

FRANCHISE-

RAPPORTEN 2017



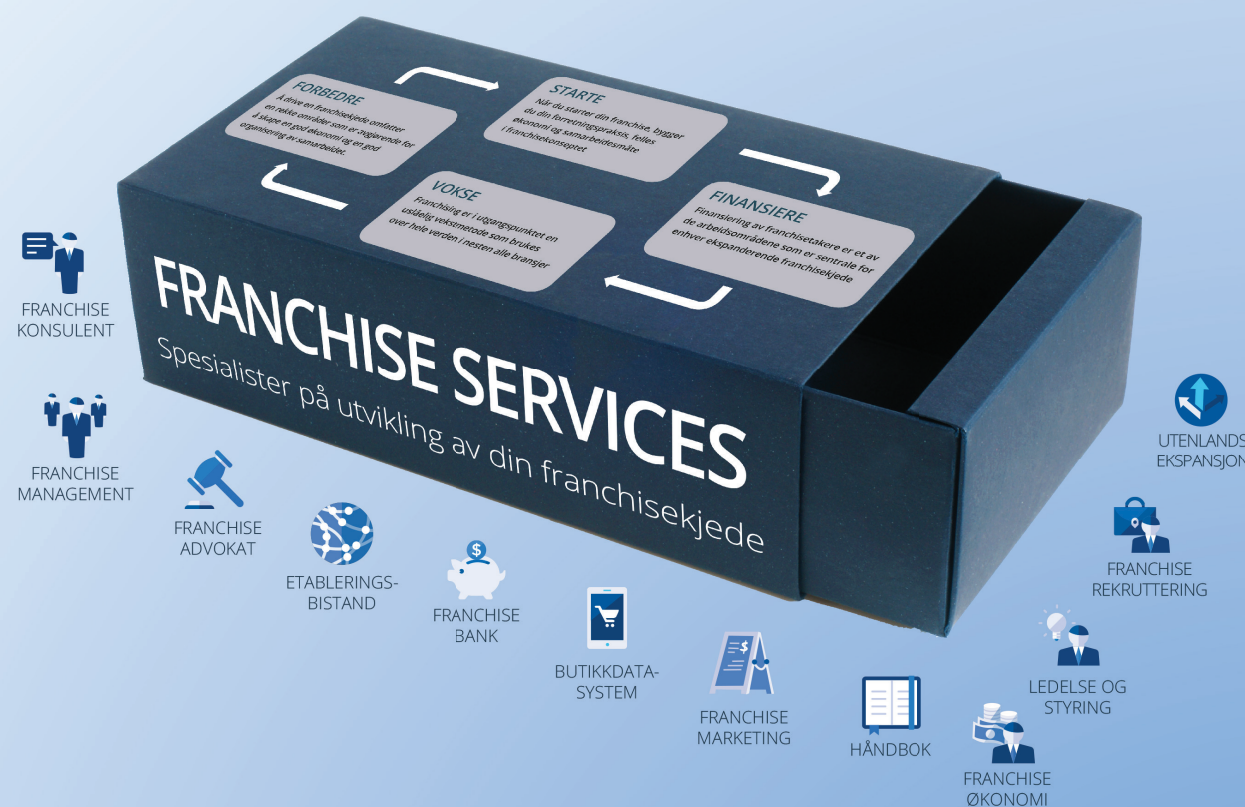
Franchise
– en fremgangsrik
forretningsmodell

Franchisebarometeret
– aktørenes utsikter 2017



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

VELKOMMEN TIL FRANCHISERAPPORTEN 2017

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.

I år utvider vi samarbeidet med å utgi Franchiserapporten 2017. Formålet med rapporten 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 og en egen spørreundersøkelse til kjedeledere viser vi kjedenes forventninger første halvår 2017 til:

- Omsetningsutvikling
- Markedsutvikling for egen kjede og bransjen
- Forventninger til utvikling i salgspriser og driftsresultat
- Forventninger til utvikling i antall ansatte i kjedene og tilgang til lån og kreditt

Rapporten har 4 deler. Del 1 omhandler overordnet informasjon om franchise som forretningsmodell. Del 2 beskriver utviklingen av franchise i USA og Europa. Del 3 oppsummerer i korte trekk hvilke bestanddeler som inngår i et profesjonelt satt opp franchisesystem. Avslutningsvis dekker del 4 norske franchisekjeders utvikling og forventninger til 2017.

Vi kan innledningsvis avsløre at respondentene i undersøkelsen i hovedsak har positive forventninger til utviklingen i første halvår 2017.

God lesing!

Hovedansvarlige
Franchiserapporten 2017



Knut Erik Rekdal
Senior
Bransjeanalytiker
knut.erik.rekdal@virke.no
T 924 42 621



Jonas Idestrom
Founding Partner
FranchiseArkitekt
idestrom@franchisearkitekt.no
T 901 98 260

Innholdsfortegnelse

1. HVA ER FRANCHISE?	5.
2. FRANCHISE – EN FREMGANGSRIK MODELL VERDEN OVER	7.
3. PROFESJONELL OG SERIØS FRANCHISE	10.
4. UTVIKLING OG FORVENTNINGER FOR FRANCHISEKJEDER I NORGE	13.

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 hvis det går dårlig for franchisetagerne.
- **Raskere ekspansjon.** En ekspansjon gjennom franchise går 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, ol.

Er alle konsepter tilpasset franchise?

Alle forretningskonsepter er ikke egnet for franchising. Egnetheten er ikke bransjeavhengig, men det er en rekke retningslinjer du 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 tilfredsstiller sjeldent 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 bygges 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 er Skandinavias mest leste bok innen franchise.



Forfattere: Jonas Ideström, Anders Fernlund och Endre Storløkken



2. Franchise – en fremgangsrik modell verden over

USA

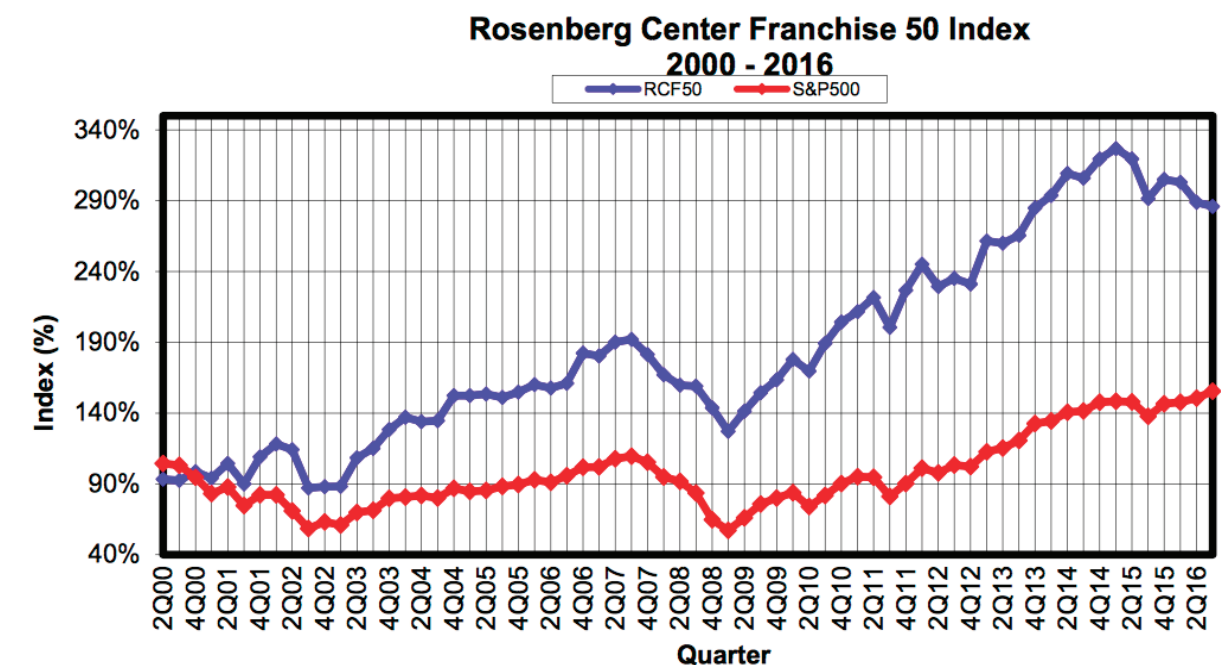
Franchisemarkedet er og har vært en viktig drivkraft i den amerikanske økonomien siden midten av 1900-tallet. I dag er franchisemarkedet svært stort og en integrert del av det amerikanske samfunnet. I den siste statistikken laget av IHS Markit på vegne av den amerikanske Franchise Association IFA, var markedsstørrelsen i USA i 2016 som følger:

Antall franchiseenheter	732 842
Antall ansatte	7 636 000
Omsetning	6 213 mrd. NOK (omregnet)

Det betyr at franchiseselskaper i USA i 2016 hadde flere ansatte enn alle produsenter av datamaskiner, biler, lastebiler, fly, kommunikasjonsutstyr (mobiltelefoner, ol.), metallindustri og trevirke til sammen.

Franchiseforetak utklasser S&P 500

De børsnoterte amerikanske franchise-selskapene i USA har hatt en langt bedre kursutvikling enn S&P 500-indeksen over de siste 16 årene. Det bør inspirere kjeder og investorer i Skandinavia. Ifølge statistikk publisert kvartalsvis ved University of New Hampshire siden 2002, har franchiseselskaper i USA hatt en meget sterk verdivekst i aksjemarkedet.



Kilde: RCF 50 Index report 3rd Quarter 2016. University of New Hampshire, Rosenberg International Franchise Center.

RCF 50 er en aksjeindeks som viser verdiutviklingen for selskapene i franchisesektoren. De femti franchiseselskapene i RCF 50 Index representerer over 98 prosent av de børsnoterte franchiseselskapene i USA. Indeksen inkluderer

selskaper som Avis, Marriott, Weight Watchers, McDonalds og Texas Roadhouse. RCF 50 Index har siden oppstarten i 2002 økt med 211 prosent, mens Standard & Poors S & P 500-indeksen steg med 48 prosent i samme periode.

Europa

Det mangler tilsvarende kvalitetssikret statistikk over det europeiske franchisemarkedet som i USA. Det er fordi franchiseselskaper i USA må være registrert i et føderalt register. I Europa er det bare i Spania som krever en slik registrering. De fleste europeiske land har dog en egen franchiseforening som utarbeider statistikk på utviklingen av franchisemarkedet. Statistikken viser at franchise er en betydelig bidragsyter til verdiskaping i Europa. En samlet statistikk fra 20 europeiske land utarbeidet i 2010 viser at det da var:

Antall franchisekjeder	ca. 12 500
Antall franchiseenheter	ca. 500 000

Sverige

Franchisemarkedet i Sverige har vokst betydelig i løpet av de siste 20 årene. Svensk Franchise gjennomfører sammen med Handelens Utredningsinstitut (HUI) en statistisk undersøkelse av det svenske franchisemarkedet to ganger i året. FranchiseArkitekt er partner til Svensk Franchise og sponsor av den svenske franchiseundersøkelsen. Statistikken for 2016 viser følgende:

Antall franchisekjeder	750
Antall franchiseenheter	33 000
Antall ansatte	138 000
Total omsetning	260 mrd. SEK

Franchiseselskapene har blitt en integrert del av den svenske økonomien. Salget tilsvarer i dag ca. 6 prosent av BNP i Sverige. Det har resultert i en større bevissthet rundt og fokus på forretningsmodellen.

De svenske bankene

I Sverige er det tre banker som aktivt konkurrerer om franchisemarkedet. Det er SEB, Swedbank og Marginalen Bank som over flere år har opparbeidet seg kompetanse, et ansvarlig personale og et velutviklet konsept for Franchise Banking. Det siste året har også Nordea vist en aktiv interesse i franchisemarkedet. Det er dog for tidlig å definere den svenske banksektoren som et foregangsland på området. Det er en sterk sammenheng mellom bankenes engasjement i franchisemarkedet og deres suksess i samme marked. Et organisert Franchise Banking fokus,

som vi ser i for eksempel Storbritannia, er ennå i liten grad et tema i Norge.

Norge

Vi har lenge visst at franchisemarkedet har vokst betraktelig, og at en rekke av de store selskapene driver sin virksomhet med franchise som forretningsmodell.

Virke har kartlagt omfanget av franchise i Norge og hovedtallene er presentert under:

Antall franchisekjeder	140
Antall franchiseenheter	6 100
Antall ansatte	90 500
Total omsetning	142 mrd. NOK

Kilde: Virke Analyse, Virkes Retaildatabase

Undersøkelsen baserer seg på et et urvalg av virksomheter innen franchise, spesielt innen retail, og representerer ikke hele markedet.

Noen av de største norske franchiseforetak regnet i antall enheter er:

Posten Norge	1 360 st
REMA 1000	586 st
Joker	458 st
Narvesen	370 st

Det er verdt å merke seg at den norske staten gjennom Posten Norge er en av Europas største franchisegivere.

De norske bankene

I Norge er det ingen banker som strukturert engasjerer seg i franchisemarkedet. Med dette menes at de bl.a. etablerer en avdeling med en egen franchiseansvarlig, setter sammen et tilbud basert på franchisekjedenes behov, samt å dokumentere arbeidsmetoder internt i bankens intranett, slik at kunnskapen kan spres til alle bedriftens rådgivere. For å lykkes, kreves en investering i ressurser med kunnskap om franchise og franchisemarkedet samt hvordan en gjør gode forretninger med franchisetagere. For å lykkes må man kunne skille klinten fra hveten. For den banken som gjør det, kan det bli en lønnsom kundebase i det norske franchisemarkedet. Bankene som blir "first mover" i Norge vil ventelig få en stor fordel.



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

Chainformations 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. Profesjonell og seriøs franchise

Det kan selvsagt diskuteres hvor gammel franchise er som forretningsmodell. Den begynte å bli brukt kommersielt på 1800-tallet. Et av de første selskapene var SINGER symaskiner, som organiserte sin distribusjon som en franchise tilbake i 1850-årene.

I Skandinavia har forretningsmodellen måttet tåle en del kritikk i media de siste 20 årene. En del av kritikken har vært berettiget, men er også i stor grad basert på uvitenhet både fra kritikere og en del av de som bruker franchise.

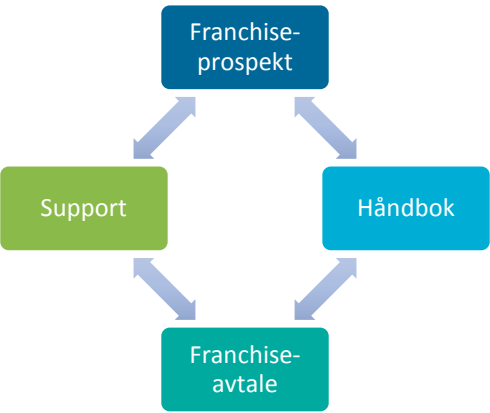
Nesten i alle land har det utviklet seg et behov for å lære markedet hvordan franchise bør fungere samt forsvare forretningsmodellen mot dårlig drift og begrenset lovgivning. Det finnes derfor en franchiseforening i de fleste Europeiske land hvor franchisekjeder er representert med formål om bl.a. å fremme etiske retningslinjer og uklanderlig franchisedrift. De europeiske franchiseforeningene har sin egen paraplyorganisasjon kalt European Franchise Federation. Organisasjonen har etablert et felles

regelverk og etiske retningslinjer som ble utviklet for å sikre kvaliteten på franchisekjeder. "Code of Ethics" har vært avgjørende for bransjens grunnleggende vilkår samt viktig for lovgivernes syn på forretningsmodellen i mange Europeiske land.

Nødvendige deler av en profesjonell franchise

En profesjonell franchise skal i første omgang basere seg på en velutprøvd og vellykket forretningsidé. Beviset skal dokumentere at forretningskonseptet er blitt drevet såpass lenge at det uten tvil vil kunne være fremgangsrikt fremover. Stordriftsfordeler bør være så vesentlige at kombinasjonene mellom forretningsidéen og franchisetaker vil være mer vellykket sammen enn hver for seg.

For at en franchise skal fungere bra bør følgende dokumenter og forutsetninger være på plass:



Franchiseprospekt

Et franchiseprospekt er dokumentet som beskriver franchisens viktigste elementer og samarbeidet mellom franchisegiver og franchisetaker. Beskrivelsen bør være slik at man forstår forretningsidéen og franchisens grunnstruktur, som grunnlag for konseptets franchiseavtale. Franchiseprospektet bør presenteres

franchisetaker i god tid før signering av franchiseavtalen. På denne måten sikres det at franchisetaker har full kjennskap til den virksomheten han/hun skal knytte seg til. I fem europeiske land, inkludert Sverige, er det lover som stiller krav til et slikt dokument. I USA er denne lovgivningen streng. Norge har ikke slik lovgivning.

Franchiseavtale

En franchiseavtale er en overenskomst som skal gjelde mellom franchisetagere og franchisegiver i og noen ganger etter avtaletiden. Franchise betyr at franchisegiveren leier ut et forretningskonsept. Franchiseavtalen må vise hva forretningskonseptet går ut på. Dette gjøres i en håndbok, som igjen tjener som et vedlegg til franchiseavtalen. Franchiseavtalen henviser til håndboken når en beskriver hva konseptet går ut på og hvordan det skal driftes. Franchiseavtalen er en vesentlig del av franchisens arkitektur, men den kan ikke fungere på egen hånd.

Håndbok

Håndboken er en konseptbeskrivelse og bruksanvisning for hvordan konseptet skal driftes. Innholdet må være hemmelig i sitt oppsett overfor utenforstående. Den skal være godt og detaljert beskrevet innholdsmessig slik at den setter franchisetaker i god stand til å drifte konseptet. Den bør videre være skriftlig og komplett, slik at det kan sees på som et fullstendig dokument. Moderne håndbøker er i dag digitale og tilbys via et intranett.

Support

For at en franchisetager skal kunne drifte konseptet som forventet, kreves en profesjonell support. Supporten bør omfatte trening og opplæring i starten og et godt system for oppfølging løpende.





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 trenings-senter. Omsetningen og nøkkeltallene i analysen baserer seg på regnskapsinformasjon og kartlegging av kjedens butikkstruktur. Omsetning fokuserer på butikk- og utsalgsleddet.

Grunnlaget i basen kan bl.a. benyttes til:

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

Basen oppdateres hvert år og kartlegger kjedestruktur slik de ser ut per 31.12. En kjede defineres som en sammenslutning med fire eller flere utsalgssteder/butikker. I noen tilfeller inkluderer også basen aktører med færre enn fire utsalgssteder, der disse aktørene utgjør en stor/viktig del av bransjen. Et slikt eksempel er Oslo Sportslager i sportsbransjen. Basen kobles med regnskapinformasjon for å produsere nøkkeltall.

For mer informasjon, kontakt knut.erik.rekdal@virke.no | www.virke.no

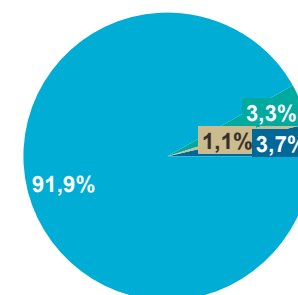
4. Utvikling og forventninger for franchisekjeder i Norge

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. Kildegrunnlaget er hentet

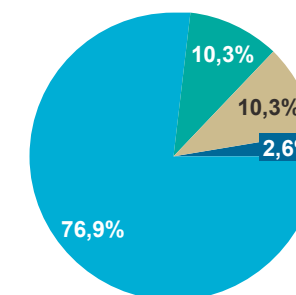
fra Virkes Retaildatabase. Antall respondenter i utvalget er 80.

Kjedene i undersøkelsen representerer en samlet omsetning på 86,5 mrd kroner. Majoriteten av kjedene ligger i bransjen faghandel og dagligvare som står for 92 prosent av utvalgets omsetning. 77 prosent av kjedene i utvalget er innen faghandel og dagligvare.

Omsetningsfordeling respondenter etter bransje



Andel av kjeder etter bransje (antall)



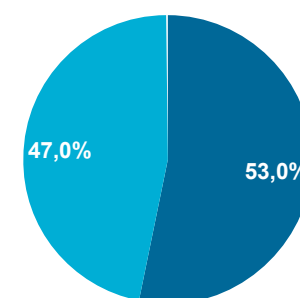
■ Bensinstasjon ■ Faghandel og dagligvare ■ Servering ■ Service & tjenester

Figur 4.1. Omsetning og antall kjeder etter bransje

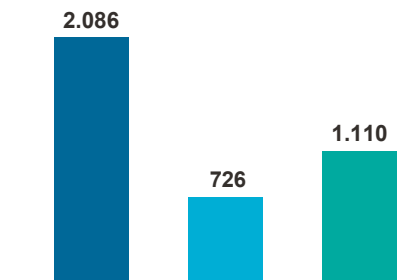
Videre er respondentene fordelt i kjeder med og uten franchise. Dersom kjeden har minst en franchisebutikk er kjeden definert som en franchisekjede. I utvalget er det 22 slike kjeder

som samlet har en omsetning på 45,9 mrd. og franchisekjedene har i gjennomsnitt en omsetning på 2,1 mrd. per kjede. Dette viser at det er et utvalg som består av store kjeder i Norge.

Omsetningsandeler



Snittomsetning (MNOK) – kjede

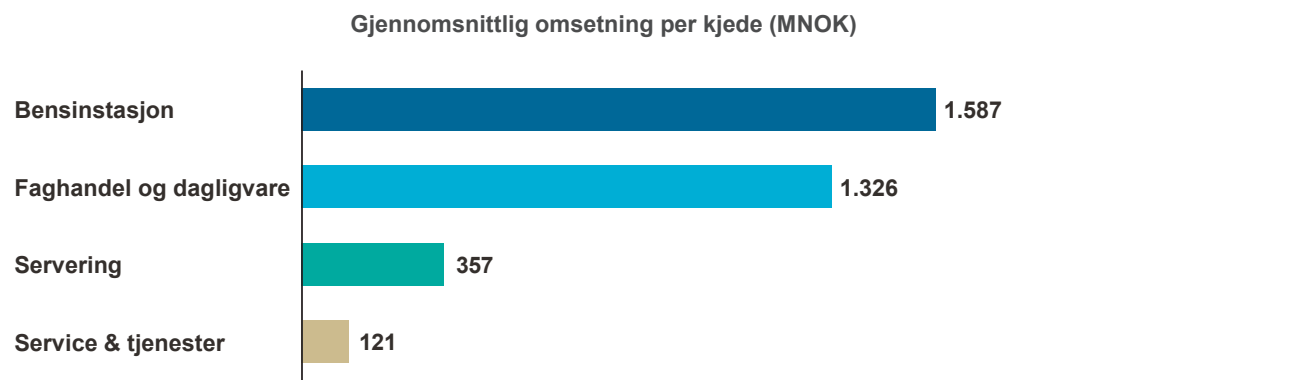


● Franchisekjeder ● Kjeder uten franchise ● Totalt

Figur 4.2 Omsetningsfordeling og snittomsetning per kjede

Den gjennomsnittlige omsetningen per kjede i de ulike bransjene som er representert i utvalget, viser store forskjeller. Respondentene i

undersøkelsen har hovedsaklig kommet fra store kjeder som dekker en betydelig andel av omsetningen til norske kjeder.

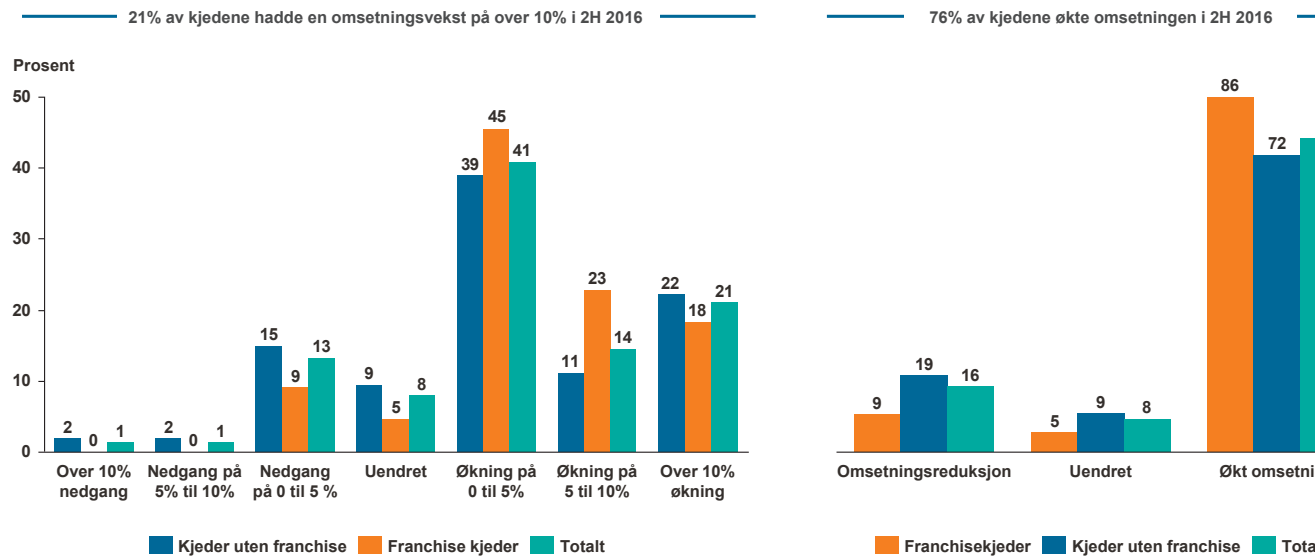


Figur 4.3 Omsetning per kjede i MNOK

Utvikling i omsetning

Respondentene rapporterer om en god utvikling i omsetningen i andre halvår 2016. 76 prosent av kjedene opplevde en økning i omsetningen. Blant kjedene som har franchise rapporterer hele 86

prosent av kjedene en økning i omsetningen, mens kun 9 prosent rapporterer om en reduksjon i omsetningen. Hver femte kjede hadde en omsetningsvekst på over 10 prosent i andre halvår av 2016.



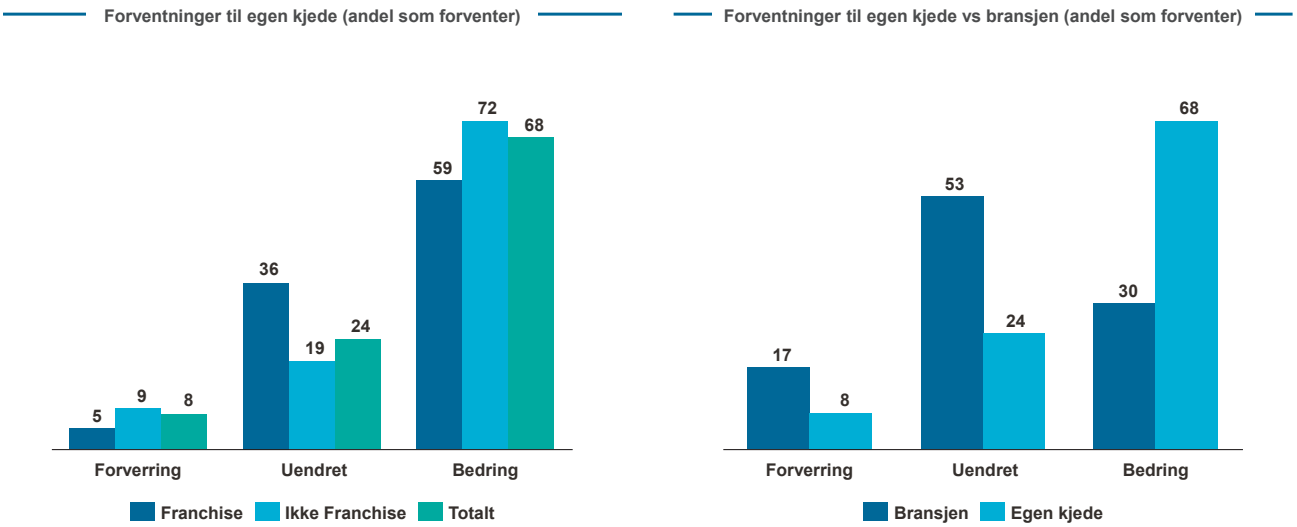
Figur 4.4 Omsetningsutvikling 2 halvår 2016

Respondentene i utvalget forventer i størst grad at egen kjedes omsetning vil øke i første halvår av 2017. Totalt forventer 68 prosent av kjedene at omsetningen vil bedre seg i 2017. Franchisekjedene er litt mindre optimistiske, men andelen som forventer en forverring er litt lavere enn hos kjedene som ikke benytter franchise.

Samlet sett kan vi si at majoriteten av kjedene har en optimistisk forventning til starten av 2017 når det kommer til omsetningsutviklingen til sin egen kjede.

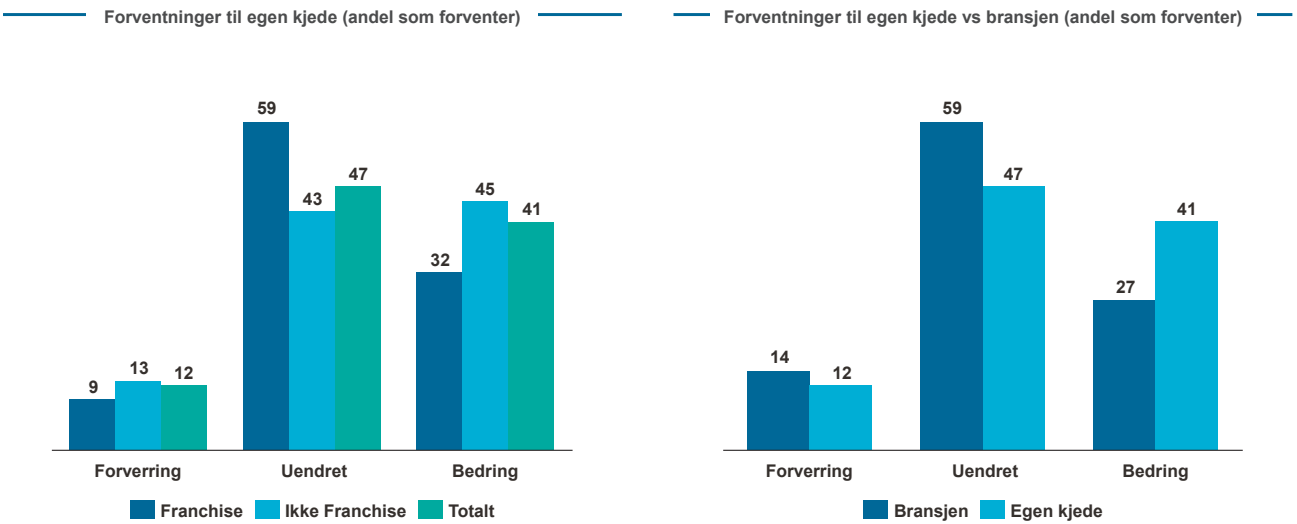
Det er interessant å merke seg at respondentene i snitt er vesentlig mer optimistisk til utviklingen i egen kjede enn til bransjens utvikling som helhet. Mens 68 prosent av kjedene tror at sin egen kjede vil ha en bedring i omsetningen tror kun 30 prosent at bransjen vil ha en bedring i omsetningen i første halvår 2017.

Majoriteten av kjedene tror med andre ord at deres kjede vil slå sin egen bransje når det kommer til omsetningsvekst.



Figur 4.5 Forventninger til omsetning i egen kjede og bransjen i første halvår 2017

Markedsutsikter for egen kjede og bransjen



Figur 4.6 Forventninger til markedsutsikter for egen kjede og bransjen i første halvår 2017

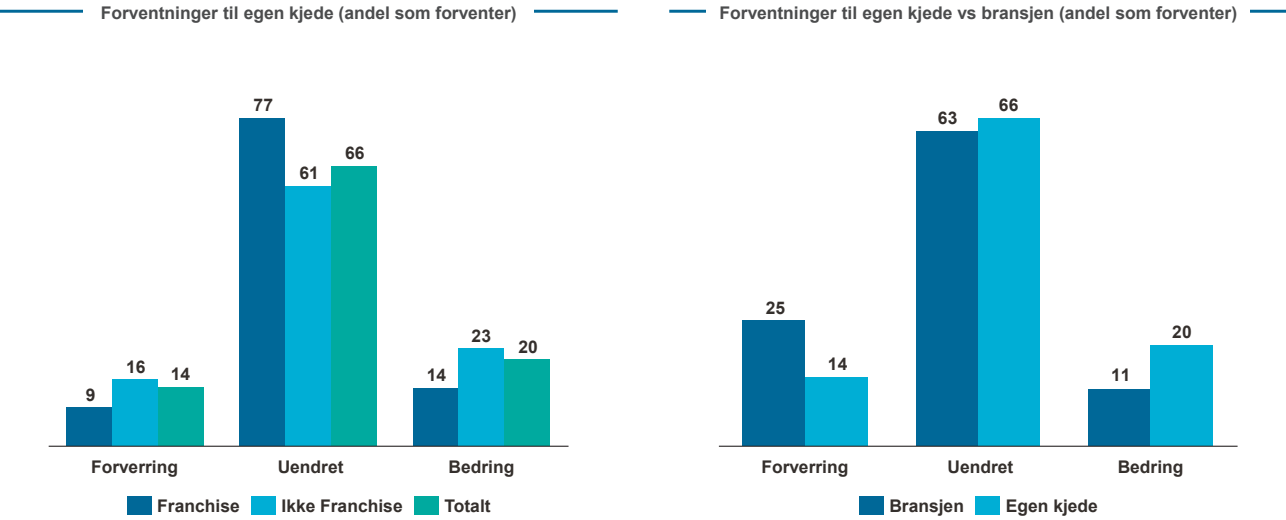
For markedsutsiktene er andelen som forventer en bedring litt lavere enn andelen som forventer en omsetningsforbedring. Det er fortsatt en liten

andel som forventer en forverring i første halvår av 2017 for sin egen kjede, men majoriteten av kjedene forventer status quo. Videre er kjedene

mer optimistiske på sine egne vegne enn på bransjens vegne. 41 prosent av kjedene forventer en bedring i egen kjedes markedsutsikter. 27 prosent av kjedene forventer at bransjens markedsutsikter forbedrer seg.

Forventninger til utvikling i salgspriser

Kjedenes overordnede forventning til salgsprisene i første halvår 2017 er at de i hovedsak vil være uendret. 66 prosent av kjedene forventer at salgsprisene vil være uendret i første halvår av 2017. Det er en litt større andel som forventer en bedring enn ann andelen som venter en forverring. Franchisekjedene er de som i størst grad forventer uendrede priser og i minst grad forventer en bedring i salgspriser.



Figur 4.7 Forventninger til salgspriser i første halvår 2017 for egen kjede og bransje



Maksimer bunnlinjen med franchise

Franchisekonferansen 2017

Onsdag 8. mars | Oslo

Ser man på hvilke forventninger kjedene har til egne priser vs bransjens priser er andelen som forventer uendrete priser lik, men det er forskjeller i andelen som forventer en bedring og en forverring. Kjedenes forventer i noe større grad en bedring i salgspriser for egen kjede enn for egen bransje.

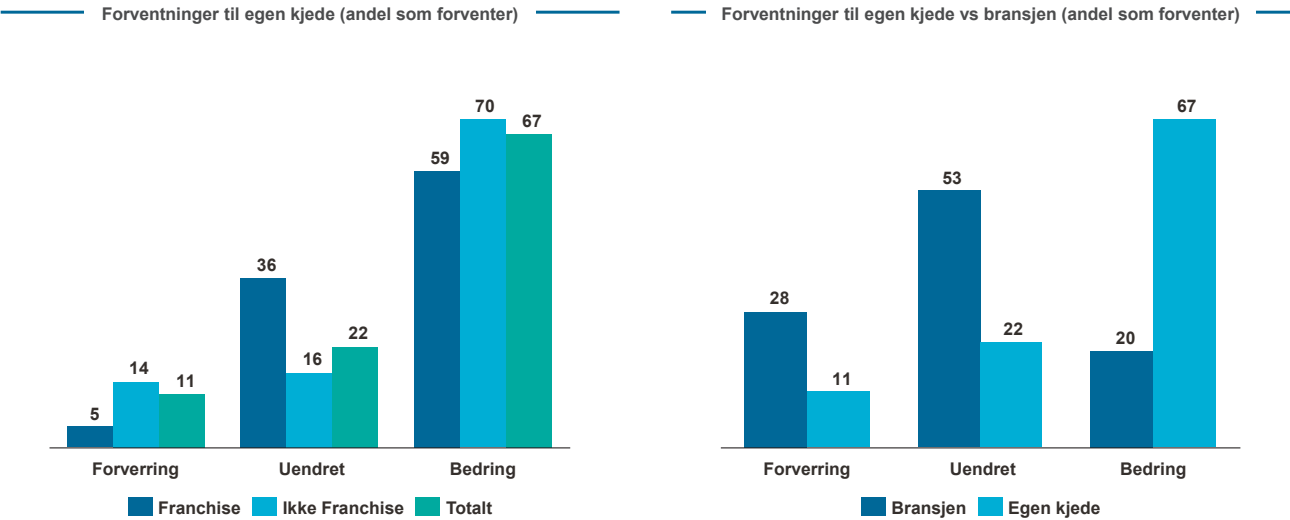
Undersøkelsen kan tyde på at de prisøkningene man har sett blant annet grunnet kronesvekkelsen er over og at kjedene ikke forventer at man kan hente ut mye i form av prisøkninger. Ser man den lave andelen som forventer prisøkninger mot den høye andelen som forventer omsetningsøkning skulle man tro at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

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. 67 prosent av kjedene forventer en bedring i driftsresultatet. Andelen franchisekjeder som forventer en bedring er noe lavere enn totalen,

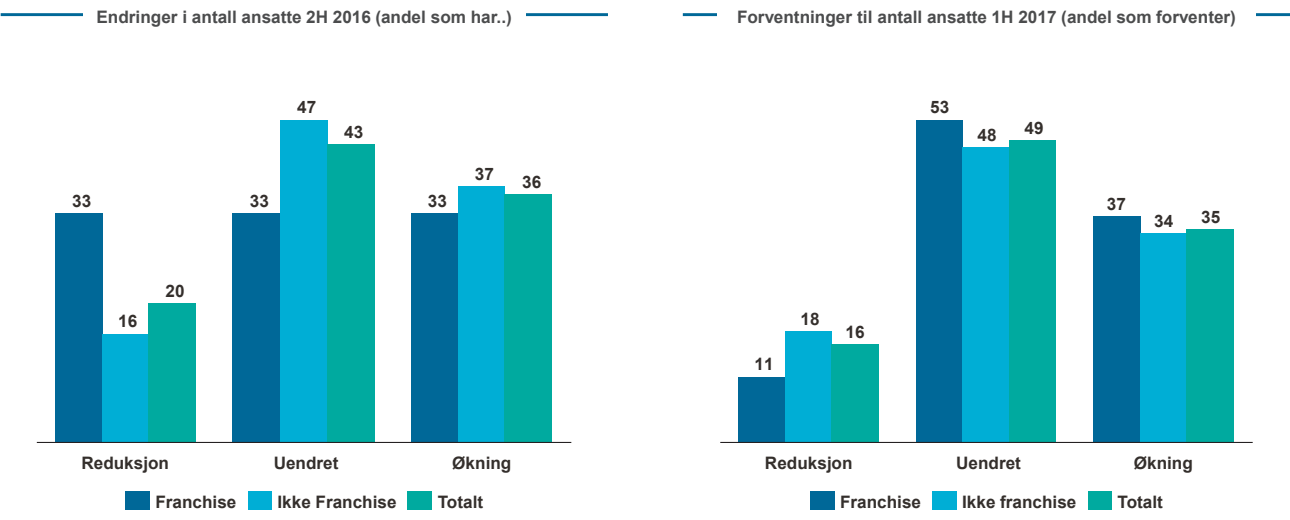
men andelen franchisekjeder som forventer en forverring er lavere enn totalen.

Igjen forventer kjedene at de vil prestere bedre enn bransjen de er en del av. Mens hele 67 prosent av kjedene forventer en bedring i eget driftsresultat er det kun 20 prosent som tror at bransjen vil bedre sitt driftsresultat.



Figur 4.8 Forventninger til driftsresultatet i første halvår 2017 for egen kjede og bransje

Utvikling i antall ansatte i kjedene



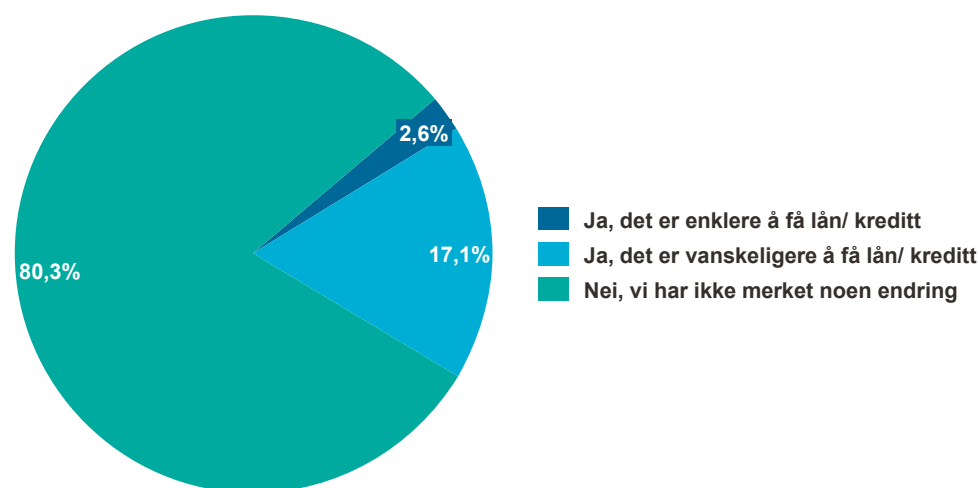
Figur 4.9 Utvikling og forventning til antall ansatte i egen kjede

20 prosent av kjedene har redusert antall ansatte i 2 halvår 2016. Andelen av franchisekjeder som har redusert antall ansatte er på hele 33 prosent. Majoriteten av kjedene har ikke endret antallet ansatte i 2 halvår 2016 og det er flere som har økt enn redusert antall ansatte.

Ser man på forventningene til 2017 er andelen som forventer en reduksjon lavere enn de som har gjennomført reduksjoner i arbeidsstokken i 2 halvår 2016. Majoriteten forventer et uendret antall ansatte og omtrent en tredjedel av kjedene forventer en økning. Tallene understøtter at kjedene er optimistiske i sine forventninger til første halvår 2017.

Tilgang til lån og kreditt

Majoriteten av kjedene opplever at tilgangen til finansiering er uendret. 17 prosent opplever at det har blitt vanskeligere å få finansiering.



Figur 4.10 Tilgang til finansiering

Oppsummering

Respondentenes besvarelser for andre halvår 2016 viser at 3 av 4 kjeder ventet økt omsetning. Det er særlig franchisekjedene som rapporterte om økt omsetning med hele 86 prosent.

Jevnt over viser undersøkelsen at kjedene også er optimistiske i forhold til egen utvikling i første halvår 2017. Majoriteten av kjedene forventer en bedring i både omsetning og driftsresultat. Spesielt de store kjedene med over 400 millioner i omsetning forventer en bedring i omsetningen.

Ser man på forventninger til driftsresultat i første halvår i 2017 er det ikke noe vesentlig skille i forventningene mellom store og små kjeder.

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 der der del av.

Virke er Norges ledende hovedorganisasjon for privat tjenesteytende sektor. Vi representerer over 20 300 medlemmer med 230 000 ansatte innenfor 250 ulike bransjer.

Vi skaper verdier for våre medlemmer og for norsk næringsliv gjennom å være en pådriver for gode rammebetingelser, vilkår for lønnsom og bærekraftig forretningsvirksomhet og et velorganisert arbeidsliv i Norge. I Virke følger vi våre medlemmer tett og er en støttespiller i jobben med å være gode arbeidsgivere og bedriftsledere.

Vi bistår med tjenester som:

- Juridisk rådgiving innen arbeidsrett og HR
- Advokatbistand innen forretningsrett og arbeidsrett
- Viktige nettverk og arenaer for kunnskapsutveksling og samarbeid
- Over 170 kurs for ledere og arbeidstagere
- Opptil 50% på våre fordelsavtaler
- Næringspolitisk- og arbeidslivspolitisk støtte og myndighetskontakt
- Tariffavtaler og forhandlinger
- Bransjeanalyse og statistikk

www.virke.no

Denne rapporten er utarbeidet av Hovedorganisasjonen Virke og FranchiseArkitekt. Virke og FranchiseArkitekt 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.

