

Das Franchisesystem der



PWV PRESSE SHOPS GMBH, FRIEDENSSTRAÙE 2, 08539 MEHLTHEUER

Tel.: 037431/85-170

Fax : 037431/85-119

www.presseweigelt.de

1	FRANCHISING DIE UNTERNEHMENSFORM DER ZUKUNFT	II
2	WIE GESTALTET SICH EINE FRANCHISEKETTE.....	II
2.1	DER FRANCHISEGEBER	II
2.2	DIE FRANCHISENEHMER	III
3	DIE GESCHÄFTSERFAHRUNGEN DES FRANCHISEGEBERS.	III
4	PRESSESHOP KONZEPT	IV
4.1	OBJEKTLAG E	IV
4.2	OBJEKTGRÖÙE	
4.3	PRODUKTSORTIMENT.....	IV
4.4	PERSONALPLANUNG	IV
4.5	MIETKOSTEN	IV
5	FRANCHISEGEBÜHREN	V
6	WARENVERKAUFS- UND LIEFERBEDINGUNGEN	V

1 Franchising die Unternehmensform der Zukunft

Im vergangenen Jahrhundert fand der Begriff bereits in den Vereinigten Staaten Anwendung. Unter dem Namen „Franchising“ wurden Rechte zur Erschließung des amerikanischen Kontinents vergeben.

Dies betraf Konzessionen für den Bau der Eisenbahnstrecken oder anderen öffentlichen Einrichtungen, sowie das Recht zum ausschließlichen Betrieb von Transportgesellschaften.

Auch in England wurden bereits im Jahre 1066 Franchisen an Vertrauensleute der Regierung vergeben, welche damit das Recht zur Steuereintreibung in einem Gebiet erhielten. Ein Teil dieser Einnahmen konnte als Gewinn einbehalten werden.

Das wohl bekannteste Franchiseunternehmen wurde am 02. März 1955 von Harald Mc Donald gegründet. Auch wir möchten Ihnen die Gelegenheit bieten mit einem PWV Presse-Shop erfolgreich selbständig zu arbeiten.

2 Wie gestaltet sich eine Franchisekette.

Das Franchising ist eine Geschäftsart, bei der ein Mutterunternehmen einem eigenständigen Unternehmer das Recht gibt, die Produkte dieses Unternehmens unter dem Namen des Muttergeschäftes zu betreiben und deren Marktstrategie sowie Erfahrungen zu nutzen.

Eine solche Geschäftsbeziehung besteht aus zwei Hauptparteien.

Zum einen aus dem Franchisegeber und zum anderen aus den Franchisenehmern. Beide Parteien gehen eine Partnerschaft ein, wobei jede ein selbständiger Unternehmer bleibt. Der Franchisegeber sorgt für einen reibungslosen Start und Geschäftsablauf, sorgt für optimale Einkaufs- und Lieferbedingungen. Man kann sagen, er plant den Geschäftserfolg. Der Franchisenehmer hat am Point of Sale dafür Sorge zu tragen, dass das Konzept in die Tat umgesetzt wird. Die Konzepte welche er vom Franchisegeber bekommt, helfen ihm im Geschäftsleben erfolgreich zu werden. Der Erfolg eines Franchisegeschäftes hängt jedoch in erster Linie vom Einsatz des Franchisenehmers ab.

Damit das Konzept in die Tat umgesetzt werden kann, muss eine enge und symbiotische Zusammenarbeit zwischen beiden bestehen. Beide Parteien sollten besser miteinander als gegeneinander arbeiten, denn was für den einen von Vorteil ist, ist auch für den anderen gut.

2.1 Der Franchisegeber

Der Franchisegeber ist ein Unternehmen, welches langjährige Geschäftserfahrungen gesammelt hat und entwickelt nach neuesten Marktdaten ein erfolgsversprechendes Firmenprofil, kümmert sich um Genehmigungsverfahren, Finanzierungskonzepte, Ladeneinrichtungen, Firmenimage, Werbeaktivitäten, Produktgruppen, Mitarbeiterschulungen u. v. m. .

Durch die Erfahrung des Franchisegebers haben die Franchisenehmer einen erleichterten Markteintritt und erfolgsversprechende Geschäftsmöglichkeiten.

2.2 Die Franchisenehmer

Diese Unternehmer arbeiten auf eigene Rechnung und sind eigenständige Unternehmer. Sie werden vom Franchisegeber in allen Fragen, welche das Unternehmen betreffen betreut und beraten.

Durch die enge Partnerschaft liegt die Erfolgsquote der Franchisenehmer bei über 92%, wobei die der unabhängigen Existenzgründer nur bei 62% liegt. Für die Entwicklung des Geschäftes sollte der Franchisenehmer jedoch kaufmännische Fähigkeiten und ein Grundwissen über das Geschäft was er betreiben möchte besitzen.

Welche Grundzüge lassen eine solche Partnerschaft erfolgreich werden?

- **Realismus** über Stärken und Schwächen
- **Forschung** nach ständig neuen Marktchancen
- **Entschlossenheit** innerhalb des Systems kontinuierlich und mit aller Bereitschaft zu arbeiten
- **Einsatz** der erwirtschafteten finanziellen Mittel für den Fortbestand und Weiterentwicklung des Unternehmens

3 Die Geschäftserfahrungen des Franchisegebers.

Der Franchisegeber, die PWV Presse Shops GmbH ist eine Tochter des Presse Weigelt Vertrieb (PWV). Sie wurde im Januar 1998 gegründet und betreut derzeit 40 Franchisegeschäfte.

Das Mutterunternehmen ist ein Presse Grossist (Großhändlerunternehmen), welcher täglich ca. 800 Einzelhändler mit Presseerzeugnissen und Tabakwaren beliefert.

Durch die langjährigen Erfahrungen auf diesem Gebiet ist der PWV in der Lage Markttrends und veränderte Situationen zu erkennen und sich auf diese Situationen einzustellen.

Die Marktdaten bekommt der Grossist durch eigene Außendienstmitarbeiter und durch Foren, welche der Zentralverband des Presse-Grosso veranstaltet. Einmal im Monat erfährt jeder einzelne Grossist Marktdaten. Ein intelligentes PC Programm steuert die Produktoptimierung.

Diese Informationen stehen natürlich auch dem Tochterunternehmen zur Verfügung.

Dadurch werden Franchisenehmer optimal informiert und beraten.

Das Ziel der PWV ist es, Pressefach Einzelhändler mit kundenoptimiertem Produktprogramm und Kundenberatung zu entwickeln. Der Presse Grosso Verband, zeichnet Pressehändler mit dem blauen Globus aus, welche besonders kundenorientiert und mit fachgerechter Beratung die Kunden bedienen. Viele unserer Franchisepartner haben es innerhalb kurzer Zeit geschafft, einen solchen Globus zu erhalten. Es sei erwähnt, das von allen Händlern bundesweit, nur drei bis fünf Prozent diese Auszeichnung erhalten.

4 Presseshop Konzept

4.1 Objektlage

Interessante Ladenflächen liegen in Einkaufszentren ab 2000 m² Verkaufsfläche mit Shop-in-Shop-Zonen. Die direkte Lage der Shops sollte im Eingangsbereich oder Ausgangsbereich des Verbrauchermarktes liegen. Prinzipiell werden jedoch auch andere erfolversprechende Lagen erschlossen.

4.2 Objektgröße

Die Verkaufsfläche der Shops soll zwischen 25m² und 50m² betragen. Von dieser Fläche werden ca. 5m² für eine "Lotto-Ecke" vorgesehen. Große Abstellräume sind nicht unbedingt notwendig, da das Produktsortiment schnell umschlägt, sowie zeitnah nachlieferbar ist und demzufolge keiner hohen Lagerhaltung bedarf.

4.3 Produktsortiment

- Zeitungen und Zeitschriften, kundenoptimiert, Volls Sortiment
- Tabakwaren
- Lotto Toto (abhängig von Konzession)
- Telefonkarten / Grußkarten
- Raucherzubehör

4.4 Personalplanung

Die Ladenöffnungszeiten in Einkaufszentren betragen wöchentlich zwischen 60 und 80 Stunden, dies erfordert die Beschäftigung von zwei Mitarbeitern, wobei angestrebt ist, dass der Franchisenehmer aktiv am Verkauf teilnimmt, um dessen Betriebsergebnis zu optimieren.

Bei einer wöchentlichen Arbeitszeit von 40 Stunden des Inhabers verbleiben ca. 40-50 Stunden (incl. Doppelbesetzung), welche ideal durch Teilzeitkräfte abgedeckt werden können.

Sollte der Franchisenehmer mehrere Geschäfte betreiben, so sollten zwei Angestellte mit möglichst gleicher Arbeitsstundenanzahl eingestellt werden.

4.5 Mietkosten

Der Franchisegeber mietet im seinem Namen Ladenflächen in Einkaufszentren auf eigenes Risiko an. Es ist üblich, dass Ladenflächen auf längere Zeiträume vermietet werden. Da der Franchisegeber die Mietverpflichtungen übernimmt sinkt das Geschäftsrisiko des Franchisenehmers. Der Mietzins wird individuell und unter Berücksichtigung der Rentabilität des einzelnen Geschäftes mit dem Vermieter vereinbart und an den Franchisenehmer weiter berechnet.

5 Franchisegebühren

Bedingt durch das frühere Expansionsgebiet Ost wurde festgestellt, dass eine geringe Eigenkapitaldecke den Eintritt in die Selbständigkeit behindert.

Aufgrund dieser Beobachtung wurde auf ein Eintrittsgebühr **vollständig verzichtet**.

Der Franchisenehmer bekommt vom Franchisegeber eine für die Objektfläche zugeschnittene Ladeneinrichtung im einheitlichen PWV - Design gestellt. Dies beinhaltet:

- Komplette Ladeneinrichtung
- Presse Sonderaufsteller
- Werbebeleuchtung am Objekt
- Bücher und Grußkartendrehstände
- Lotto Toto Theke (wenn Lotto Toto vorhanden)
- PWV- Werbematerialien
- Beleuchtung
- Bei Bedarf Sicherheitsanlagen
- Modernes Kassensystem
- Telekommunikationsanlagen

Die monatliche Franchisegebühr wird auf Grundlage der Nettoumsätze berechnet. Sie beträgt einen vom Nettoumsatz je nach Sortimentsbereich abgestuften festen Prozentwert. Dieser ist so kalkuliert, dass sich durchschnittlich jeweils ein Zehntel des Rohertrages der betroffenen Warengruppe errechnen lässt.

Durch eine monatliche Akontozahlung wird eine reibungslose Abrechnung gewährleistet. Diese wird am Jahresende auf Grundlage des tatsächlich erwirtschafteten Nettoumsatzes nach den einzelnen Sortimenten abgerechnet.

6 Warenverkaufs- und Lieferbedingungen

Der Franchisenehmer hat das Recht die Waren, welche er vom Franchisegeber oder schriftlich vom Franchisegeber gebilligten Lieferanten erhält, zu vertreiben.

Waren, die der Franchisenehmer in sein Produktsortiment zusätzlich aufnimmt, müssen vom Franchisegeber schriftlich genehmigt werden und in Qualität und Eigenschaften den Bestimmungen des Franchisegebers entsprechen

Die Belieferung der Shops mit Presse erfolgt täglich.

Die übrigen Produkte werden nach Absprache zwischen Lieferant und Franchisegeber vereinbart

Vorteile für unsere Partner:

- perfektes Image durch einheitliches Marketingkonzept
- sicherer Geschäftsablauf durch optimale Beratung bei allen Fragen
- minimales finanzielles Risiko
- wir stellen Ihnen Ihre gesamte Einrichtung individuell und unverkennbar
- deutlich günstigere Einkaufsbedingungen
- steuerliche Beratung/ kostengünstige Buchführung