Wie ist die Zusammenarbeit im System?
- 8. Arbeiten Sie für einige Wochen in einem Partnerbetrieb.** Wollen Sie diese Arbeit die nächsten zehn Jahre machen?
- 9. Nehmen Sie die Unterlagen Ihres Favoriten unter die Lupe.** Sind alle abgesprochenen Leistungen und Gebühren im Vertrag enthalten? Lassen Sie sich von einem Rechtsanwalt helfen.
- 10. Klären Sie die Finanzierung.** Für Franchise-Nehmer gelten die gleichen Voraussetzungen wie für andere Gründer. Ein gutes System hilft bei der Suche nach Banken und Fördermitteln. pnd

### Informationen und Links

**Jahrbuch Franchise und Lizenz 2002.** Felix Peckert, Günter Erdmann und Antje Kiewitt, Frankfurt am Main, 49 Euro.

**Gründerzeiten Nr. 4,** [www.bmwj.de](http://www.bmwj.de) unter Existenzgründung – Tipps für den Start – Franchising.

[www.dfv-franchise.de](http://www.dfv-franchise.de), [www.franchise-world.de](http://www.franchise-world.de), [www.franchiseportal.de](http://www.franchiseportal.de), [www.franchise-net.de](http://www.franchise-net.de)

### Junge Karriere

## Eintrittskarten zu gewinnen

Mehr als 100 Franchise-Systeme präsentieren sich vom 21. bis 24. November auf der Internationalen Franchise-Messe ([www.franchise.de](http://www.franchise.de)) in Frankfurt am Main. Einen Tag vorher findet dort der Deutsche Franchise-Tag statt. Junge Karriere verlost 30 Eintrittskarten für die Messe im Wert von jeweils 32 Euro. Teilnehmer senden bis Montag, 4. November, unter dem Stichwort „Franchise“ eine E-Mail mit ihrer Adresse an [p.nederstigt@vhb.de](mailto:p.nederstigt@vhb.de). Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

FOTO: DAN ZOUBEK