

APPETIT AUF MEHR

TOP 100 Franchise boomt – doch nicht alle Systeme halten, was sie versprechen. Das exklusive impulse-Ranking zeigt: Welche 100 Konzepte die größte Sicherheit bieten, und wer von den Newcomern das Rennen macht

Sie ist jung, attraktiv, ungewöhnlich erfolgreich – und steht bei Burger King hinter dem Tresen. Allerdings nur manchmal. Denn Anna-Maria Skala, Chefin von 350 Mitarbeitern und mehrfache Umsatzmillionärin, arbeitet nicht nur für die Fast-Food-Kette. Ihr gehört ein Teil davon: Sieben Restaurants umfasst ihr kleines Hamburgerimperium mittlerweile (siehe „Da geht noch mehr“). Die 28-Jährige gehört zu den 57 000 Firmenchefs in Deutschland, die auf eine Franchisepartnerschaft setzen. Und sie ist ein Musterbeispiel für den Erfolgstrend einer Branche, die wächst >

und wächst und wächst, der die weltweite Wirtschaftskrise scheinbar nichts anhaben kann.

Trotz Flaute allerorten steigen die Umsätze der Franchisewirtschaft zweistellig: von 41,5 Milliarden Euro in 2007 auf stolze 47 Milliarden in 2008. Das macht ein sattes Plus von 13 Prozent. Ein Ergebnis, das dieses Jahr wohl nicht ganz erreicht werden kann. Aber, so der Präsident des Deutschen Franchise-Verbands, Dieter Fröhlich, „wenn alles gut geht, dann wird das Wachstum wenigstens im knapp zweistelligen Bereich liegen.“ Andere Branchen wären schon mit einer schwarzen Null zufrieden.

Mit der Lizenz zum Geldverdienen

Die Branche lockt und ist gerade in der Krise für Leistungsträger interessant, die als Unternehmer eine neue Herausforderung suchen oder ihren Angestelltenjob an den Nagel hängen und sich selbstständig machen wollen. Doch welche Anbieter sind wirklich gut, welche versprechen nur und halten nichts? Wer hat im vergangenen Jahr besonders zugelegt, und wer gehört zu den Absteigern?

Um die besten Systeme der Wachstumsbranche zu finden, untersucht impulse seit vier Jahren mit der einzigen umfassenden Branchenanalyse die deutsche Franchiseszene und ermittelt die Topsysteme: vom Hamburgerbrater McDonald's, der das Ranking seit Jahren dominiert wie Usain Bolt den 100-Meter-Lauf, bis hin zu den Youngsters der Szene wie Freshnails oder Calory Coach, wo der >



DIE TOP 25

Hauptsache es schmeckt? Die Spitze des impulse-Rankings der besten Franchisesysteme dominieren Nahrungsanbieter – für Mensch und Tier. Die 25 Systeme mit der höchsten Punktzahl 2009 stellen wir hier in Kurzform vor. Alle weiteren Platzierungen sowie die Auswahl der Kriterien, nach denen impulse bewertet hat, finden Sie auf Seite 44.

1 McDonald's (Vorjahr: Rang 1)

| | |
|---------------|----------|
| Punkte | 95,5 |
| Start/Partner | 1975/258 |
| Ziel | k. A. |

www.mcdonalds.de Der mit Abstand stärkste Franchiser Deutschlands. 2,58 Millionen Gäste speisen täglich in den 1333 Restaurants. 1040 davon werden von Franchisenehmern geführt. Ein neues Shop-in-Shop-Konzept wird getestet. Dadurch soll eine weitere Expansion möglich werden.

Start ins Unternehmerleben nur 55 000 Euro kostet.

Die geringen Investitionen und die Unterstützung durch den Franchisegeber, machen das Lizenzmodell selbst für unerfahrene Neuunternehmer wie Ulrike Förster interessant. Obwohl schon 53 Jahre alt, startete die ehemalige Krankenschwester 2008 mutig durch, eröffnete im Mai einen Freshnails-Store in Hannover und erzielt immerhin schon fast 150 000 Euro Jahresumsatz. Freshnails, das gerade die Nagelstudiobranche mit einem stylish-modernen Konzept aufmischt und sich als Beauty-Lounge versteht, gehört zu den neuen und frechen Konzepten der Franchiseszene.

Während die neuen Systeme kräftigen Schwung in die Branche bringen, sorgen die traditionsreichen und umsatzstarken Firmen wie McDonald's oder Burger King für Kontinuität. Diese Mischung von jung und alt, von etabliert und innovativ zeichnet die Franchisebranche aus wie keine andere. Mittlerweile haben gut 950 Unternehmer ihr Konzept franchisiert. Das sind 40 mehr als noch vor einem Jahr. Sie alle bieten Unternehmensideen aus dem Bereich Dienstleistung, Handel, Handwerk und Gastronomie an. Für Existenzgründer meist ein Start-

| Die Aufsteiger | | | Die Absteiger | | |
|----------------|----------------------|----------|---------------|------------------|---------|
| Platz | System | Aufstieg | Platz | System | Abstieg |
| 1 | Injoy | + 23 | 1 | Treppenmeister | - 25 |
| 2 | Backwerk | + 19 | 2 | Datac | - 16 |
| 3 | Mr. Baker | + 16 | 3 | Meta Archivdepot | - 15 |
| 3 | Tiroler Bauernstandl | + 16 | 4 | Fastway Couriers | - 14 |
| 5 | Theo Tours | + 15 | 5 | NBB Bauspezi | - 11 |
| 6 | Backfactory | + 14 | 6 | Cartridge World | - 10 |
| 6 | Call a Pizza | + 14 | 6 | Optigrün | - 10 |
| 6 | World of Pizza | + 14 | 6 | Scheiben Doktor | - 10 |
| 9 | Janny`s Eis | + 10 | 6 | Wintec Autoglas | - 10 |
| 9 | Mrs. Sporty | + 10 | 6 | ZGS Schülerhilfe | - 10 |

Aufstieg oder Abstieg um jeweils die Anzahl der Plätze in der Hitliste gegenüber Vorjahr. ©Impulse 10/2009

schuss nach Maß. Denn das Konzept ist bewährt, die Marke in den meisten Fällen etabliert, und nahezu alle Systeme setzen auf Expansion.

Kampf der Giganten

Selbst Branchenriesen wie McDonald's, Burger King oder Fressnapf, die das Ranking anführen, sehen noch Wachstumspotenzial. So wurden 2008 in den 1333 McDonald's-Restaurants (davon sind 78 Prozent franchisegeführt) täglich 2,58 Millionen Gäste bewirtet. Zudem konnte das Münchener Unternehmen die Zahl der McCafés auf fast 550 erhöhen. So verteidigt der Fast-Food-Gigant auch 2009 Platz eins der Top 100 Franchisesysteme – dieses Jahr sogar mit deutlichem Punktevorsprung. Tierfutterspezi-

alist Fressnapf eröffnete 2008 den 1000. Standort, schaffte den Sprung auf über eine Milliarde Euro Umsatz und will, so Fressnapf-Gründer Torsten Toeller, die Marke jetzt „international ausbauen“ – dennoch ging der zweite Rang in der Bestenliste an Burger King verloren. Der McDonald's-Konkurrent powert nicht nur mit einer Qualitätsoffensive und einer innovativen Produktvielfalt, sondern eröffnete mehr als 60 neue Restaurants.

„Wir sind weiter expansiv. Denn der deutsche Markt ist für Burger King einer der wichtigsten der Welt“, sagt Thomas Berger. Der Division Vice President Central Europe Burger King – so Bergers offizieller Titel – hat noch viel vor: Am 1. September fiel der Startschuss des neuen Markenauftritts: mit weiteren Pro- ➤



6 Joey's Pizza (5)

| | |
|---------------|-----------------|
| Punkte | 81,2 |
| Start/Partner | 1989/120 |
| Ziel | k. A. |

www.joey's.de Um zehn Millionen Euro steigerte der Pizzabringdienst seinen Umsatz (2008: 73,4). Laut Inhaber Carsten Gerlach beschert die Krise Joey's eine gute Konjunktur: Statt Restaurants zu besuchen, ordern die Kunden vermehrt den Service.

7 Hallo Pizza (6)

| | |
|---------------|-----------------|
| Punkte | 78,3 |
| Start/Partner | 1990/130 |
| Ziel | 200 |

www.hallopizza.de Die Firma aus Langenfeld ist neben Joey's einer der beiden Marktführer und steigerte den Umsatz ebenfalls kräftig auf über 70 Millionen Euro. In den nächsten drei Jahren sollen knapp 90 neue Standorte eröffnet werden.

8 Subway (9)

| | |
|---------------|-----------------|
| Punkte | 77,5 |
| Start/Partner | 2000/412 |
| Ziel | 450 |

www.subway-sandwiches.de In der Vergangenheit hatte Subway mit teils schlechten Standorten und unzufriedenen Partnern zu kämpfen. Die Zentrale hat gelernt und schraubt das Expansionsziel von 700 auf 450 Standorte zurück.

9 Mrs. Sporty (19)

| | |
|---------------|-----------------|
| Punkte | 77,1 |
| Start/Partner | 2005/193 |
| Ziel | 520 |

www.mrssporty.de Die Expansionskraft der auf Frauen spezialisierten Fitnessstudiokette lässt nicht nach. Im Gegenteil. Über 90 Partner kamen im vergangenen Jahr dazu. Das Sportkonzept der Tennislegende Steffi Graf kommt an.



70 000 Euro

FRESHNAILS

Eine Krankenschwester auf neuen Wegen

Hannovers Innenstadt hat seit Mai 2008 eine neue Attraktion. Eine mutige Behauptung, sicherlich. Misst man aber die Zahl der Passanten, die täglich ihre Nase an die vier Meter große Schau-fenster-Front von Freshnails in der Osterstrasse pressen, dann trifft dies ohne Wenn und Aber zu. Der Blick durch das Fenster zeigt den Neugierigen einen 90 Quadratmeter großen, in Weiß und Apfelgrün getünchten und mit Neonstrahlern stylisch beleuchteten Innenraum. Seit gut 15 Monaten residiert hier **Ulrike Förster** (Foto). Die 53-Jährige ist Franchise-Nehmerin von Freshnails, einer modernen Beauty Lounge für Maniküre, Pediküre bis hin zum Waxing, der modernen Haarentfernung. Gegen den Begriff Nagelstudio wehrt sich Franchise-Chef Stephan Schubert allerdings energisch: „Wir gehören nicht zu den rund 14 000 Nagelstudios, die oft Hinterhof-Atmosphäre präsentieren und häufig nach sechs Monaten wieder schließen müssen. Wir bieten Entspannung im Wohlfühl-Ambiente.“

Durch den Verkauf seiner Anteile am Börsen-Infosystem Onvista finanziell unabhängig, übernahm Schubert Anfang 2007 die Freshnails-Idee von den Gründern und Gaffel-Brauereierben Cornelius und Heinrich Philipp Becker. Intensiv arbeitete der Vater von zwei Kindern an dem Businesskonzept. Herauskam ein bis ins kleinste Detail durchdachtes Franchise-System. „Wir verwöhnen unsere Kunden bereits an

29 Standorten in Deutschland“, sagt der immer noch bescheidene 40-jährige Millionär („Ich wohne zur Miete und fahre einen elf Jahre alten CLK.“). Auch sein unternehmerisches Ziel klingt bodenständig-seriös: Trotz monatlich 150 Anfragen potenzieller Partner, will er die Zahl der Standorte pro Jahr nur verdoppeln. Sein Ziel: 300. „Dann sind wir in jeder größeren Stadt vertreten.“

Die Beauty-Lounge gehört zu den jungen Franchise-Konzepten Deutschlands: straff organisiert, erfolgreich und mit großem Roll-Out-Potenzial. Das spiegelt sich in der impulse-Hitliste wider. Als Neueinsteiger katapultierte sich das System aus Köln immerhin auf Platz 65. Schubert: „Wir haben uns ganz bewusst für eine Franchise- und keine Filial-Organisation entschieden. Denn engagierte Partner vor Ort, die unternehmerisch handeln, stehen für den Erfolg.“ So wie Ulrike Förster. Nach 20 Jahren als Krankenschwester im Klinikdienst und fast 15 Jahren Kinderpause startete die 53-Jährige noch einmal durch. „Ich wollte nicht mehr ins streng regulierte Berufsleben zurück, sondern mich als Selbständige verwirklichen und auch die Unabhängigkeit genießen“, erzählt die zweifache Mutter. Diese Freiheit konnte sie schon nach wenigen Monaten Aufbauarbeit ihres Freshnails-Stores umsetzen. Mittlerweile hat sie kaum noch freie Termine in ihrem Kalender: „Wir suchen dringend weitere Mitarbeiterinnen.“

14 Studienkreis (8)

| | |
|---------------|----------|
| Punkte | 73,3 |
| Start/Partner | 1984/236 |
| Ziel | k. A. |

www.studienkreis.de Immer mehr Nachhilfe- und Bildungsinstitute stoßen auf den deutschen Markt. Der Wettbewerb um Marktanteile nimmt spürbar zu. Die Zahl der Franchisenehmer verringerte sich allerdings nur leicht.

15 Apollo-Optik (9)

| | |
|---------------|----------|
| Punkte | 72,9 |
| Start/Partner | 1989/103 |
| Ziel | k. A. |

www.apollo.de In dem mit Wettbewerbern wie Fielmann äußerst umkämpften Brillen- und Kontaktlinsenmarkt spielt Apollo-Optik mit starkem Marketing, attraktiven Einkaufskonditionen und Preisaggressivität alle Karten des Erfolgs.

16 Engel & Völkers (16)

| | |
|---------------|----------|
| Punkte | 72,8 |
| Start/Partner | 1998/157 |
| Ziel | 190 |

www.engelvoelkers.com Das System gehört zu den Top-Maklerangeboten. Die Ausrichtung auf hochwertige Wohn- und Gewerbeimmobilien differenziert den Makler von der Konkurrenz. Das System wächst auch im Ausland.

17 ZGS Schülerhilfe (7)

| | |
|---------------|----------|
| Punkte | 72,6 |
| Start/Partner | 1983/336 |
| Ziel | 400 |

www.schuelerhilfe.de Neben Studienkreis zählt Schülerhilfe zu den erfolgreichsten Nachhilfeeinstituten. Auch das System mit Sitz in Gelsenkirchen musste leicht Federn lassen. Fernwerbung soll den Umsatz der einzelnen Partner jetzt steigern.

Auch Männer haben eine Chance

Nirgendwo anders in Europa gibt es so viele übergewichtige Frauen wie in Deutschland. Eine Nachricht, die viele erschreckt. Nicht aber **Martin Wurzel** (Foto). Der 53-Jährige hat Damen, die ein paar Kilos zu viel auf den Rippen haben, sogar zu seiner Zielgruppe gemacht. Mit zunehmendem Erfolg. Rund 100 Partner seines Franchise-Systems Calory Coach locken derzeit Diätfrustrierte in ihre insgesamt 140 Institute. Eine Kombination aus Ernährungsberatung und Bewegungstraining soll ihnen dauerhaft zur gewünschten schlanken Linie verhelfen.

Von Anfang an setzte der Diplom-Betriebswirt auf Franchise. Denn in den nächsten fünf bis acht Jahren will der Unternehmer die Anzahl der Institute auf 2000 bis 3000 steigern. „Mit einem Filialnetz können Sie eine solche Expansion niemals erreichen.“ Diese Einsicht hat er von McDonald's-Gründer Ray Kroc übernom-

men: „Seine einzigartige Strategie faszinierte mich schon als Student.“ Zusätzliche Schubkraft, um dem Hamburger-König nachzueifern, soll jetzt ein strategischer Investor bringen. „Außerdem haben wir eine Managementebene eingezogen, die über die notwendige Professionalität verfügt“, sagt der umtriebige Vater von drei Kindern. Er übernimmt im Führungsteam den Bereich Strategie. „Ich gehe gern neue Wege, wenn sie sich ergeben.“ So laufen derzeit Verhandlungen über eine Kooperation mit den Krankenkassen.

Wer die idealen Franchise-Partner für sein System sind? „Leidensgenossinnen der Kundinnen“, sagt Wurzel lächelnd. „Wir suchen in erster Linie die selbst leicht Übergewichtige 40 bis 50 Jahre alte Frau, deren Kinder aus dem Haus sind und die Lust hat, sich selbstständig zu machen.“ Und: „Die Damen müssen auch mit Zahlen



umgehen können, sonst funktioniert die Sache nicht.“ Über fehlendes Interesse braucht er sich nicht zu beklagen. Auch Männer haben die Chance, Franchise-Nehmer zu werden – allerdings nur als Investor oder kaufmännischer Leiter. Der direkte Umgang mit Kundinnen ist ihnen untersagt. Herren dürfen das Institut während der Geschäftszeiten nicht einmal betreten.

Das sind strikte Regeln, doch der Erfolg gibt Martin Wurzel recht. Allerdings sind dem Unternehmer auch Fehler unterlaufen. „Wir haben zum Beispiel schon mal bei der Geräteauswahl danebengegriffen oder uns für ein EDV-System entschieden, das sich im Nachhinein als ungeeignet erwies.“ Solche Fehlgriffe passieren aber nur sehr selten. „Wir lassen in sämtliche Entscheidungen die Erfahrungen der Franchise-Nehmer einfließen und können so Fehler weitestgehend vermeiden.“ In der impulse-Bestenliste belegt Calory Coach Platz 49.

Als Einzelkämpferin keine Chance

Die Potsdamerin liebt Tulpen und Rosen über alles. Seit Oktober 2001 verdient **Marion Baltzer** (Foto) mit ihren Lieblingsblumen sogar Geld. Die 49-Jährige übernahm damals eine Filiale von Blume 2000 als Franchise-Nehmerin. Die Schnuppertermine beim Marktführer im Blumeneinzelhandel hatten sie überzeugt. „Ich war sicher, ein System gefunden zu haben, bei dem ich meine eigene Chefin sein konnte, ohne die Risiken einer Unternehmerin einzugehen.“

Die Faszination, ein Unternehmen zu lenken, hatte die gelernte Kauffrau bereits als Betreiberin einer Tankstelle kennengelernt. Baltzer: „Ein Angestellten-Job kam für mich deshalb nicht infrage.“ Auf die Unterstützung eines starken Partners wollte sie jedoch nicht verzichten. Warum? „Als Einzelkämpferin können Sie in unserer Branche kaum bestehen, weil man selber disponieren und für die gesamte Logistik sorgen

muss.“ Blume 2000 nimmt ihr diese Aufgaben ab und liefert Nacht für Nacht frische Ware an. Und nicht nur das. Die Partner des Systems können sich quasi „in ein gemachtes Bett legen“, berichtet Mario Schaller, Franchise-Manager des Blumenhandels. „Wir suchen Franchise-Nehmer ausschließlich für ehemalige Filialen.“ Vorteil für die Gründer: Die Marke ist bereits in ihrem Einzugsgebiet bekannt. Der Franchise-Geber kann seinen Händlern genaue Informationen über Kundenstruktur und -wünsche geben. Fehlgriffe beim Einkauf bleiben ihnen so erspart. **Die guten Erfahrungen** und Umsätze haben Marion Baltzer Anfang letzten Jahres dazu bewogen, in Potsdam ein weiteres Geschäft zu übernehmen. Auch hier läuft es „prima“. Aber gab es in der Karriere als Blumenhändlerin auch Durchhänger oder grobe Fehler? „Natürlich, aber nichts, was mit dem Franchise-System zu tun hat.“ Was ihr

Investitions-
28 500
Euro
kosten

manchmal zu schaffen macht, ist die Suche nach verlässlichem Personal.

Trotzdem ist die Blumenfreundin mit Feuereifer dabei und kann sich sogar vorstellen, irgendwann einen dritten Laden zu übernehmen. „Dann ist aber Schluss, weil man einen größeren Betrieb nicht allein führen kann und die notwendige Nähe zum Kunden verloren geht.“ Zudem stellt Blume 2000 an seine Vertriebspartner hohe Anforderungen: So müssen sie etwa mehrmals am Tag die vor dem Geschäft präsentierten Blumen und Pflanzen umdekорieren, um so einen immer neuen Blickfang zu schaffen. Heute gehören mehr als 50 Franchise-Nehmer mit 70 Standorten zum System Blume 2000. Der Gesamtumsatz lag 2008 mit mehr als 34 Millionen Euro ungefähr auf Vorjahresniveau. Diese Stabilität und die Bereitschaft, sich ständig weiterzuentwickeln, brachte Blume 2000 Platz 28 im impulse-Ranking ein.

DAS IMPULSE-RANKING: PLÄTZE 26 BIS 100

| Platzierung | 2008 | | Unternehmen | Geschäftsidee | Partner | | Punkte |
|-------------|------|------|------------------------------|---|------------------|-------------------|--------|
| | 2008 | 2009 | | | 2009 | 2011 ¹ | |
| 25 | 26 | | Zoo & Co | Handel mit Tiernahrung/Zubehör | 90 | 120 | 68,7 |
| 27 | 27 | | Isotec | Gebäudesanierung | 74 | 110 | 68,3 |
| 29 | 28 | | Blume 2000 | Blumeneinzelhandel | 54 | 75 | 67,2 |
| 43 | 29 | | Call a pizza | Pizza-Service und Restaurant | 74 | 85 | 66,6 |
| 21 | 29 | | SunPoint | Sonnenstudio | 168 | 170 | 66,6 |
| 37 | 31 | | Avis Autovermietung | Systemautovermietung | 250 ² | 290 ² | 66,4 |
| 34 | 32 | | Pirtek | 24-Stunden-Lieferung von Schläuchen u. Armaturen | 35 | 45 | 65,1 |
| 38 | 33 | | Getifix Franchise | Gebäudesanierung | 689 | 850 | 64,9 |
| 56 | 34 | | Injoy | Fitness-/Wellnessanlageverbund | 203 | k.A. | 64,9 |
| 38 | 35 | | Mail Boxes Etc. | UPS-Dienstleistungen (Versand, Grafik, Druck) | 121 | 280 | 64,8 |
| 38 | 36 | | Einer.Alles.Sauber | Modernisierung von Eigenheimen | 75 | 110 | 64,5 |
| | 37 | | Re/Max | Immobilien-Vermittlung | 150 ² | 500 ² | 63,2 |
| 30 | 38 | | Best Western Hotels | Hotelkette | 173 | 200 | 62,7 |
| 46 | 39 | | Topa Team | Zweites Standbein mit Möbelhandelsware | 346 | 360 | 62,6 |
| 30 | 40 | | Wintec Autoglas | Reparaturservice von Autoscheiben | 135 | 180 | 62,5 |
| 43 | 40 | | Harper&Fields | Maßbekleidung Homeservice | 55 | 72 | 62,5 |
| 56 | 40 | | Mr. Baker | Selbstbedienungs-Bäckerei | 62 | 95 | 62,5 |
| 36 | 43 | | Accor Hotellerie | Hotels (All Seasons, Mercure, Ibis, Etap) | 47 | 101 | 62,4 |
| 28 | 44 | | Datac | Franchisegeber für Buchführungsbüros | 556 | k.A. | 62,3 |
| 46 | 45 | | Kentucky Fried Chicken | Fast-Food-Restaurant | 22 | 30 | 62,2 |
| - | 46 | | Premio Reifen-Service | Reifen-Full-Service | 190 | 300 | 61,9 |
| - | 47 | | The Phone House | Verkauf von Telekommunikationsprodukten | 76 ² | 250 ² | 61,7 |
| 38 | 48 | | Scheiben-Doktor | Austausch und Reparatur von Kraftfahrzeugscheiben | 34 | 80 | 61,3 |
| 46 | 49 | | CaloryCoach | Ernährungstraining/Bewegung | 80 | 200 | 61,0 |
| 60 | 50 | | Janny's Eis | Verkauf von Offeneis mit Coniserie Shop | 155 | 180 | 60,2 |
| 46 | 50 | | Abacus Nachhilfeeinstitut | Einzelnachhilfe zuhause | 106 | 108 | 60,2 |
| 46 | 52 | | Clean Park | SB-Waschanlagenvertrieb | 191 | 240 | 60,0 |
| 38 | 53 | | Meta Archivdepot | Fullservice Archivdienstleistung | 13 | 17 | 59,5 |
| 60 | 54 | | Barrique | Wein- und Feinkostanbieter | 30 | 40 | 59,1 |
| 62 | 54 | | Enchilada | Systemgastronomie | 47 | 55 | 59,1 |
| 46 | 56 | | Optigrün | Begrünung von Flächen ohne Bodenanschluss | 74 | 80 | 59,0 |
| 46 | 57 | | NBB Bauspezi | Baumarkt | 72 | k.A. | 57,8 |
| 56 | 58 | | Hairfree Permanent Epilation | Spezialanbieter für dauerhafte Haarentfernung | 58 | 80 | 57,7 |
| 45 | 59 | | Fastway Couriers | Kurierdienst | 250 | 1000 | 57,2 |
| 76 | 60 | | Tiroler Bauernstandl | Mobiler Standverkauf von Tiroler Spezialitäten | 68 | 100 | 56,7 |
| 66 | 61 | | NBB Angelspezi | Angelgerätefachhandel | 100 | 125 | 56,6 |
| 69 | 62 | | Plameco | Renovierung, Umbau, Neubau in kurzer Zeit | 80 | 130 | 56,5 |
| 54 | 63 | | Waldberg Haus | Anbieter hochwertiger und massier Architektenhäuser | 40 | 45 | 56,4 |
| 54 | 64 | | Cartridge World | Verkauf und Aufarbeitung von Druckerzubehör | 32 | 85 | 55,5 |

| Platzierung | 2008 | | Unternehmen | Geschäftsidee | Partner | | Punkte |
|-------------|------|------|---|--|-----------------|-------------------|--------|
| | 2008 | 2009 | | | 2009 | 2011 ¹ | |
| - | 65 | | Freshnails | Beauty-Lounge | 25 | 100 | 55,0 |
| 66 | 65 | | Intem Trainergruppe | Verkaufstrainerverbund | 90 | 110 | 55,0 |
| 69 | 67 | | Ultimo | Unternehmensberatung, Buchhaltung, EDV-Service | 136 | 166 | 54,7 |
| - | 67 | | Küche & Co | Küchen-Studio | 85 | 120 | 54,7 |
| - | 67 | | Menüservice Meyer | Mittagsmenu für Firmen/Heime | 15 | 22 | 54,7 |
| 63 | 70 | | Mister Bill | Mobile Autokosmetik | 93 | 150 | 54,3 |
| - | 71 | | Tinten-Toner-Tankstation | Verkauf und Aufarbeitung von Druckerzubehör | 72 | 100 | 53,6 |
| - | 72 | | Dialight | Vermarktung von Indoor-Werbeflächen | 40 | 50 | 53,4 |
| 82 | 73 | | Hol' Ab! | Getränkeabholservice | 27 | 100 | 53,3 |
| 81 | 73 | | Blizzeria | Pizza-Service und Restaurant | 29 | 50 | 53,3 |
| - | 73 | | Cervis | Vor-Ort-Service für IT, TK und Netzwerke | 54 | 110 | 53,3 |
| 84 | 76 | | PC-Feuerwehr | PC-Vor-Ort-Service mit 24-Stunden-Dienst | 34 | 45 | 53,2 |
| 79 | 77 | | Ansatz | Beschriftungsagentur | 40 | 70 | 53,0 |
| - | 77 | | Mortimer English Club | Englisch-Sprachkurse | 280 | k.A. | 53,0 |
| 94 | 79 | | Theo Tours | Mobiles Reisebüro, Buchung beim Kunden | 73 | 90 | 52,5 |
| - | 80 | | Quick Reifendiscount | Reifendiscount für der Reifenfachhandel | 53 ² | 70 ² | 52,3 |
| - | 81 | | Pizza Avanti | Pizza-Bringdienst | 21 | 25 | 52,2 |
| 73 | 82 | | Exuweg | Service für Graffiti-Entfernung | 28 | 100 | 51,9 |
| 84 | 83 | | McData | Buchhaltungsbüro inkl. Reporting u. Betriebsvergl. | 46 | 100 | 51,7 |
| 82 | 84 | | Schwabo Autoglas | Austausch und Reparatur von Kraftfahrzeugscheiben | 30 | 40 | 51,5 |
| - | 85 | | Jobstore | Arbeitsvermittlung | | | 50,6 |
| 100 | 86 | | World of Pizza | Pizzaservice | 6 | 18 | 50,4 |
| 88 | 87 | | Badtechnik | Renovierung von Sanitär Oberflächen | 38 | 60 | 50,3 |
| - | 87 | | Dal' Alu | Maschinenvertrieb für farbige Dachrinnen | 41 | k.A. | 50,3 |
| 64 | 89 | | Treppenmeister | Produktion und Vertrieb moderner Holztreppen | 48 | k.A. | 50,2 |
| - | 90 | | Ytong Bausatzhaus | Vertrieb von individuellen Hausbausätzen | 51 | 60 | 50,1 |
| - | 91 | | Beigroup | Weiterbildung im Bereich „people skills“ | 23 | 70 | 50,0 |
| - | 92 | | Junior Mini Car | Kinder-Verkehrsübungsplätze mit Minimotorautos | 31 | 40 | 49,8 |
| 88 | 92 | | Rentas | Werkzeugvermietung in Baumärkten | 33 | k.A. | 49,8 |
| - | 92 | | Die mobile Hundeschule | Hundeerziehung vor Ort | 120 | 180 | 49,8 |
| 99 | 95 | | Bagel Brothers | Bagel Verkauf | 11 | 20 | 49,3 |
| - | 96 | | vfm Versicherungs- und Finanzmanagement | Dienstleistung für Versicherungsvermittler | 76 | 110 | 48,7 |
| - | 97 | | Amiguitos | Italienisch und Spanisch für Kinder | 22 | 80 | 48,6 |
| 107 | 98 | | Alpha Buchhandlung | Buchhandlung mit christlichem Sortiment | 16 | 21 | 48,5 |
| - | 99 | | Eisenhauer Training | Kraft- und Ausdauertraing ansportmed. Geräten | 10 | 12 | 48,2 |
| 96 | 100 | | cup&ino | Verkauf von Kaffeespezialitäten und Snacks | 17 | 32 | 48,1 |

1) Zielgröße, 2) Standorte, Stand: 1. Januar 2009; k.A. = keine Angaben, Quelle: Umfrage, eigene Berechnungen. ©Impulse 10/2009

Die Analyse

Die Untersuchung basiert auf einer Befragung der Franchise-Geber und der deutschen Ableger internationaler Franchise-Systeme. Die Bewertung in insgesamt 13 unterschiedlichen Kategorien erfolgt aufgrund von Firmenangaben (7 Kategorien) und Expertisen (6 Kategorien) der impulse-Redaktion sowie von Hubertus Boehm (Inhaber der Franchise-Unternehmensberatung Syncon,

München), Professor Heinz Klandt (European Business School, Oestrich-Winkel), Felix Peckert (Franchise-Berater, Bonn) und Reinhard Wingral (Franchise-Berater, Eckernförde). Neu im Experten-Team: Marco Hero (Rechtsanwalt und Partner der Sozietät Tigges, Düsseldorf). Hero ist der jüngste deutsche Anwalt, der seit Jahren weltweit als Franchise-Experte empfohlen wird (Whoswholegal Franchise).

Die Kriterien

In drei Bereichen werden zwölf Kriterien mit je maximal zehn Punkten bewertet. Insgesamt lassen sich 120 Punkte beim von impulse entwickelten Performance-Index erzielen.

Die 3 Bereiche

1 Nachhaltigkeit des Konzepts: Hier werden Erfahrung, Firmenalter, Zahl der Partner Ende 2008 sowie der Franchise-Umsatz bewertet.

2 Nachhaltigkeit der Geschäftsidee: Bewertet werden die Zukunftsfähigkeit der Idee und des Systems, Wettbewerbsdichte, Attraktivität der Idee für potenzielle Franchise-Partner sowie die Verdienstchance.

3 Dynamik der Franchise-Idee: In die Bewertung fließen das Wachstum des Systems in der Vergangenheit, das geplante Wachstum bis 2011 und die Expansionschance für Partner ein.