

FRANCHISE- RAPPORTEN 2019

Trenger vi en franchiselov?

Utviklingstrekk og nøkkeltall for franchise i Norge

Franchiseprisen 2019



FRANCHISE
ARKITEKT®

VIRKE



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 2019

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 nær 300 deltakere årlig. På konferansen deles prisen for årets franchisetaker og årets franchisekjede ut. I rapporten finner du oversikt over årets nominerte.

Formålet med franchiserapporten er å sette fokus på franchise som forretningsmodell og fremme god franchisedrift. Basert på kildedata fra Virkes Retaildatabase, med nøkkeltall fra 530 kjeder, oppsummerer vi utviklingstrekk og nøkkeltall for franchise i Norge.

I årets rapport setter vi også fokus på og drøfter behovet for hvorvidt vi trenger en ny franchiselov.

God lesing!

Hovedansvarlige
Franchiserapporten 2019



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



Sven Hars
Franchisekonsulent
FranchiseArkitekt
hars@franchisearkitekt.no
M 982 54 117

Innholdsfortegnelse

Utviklingstrekk og nøkkeltall for franchise i Norge	5
Trenger vi en ny franchiselov?	10
Nominerte til franchiseprisen - FRANNY AWARD	13
Vedlegg: Hva er franchise?	16

Utviklingstrekk og nøkkeltall for franchise i Norge

Analysen ser på omfanget og utviklingen av franchise innen Dagligvare, Faghandel, Kiosk-Bensinstasjoner-Servicehandel (KBS), Servering/Fastfood og Service & tjenester. Disse næringene deles igjen inn i 33 underbransjer. Grunnlaget for analysene er hentet fra Virkes Retaildatabase som er en database over alle kjedeorganiserte utsalgssteder i næringene og bransjene nevnt over.

Alle utsalgssteder i kjedene som inngår er delt inn i 3 kategorier:

- Filial – virksomheten/utsalgsstedet er organisert i en juridisk enhet som er eid av kjeden selv
- Franchise – virksomheten/utsalgsstedet er ikke eid av kjeden selv der eieren av utsalgsstedet driver virksomheten for egen regning og risiko etter avtale med franchisegiver. Franchisegiver eier et dokumentert konsept og tilbyr støtte til franchisetakerne som eier utsalgsstedet
- Selvstendige – utsalgsstedet/virksomheten er ikke eid av kjeden, men utsalgsstedene eier kjeden sammen via et kjedeselskap som driver ulike kjedefelles funksjoner.

Ofte benyttes en kombinasjon av filialer og franchise/selvstendige av en kjede.

Status franchise i Norge

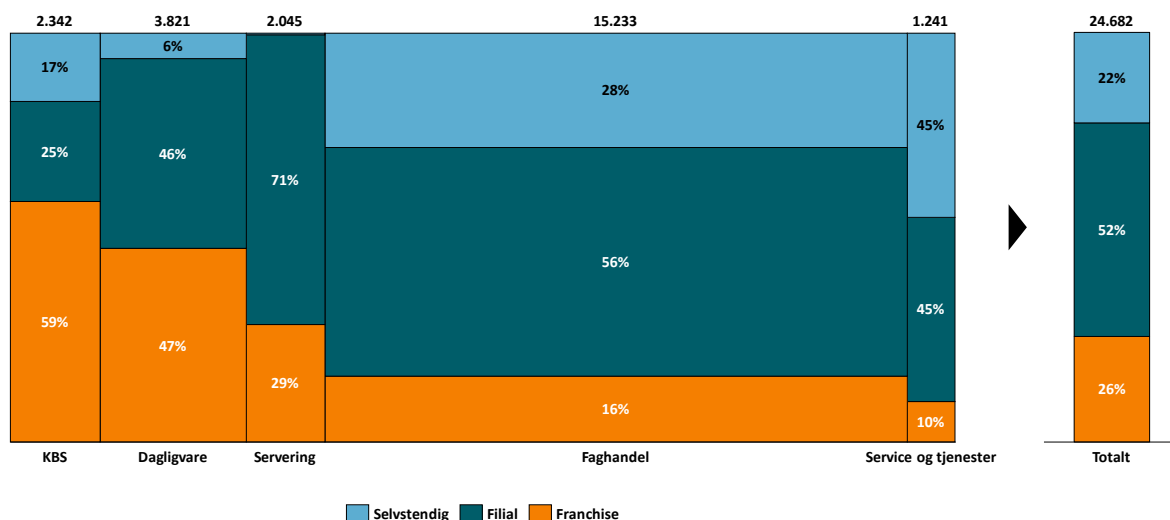
I de 5 næringene er innslaget av franchise ulikt. Av antall utsalgssteder på nær 25.000 bruker 26% franchise som forretningsmodell. Kjeden eier selv halvparten av utsalgsstedene. 22% av utsalgsstedene til kjedene er knyttet til kjedene som selvstendige butikker eller medlemsbutikker. Franchisebutikkens andel av de totale utsalgsstedene er størst innen KBS og Dagligvare fulgt av servering. Eksempler på kjeder i disse som har valgt franchise som modell for utsalgsstedene er Narvesen, YX, Circle K, Rema 1000, Joker, Pizzabakeren, Subway, McDonalds og Burger King.

I den største næringen faghandel er det også et innslag av franchise, men her opptrer det ofte i kombinasjon med egneide butikker. Av større franchisesystemer innen faghandel kan nevnes Specsavers, Kitch'n, Intersport og Elkjøp.

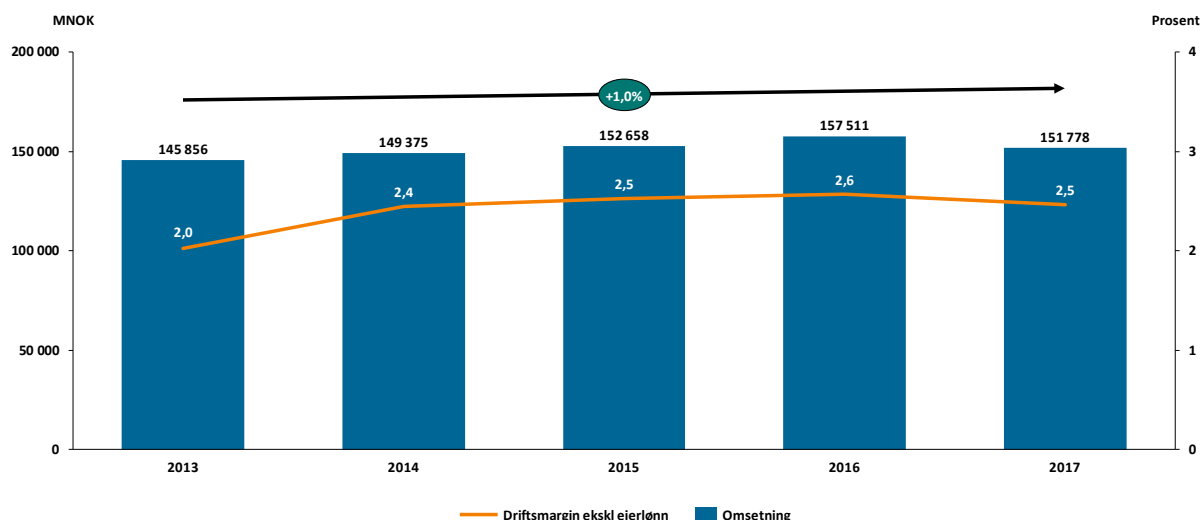
Franchisebutikkene i de 5 næringene omsatte for over 150 mrd. kroner i 2017. Dette var en nedgang fra 2016. Mye av nedgangen tilskrives oppkjøp av clusterfranchiser i Byggmakker, endringer i dagligvarebransjen samt det at kjeder som Europris og Apotek 1 har tatt over franchisebutikker.

Omsetningen til franchisebutikkene har hatt en årlig vekst på 1,0% i perioden 2013 til 2017. Utviklingen

Figur 1: Organisering av utsalgssteder. Kilde: Virkes Retaildatabase



Figur 2: Omsetningsutvikling og driftsmargin franchisebutikker. Kilde: Virkes Retaildatabase



speiles mest av hvordan markedsf forholdene har vært for de bransjene som har franchise, mer enn det at kjedene har valgt franchise som forretningsmodell. Driftsmarginene til franchisebutikkene har vært stabile på rundt 2,5%. Her er det verdt å merke seg at marginen ikke er justert for den lønnen eierne har tatt ut av virksomhetene gitt at de jobber i sin egen virksomhet.

Antall ansatte i franchisebutikkene ligger på over 82.000 ved utgangen av 2017, en økning på 5.000 ansatte fra samme tidspunkt i 2013.

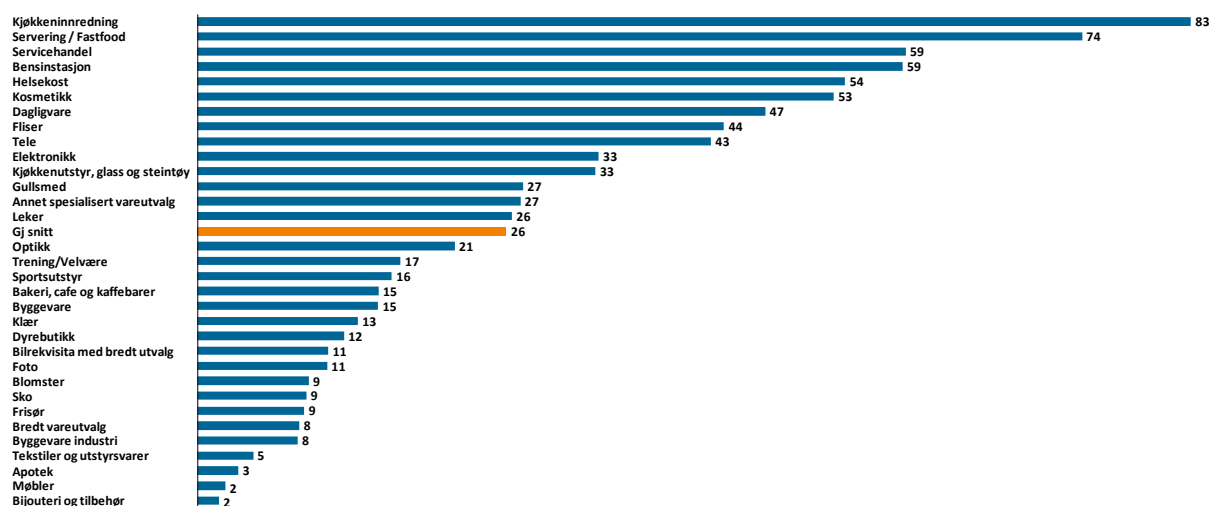
Nøkkeltall i franchise

Ser vi på de ulike bransjene er franchisegraden høyest i kjøkkeninnredningsbransjen, servering, servicehandel og bensinstasjoner. I alle disse bransjene er andelen av butikkene som er organisert som franchisebutikker nær eller over 60%.

Bransjer der franchise har en liten utbredelse som forretningsmodell er apotek og møbler.

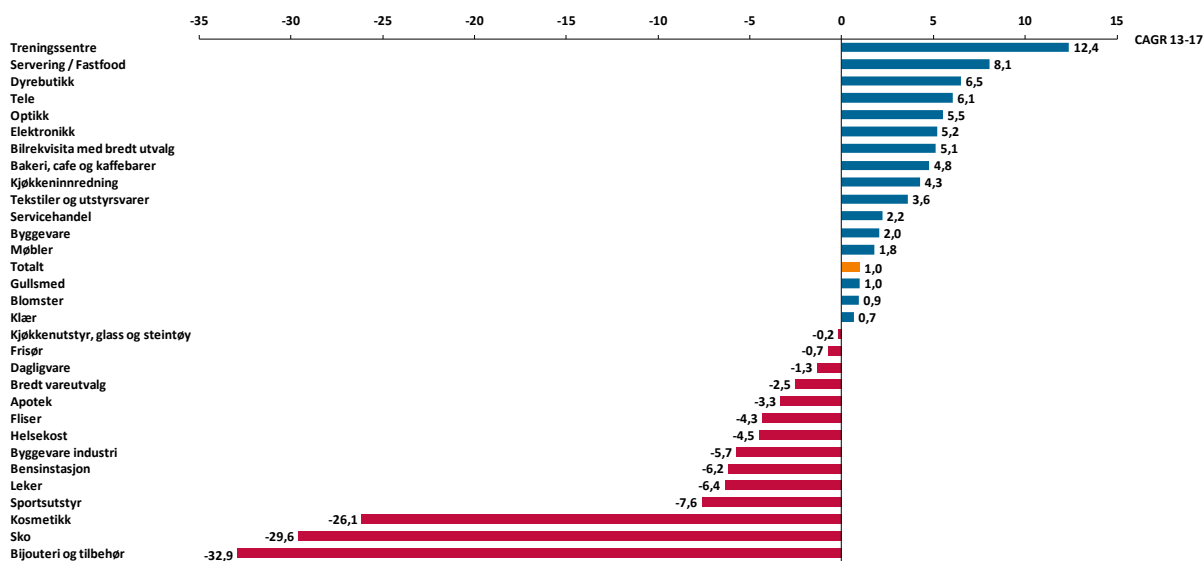
Ser man på hvilke bransjer som har hatt den sterkeste veksten i franchiseomsetning er det treningssentre og serveringsbransjen som har hatt den sterkeste veksten. Optikk er også en av bransjene hvor franchiseomsetningen har hatt sterk vekst. Bransjene med god vekst generelt har også hatt sterk vekst i franchiseomsetningen, mens bransjer som har negativ generell utvikling som sko, leker og helsekost også har en negativ utvikling i franchiseomsetningen. I bransjer som sport ser man en endring der de aktørene som har hatt den sterkeste veksten er stormarkedene der kjedene eier butikkene selv. Det har til en viss grad gått på bekostning av kjeder med større innslag av franchise som forretningsmodell.

Figur 3: Franchisegrad etter bransje. Kilde: Virkes Retaildatabase



Figur 4: Gjennomsnittlig årlig vekst i omsetning (CAGR) for franchisebutikker etter bransje.

Kilde: Virkes Retaildatabase.



Det siste nøkkeltallet er lønnsomhet for franchisebutikkene. Målet for lønnsomhet er her driftsmargin ekskl. eierlønn. Over tid har vi sett at lønnsomheten har vært stabil. De mest lønnsomme franchisebutikkene finnes innen servicehandel og i optikkbransjen. Optikkbransjen er også totalt sett blant de aller mest lønnsomme bransjene i den norske varehandelen.

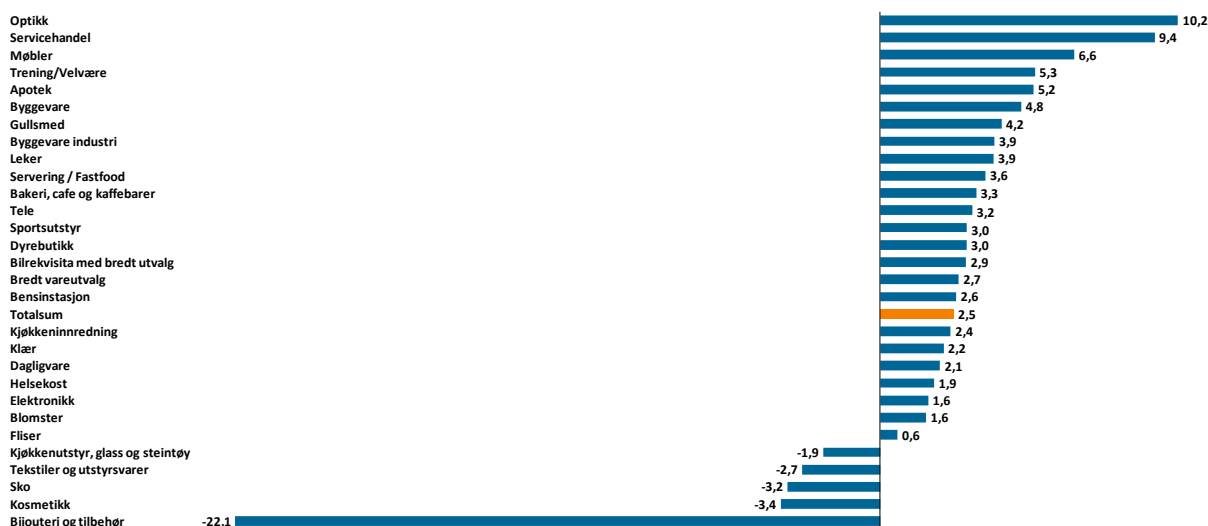
Franchisebutikkene i møbelbransjen har også høy lønnsomhet noe som skyldes Slettvoll som har valgt en kjededrift der de har en kombinasjon av franchise og egneide butikker som

forretningsmodell. Samlet sett er også Slettvoll blant Norges mest lønnsomme kjeder.

Sammenhengen mellom lønnsomhet og vekst er den samme for franchisebutikkene som man ofte finner i varehandelen generelt. De bransjene med høy lønnsomhet har høyere vekst. Dette finner vi også når vi kombinerer funnene for franchisebutikkene på vekst og lønnsomhet. De mest lønnsomme franchisebutikkene på bransjenivå er også de har hatt den sterkeste veksten.

Figur 5: Lønnsomhet (Driftsmargin ekskl. eierlønn 2016-17) for franchisebutikker etter bransje.

Kilde: Virkes Retaildatabase



Oppsummering

Franchise har blitt en vanlig forretningsmodell i stadig flere bransjer i det norske næringslivet. I analysen har vi sett på omfanget i 5 næringer, men franchisemodellen er også i bruk i så ulike bransjer som eiendomsmegling, forsikring, bergingsbilbransjen, bilutleie samt transport og pakkeutleveringssteder.

Omsetningsutviklingen og lønnsomheten for de ulike franchisebutikkene i bransjene speiles av hvordan bransjene totalt sett utvikler seg og vi ser

det samme mønsteret uavhengig av om en kjede har valgt franchise som forretningsmodell eller en kombinasjon av franchise og egneide butikker. Det er vanskelig å isolere effekten av franchise som modell sammenlignet med andre modeller. Selv når man sammenligner franchisebutikker og egneide butikker i samme kjede er det utfordrende å si noe generelt om franchise er en bedre modell enn det å eie butikkene selv. Franchisemodellen har både sine styrker og svakheter sammenlignet det å eie alle butikkene selv.



Har du utfordringer i arbeidsgiverrollen?

- Personalsaker
- Konflikthåndtering
- Arbeidstid
- HMS og sykefravær
- Oppsigelse eller nedbemanning

Prøv Arbeidsgiverguiden
GRATIS i en uke.

Her finner du raskt svar og nyttige skjema for arbeidsrett, personal, ledelse og HMS.



Trenger vi en ny franchiselov?

Av adv. Endre Storløkken og adv. Henrik Renner Fredriksen, Advokatfirmaet SGB Storløkken AS

Innledning

Fra tid til annen dukker det opp forslag om særskilt regulering av franchise, dels for å beskytte franchisetaker og dels også for å gi særskilte rettigheter til ansatte hos franchisetaker. Når det gjelder sistnevnte, går forslagene ut på at franchisegiver og franchisetaker skal ha delt arbeidsgiveransvar for de ansatte hos franchisetaker, samt at disse ansatte skal ha innflytelse og medbestemmelse direkte overfor franchisegiver, samt rett til styrerepresentasjon hos franchisegiver.

Særskilte rettigheter til franchisetakers ansatte

Forslag av denne typen synes blant annet å ha sin bakgrunn i at organisasjonsgraden blant de ansatte hos franchisetakere hevdes å være lavere enn ellers i arbeidslivet. Et generelt mål om økt organisasjonsgrad i arbeidslivet kan mange stille seg bak, men forslaget om å etablere slike arbeidstakerrettigheter hos franchisegiver illustrerer (i) manglende kunnskap om hva franchise er, (ii) en for snever forståelse av hvilken funksjon franchise har kommersielt og hvorfor samarbeidsformen franchise brukes, (iii) overser betydelige avgrensingsproblemer og reiser spørsmålet om hvorfor franchise skal stå i en særstilling i forhold til andre distribusjonsformer. Det overser også (iv) at vi lever i en internasjonal og konkurranseutsatt verden. Forslaget anses verken hensiktsmessig eller gjennomførbart.

Forslag av denne type har vært fremmet med jevne mellomrom de siste tiårene, uten at det har avstedkommet lovforslag. Sist var i juni 2018. Som erfarne advokater innen ulike distribusjonsformer, herunder franchise, ønsker vi uansett å bidra i debatten gjennom å belyse de nevnte momentene.

Først et aldri så lite hjertesukk: Vi opplever at franchise har et ufortjent dårlig rykte. Franchise som samarbeidsmodell er tvert imot noe vi bør heie fram, da det er en enkel og relativt trygg måte for folk å starte egen virksomhet som selvstendig næringsdrivende. Mens 7 av 10 gründere ifølge Dagens Næringsliv må forventes å oppleve at satsingen går galt, er tallene langt bedre for franchisetakere. Franchisebaserte virksomheter fremstår som en trygg arbeidsplass for et betydelig

antall mennesker og skaper en rekke nye arbeidsplasser.

(i). Forslaget som sist har versert i norsk presse tar utgangspunkt i at man bør «viske ut skillet mellom franchisedrift og andre eierformer hva angår viktige bedriftsdemokratiske spilleregler». Her finner man den mest alvorlige misforståelsen. Franchise er ikke en eierform der franchisegiver eier den lokale virksomheten. Franchise er et kontraktsforhold, der eier av et varemerke og forretningskonsept med spesifikke driftsmetoder – franchisegiver – inngår en avtale med en selvstendig næringsdrivende – franchisetakeren. Franchisetakeren kan, mot betaling, benytte seg av konseptet som franchisegiveren løpende kontrollerer utviklingen av. Avtalen regulerer fullt ut partenes rettigheter og plikter, og franchisegiver har, i motsetning til distribusjonskjeder som selv eier den lokale enhet, ikke mulighet til å styre franchisetaker ut over det som følger av avtalen. I dette ligger også at franchisetaker ikke har noen innflytelse eller medbestemmelse over franchisegiver ut over det som følger av avtalen, og hvorfor skulle franchisetaker ha det, all den tid samarbeidet går ut på at vedkommende bruker franchisegivers varemerker og konsept. Da gir det ikke mening å gi franchisetakers ansatte en slik rett. Det vil også innebære en høyst problematisk interessekonflikt når ansatte hos en kontraktspart har en posisjon hos kontraktsmotparten.

(ii). Vi opplever debattinnlegg som har versert rundt det forslaget som kom opp i juni 2018 som unyansert, da man kjøper Rema 1000 og dets rike eiere foran seg. Franchise er så veldig mye mer enn Rema 1000. Franchise brukes i alt fra små til store retailkonsepter, små restaurantkonsepter med noen få franchisetakere til internasjonale restaurantkjeder som McDonalds, små tjenesteleverandører til internasjonale konsulenthus. Variasjonen er betydelig, og bildet som tegnes av den store, stygge franchisegiver som utnytter den lille franchisetaker er uriktig. En riktig forståelse av hvor og hvordan franchise brukes, demper det skremselsbildet som ligger bak forslaget om arbeidstakervern.

(iii). Franchise er ikke definert i en egen norsk lov, men et avtaleregulert samarbeid. Det er følgelig en

glidende overgang mellom avtaleregulerte samarbeid som kan omtales som franchise og andre kontraktsbaserte samarbeidsformer, som for eksempel lisensavtaler. Idet franchise også gjerne kan anses som en av flere måter å distribuere varer eller tjenester på, kan man på tilsvarende måte problematisere den glidende overgangen til f.eks. eneforhandleravtaler. Spørsmålet som oppstår er da hvordan man ser for seg å avgrense det tenkte arbeidstakervernet i franchiseforhold, og hvorfor franchise skal stå i en særstilling blant de mange andre avtalebaserte samarbeidsformene. Denne avgrensingsproblematikken innebærer samtidig en åpenbar omgåelsesutfordring.

I forlengelse av dette kan man spørre seg hvorfor delt arbeidsgiveransvar og innflytelse bare skal være tema i ett kontraktsforhold. Hvis hensynet til arbeidstakere og ønsket om økt organisasjonsgrad skal gjøre at man griper inn i franchise, må man spørre seg hvorfor det ikke også skal gjelde i alle andre relasjoner der en annen enn arbeidsgiver har innflytelse over arbeidstaker. Det kan f.eks. gjelde der eierstrukturen ikke rammes av konserndefinisjonen, men der eierne like fullt har stor innflytelse over arbeidsgiver. Hva med kjøpesentre, som også øver innflytelse over leietakerne i senteret, f.eks. når det gjelder åpningstider, deltakelse i sentermarkedsføring etc.? Det er mulig at eksemplet fremstår som vel søkt, men dette var faktisk tema da franchiseregulering ble diskutert tilbake i 2011.

(iv). Det internasjonale aspektet gir ytterligere grunnlag for skepsis til et lovforslag. Veldig ofte er konseptier (masterfranchise) utenlandsk, og den overbyggende avtalen mellom utenlandsk konseptier og norsk lokal franchisegiver vil være regulert av lovene der konseptier er hjemmehørende. En særnorsk regulering vedrørende lokal drift av konseptet vil trolig dempe etableringslyst til konseptier som kunne skapt arbeidsplasser, spesielt om en utenlandsk konseptier selv etablerer virksomheten i Norge som direkte franchisegiver overfor norske franchisetakere. Resultatet kan bli lavere etableringsstakt av nye konseptier, til skade for forbrukere og ytterligere makt til alt etablerte norske kjeder.

Generelt om franchiselovgivning

Det finnes en rekke argumenter både for og mot innføringen av en egen franchiselov. I motsetning til

det som gjelder ansattevern, har en rekke land innført slik lovgivning, f.eks. Sverige, Belgia, Frankrike. Dette er imidlertid som oftest ren forhåndsopplysningslovgivning, som pålegger franchisegiver plikt til å gi en rekke opplysninger til potensielle franchisetakere i forkant av kontraktsinngåelse. Dersom Norge skal innføre en slik lov, bør vi begrense oss tilsvarende og ikke etablere lovgivning på hva som ikke kan avtales. Vårt syn er at det ikke engang bør innføres en slik forhåndsopplysningslovgivning i Norge, da norske domstoler har vist seg godt kvalifisert til å håndtere slike problemstillinger. Erfaringer fra Sverige viser for øvrig at det pt. ikke har kommet saker for domstolen der franchisetaker har påberopt seg brudd på den svenske forhåndsopplysningsloven.

Heller ikke bør det gripes inn i avtalefriheten næringsdrivende imellom, og nærmest tillegge enkelte næringsdrivende kontraktsparter en forbrukerposisjon. Igjen blir det et spørsmål om avgrensning i forhold til andre samarbeidsformer innenfor distribusjon.

Forslaget som sist har sett dagens lys, går imidlertid lenger, idet partiet Rødt ønsket at Regjeringen skulle utrede spørsmålet om franchisegiver skal være forhindret fra å avslutte samarbeidet med franchisetaker ved kontraktsperiodens utløp. Dette representerer etter vårt syn et dramatisk inngrep i avtalefriheten, som vi fraråder. Det innebærer i realiteten at en franchisegiver som inngår en franchiseavtale risikerer å være låst til franchisetaker i uoverskuelig fremtid. Franchisegiver eier konseptet og den goodwill konseptet genererer, og må da være den som bestemmer om et samarbeid skal forlenges eller ikke. Trolig vil en slik regulering virke mot sin hensikt. Dersom franchisegiver risikerer å bli bundet til en franchisetaker på denne måten, vil franchisegiver sannsynligvis fylle avtalen med regulering som senker terskelen for når avtalen kan heves. Med mindre forslagsstiller ser for seg at også hevingsretten skal reguleres på en ufravikelig måte (og gis internasjonal preseptivitet (ufravikelighet)), vil franchisetaker som en følge av dette få mindre forutberegnelighet med hensyn til samarbeidets varighet. Og hvis loven inneholder slik ufravikelighet, vil det redusere interessen for etablering av franchisekonseptier i Norge og derved påvirke sysselsettingen negativt.



Norges største på kjeder

Azets leverer skreddersydde økonomitjenester til flere enn 25 kjeder og mer enn 1.000 forretninger i Norge. Azets har 60 norske rådgivere som utelukkende jobber med kjeder.

Norges best drevne kjeder benytter Azets for sine kritiske behov innenfor kjedestyring. Azets bidrar til sikkerhet, kontroll og KPI styring fra hovedkontor og detaljert rådgiving til utsalgene/franchisetagerne. Azets har spesialistkompetanse på digitalisering av norske og nordiske kjeder og Azets sikrer stordriftsfordeler til deg som kunde. Resultatet er høy kvalitet på tjenesten, teknologisk forsprang og lave priser.

Smarte løsninger som effektiviserer

Erfaring tilsier at det ofte lønner seg å sette bort produksjonen av lønn og regnskap. Outsourcing gir også mange flere fordeler:

Du blir mer effektiv og sparer tid og penger

Du oppnår mer fleksibilitet...

... og mindre sårbarhet

Leveransen skales etter din vekst

Full oversikt med smarte nettløsninger

Alle dine tjenester tilgjengelig på nett

Alltid oppdatert på lover og regler

Franchisegiver: Få verktøyene som gir bedre beslutninger

Azets legger til rette for enkel oppfølging og kontroll av kjeden med felles rapportering. Azets tilpasser enkelt rapportering for franchisegiver og etablerer felles suksesskriterier og måleparametre. Dette gir et bedre verktøy for måling og sammenligninger, som gir franchisegiver et bedre beslutningsgrunnlag. Standardiserte tjenester kan gi bedre finansieringsbetingelser og reduserte revisorkostnader – også for dine franchisetakere.

Franchisetaker: Bli mer effektiv

Som medlem i kjeden vil du dra fordeler av en konkurransedyktig fastprismodell og tjenester av høy kvalitet – alltid tilpasset den enkelte virksomhet. Fast rådgivning og rapportering med benchmarking mot både konkurrenter og andre medlemmer i kjeden gir deg et forsprang i markedet.

Dette er Azets

Den ledende leverandøren av teknologi og tjenester innenfor regnskap, lønn, HR, bemanning og rådgivning i Norden. Våre nærmere 3.000 dedikerte medarbeidere betjener flere enn 20.000 virksomheter innenfor et bredt spekter av bransjer.

For mer informasjon, kontakt:

Mette Strøm, tlf.: 952 24 017,

e-post: mette.strom@azets.com

Les mer på:

www.azets.no/regnskap/kjeder/

Nominerte til franchiseprisen - FRANNY AWARD



Prisene som skal hedre Årets Franchisetaker 2019 og Årets franchisekjede 2019 deles ut på Franchisekonferansen 6. mars 2019.

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

Det er FranchiseArkitekt og Hovedorganisasjonen Virke som står bak prisutdelingen i Norge.

Franny Award - årets Franchisetaker - hedre dyktige franchisetakere som viser vei til god franchisedrift

Arrangørene av Franchisekonferansen ønsker å fremheve dyktige enkeltpersoner innen franchisedrift i Norge. Det lanseres derfor en ny pris som skal rette oppmerksomheten mot franchisetakere som lykkes spesielt bra i sine kjeder. Alle franchisekjeder har fått muligheten til å foreslå én kandidat til prisen som Årets franchisetaker. Prisen skal fokusere på franchisetakere som både har oppnådd gode resultater og som fremstår som et forbilde for andre franchisetakere i kjeden.

Kriterier

Juryen har lett etter franchisetakere som er flinke til å etterleve konseptet, som viser godt lederskap og har oppnådd god lønnsomhet. Juryen vurderer blant annet følgende kriterier:

- Enhetens utvikling og lønnsomhet de siste 3 årene
- Utvikling/entreprenørskap innenfor virksomhetens rammer
- Konseptlojalitet
- Lederskap, bedriftskultur og evne til å motivere medarbeiderne

- Samarbeid med andre franchisetakere og kolleger i kjeden

Nominerte

De nominerte til Franny Award - årets Franchisetaker 2019 er:

- Lars Gullichsen, Circle K
- Ingar Teigene, Elkjøp
- Jan Stadven, Kvik
- Morten Engen, Rema 1000

Jury årets franchisetaker 2018-19

- Sven Hars (juryleder), Franchise Consultant, Franchisearkitekt
- Heidi M. Scheie, adm. dir., Thingfarm AS
- Lars Lyngstad, seniorrådgiver / partner, rekrutteringsselskapet Cappa
- Henrik Renner Fredriksen, advokat / partner, Advokatfirmaet SGB Storløkken
- Asbjørn Myrlund, prosjektdirektør, Hovedorganisasjonen Virke
- Espen Vestli, direktør forretningsområde storkunder, Azets Insight

Franny Award - årets franchisekjede

Arrangørene av Franchisekonferansen ønsker å fremheve dyktige aktører innen franchisedrift i Norge. Prisen «Årets franchisekjede» setter 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 marked og rammebetingelser og som er innstilt på å vurdere balansen i den

økonomiske modellen når konkurransen og rammebetingelsene "drar seg til".

Kjedene som nomineres og vinner en slik pris kan bruke dette aktivt internt. Det vil også kunne være et kvalitetsstempel ut mot kunder og samarbeidspartnere som for eksempel utleiery og leverandører. Samtidig vil det også kunne telle positivt i rekruttering av franchisetakere og øvrige medarbeidere til kjeden, sier Frode Finsrud, juryleder og managing partner i rekrutteringsselskapet Cappa.

Kriterier

Prisen skal deles ut til en franchisekjede som har utmerket seg positivt i året som har gått. Juryen foretar 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

Nominerte kjeder 2019

- Circle K
- Deli de Luca
- Kvik
- McDonald's i Norge
- Specsavers

Jury Årets franchisekjede 2018-19

- Frode Finsrud (juryleder), Managing partner, rekrutteringsselskapet Cappa
- Sven Hars, Franchise Consultant, Franchisearkitekt
- Endre Storløkken, Advokatfirmaet SGB Storløkken

- Nils Vanebo, Redaktør, Retailmagasinet
- Erik Fagerlid, Konsulent
- Bror Stende, Bransjedirektør Faghandel, Mote og Fritid

De som står bak franchiseprisene

FranchiseArkitekt

FranchiseArkitekt er et skandinavisk nettverk av spesialister med tilknytning til franchise. Nettverket består av en rekke aktører som bistår franchisekjeder på ulike måter med å etablere, utvikle og drifte virksomhetene.

I Norge består Franchisearkitekt i dag av følgende virksomheter:

- Azets Insight
- Advokatfirmaet Storløkken
- Rekrutteringsselskapet Cappa
- Franchisekonsulent Sven Hars
- Colliers
- Chainformation
- Marginalen Bank
- PCK Butikkdata

Hovedorganisasjonen Virke

Virke er den ledende hovedorganisasjonen for handels- og tjenestenæringen og representerer over 21 000 virksomheter. Vi jobber for bedre rammevilkår for våre medlemmer, og et Norge som verdsetter og satser på de som driver virksomhet. Virke mener virksomheter lykkes best når verdiene skapes i samspill mellom arbeidsgiver og medarbeider.

Våre medlemsbedrifter kommer fra bransjer som handel, kunnskap, teknologi, reiseliv, service, helse, omsorg, utdanning, kultur og frivillighet. Til sammen utgjør de over 250 000 arbeidsplasser.



VI HJELPER BUTIKKJEDER OG FRANCHISETAKERE Å LEASE

- Du slipper å binde kapital
- Leasingavgiften er fullt ut fradragsberettiget
- Enklere å budsjettere, kjent leasingavgift
- Du trenger ikke avskrive eiendeler

Vi har spesialkunnskap om kjeder

Vi hjelper detaljhandels-, franchise- og butikkjeder med å finansiere innredning. Vi har lang erfaring med nettopp kjeder, vi har jobbet med leasing siden 1985 og har lange kunderelasjoner til over 60 kjedebutikker over hele Norden. Vi tror på langsiktige relasjoner, og ønsker et tett samarbeid og personlig kontakt med eieren av butikken. I vår kredittvurdering ser vi ikke bare på balansen og personlig sikkerhet, men også på forretningsidé, engasjement og selve objektet. Dette gir deg flere muligheter.

Ofte bedre betingelser enn tradisjonelle banker

Vi jobber mye med leieavtalen, og vi har derfor et eget leasingopplegg. Dette betyr at en enkelt franchisetaker eller et medlem av de kjedene vi samarbeider med kan innvilges kreditt på en enklere måte. Faktum er at vi begge er mer fleksible enn de tradisjonelle bankene og kan ofte tilby bedre finansieringsvilkår enn de kan.

Vil du vite mer?

Sven Hars, hars@franchisearkitekt.no, mob. +47 98 25 41 17
Marginalen Bank/AO Partner
Box 26134, 100 41 Stockholm
www.marginalen.se

DETTE SIER TO AV KUNDENE VÅRE:

"Biancokjeden har samarbeidet med Marginalen Bank siden 2001. I løpet av disse årene er ca. 100 store butikker finansiert av leasing fra Marginalen. Dette har gjort det lettere for oss å rekruttere nye franchisetakere men også for eksisterende enheter som skifter butikkinnredning"

Gunn Inger Hansen, Country manager

"Gjennom samarbeidet med Marginalen kan en stor del av beløpet finansieres gjennom leasing, noe som letter vår rekruttering av franchisetakere og dermed også nyetableringer. Vi har hatt et svært fruktbart samarbeid i mange år, og vi setter pris på punktligheten og personkontakten Marginalen gir."

Mats Hörnell, Daglig leder

Noen av de som allerede har valgt oss:



POLARN O. PYRET





Vedlegg: 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



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 driftsmetode, 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 Insiqt – 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 kontrollsystem

Chainformations mobil og web baserte compliance plattform forenkler delingen av kunnskap, sikrer konseptetterlevelse og effektiviserer samarbeide i din franchisekjede.



Etableringsbistand

Colliers International bistår dere med å finne frem til de riktige lokasjonene for ditt konsept og forhandler frem leieavtale til det beste for deg



Butikkdatasystem

PCKasse er et enkelt valg av butikkdatasystem for deg som ønsker å ha fokus på kjernevirksomheten til bedriften. Vi leverer butikkdata med integrert nettbutikk

GRATIS!

Få med
lederanalyse
til 6200 kr*



Er du en leder for fremtiden?

- Utnytter du ditt lederpotensiale?
- Redd for å bli utdatert som leder?
- Har du fokus på digitalisering og forretningsutvikling?

LEDERUTVIKLINGSPROGRAM – Intensivt, praktisk og inspirerende

Bli en bedre leder – lederutvikling

Du vil bli mer bevisst lederrollen, de ulike sidene av den, og hvordan du kan bruke deg selv på en god måte for å utvikle deg og virksomheten din.

8 dager – 4 samlinger

Lederutvikling med fokus på ledelse, digitalisering og forretningsutvikling

Skap gode resultater på bakgrunn av ny innsikt innen ledelse, digitalisering og forretningsutvikling.

6 dager – 3 samlinger

MELD DEG PÅ I DAG!



virke.no/lederutvikling



22 54 17 00



kurs@virke.no

* Lederanalysen er et verktøy som gir deg innsikt i hvordan dine ansatte ser på deg som leder.

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

VIRKE

www.virke.no



**FRANCHISE
ARKITEKT®**

www.franchisearkitekt.no

