

NACHHALTIGKEIT IN DER DEUTSCHEN FRANCHISEWIRTSCHAFT

Ergebnisse Studie 2023

VORWORT – EMMA LEHNER UND KAI ENDERS

Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

in einer Zeit des Klimawandels, multipler Krisen und angesichts ökologischer, ökonomischer sowie sozialer Herausforderungen, die im Dreiklang von enormer Bedeutung sind, sind Unternehmen mehr denn je aufgefordert, ihre Verantwortung zu erkennen und nachhaltige Praktiken in ihre Geschäftsmodelle zu integrieren. Franchising besitzt dabei das Potenzial, einen signifikanten Beitrag zu leisten. Dies liegt nicht zuletzt daran, dass das partnerschaftliche Miteinander von Franchisegebern und ihren Franchisenehmern bereits von einer mehrdimensionalen Nachhaltigkeit geprägt ist.

Die vorliegende Studie beleuchtet genau diesen Sachverhalt und legt ihren Fokus unter anderem auf die Nachhaltigkeitsmaßnahmen von Franchisesystemen, auch im Vergleich zum gesamten deutschen Mittelstand.

Auf Initiative des Ausschusses Qualität und Ethik des Deutschen Franchiseverbandes soll diese Studie das Bewusstsein für nachhaltige Praktiken im Franchising stärken und gleichzeitig als Grundlage für die Entwicklung eines eigenen Leitfadens zum Thema "Nachhaltigkeit in Franchisesystemen" dienen.

Die Ergebnisse der Untersuchung sind ermutigend und verdeutlichen gleichzeitig bestehende Herausforderungen. Die Fähigkeit der Franchise-Szene, diesen Herausforderungen zu begegnen, wurde in den vergangenen Jahren deutlich gezeigt – nicht nur durch reaktives Handeln, sondern vor allem durch aktives Agieren. Es verwundert daher nicht, dass immer mehr Franchise-Unternehmen die Bedeutung der Nachhaltigkeit erkennen, innovative Maßnahmen ergreifen und dadurch die Umweltauswirkungen proaktiv reduzieren.

Von der Einführung umweltfreundlicher Verpackungen bis hin zur Förderung erneuerbarer Energien haben diese Unternehmen demonstriert, dass Nachhaltigkeit und unternehmerischer Erfolg Hand in Hand gehen können.

Wir möchten allen Beteiligten herzlich für ihre Mitwirkung an der Entstehung dieser Studie danken und hoffen, dass sie Ihnen wertvolle Einblicke bietet.

Wir wünschen Ihnen viel Freude beim Lesen.

Mit freundlichen Grüßen,



Kai Enders
Präsident
Deutscher
Franchiseverband e.V.



Emma Lehner
Vizepräsidentin
Deutscher
Franchiseverband e.V.

STUDIENDESIGN

Stichprobe:

100 befragte Franchisesysteme

Befragte:

Führungskräfte

Verfahren:

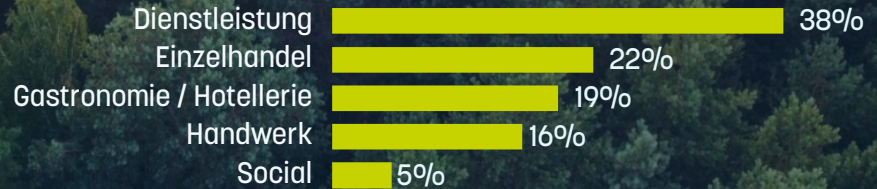
Onlinebefragung

Zeitraum der Befragung:

28.03.2023 bis 12.04.2023

GESAMTSTUDIE

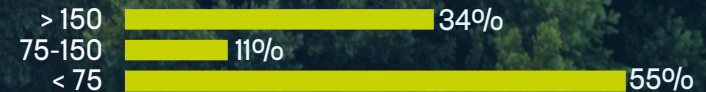
Branchenverteilung in Prozent



Alter der Systeme



Größe der Franchisesysteme (Nach Anzahl der Franchisepartner)



ÜBER FRANCHISING

Chancen, Partnerschaften und „Local Heroes“

Franchising ist ein auf Partnerschaft basierendes Geschäftsmodell, bei dem Neuunternehmer ein etabliertes Geschäftskonzept nutzen dürfen.

Der Begriff Franchise beschreibt ein kooperatives Geschäftsmodell zwischen einem bestehenden Unternehmen, dem Franchisegeber, und einem oder mehreren Unternehmensgründern, den Franchisenehmern.

Der Franchisegeber räumt seinen Kooperationspartnern auf Grundlage eines Franchisevertrags das Recht ein, sein entwickeltes Geschäftskonzept nutzen zu dürfen. Den Zeitraum, in dem das Franchisesystem zwischen den Partnern betrieben wird, legt der Franchisegeber fest.

Der Franchisenehmer darf für diese Dauer den Namen, das Design und die Geschäftsidee verwenden, um Waren zu verkaufen oder Dienstleistungen zu vertreiben.

Die Geschäftsidee ist dabei immer bereits vom Franchisegeber erfolgreich getestet und weiterentwickelt worden. So übernimmt der Franchisenehmer bei Existenzgründung ein schon funktionierendes Geschäftsmodell. Als Gegenleistung muss der Franchisenehmer dafür Gebühren – sogenannte Eintritts- oder Franchisegebühren – an den Franchisegeber zahlen, um die Lizenzen und Nutzungsrechte zu kaufen. In vielen Fällen führt der Franchisenehmer zusätzlich einen Teil der erwirtschafteten Gewinne an den Urheber der Geschäftsidee ab.



ÜBER DIE DEUTSCHE FRANCHISEWIRTSCHAFT

Beständigkeit und Wachstum

Die etwa 930 in Deutschland aktiven Franchisesysteme erwirtschafteten im Jahr 2022 gemeinsam mit ihren rund 144.000 Franchisenehmerinnen und Franchisenehmern und fast 815.000 Mitarbeitenden einen Umsatz von rund 142 Milliarden Euro.

In den letzten Jahren erlebt die deutsche Franchisewirtschaft einen spürbaren Schub und so wird sie voraussichtlich auch in den kommenden Jahren ein weiterhin starkes Wachstum erleben.

Deutsche Franchisewirtschaft 2022

Auf einen Blick

SYSTEME **+ 1,1 % zu 2021** **930**

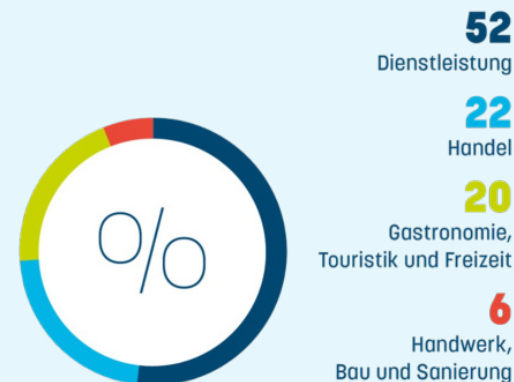
PARTNER **+ 1,5 % zu 2021** **144.014**

BETRIEBE **+ 2,8 % zu 2021** **186.028**

BESCHÄFTIGTE **+ 3,4 % zu 2021** **814.304**

UMSATZ (MRD. €) **+ 4,6 % zu 2021** **142,2**

Branchenaufteilung



ÜBER DEN DEUTSCHEN FRANCHISEVERBAND E. V.

Qualitätssysteme vereint

Der Deutsche Franchiseverband e. V. ist die Interessenvertretung der deutschen Franchisewirtschaft. Er wurde 1978 gegründet.

Die Qualitätsgemeinschaft repräsentiert Franchisegeber und Franchisenehmer gleichermaßen. Der Franchiseverband ist Dienstleister für seine Mitglieder und bietet ihnen zahlreichen Services und Leistungen.

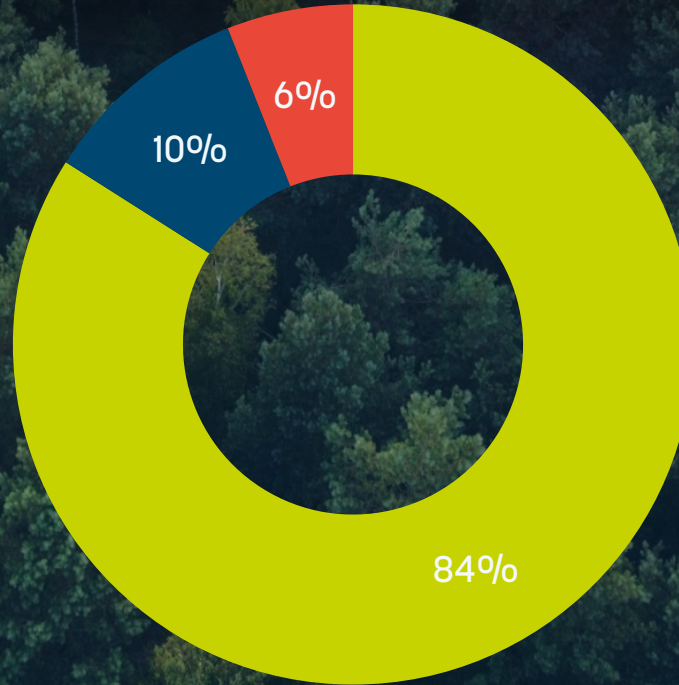
Kernanliegen des Verbandes ist es, die Interessen der Franchisewirtschaft wirtschaftlich, gesellschaftlich und politisch zu vertreten. In seiner Gesamtheit verfolgt der Verband eine Vielzahl von Aufgaben und Zielen.

Derzeit gehören dem Deutschen Franchiseverband etwa 450 Mitglieder an. Darunter neben Voll- und Assoziierten Mitgliedern auch Rechtsanwälte und Unternehmensberatungen, die sich auf Franchising spezialisiert haben.



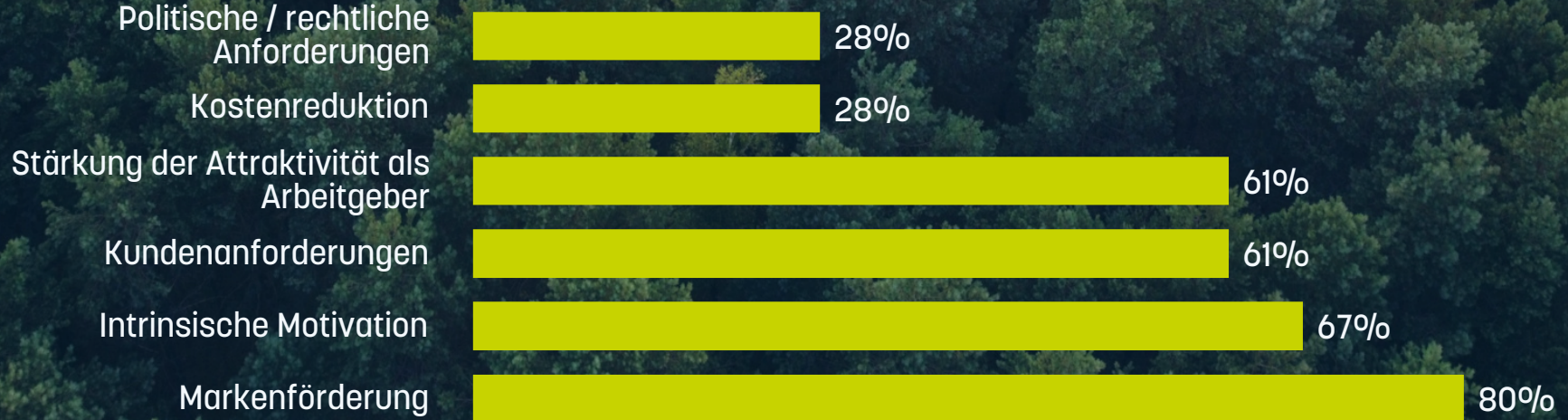
84% DER FRANCHISESYSTEME HABEN SICH BEREITS MIT DEM THEMA NACHHALTIGKEIT BEFASST

- Bereits mit Nachhaltigkeit beschäftigt
- Für die Zukunft geplant
- Noch nicht mit Nachhaltigkeit beschäftigt



FRANCHISESYSTEME BESCHÄFTIGEN SICH AUS EIGENEM ANTRIEB MIT DEM THEMA NACHHALTIGKEIT. RECHTLICHE ANFORDERUNGEN SIND ZWEITRANGIG

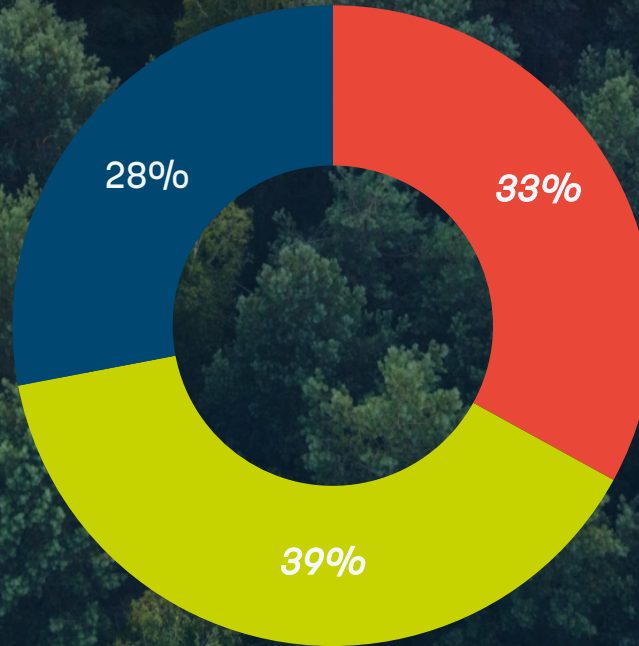
Motivatoren für das Beschäftigen mit Nachhaltigkeit in der Franchisewirtschaft:



FRANCHISEWIRTSCHAFT DENKT NACHHALTIGKEIT IN ALLEN DIMENSIONEN

Anteil der Aktivitäten, die den Dimensionen der sozialen, ökologischen und ökonomischen Nachhaltigkeit zuzuordnen sind:

- Sozial
- Ökologisch
- Ökonomisch



SYSTEMZENTRALEN WERDEN IHRER ROLLE ALS VORDENKER IN PUNCTO NACHHALTIGKEIT GERECHT

Anteil der Beschäftigung mit Nachhaltigkeit, nach den jeweiligen Bereichen eines Franchisesystems:



35 PROZENT MEHR NACHHALTIGKEITSSTRATEGIEN IN DER FRANCHISEWIRTSCHAFT ALS IM GESAMTEN DEUTSCHEN MITTELSTAND

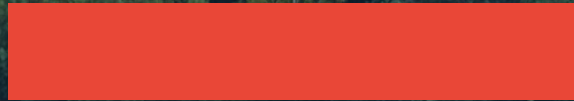
Anteil der Unternehmen, die über eine Nachhaltigkeitsstrategie verfügen - Franchisewirtschaft vs. Gesamter Mittelstand* :

Franchisewirtschaft



54%

Mittelstand

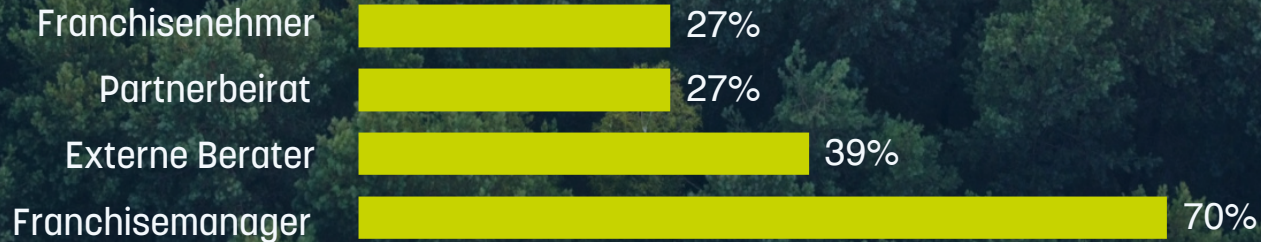


40%

*[Quelle: Commerzbank, 2022, Wirtschaft im Umbruch: Nachhaltig und digital, Mittelstands-Studie]

BEI DER ERSTELLUNG EINER NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE, SETZEN FRANCHISESYSTEME ÜBERWIEGEND AUF EIGENE KOMPETENZEN

Anteil der Mitwirkenden bei der Erstellung der jeweiligen Nachhaltigkeitsstrategie:



STIMMEN DER FRANCHISEWIRTSCHAFT: WICHTIGE PUNKTE, BEI DER ERSTELLUNG EINER NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

Möglichst viele Mitarbeiter
"mitnehmen" und aktiv
beteiligen

Start in der Zentrale und
ersten Standorten als
Case Study mit „Proof of
Concept“

Start in der Zentrale
und ersten Standorten
als Case Study mit
„Proof of Concept“

Ehrlichkeit und
Transparenz

Franchisepartner:innen
emotional bei dem
Thema abholen,
damit auch höhere
Kosten toleriert
werden

Kein „Greenwashing“
betreiben, sondern
authentisch und
vorbildhaft dahinter stehen

Früh anfangen und erwarten,
dass es ein mehrjähriger
Prozess ist, der nur erfolgreich
wird wenn alle
Bereiche mitwirken

Alle Bereiche
allumfassend
betrachten

Mit Prozessen und
Strukturen beginnen,
die Mitarbeiter,
Franchisenehmer und
Endkunden entlasten

Kompetente
Unterstützung

ÜBER DIE HÄLFTE DER FRANCHISESYSTEME VERFOLGEN EINES ODER MEHRERE DER 17 ZIELE FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG DER VEREINTEN NATIONEN (SDG)?

Die 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen (SDGs) wurden 2015 eingeführt, um bis 2030 eine nachhaltige Entwicklung in verschiedenen Bereichen zu erreichen. Die SDGs adressieren Herausforderungen wie Armut, Bildung, Gesundheit, Klimaschutz und Frieden. Sie erfordern die Zusammenarbeit von Regierungen, Unternehmen und der Zivilgesellschaft. Die SDGs haben weltweit große Bedeutung erlangt und bieten einen Rahmen für Maßnahmen und Initiativen auf globaler Ebene. Gemeinsames Handeln ist notwendig, um die Ziele zu verwirklichen und eine nachhaltige Zukunft zu schaffen. Die 17 Ziele haben auch Auswirkungen auf Unternehmen. Sie bieten neue Geschäftsmöglichkeiten, helfen bei der Risikobewältigung und verbessern die Reputation. Die SDGs fördern Innovation, Effizienz und Zusammenarbeit sowie Partnerschaften. Unternehmen müssen sich an rechtliche und regulatorische Einflüsse halten. Es liegt in der Verantwortung der Unternehmen, die SDGs in ihre jeweiligen Kontexte zu integrieren und ihre eigenen Nachhaltigkeitsziele zu definieren und umzusetzen. In der Franchisewirtschaft haben sich 56% der Systeme einem oder mehreren der 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen (SDG) verschrieben.

Anteil der Verfolgung der jeweiligen Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen (TOP 5)





Arne Dähn

Stellvertretender Geschäftsführer
Deutscher Franchiseverband e.V.

daehn@franchiseverband.com
Tel.: +49-30-278902-17



Vincent Berckenhagen

Referent Politische Kommunikation
Deutscher Franchiseverband e.V.

berckenhagen@franchiseverband.com
Tel.: +49-30-278902-13

www.franchiseverband.com