



Rabobank

Rabobank Cijfers & Trends

Thema-update: Franchising 2011



Wat is franchising?

Franchising is een hechte vorm van samenwerking tussen franchisegever en franchisenemer die de voordelen van het grootwinkelbedrijf (zoals landelijke, uniforme uitstraling) en zelfstandig ondernemerschap (zoals kennis van de lokale markt) combineert en waarbij op basis van een efficiënte taakverdeling een formule is ontwikkeld die leidt tot een uniforme uitstraling naar de markt. Een formule is een volledig bedrijfsconcept: de samenhang tussen product, prijs, plaats, promotie en dergelijke. De franchisegever ontwikkelt, test en onderhoudt de formule. De franchisenemer exploiteert de formule in zijn eigen bedrijf. Vooral in de sectoren food retail, non-food retail, horeca en dienstverlening komt het franchiseconcept veelvuldig voor, waarmee franchise een businessmodel is dat (met een omzet van ruim € 30 miljard euro op jaarbasis) van onschatbare waarde is voor onze economie.

Franchising in Nederland: stand van zaken 2010

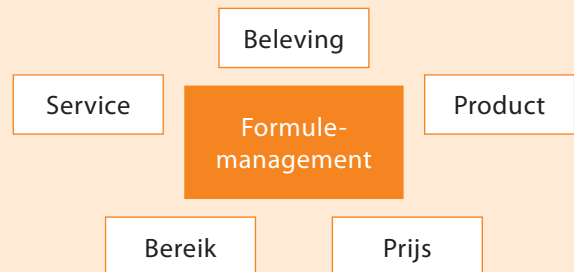
Uit onderzoek door EIM, NFV en Rabobank, dat al jarenlang ieder jaar wordt uitgevoerd, blijkt dat het aantal franchiseketens in 2010 is gegroeid met circa 2 procent; van 700 ketens in 2009 tot 715 in 2010. Het totaal aantal franchisevestigingen in 2010 steeg van circa 29 duizend in 2009 naar 29.500 in 2010 (een stijging van circa 2 procent). De stijging komt vooral op het conto van de sector dienstverlening; van ruim 8.100 franchisevestigingen in 2009 naar meer dan 8.700 franchisevestigingen in 2010. En van 270 franchiseketens in 2009 naar 290 ketens in 2010. Kortom: in de foodsector is franchising al jaren zeer sterk vertegenwoordigd; in de non-foodsector heeft franchising de afgelopen jaren een forse groei doorgemaakt, een groei die naar wij verwachten de komende jaren doorzet.

In de praktijk zijn er verschillen in de mate van vrijheid die franchisenemers hebben bij het implementeren van de franchise-formule: hard franchise of soft franchise. Bij **hard franchise** heeft de ondernemer relatief weinig vrijheid. De formule is tot in detail beschreven en er zijn regels waaraan de franchisenemer zich moet houden. Hard franchise komt vaak voor bij grote, sterke ketens. Het voordeel van hard franchise is dat veel zaken goed worden geregeld door de franchisegever; het afspreken van inkoopcondities, het volgen van assortimentstrends en het regelen van marketing- en reclameactiviteiten bijvoorbeeld.

Onderscheidende formule

Franchisegevers die in samenspraak met hun ondernemers continu op zoek gaan naar verbeteringen van hun formule maken het verschil. Een onderscheidende formule is een randvoorwaarde voor succes. Formules kunnen zich op vijf elementen onderscheiden. Om succesvol te zijn in de markt dient een formule op minstens één element uniek te zijn, op een ander element onderscheidend en op de overige drie elementen marktconform.

Een formule biedt waarde voor de klanten. Goed formulemanagement is nodig om ook in minder gunstige omstandigheden in te kunnen spelen op wijzigingen in de behoefte en het gedrag van de klanten.



	Aantal franchisegevers			Aantal franchisevestigingen		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010
Detailhandel Food	90	90	85	5.600	5.300	5.300
Detailhandel Non-Food	200	200	190	11.000	11.000	10.800
Horeca	80	80	85	2.200	2.100	2.200
Dienstverlening	260	270	290	8.200	8.100	8.700
Overig	60	60	65	2.400	2.500	2.500
Totaal	690	700	715	29.400	29.000	29.500

	Aantal medewerkers			Omzet vestigingen in miljoen euro incl. BTW		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010
Detailhandel Food	115.000	106.000	102.000	11.370	11.835	12.590
Detailhandel Non-Food	76.000	72.000	70.000	11.040	10.275	9.775
Horeca	36.000	33.000	35.000	1.740	1.500	1.650
Dienstverlening	32.000	35.000	38.000	3.400	3.850	3.850
Overig	15.000	13.000	13.000	2.530	2.200	2.315
Totaal	274.000	259.000	258.000	30.080	29.660	30.180



Wat biedt NFV voor franchisegevers en franchisenemers?

De Nederlandse Franchise Vereniging (NFV) is de overkoepelende belangenorganisatie voor franchisegevers. De NFV ondersteunt bij het bewerkstelligen van betrouwbare, duurzame franchising. Zij levert een bijdrage aan franchisegevers op hun pad naar professionaliteit en succes en behartigt hun belangen. Hierdoor worden ook de belangen van de franchisenemer, op indirecte wijze, gediend.

Het lidmaatschap van de NFV kan worden gezien als een keurmerk. Toetreding tot het volwaardig lidmaatschap van de NFV is pas mogelijk nadat een franchisegever heeft aangetoond aan alle criteria die bij het lidmaatschap van de NFV horen te hebben voldaan. Een van de criteria is dat de franchiseovereenkomst voldoet aan de Europese Erecode inzake franchising. Deze Erecode geeft duidelijke richtlijnen voor de samenwerking tussen franchisegever en franchisenemer. Op de website www.nfv.nl staat voor zowel de franchisegever als de franchisenemer veel informatie over franchise.



Doordat veel zaken door de franchisegever worden geregeld, kan de franchisenemer zijn tijd en energie in zijn zaak steken, bijvoorbeeld in personeelsbeleid en lokale marketing. Juist dáár kan hij het onderscheid maken.

Bij **soft franchise** ligt veel minder vast. Hier heeft de ondernemer (de franchisenemer) dus meer vrijheid. Aan de andere kant moet hij hier ook zelf meer keuzes maken en zaken regelen. De meeste franchiseformules zijn niet keihard of zeer soft, maar liggen er ergens tussenin, al is er een tendens waarneembaar richting hard(ere) franchise.

Het belang van benchmarking

Benchmarking is voor zowel franchisegevers, franchisenemers als hun financiers van onschatbare waarde. Het is een strategisch instrument om inzicht te verkrijgen in financiële en operationele cijfers en kengetallen. Een goed benchmarksysteem stelt franchisegevers in staat om te sturen op cijfers en stelt franchisenemers in staat om de eigen onderneming te vergelijken met collega-franchisenemers. Met name benchmarking ten opzichte van de bestpresterende partij biedt veel inzicht en waarde. Bovendien kan een goed benchmarksysteem externe partijen aantonen dat de formule werkt en succesvol is. Kortom, een goed werkend benchmarksysteem biedt veel voordelen:

- Adequate managementinformatie
- Periodieke rapportage op maat
- Gerichte (financiële) coaching door franchisegever
- Beperken van risico's voor franchisenemers, formule en financier
- Sturen op cijfers om te komen tot betere prestaties

Met name in franchise is interne benchmarking goed op poten te zetten. Naast een interne benchmark, is het ook goed de prestaties van de eigen formule te vergelijken met de branchegemiddelden en – indien mogelijk – andere franchiseformules. Meer over benchmarken is te vinden in de Ondernemersupdate: Benchmarken (april 2010).

Rabobank Cijfers & Trends

- Meer weten over trends, kansen, bedreigingen en vooruitzichten voor het bedrijfsleven? Raadpleeg gratis www.rabobank.nl/cijfersentrends.
- Hier kunt u ook de prestaties van uw onderneming vergelijken met die van andere bedrijven in uw branche met de online benchmarktool Kijk & Vergelijk.
- Voor het maken van een ondernemingsplan met branche-informatie, kijk op www.rabobankstartproof.nl.

Rabobank en (franchise)arrangementen

De Rabobank heeft arrangementen gesloten met veel landelijke franchiseorganisaties. Zo'n arrangement omvat bankdiensten die helemaal zijn afgestemd op de kenmerken van de formule. Daarnaast zijn er afspraken gemaakt over de aanvraagprocedure en de wijze van samenwerking. Een arrangement is mogelijk voor rendabele en bewezen succesformules met goed inzicht in de performance van de ondernemers. Lees meer op www.rabobank.nl/franchise.

