

Kan mijn bedrijf als franchise sneller groeien?

Ondernemers die regionale of zelfs landelijke dekking zoeken komen onvermijdelijk voor de keus te staan: doe ik dat met eigen vestigingen of met franchisefilialen?

Robert Mulders
Amsterdam



Jos Burgers, directeur Nederlandse Franchise Vereniging

'Een van de voordelen van franchisen is dat je sneller kunt groeien dan wanneer je dat met eigen vestigingen doet. De franchise-nemer doet de investering in het vestigingspunt. Als je dat zelf zou moeten doen, zit je al snel op één tot drie ton. Met tientallen vestigingen loopt dat behoorlijk in de papieren.'

'Met een franchiseformule kun

je in een beperkt aantal jaren een heel redelijke schaalgrootte krijgen. Je geniet dan allerlei marketing- en inkoopvoordelen, je kunt afnameverplichtingen opleggen. Franchisenemers zijn doorgaans gemotiveerder dan filiaalhouders, ze halen meer omzet uit hun zaak en letten meer op de kosten. Je vergroot je slagingskans als je beschikt over een goedlopend, uitgetest concept, waar een franchise-nemer een goede boterham aan kan verdienen.'

'Doorgroeien is belangrijk. Je kunt wel twee tot vijf franchisevestigingen erbij hebben, maar dat levert niet zo veel op. Stel dat je per vestiging €1000 per maand aan fees binnenkrijgt. Tja, dat is dan niet veel. De ervaring leert dat franchiseformules die het niet redden zijn blijven steken in hun groei. Je kunt ook een mix van eigen vestigingen en franchisevestigingen overwegen.'

'Wij waarschuwen wel voor een te snelle uitrol. Je zult zelf geld moeten steken in een ondersteunende organisatie. Met twintig tot dertig vestigingen kost dat zo €500.000 tot €700.000. Dat geeft een kapitaalbeslag en levert al snel een negatief eigen vermogen op. Banken zullen je net als wij adviseren in een rustig tempo te groeien.'



Remco Robelus, directeur van Spare Rib Express Nederland. Het fastfoodbedrijf ging in 1996, vier jaar na de oprichting, over op een franchiseformule en telt nu 32 vestigingen.

'Als ik niet op franchising was overgestapt, was Spare Rib Express nooit zo groot geweest als het nu is. Het is mijn overtuiging dat je een bedrijf als dit niet kunt laten groeien met filiaalmanagers. Die kun je niet vragen om zeven dagen per week te werken. Een fastfoodzaak moet door de eigenaar gerund worden, zeker met de instelling van de huidige jeugd. Wij werken veel met jongeren en studenten voor wie het toch bijbaantjes zijn.'

'Bovendien ben ik niet de persoon om een heel grote organisatie te leiden. Toen ik nog drie eigen vestigingen had, ging daar meer tijd naar uit dan naar de franchisezaken. Iedereen zag mij als de grote directeur, ik had honderd man parttime in dienst en nog een groothandel ernaast.

Dat ging niet goed, ook financieel niet. Ik heb de vestigingen allemaal verkocht en vanaf dat moment werd dit een echt commercieel bedrijf. Ik doe sindsdien waar ik goed in ben: motiveren, praten met de franchisenemers. De negatieve rol, het beheer van openstaande posten, laat ik over aan mijn boekhouder.'

'Franchising heeft ons geen windeieren gelegd. Als je liefde voor het vak hebt, en ik ben eigenlijk altijd een spareribbakker gebleven, is dit de beste manier om te groeien.'



Theodoor Ludwig, partner bij advocatenkantoor Ludwig & Van Dam. Heeft zich gespecialiseerd in franchiserecht.

'Er gaat nogal eens wat fout bij franchising. Deels komt dat omdat er in Nederland geen wetgeving is rond franchiseovereenkomsten, in tegenstelling tot landen om ons heen.'

'Er is weliswaar een Europese Erecode, maar die is niet bin-

dend. Er is jurisprudentie, maar die moet je kennen en bijhouden. Voor de meeste ondernemers is dat niet weggelegd. Ik pleit daarom al langer voor een Nederlandse franchisewet.'

'Het gros van de conflicten die wij in de praktijk zien, gaat over een door de franchisegever afgegeven financiële prognose die niet uitkomt en wijzigingen in de formule waar de franchisenemer een herinvestering voor moet doen, zoals een restyling.'

'Ook kan een formule die de franchisenemer nauwelijks nog wat oplevert een bron van conflicten zijn. Dan betaalt hij wel een fee, maar is de formule verouderd of zijn de producten niet adequaat meer.'

'Een vierde categorie bestaat uit koop- en verkoopgeschillen. Dan spelen zaken als onderhuur, of een concurrentiebeding bij verkoop en uittreding een rol.'

'Franchising is per definitie een bedrijfsmodel waarin je voortdurend met elkaar in gesprek bent. Doe je dat niet, dan ontstaan er bijna vanzelf spanningen. Communiceer goed en maak heldere afspraken. Creëer consensus, stel een goede franchiseraad in en vaardig niet eenzijdig decreten uit want dat werkt natuurlijk helemaal niet.'

