

FRANCHISE- RAPPORTEN 2018

HVORDAN LYKKES MED FRANCHISEFINANSIERING?

KJEDENES FORVENTNINGER TIL 2018

FRANCHISEPRISEN 2018



VIRKE
HOVEDORGANISASJONEN



**FRANCHISE
ARKITEKT**

Våre medlemsfordeler

Som medlem i Virke har du tilgang på advokater, rådgivere, statistikk og analyser, i tillegg til gode rabatter på ulike tjenester.



STÅR DU ALENE I UTFORDRINGER?

Bli en del av Norges beste forretningsnettverk for: Ledere, styreleder, HMS, kultur, finans, regnskap og marked



PUSTER KONKURRENTER DEG I NAKKEN?

Hev kompetansen hos Virke. Meld dine ansatte på kurs innen: Jus, HR, ledelse, styre, effektivisering



KRAV OM Å FORBEDRE BUNNLINJEN?

Spar opptil 40% på våre medlemsfordeler: Telefoni, strøm, forsikring, pensjonsavtaler, vikar og hotell



HAR DU PROBLEMER MED ANSATTE?

Står du i en konflikt, eller har du ansatte som sliter? Kanskje du må si noen opp? Da kan du kontakte ekspertisen i Virke

Du kan lese mer om dine medlemsfordeler på virke.no/medlemsfordeler

Trenger du
rådgivning eller hjelp?

Ring 22541700 eller kontakt oss via virke.no

VELKOMMEN TIL FRANCHISERAPPORTEN 2018

Virke og FranchiseArkitekt har sammen arrangert Franchisekonferansen i Norge siden 2015. Tilsvarende konferanse arrangeres i Sverige og samlet er dette blitt Skandinavias største fagkonferanse innen franchise med over 250 deltakere årlig.

Formålet med franchiserapporten er å sette fokus på franchise som forretningsmodell, fremme god franchisedrift og avdekke markedsforventningene til et utvalg kjeder i Norge.

Basert på kildedata fra Virkes Retaildatabase med nøkkeltall fra over 550 kjeder samt en egen spørreundersøkelse til kjedeledere, viser vi kjedenes forventninger første halvår 2018 hva angår:

- Omsetningsutvikling
- Markedsutvikling for egen kjede og bransjen
- Forventninger til utvikling i salgspriser og driftsresultat
- Tilgang til lån og kreditt

Rapporten har 4 deler. Del 1 omhandler overordnet informasjon om franchise som forretningsmodell. Del 2 beskriver utvikling og forventninger for retail og franchisekjeder i Norge. Del 3 omhandler riktig tilnærming for å lykkes med å få på plass riktig finansiering for kjeden. Avslutningsvis presenteres de nominerte til årets franchisepris (Franny award) samt kriteriene som legges til grunn for valg av prisvinner.

God lesing!

Hovedansvarlige Franchiserapporten 2018



KNUT ERIK REKDAL

Senior
Bransjeanalytiker

e-post: knut.erik.rekdal@virke.no

Tlf: +47 924 42 621



JONAS IDESTRÖM

Founding Partner
FranchiseArkitekt

e-post: idestrom@franchisearkitekt.no

Tlf: +47 901 98 260

Innholdsfortegnelse

1. HVA ER FRANCHISE?	8
Kort om franchise	8
Hvorfor velger man franchise som franchisegiver?	8
Hvorfor velge franchising som franchisetager?	8
Er alle konsepter tilpasset franchise?	8
For de som ønsker å vite mer	9

2. UTVIKLING OG FORVENTNINGER FOR FRANCHISEKJEDER I NORGE	11
Utvikling i omsetning	11
Markedsutsikter for egen kjede og bransjen	13
Forventninger til utvikling i salgspriser	13
Forventninger til utvikling i driftsresultat	15
Tilgang til lån og kreditt	15
Oppsummering	16

3. FRANCHISEFINANSIERING - HVORDAN LYKKES MED RIKTIG FINANSIERING?	18
---	-----------

4. ÅRETS FRANCHISEKJEDE	21
--------------------------------	-----------

1. Hva er franchise?

Kort om franchise

Franchising innebærer, i korte trekk, at noen som eier et forretningskonsept leier ut retten til å benytte forretningskonseptet og varemerket til andre. Til sammen danner de en kjede av bedrifter under samme varemerke og med samme tilbud til kundemassen. Det er et langsiktig samarbeid som styres gjennom en franchiseavtale. Avtalen er igjen basert på en håndbok som definerer et felles forretningskonsept.

Hvorfor velger man franchise som franchisegiver?

Det er ulike årsaker til at man ønsker å bygge en franchisekjede. Noen ønsker å videreutvikle en vellykket bedrift, andre ønsker å skape en kontrollert distribusjonskanal, og noen ønsker å konvertere en filialkjede til franchise. De vanligste argumentene er felles for de fleste blivende franchisegivere.

- **Lavere kapitalkrav.** I en franchise er det vanligvis franchisetager som investerer.
- **Personalet** ansettes av franchisetaker.
- **Delt risiko.** Den finansielle risikoen tas hovedsakelig av franchisetager. Franchisegiveren tar en kommersiell risiko dersom det går dårlig for franchisetagerne.
- **Raskere ekspansjon.** En ekspansjon gjennom franchise går normalt generelt raskere enn å utvikle egne enheter.
- **Motivasjon og effektivitet.** En franchisetager driver sin virksomhet med mulighet for gode resultater og risiko for tap. Det skapes en motivasjon og effektivitet som generelt overgår en enhet som drives av ansatte.
- **Stordriftsfordeler.** Franchisegiver styrer de områdene som kan tilrettelegges for felleskapet. Franchisetager gjør de oppgaver som krever lokal tilstedeværelse. På den måten oppstår verdifulle stordriftsfordeler som igjen gir en mer effektiv kjede.

Hvorfor velge franchising som franchisetager?

De som ønsker å bli selvstendig næringsdrivende kan selvsagt velge å gjøre det på egenhånd. Å bli en gründer i en franchise skjer ofte fordi det finnes et godt konsept i den bransjen du er interessert i. Men uavhengig av bransjen, er de mest vanlige argumentene som franchisetagere bruker følgende:

- **Påvist lønnsom forretningsidé.** Dette konseptet drives lønnsomt på andre enheter.
- **Nøkkelferdig foretak.** Hele selskapets virksomhet er ferdig definert og kan settes opp umiddelbart.
- **Support.** Trening, opplæring og løpende rådgivning om driften.
- **Kolleger.** Man er en del av en kjede sammen med kolleger som driver tilsvarende virksomhet.
- **Stordriftsfordeler.** De stordriftsfordelene som en kjede kan oppnå vil en individuell gründer ikke kunne oppnå i startfasen. Eksempler er: markedsføring, innkjøp, sterk merkevare, IT-systemer, kundedatabaser.

Er alle konsepter tilpasset franchise?

Alle forretningskonsepter er ikke egnet for franchising. Egnetheten er ikke bransjeavhengig, men det er en rekke retningslinjer en bør ta hensyn til. De som ønsker å bygge en franchise bør vurdere konseptet i henhold til FranchiseArkitekts 8-punkts program. Disse er i korte trekk:

1. Har selskapet riktig kompetanse og ressurser?
2. Er konseptet lønnsomt nok for to parter?
3. Fungerer konseptets suksessfaktorer på nye steder?

4. Kapitalkravet per enhet styrer etableringstakten.
5. Kravet til forkunnskap hos en franchisetager styrer ekspansjonstakten.
6. Er det lett eller vanskelig å kontrollere kvaliteten i kjeden?
7. Hvor verdifull blir kjedens stordriftsfordeler?
8. Kontrollerer franchisegiver varemerket?

Selskaper som ønsker å bygge en franchise tilfredsstillende sjelden alle områdene i 8-punkts programmet fullt og helt, men det er viktig å vurdere forutsetningene for å lykkes før du begynner. Ellers tar man unødige sjanser med sitt eget konsept og fremtidige franchisetageres investeringer.

For de som ønsker å vite mer

Franchising er den raskest voksende forretningsmodellen i det skandinaviske markedet. Å bygge en franchise kan være en lønnsom forretning for både franchisegiver og franchisetagere. Men franchise må baseres på de rette forutsetningene og deretter bygges riktig for å oppnå suksess. For bedre forståelse, anbefaler vi å lese Franchiseguiden, som sammen med den svenske utgaven av boken som er Skandinavias mest leste bok innen franchise.



Forfattere: Jonas Idestrom, Anders Fernlund och Endre Storlokken





Virkes Retaildatabase

Retaildatabasen er et samarbeid mellom Virke og Bisnode.

Den inneholder nøkkeltall og strukturinformasjon om 500 kjeder i 50 bransjer innen dagligvare, KBS, faghandel, servering og treningssenter. Omsetningen og nøkkeltallene i analysen baserer seg på regnskapsinformasjon og kartlegging av kjedens butikkstruktur. Omsetning fokuserer på butikk- og utsalgsløddet.

Grunnlaget i basen kan bl.a. benyttes til:

- Bransje og markedsanalyser
- Kjedeanalyser
- Benchmark forretningsmodeller
- Geografiske analyser (potensialanalyser)
- Butikkstrukturanalyser
- Lønnsomhetsanalyser
- Netthandelsanalyser



Kontakt Knut Erik for mer informasjon

e-post: knut.erik.rekdal@virke.no

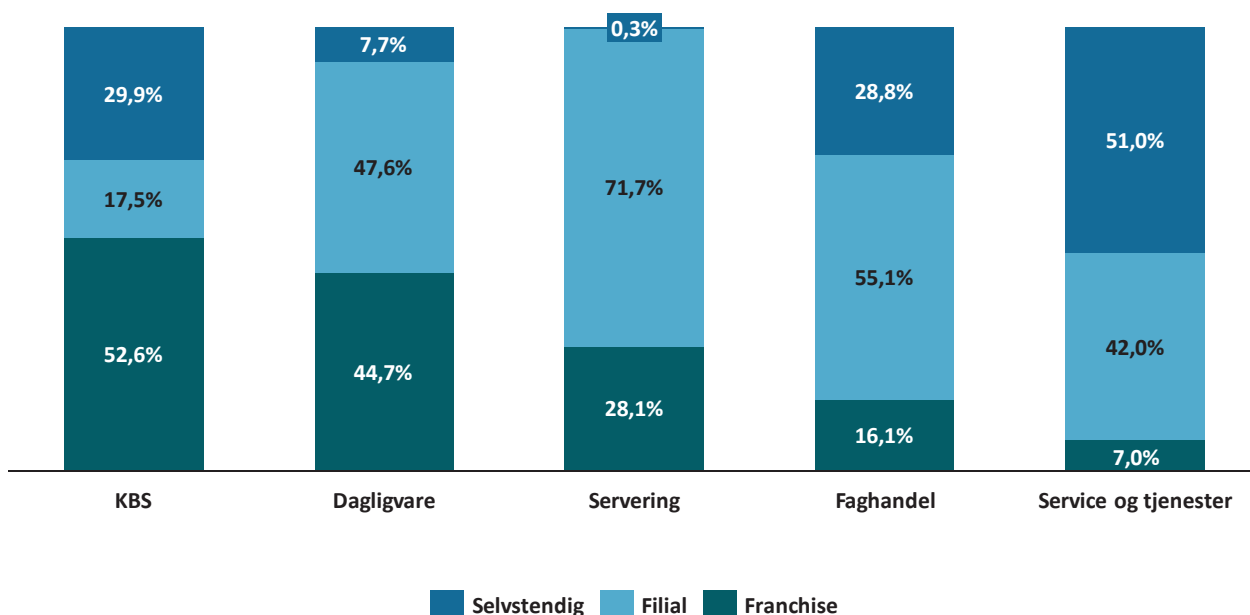
2. Utvikling og forventninger for franchisekjeder i Norge

Virke har gjennomført en undersøkelse der man har spurt kjedeledere i Norge om hvordan kjeden har utviklet seg, og hvilken utvikling kjedene forventer i tiden fremover på parametre som omsetning, priser, lønnsomhet og antall ansatte.

Kjedene i utvalget dekker flere bransjer, hovedsakelig innen handel og dekker dermed ikke samtlige bransjer som benytter seg av franchise som forretningsmodell. Kildegrunlaget er hentet fra Virkes Retaildatabase.

Antall respondenter i utvalget er 59. Kjedene i undersøkelsen representerer en samlet omsetning på 73 mrd kroner. 30 av kjedene bruker franchise og 29 av kjedene har bare egneide butikker.

Omfanget av franchise i Norge er størst i Kiosk, Bensinstasjon og Servicehandel der over 50 prosent av butikkene er franchisebutikker. Andelen er også høy i Dagligvare og Servering, mens det i Faghandelen bare er en franchiseandel på 15 prosent.

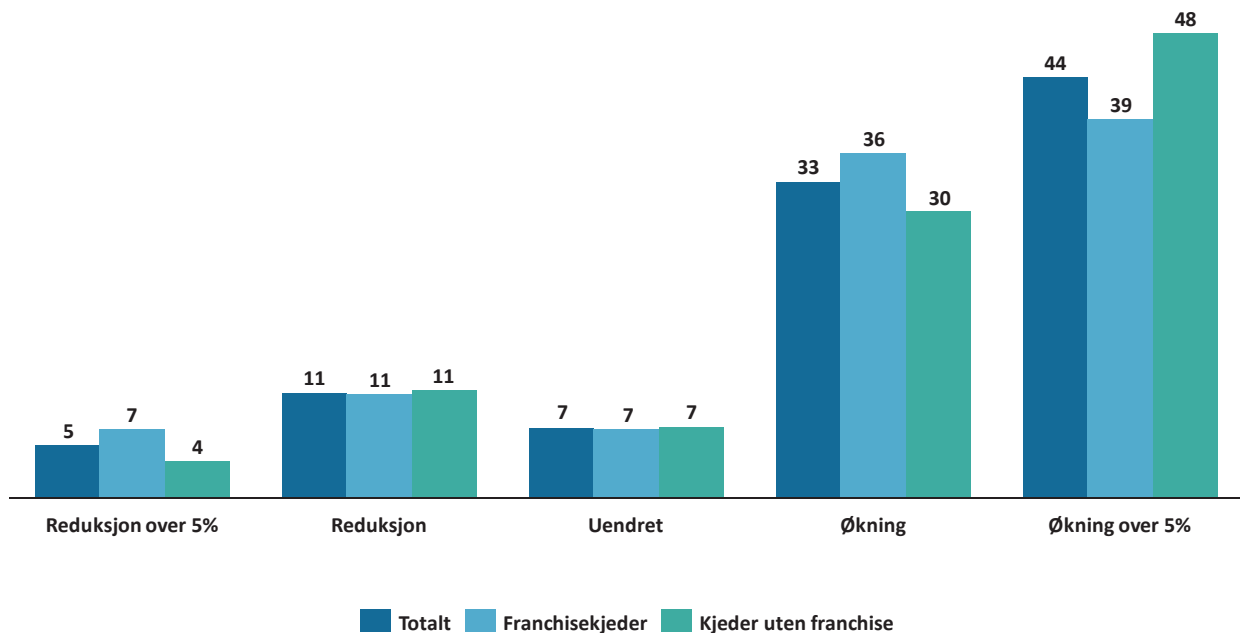


Figur 2.1 Andel franchisebutikker etter bransje i Norge

Utvikling i omsetning

Respondentene rapporterer om en god utvikling i omsetningen i andre halvår 2017. 77 prosent av kjedene melder at de opplevde en økning i omsetningen. Blant kjedene som har franchise rapporterer 74 prosent

av kjedene en økning i omsetningen, mens 18 prosent rapporterer om en reduksjon i omsetningen. Halvparten av kjedene hadde en omsetningsvekst på over 5 prosent i andre halvår av 2017.

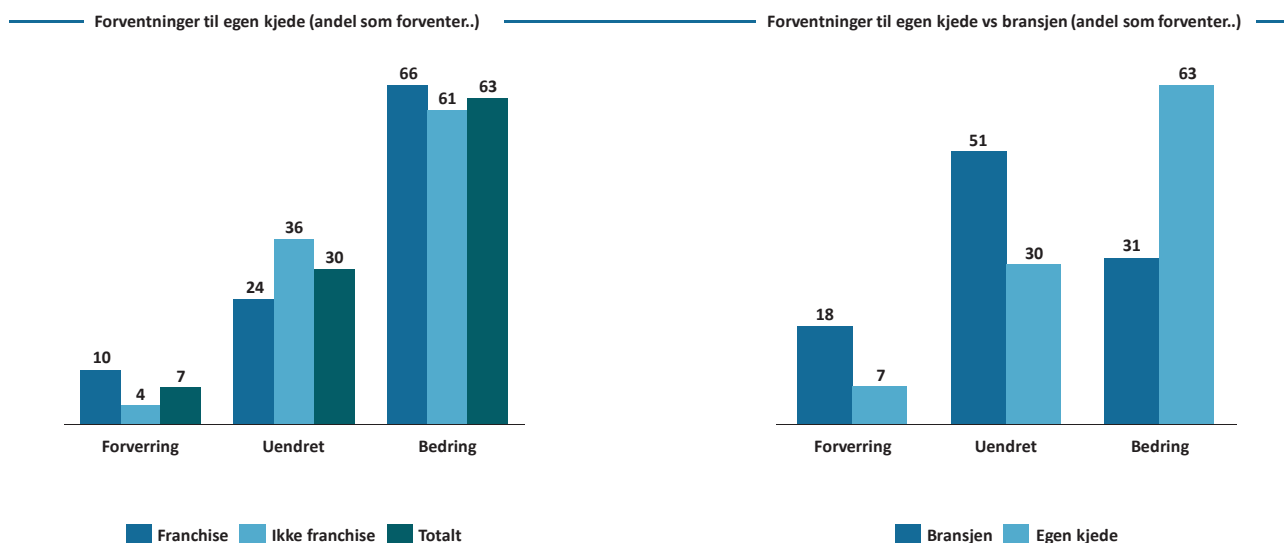


Figur 2.2 Omsetningsutvikling 2 halvår 2017 (tall i prosent)

Respondentene i utvalget forventer i storgrad at egen kjedes omsetning vil øke i første halvår av 2018. Totalt forventer 63 prosent av kjedene at omsetningen vil bedre seg i 2018. Optimismen er noe lavere enn i fjor da 76 prosent forventet en bedring i omsetningen. Franchisekjedene er litt mer optimistiske, der andelen som forventer en bedring i omsetningen ligger på 66%. Samlet sett kan vi si at majoriteten av kjedene har en optimistisk forventning til starten av 2018 hva angår omsetningsutviklingen til sin egen kjede. Kun 7 prosent av kjedene forventer en nedgang i omsetningen.

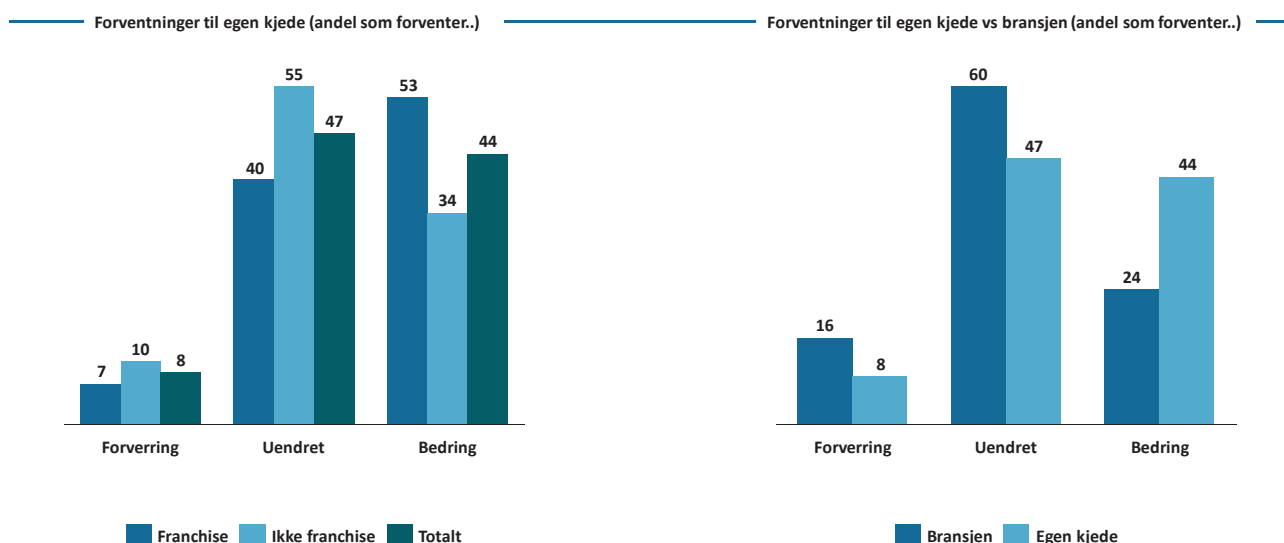
Det er for øvrig interessant å merke seg at respondentene i snitt er vesentlig mer optimistisk

til utviklingen i egen kjede enn til bransjens utvikling som helhet. Mens 63 prosent av kjedene tror at sin egen kjede vil ha en bedring i omsetning, tror kun 31 prosent at bransjen vil ha en bedring i omsetning i første halvår 2018. Majoriteten av kjedene tror med andre ord at deres kjede vil slå sin egen bransje hva angår omsetningsvekst.



Figur 2.3 Forventninger til omsetning i egen kjede og bransjen i første halvår 2017 (tall i prosent)

Markedsutsikter for egen kjede og bransjen



Figur 2.4 Forventninger til markedsutsikter for egen kjede og bransjen i første halvår 2017 (tall i prosent)

Når det gjelder markedsutsiktene, er andelen som forventer en bedring litt lavere enn andelen som forventer en omsetningsforbedring. Det er fremdeles en liten andel som forventer en forverring i første halvår av 2018 for sin egen kjede, men majoriteten av kjedene forventer status quo. Videre, er kjedene mer optimistiske på egne vegne enn på bransjens vegne. 44 prosent av kjedene forventer en bedring i egen kjedes

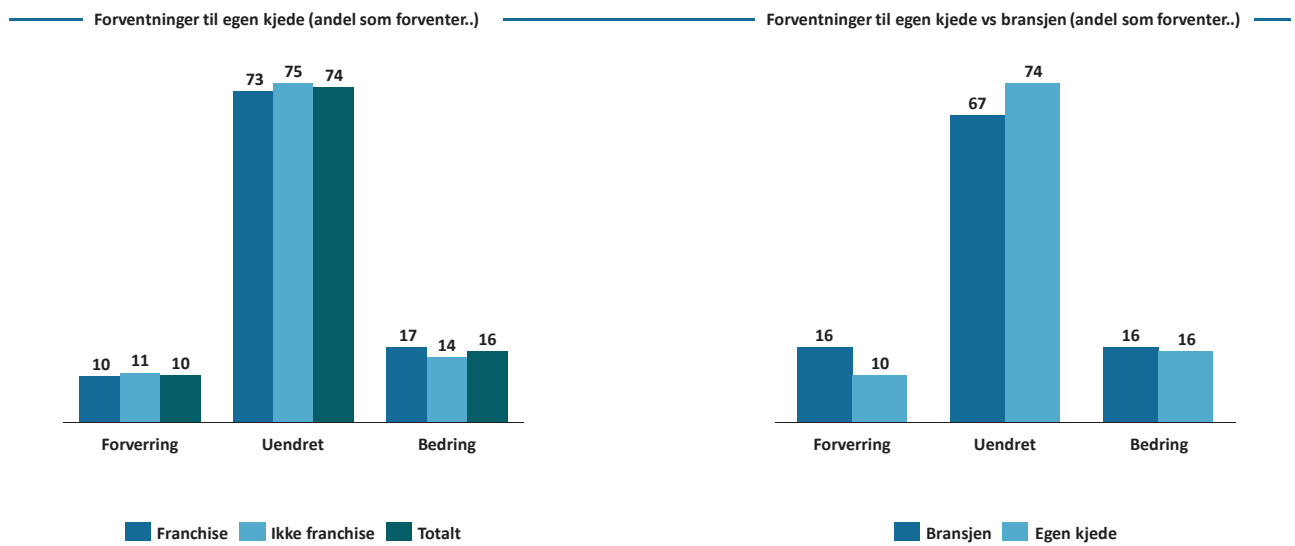
markedsutsikter. 24 prosent av kjedene forventer at bransjens markedsutsikter forbedrer seg.

Forventninger til utvikling i salgspriser

Kjedenes overordnede forventning til salgsprisene i første halvår 2018, er at de i hovedsak vil være uendret. 74 prosent av kjedene forventer at

salgsprisene vil være uendret i første halvår av 2018. Det er små forskjeller mellom franchisekjedene og de andre kjedene. Når det gjelder kjedenes forventninger til egne priser vs bransjens priser er andelen som forventer bedring i priser lik, men det er forskjeller i andelen som forventer en forverring og uendrede salgspriser. Kjedene forventer i noe mindre grad en forverring i salgspriser for egen kjede enn for egen bransje.

Undersøkelsens resultater kan for øvrig tyde på at de prisøkningene vi har sett blant annet grunnet kronesvekkelsen er over, og at kjedene ikke forventer at man kan hente ut mye i form av prisøkninger. Ser man den lave andelen som forventer prisøkninger mot den høye andelen som forventer omsetningsøkning skulle en tro at den forventede veksten i kjedenes omsetning vil drives av at egen kjede tar markedsandeler mer enn at man øker omsetningen grunnet prisøkninger.



Figur 2.5 Forventninger til salgspriser i første halvår 2018 for egen kjede og bransje (tall i prosent)

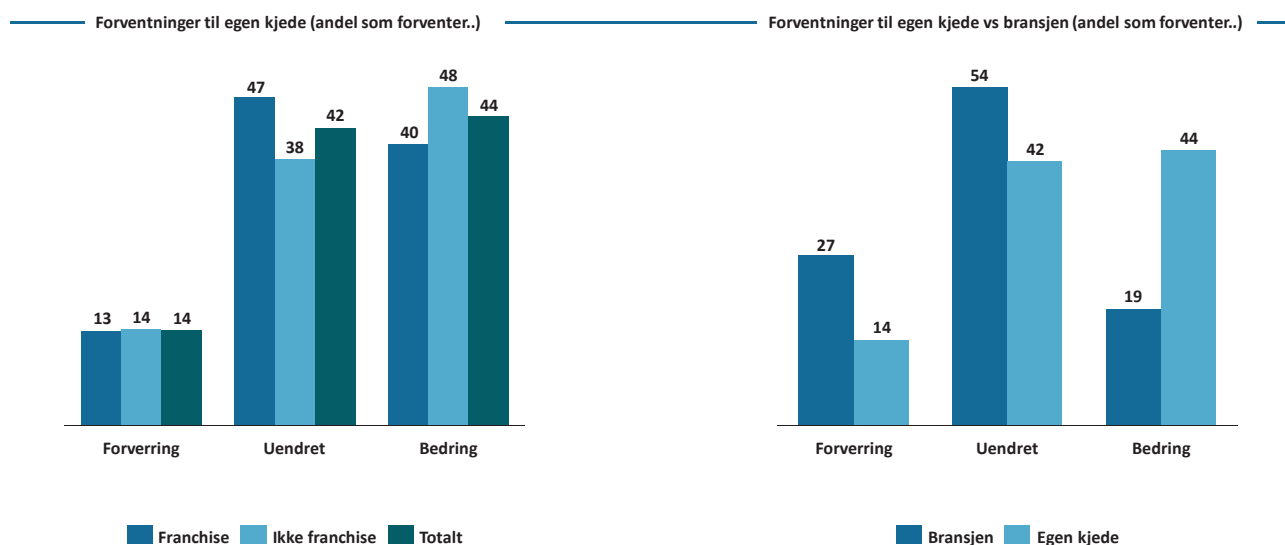


Forventninger til utvikling i driftsresultat

Kjedenes forventninger til driftsresultatet i første halvår illustrer også en optimisme blant kjedene på egne vegne. Majoriteten av kjedene forventer en bedring i driftsresultatet i første halvår i 2017. 44 prosent av kjedene forventer en bedring i driftsresultatet. Dette er et fall fra fjoråret der hele 67 prosent av kjedene forventet en bedring i driftsresultatet. Andelen franchisekjeder som forventer en bedring er noe lavere enn totalen,

mens andelen franchisekjeder som forventer en forverring er lik totalen.

Igjen forventer kjedene at de vil prestere bedre enn bransjen de er en del av. Mens hele 44 prosent av kjedene forventer en bedring i eget driftsresultat er det kun 19 prosent som tror at bransjen vil bedre sitt driftsresultat.

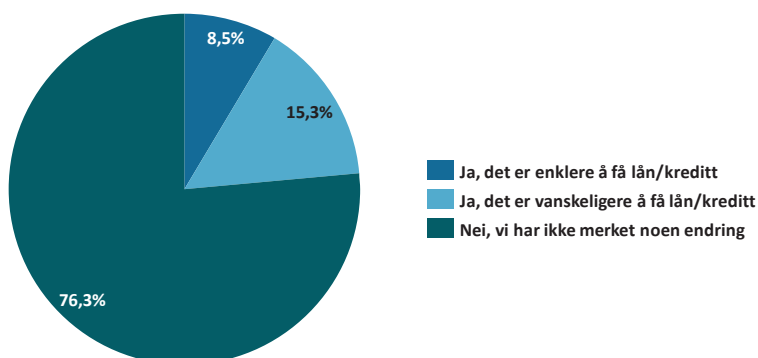


Figur 2.6 Forventninger til driftsresultatet i første halvår 2018 for egen kjede og bransje (tall i prosent)

Tilgang til lån og kreditt

Majoriteten av kjedene opplever at tilgangen til finansiering er uendret. 15 prosent opplever at det har blitt vanskeligere å få finansiering noe som er

på nivå med resultatene fra fjorårets undersøkelse.



Figur 2.7 Tilgang til finansiering

Oppsummering

Respondentenes besvarelser for andre halvår 2017 viser at nesten 8 av 10 kjeder økte omsetningen.

Jevnt over viser undersøkelsen at kjedene også er optimistiske i forhold til egen utvikling i første halvår 2018. Majoriteten av kjedene forventer en bedring både i omsetning og driftsresultat. 6 av 10 kjeder forventer en bedring i omsetningen i starten

av 2018, mens 4 av 10 kjeder forventer en bedring i driftsresultatet.

Interessant nok, viser undersøkelsen gjennomgående at man ikke er like optimistiske på sine konkurrenters vegne. På alle parametre melder respondentene om en forventning til at deres egen kjede vil utvikle seg bedre enn den bransjen de er en del av.



Vår forretningsidé

er å tilby den beste kompetansen innenfor området der franchiseforetak har viktige behov. Våre kunder er i hovedsak bedrifter som ønsker å ekspandere med franchise som forretningsmodell, eller som allerede har bygget opp en franchisekjede. Vi tilbyr en unik kombinasjon av kunnskap og erfaring innenfor franchise, uavhengig av hvor i prosessen du befinner deg.



Franchise Konsulent

Franchisekonsulenten arbeider med å hjelpe bedrifter som ønsker vekst eller som allerede har ekspandert med franchise som bedriftsmetode, i ulike faser av ekspansjonen.



Franchise Advokat

Advokatfirmaet SGB Storløkken v/ Endre Storløkken har arbeidet som advokat siden 1986 med hovedvekt på forretningsjuridisk praksis, prosedyre og styreverv.



Franchise Bank

Vi har et samarbeide med Marginalen Bank i Sverige om leasing av inventar og utstyr i det norske markedet ifm. kjedeekspansjon. Marginalen Bank har erfaring med leasing siden 1985 og burde være en aktuell partner å snakke med, hvis du vil tilby dine potensielle franchisetagere en finansieringspakke ved oppstart.



Franchise Økonomi

Azets Insigt – tidligere Visma Services Norge, er Nordens ledende leverandør av økonomitjenester og systemer innenfor detaljhandel og franchise.



Franchise Rekruttering

Cappa er spesialister på rekruttering av franchisetakere og masterfranchisetakere samt ledere og fagpersoner til kjedevirksomheter. Cappa har et internasjonalt nettverk og bistår kjeder med ekspansjon på det europeiske markedet.



Franchise Håndbok

Vår spesialitet er å utvikle og skrive håndbok, opplærings- og kvalitetssikringsprogrammer for franchisesystemer, slik at vi sikrer franchisegiverens evne til god styring av kjeden.



Franchise Intranett

Chaininformations franchise-intranett forenkler delingen av kunnskap, sikrer konseptetterlevelse og effektiviserer samarbeide i din franchisekjede.



Etableringsbistand

MR Group hjelper deg og ditt firma med å finne frem til de beste områdene og riktig lokasjon for ditt konsept.



Butikkdatasystem

Visma Retail bistår med alt som gjelder oppsett og koordinering av butikk og kjede rundt IT og har et landsdekkende serviceapparat.

www.franchisearkitekt.no

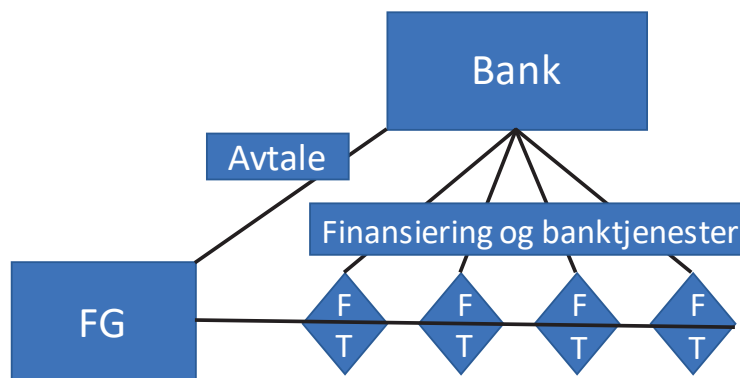
3. Franchisefinansiering – Hvordan lykkes med riktig finansiering?

Hva er ”franchise banking”?

Banker som spesialisere seg på franchising, har kommet langt i sin utvikling i USA, hvor stort sett alle store banker tilbyr et konsept for finansiering av franchisekjeder. I Europa har franchisebanker eksistert i mer enn 30 år, spesielt i Storbritannia og Frankrike. De seneste årene har de spredt seg til Tyskland, Nederland og for 10 år siden til Sverige. I Sverige er det spesielt SEB, Marginalen Bank og Swedbank som har spesialisert seg på franchising. Årsaken til at franchisebanking i mange banker har blitt et spesielt kompetanseområde, er at franchisebedrifter har blitt en så stor del av markedet. I tillegg er det behov for spesielle ferdigheter om hvordan

franchiseselskaper jobber og hvordan en bank skal forholde seg til en kjede.

I utgangspunktet bygger forretningsmodellen på bankens verdsettelse av franchisekjeden, og basert på dette gis et tilbud om samarbeid. Formålet er å inngå avtaler med kjedens franchisetakere. Banken får god innsikt og god sikkerhet i kjeden som helhet. For en franchisegiver betyr samarbeidet at så lenge de rekrutterer franchisetakere med de økonomiske forutsetningene som de og banken er enige om, vil ekspansjonen bli enklere. Figuren under illustrerer samarbeidet på en god måte.



Finansiering er avgjørende for en god etableringsutvikling

De fleste franchisekonsepter er basert på et forretningskonsept som krever investering i hvert franchisetagerselskap. B2C-konsepter krever vanligvis butikkinndretning,

datalagringsystemer, skilt og lager. Mange B2B-konsepter bygger ofte lager- og kundefordringer. Franchisetageren har nesten alltid et kapitalbehov som krever bankfinansiering.

Ekspansjon uten en fast bankpartner

Når en franchisekjede rekrutterer franchisetakere, er avtalen aldri gyldig før

franchisetakeren har mottatt den nødvendige finansieringen. Når franchisetageren og franchisegiveren henvender seg til de banker

som er aktuelle må de hver gang overbevise banken om:

1. At franchising er en god forretningsmodell
2. At den aktuelle bransjen er attraktiv
3. At franchisegiverens konsept er godt og lønnsomt
4. At franchisetageren er egnet

Ekspansjon med en fast bankpartner

Når en franchisekjede har en fast bankpartner, blir ekspansjonen i stor grad tilrettelagt. Dette skjer fordi banken allerede har tatt stilling til:

- At franchising er en bra forretningsmodell
- At franchisekonseptets bransje er en bransje man vil samarbeide med
- At franchisekjedens forretningskonsept er bra
- At den økonomiske rapporteringen er god

Bærende prinsipper for samarbeide med banken

Her er en sammenfatning av de bærende prinsipper som ligger til grunn for franchisegiverens samarbeid med banken:

- Banken gjør en vurdering og godkjenner deretter franchising som en forretningsmodell, franchisegiverens bransje og franchisegivers forretningsidé. Dette krever at banken har profesjonell kompetanse omkring franchising som forretningsmodell
- Bank og franchisegiver er enige om hvilke økonomiske krav franchisetaker må oppfylle, i form av personlig økonomi og lignende
- En generell kapitalbehovsberegning som grunnlag for grunnfinansieringen av franchisetager
- Hver franchisetaker bruker i henhold til franchiseavtalen et gitt regnskapskontor og kassasystem (for retail). En spesifikk rapportstruktur blir opprettet i henhold til avtalen med banken. Rapporten skal inneholde alle data som kreves av banken for kontinuerlig å vurdere utviklingen av franchisetakeres økonomi, både individuelt og som gruppe. Rapporten

Dette må gjøres ved hver etablering. Prosessen tar tid og er en usikkerhetsfaktor som reduserer etableringsfrekvensen, og i mange tilfeller gjør det umulig å skape en god avtale for franchisegivere og franchisetakere. Hvis du ikke får finansiering, er det ofte en "showstopper" for videre ekspansjon.

Da gjenstår det for banken å foreta en individuell kredittvurdering på hver ny franchisetaker. Siden franchisegiver og bank har inngått avtale om hvilke vurderinger som må ligge til grunn ved valg av franchisetaker, vil hver ny franchisetaker rekrutteres innenfor nettopp disse rammene. På denne måten går finansieringen enklere, noe som letter ekspansjonen. Følgelig har franchise banking løst en av de viktigste utfordringene en franchise har.

opprettet automatisk i forretningssystemet og gjøres tilgjengelig for banken gjennom egen pålogging via Internett. Tilgangen til forretningssystemet er en rettighet som banken har etter avtale med franchisegiver og hver enkelt franchisetaker

- Banken og franchisegiver er enige om hvilken egenkapital franchisetaker bør ha i forhold til den samlede kapitalberegning
- Banken og franchisegiver blir enige om hvilken sikkerhet franchisetaker skal stille
- Banken og franchisegiver samtykker til sikkerhet franchisegiver må stille overfor banken
- Bank og franchisegiver blir enige om betingelsene for finansieringen
- Franchisegiver rapporterer jevnlig planlagte nyetableringer og hvor i rekrutteringsprosessen de er. På denne måten er banken forberedt og kan adressere eventuelle problemstillinger i god tid

- En rammeavtale inngås mellom franchisegiver og banken
- Banken ansetter en kundeansvarlig med god kunnskap om franchisekonseptet og som samarbeider med franchisegiver
- Franchisegiver og banken er enige om innholdet i franchisekonseptet og

finansieringsforholdet iht. innlevert dokumentasjon. Denne dokumentasjonen skal franchisetager levere til det lokale bankkontoret som kontrollerer om materialet og opplysningene er i samsvar med rammeavtalen. Deretter gjør den lokale banken sin egen vurdering av etableringen samt franchisetakeren.

Franchise banking i Norge

I Norge er det fortsatt ingen norske banker som har oppnådd de nødvendige ferdighetene, og har opparbeidet en egen avdeling dedikert spesielt til franchisemarkedet. Franchisegivere som ønsker å skape mer effektiv finansiering for ekspansjon må derfor inngå avtale med en bank.

For å lykkes med dette er det nødvendig å skaffe seg følgende:

- Et franchiseprospekt – en grundig beskrivelse av hvordan konseptet er bygget opp
- Kapitalbehovsberegning

- Finansiell kravprofil på potensielle franchisetagere
- Et bankprospekt
- Forslag til innhold i en avtale med banken

Franchisearkitekt har i mange år jobbet med å bygge opp kunnskap i svenske banker om hvordan franchisefinansiering skal fungere. I det norske markedet hjelper Franchisearkitekt franchisesystemer til å utvikle nødvendig materiale og delta i forhandlinger med banker, basert på erfaringer fra det svenske markedet.



4. Årets Franchisekjede



Prisen Årets Franchisekjede - FRANNY AWARD - lanseres i Norge 2018

Prisen skal hedre dyktige franchisegivere, og deles ut første gang på Franchisekonferansen 7. mars 2018. Finalistene til å motta prisen Årets franchisekjede vil bli offentliggjort en måneds tid før selve konferansen.

I Norge vil prisen profileres som «Franny Award», som er et internasjonalt anerkjent konsept som mange kjeder kjenner igjen fra andre land. I Norden deles «Franny Awards» ut i Sverige og Finland.

Hedre de kjedene som går foran

Arrangørene av Franchisekonferansen ønsker å fremheve dyktige aktører innen franchisedrift i Norge. Den nye prisen «Årets franchisekjede» vil sette fokus på god og bærekraftig franchisedrift. Juryen ønsker å fremheve franchisekjeder som har utmerket seg positivt i året som har gått. De ser på økonomi og nøkkeltall, i tillegg til en del andre faktorer som sier noe om driften i kjeden.

Prisen skal applaudere kjeder som evner å tilpasse seg endringer i markedet og rammebetingelser og som er innstilt på å vurdere balansen i den økonomiske modellen

Det er FranchiseArkitekt og Hovedorganisasjonen Virke som står bak prisen. FranchiseArkitekt har, sammen med Virke, arrangert franchisekonferansen hvert år siden 2015.

I fremtiden kan det tenkes det vil deles ut flere priser i ulike kategorier, men man begynner med én pris i år.

når konkurransen og rammebetingelsene "drar seg til".

Det er mange eksempler på kjeder som lar franchisetakerne blø når markedet endres, uten å gjøre noe med balansen i samarbeidet og fordelingen mellom franchisetaker og franchisegiver.

Franchise skal ikke bare være lønnsomt for franchisegiverne, men også for franchisetakerne. Franchise kan også lønne seg for kundene, da en franchisetaker gjerne strekker seg enda lenger for å gjøre en kunde fornøyd og lojal.

Juryen er opptatt av at kjedene har et bevisst forhold til klima- og miljømessige forhold. At man fokuserer på sitt samfunnsansvar uten at man nødvendigvis har kommet lengst på området. Eksempler på dette er holdning til utslipp og kjedens fotavtrykk i miljøet. Om man er opptatt av kvalitetssikring fra produsent til forbruker. Om man for eksempel har et bevisst forhold til om verdikjeden har ryddige arbeidsforhold og uten ulovlig barnarbeid.

For at en franchisekjede skal overleve og vokse er det avgjørende å ha fornøyde franchisetakere. Juryen vil derfor intervju et

Kriterier

Prisen skal deles ut til en franchisekjede som har utmerket seg positivt i året som har gått. Grunnleggende kriterier for å bli vurdert til denne prisen:

- Kjeden må helt eller delvis drives ved hjelp av franchisemetoden.
- Det er helt i orden om kjeden omtaler sine enheter som Kjøpmann, Partner, Butikkdriver etc.
- Kjeden må ha minst 5 franchisetakere.
- Kjeden må ha drevet med franchise i minimum 3 år i Norge.

Nominering

Kjedene kan foreslå seg selv, eller bli foreslått av andre. I prinsippet kan hvem som helst foreslå en kjede, men kjeden må deretter selv godta å bli vurdert som kandidat. For å foreslå en kandidat til prisen, kreves kun navn på kjede samt en kort begrunnelse for nominasjonen.

De kjedene som skal vurderes får tilsendt et spørreskjema som de må besvare og sende inn til juryen. Juryen velger deretter ut fem kjeder som blir nominert til prisen, disse blir også offentliggjort. Juryen arbeider videre med disse fem og intervjuer også et lite utvalg franchisetakere for å høre hvordan stemningen i kjeden er.

Det understrekes at alt juryarbeid er konfidensielt, og at alle opplysninger behandles fortrolig. En kjede trenger derfor

tilfeldig utvalg franchisetakere for å få et inntrykk av om franchisetakerne er tilfreds og om det er en positiv stemning i kjeden. At franchisetakerne føler de blir hørt og at det eksisterer tillit mellom partene.

Kjedene som nomineres og vinner en slik pris kan bruke dette aktivt internt. Og det vil også kunne være et kvalitetsstempel ut mot kunder og samarbeidspartnere som for eksempel utleiende og leverandører. Det vil også kunne telle svært positivt i rekruttering av franchisetakere og øvrige medarbeidere til kjeden.

- Franchisetakerne må drive sine egne selskaper.

Juryen vil foreta en sammensatt vurdering med betydelig vekt på blant annet:

- Kjedens utvikling og økonomiske nøkkeltall
- Hvorvidt kjeden fremstår som et forbilde innen sin bransje
- Evne til fornyelse og tilpasning til nye rammebetingelser
- Franchisetakeres tilfredshet
- Holdning til samfunnsansvar, etikk- og miljøspørsmål

ikke være engstelig for at noe negativt skal komme ut av en nominasjon.

Juryen er kun opptatt av å synliggjøre hvem som utmerker seg i positiv forstand og ikke motsatt.

Juryen

Jurymedlemmer 2017-18:

- Frode Finsrud (juryleder), Managing partner, rekrutteringsselskapet Cappa
- Sven Hars, Franchise Consultant, Franchisearkitekt
- Endre Storløkken, Advokatfirmaet SGB Storløkken
- Nils Vanebo, Redaktør, Retailmagasinet
- Erik Fagerlid, Konsulent
- Torstein Schroeder, direktør KBS, Virke
- Christian Granly, Senior Director Retail Sales & Operations, Circle K

De nominerte til franchiseprisen 2018

Følgende 5 kjeder er nominert til franchiseprisen, Franny Award 2018:

- Specsavers
- Pizzabakeren
- Elkjøp
- Circle K
- Slettvoll

Prisen deles ut hos Virke på Franchisekonferansen den 7. mars.



FranchiseArkitekt – Ledende innen franchise i Norden

FranchiseArkitekt bygger og utvikler franchisesystemer og er tjenesteleverandør i alle faser av en franchise – fra ide' til bygging, oppstart, vedlikehold og utvikling.



Dette kan vi gjøre for deg!

Vi hjelper alle selskaper som ønsker å bygge, forbedre eller utvide sitt franchise-nettverk.

www.franchisearkitekt.no

Denne rapporten er utarbeidet av Hovedorganisasjonen Virke. Virke innehar eiendomsretten til rapporten og dens innhold. Rapporten og dens innhold skal ikke kopieres, videredistribueres eller mangfoldiggjøres på noen måte uten skriftlig samtykke fra Virke.



www.virke.no



FRANCHISE
ARKITEKT

www.franchisearkitekt.no

