



VIRKE

Franchiserapporten
2020



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

Franchiserapporten 2020

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 Franny Award 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 kilde data fra Virkes Retaildatabase, med nøkkeltall fra 530 kjeder, oppsummerer vi utviklingstrekk og nøkkeltall for franchise i Norge.

God lesing!



Knut Erik Rekal
Bransjeanalytiker
Hovedorganisasjonen Virke
knut.erik.rekdal@virke.no
924 42 621



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

Innhold

Kort om Franchise	5
Franchise i Norge.....	6
Gode rammebetingelser kommer ikke av seg selv	14
Franny Award – Årets franchisegiver og franchisetaker	16



Franchiserapporten er produsert av et svanegodkjent trykkeri på papir fra bærekraftige kilder.

Kort om franchise

Forfatter: Sven Hars, FranchiseArkitekt

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 dersom det går dårlig for franchisetagerne.
- Raskere ekspansjon. En ekspansjon gjennom franchise går normalt 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.

Er alle konsepter tilpasset franchise?

Alle forretningskonsepter er ikke egnet for franchising. Egnetheten er ikke bransjeavhengig, men det er en rekke retningslinjer en 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 sjelden 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 franchisetakeres investeringer.

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.

Forfatter: Knut Erik Rekdal, senior bransjeanalytiker Virke

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

Filial - virksomheten/utsalgsstedet er organisert i en juridisk enhet som er eid av kjeden selv.

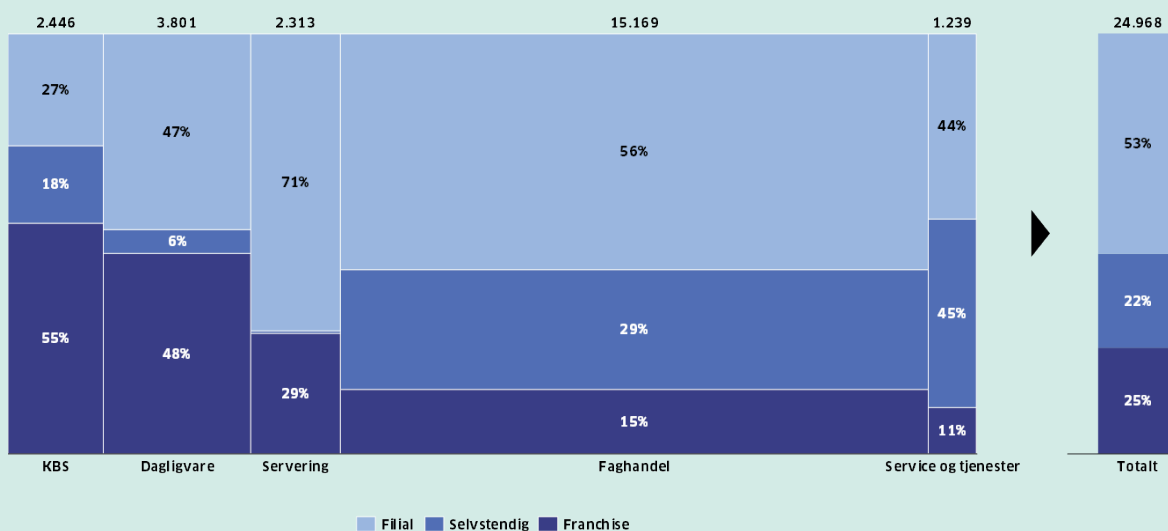
Franchise - virksomheten/utsalgsstedet er ikke eid av kjeden selv, der eieren av utsalgsstedet driver virksomheten for egen regning og risiko etter avtale med franchisegiver. Franchisegiver eier et dokumentert konsept og tilbyr støtte til franchisetakerne som eier utsalgsstedet.

Selvstendige - utsalgsstedet/virksomheten er ikke eid av kjeden, men utsalgsstedene eier kjeden sammen

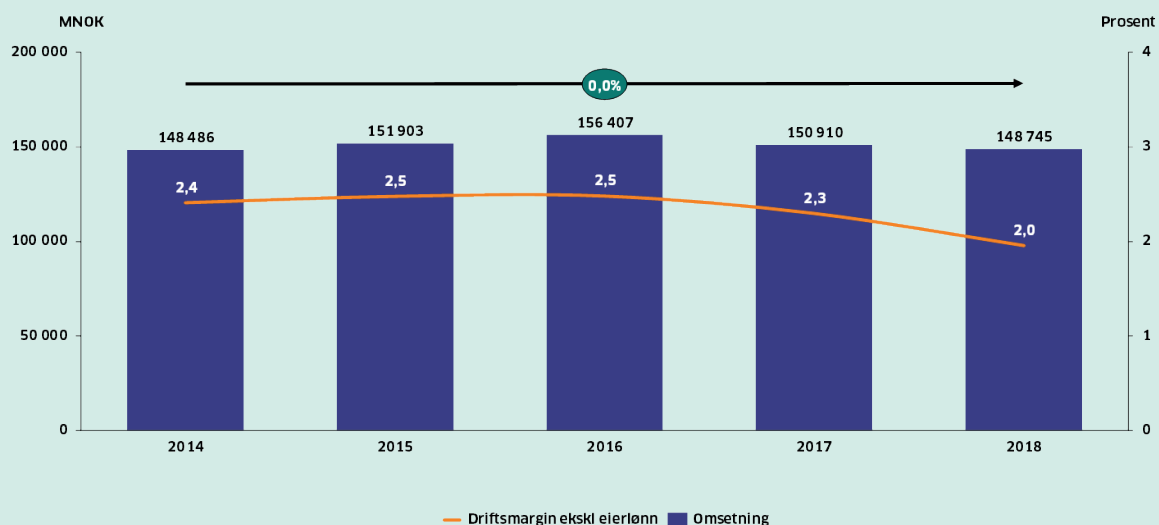
via et kjedeselskap som drifter ulike felles kjedefunksjoner.

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

Analysen sammenligner enheter som drives som franchise og egeneide enheter (filialer) i ulike bransjer. Virke har dog ikke kjennskap til franchiseavtalenes innhold. Det er derfor utfordrende å forklare samtlige underliggende faktorer som påvirker resultatet som eksempelvis franchiseavtalenes vilkår eller andre forhold som er selskapsspesifikke eller bransjespesifikke. Det er altså ikke mulig å trekke noen absolutte konklusjoner om forskjellene skyldes eierformen til enhetene eller om det er andre forhold som forklarer forskjellene.



Figur 1: Organisering av utsalgssteder. Kilde: Virkes Retaildatabase.



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

Videre er det utfordrende å se utviklingen i økonomiske nøkkeltall for servicehandel (kiosker) der mange av kjedenes franchiseenheter er organisert som enkeltpersonforetak. Enkeltpersonforetak leverer ikke regnskap som er offentlig tilgjengelige. Også kjeder i fastfood som Big Bite og Burger King har mange salgssteder som er enkeltpersonforetak.

Status franchise i Norge

I de 5 næringene er innslaget av franchise ulikt. Samlet antall salgssteder er 25.000 hvorav 25% av har franchise som eiermodell. Kjeden eier selv litt over halvparten av salgsstedene og 22% er selvstendige butikker eller medlemsbutikker. Franchisebutikkens andel av de totale salgsstedene er størst innen KBS og Dagligvare fulgt av servering. Eksempler på kjeder i disse som har valgt franchise som modell for salgsstedene er Narvesen, YX, Rema 1000, Joker og Pizzabakeren, Subway, McDonalds og Burger King.

I den største næringen faghandel, er det også et innslag av franchise, men her benyttes det ofte i kombinasjon med egne butikker. Av de største franchisesystemene kan nevnes: Specsavers, Kitch'n, Intersport, Elkjøp og Power.

Franchisebutikkene omsatte i de 5 næringene for nesten 150 mrd. kroner i 2018. Dette var en nedgang fra året før. Mye av nedgangen tilskrives oppkjøp av franchisebutikker i byggevarebransjen, endringer i dagligvarebransjen samt det at kjeder som Europris og Apotek 1 har tatt over franchisebutikker.

Omsetningen til franchisebutikkene har hatt en flat gjennomsnittlig årlig vekst i perioden 2014 til 2018.

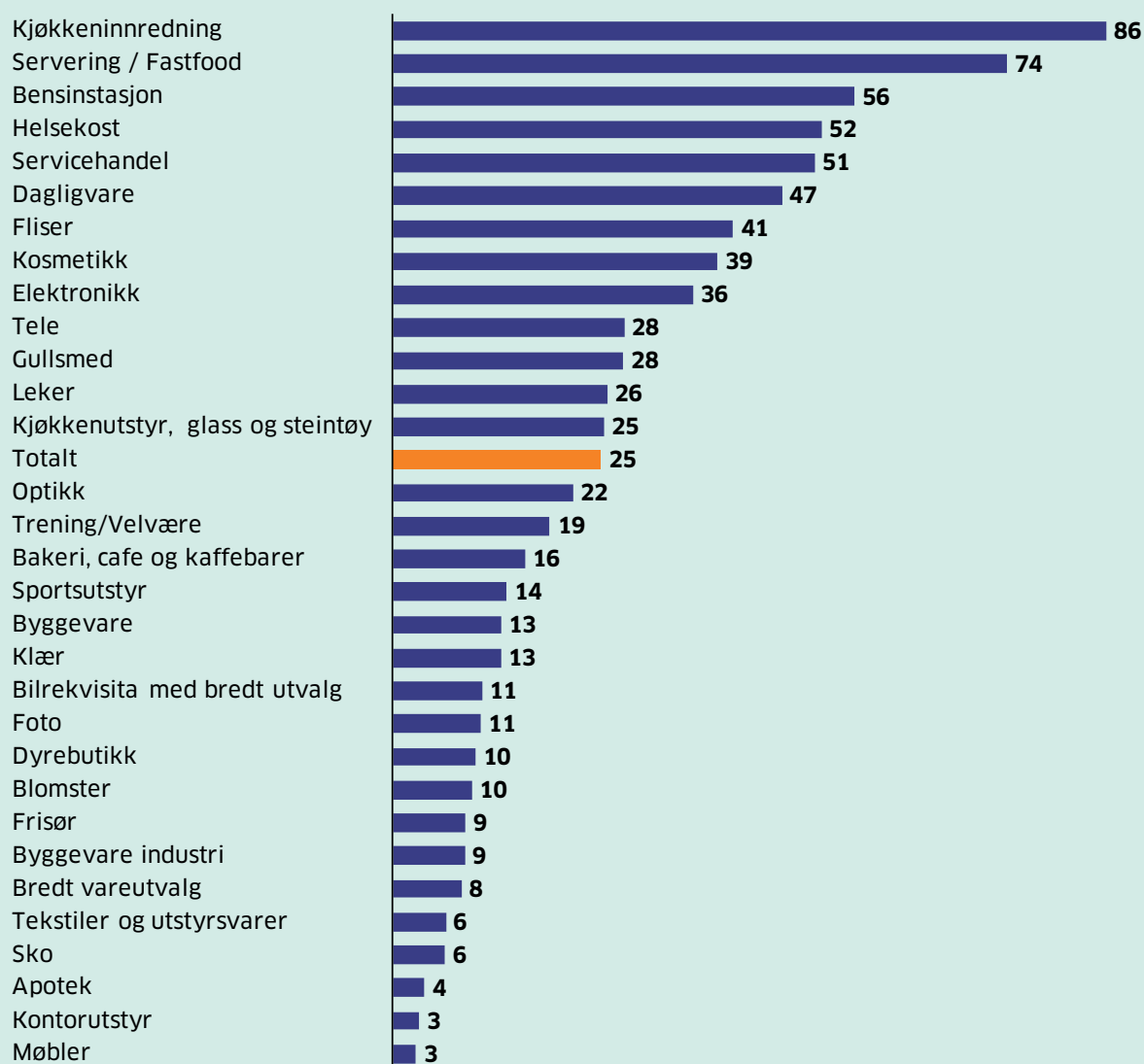
Utviklingen speiles mest av hvordan markedsforholdene har vært for de bransjene som har franchise, mer enn valg av franchise som forretningsmodell. Eksempelvis har Rema 1000 hatt en svak utvikling i markedsandel innen dagligvare og det skyldes nok andre forhold enn at kjeden har franchise som modell for sine butikker. Vi ser også at flere kjeder som kjøper franchiseenheter for å sikre seg eierskap til butikkleddet gjør at omsetningen i franchise ligger flatt. Andelen av omsetningen som skjer i franchiseenheter i de 5 bransjene har i perioden falt fra 32,8% til 29,5%.

Denne utviklingen preges også av at franchise er mest utbredt i bransjer som har hatt lav markedsvekst som KBS og Dagligvare.

Utfordringene innen handel og de bransjene som omfattes av analysen speiles også i driftsmarginen til franchisebutikkene. Fallende marginer er altså ikke noe som man ser spesielt for franchiseenheter, men i bransjene franchiseenheter er en del av. Driftsmarginene til franchisebutikkene har falt i 2018 til 2,0% etter å ha 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.

Nøkkeltall i franchise

I de ulike bransjene er franchisegraden høyest i kjøkkeninnredningsbransjen, servering, servicehandel, helsekost og bensinstasjoner. I alle disse bransjene er andelen av butikkene som er organisert som franchisebutikker over 51%.



Figur 3: Franchisegrad etter bransje. Kilde: Virkes Retaildatabase.

I bransjer som apotek, møbler og bredt vareutvalg har franchise som forretningsmodell en lav andel.

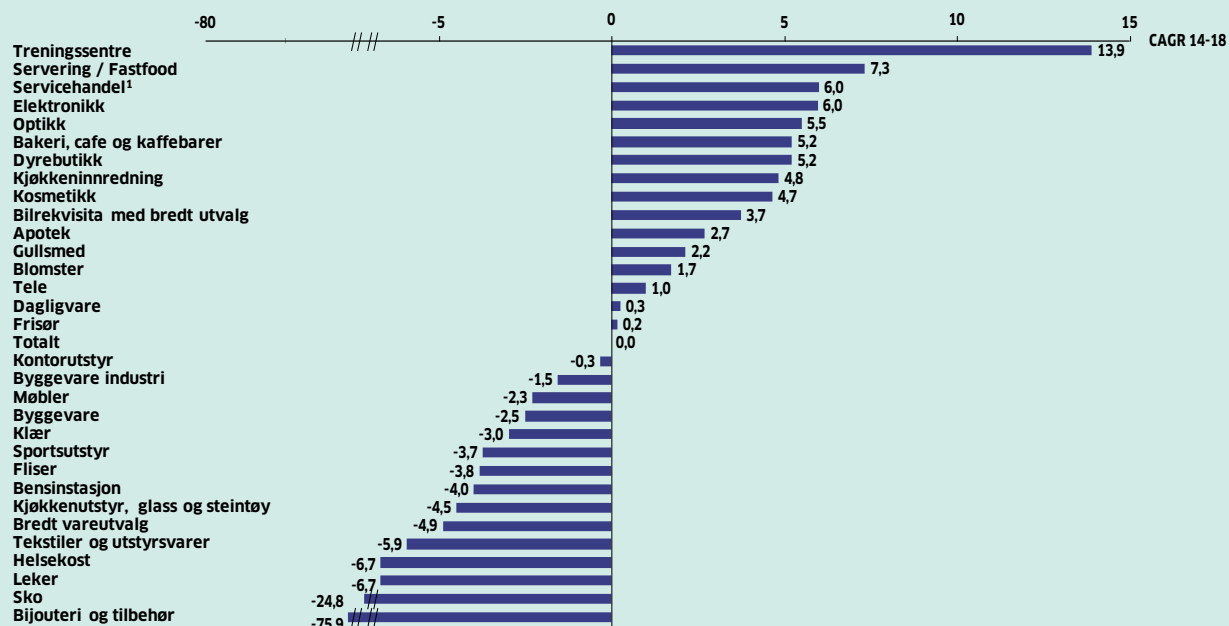
Treningssentre og serveringsbransjen har hatt den sterkeste veksten i franchiseomsetning. Optikk er også en av bransjene hvor franchiseomsetningen har hatt sterk vekst. Bransjene med god vekst generelt har også sterk vekst i franchiseomsetningen, mens bransjer som har negativ utvikling som sko, leker 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 og dette har til en viss grad gått på bekostning av kjeder med større innslag av franchise som forretningsmodell. I bransjer der kjeder kjøper opp franchiseenheter, som byggevare og apotek, er veksten i franchiseomsetningen svakere. Rema 1000s utvikling i dagligvare preger franchiseomsetningen i denne bransjen.

Det siste nøkkeltallet er lønnsomhet for franchisebutikkene. Målet for lønnsomhet er her driftsmargin ekskl. eierlønn i 2017/18. Over tid har vi sett at lønnsomheten har vært stabil, men fallende i 2018. De mest lønnsomme franchisebutikkene ligger i optikkbransjen. Optikkbransjen er også totalt sett den mest lønnsomme bransjen i den norske varehandelen.

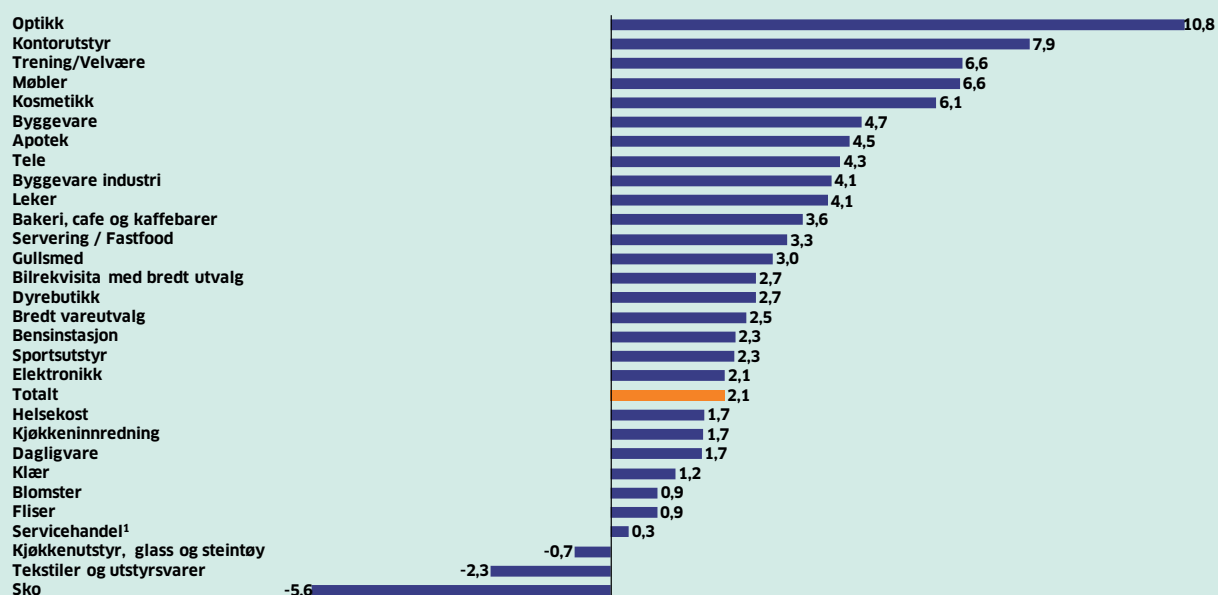
Sammenhengen mellom lønnsomhet og vekst er den samme for franchisebutikkene som man ofte finner i varehandelen generelt. De bransjene med høy lønnsomhet har høyere vekst. Dette finner vi også når vi kombinerer funnene for franchisebutikkene på vekst og lønnsomhet. De mest lønnsomme franchisebutikkene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

Egeneide enheter vs franchise

I mange bransjer finnes det både utsalgssteder med franchisemodell og egneide. I disse bransjene kan man



Figur 4: Gjennomsnittlig årlig vekst i omsetning (CAGR) for franchisebutikker etter bransje. ¹ Servicehandel er basert på AS og majoriteten av utsalgssteder er enkeltpersonforetak. Kilde: Virkes Retaildatabase.



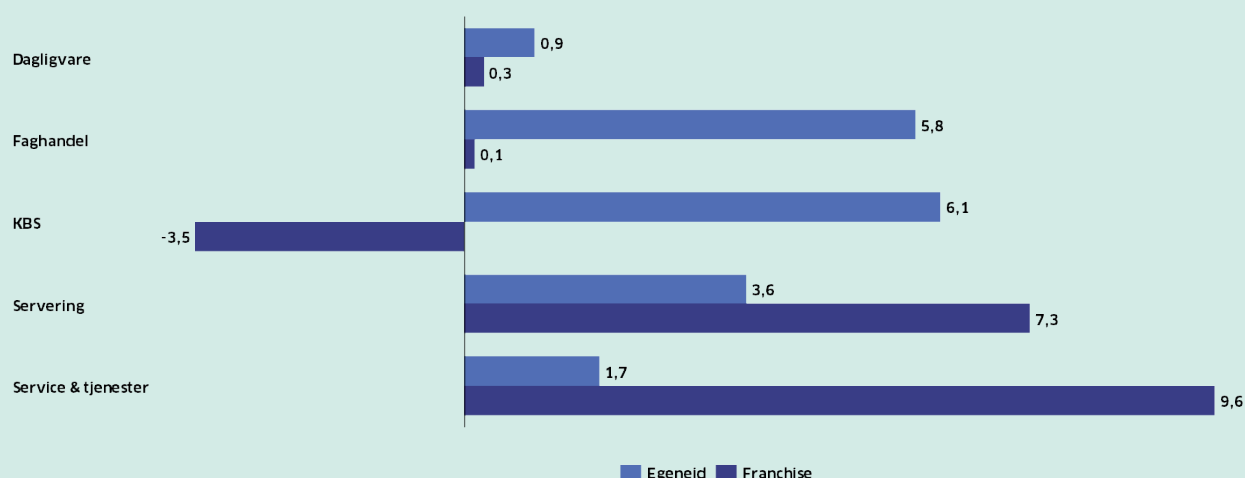
Figur 5: Lønnsomhet (Driftsmargin ekskl. eierlønn 2017/18) for franchisebutikker etter bransje. ¹ Servicehandel er basert på AS og majoriteten av utsalgssteder er enkeltpersonforetak. Kilde: Virkes Retaildatabase

se hvilken av de to gruppene som har høyest vekst og hvilken gruppe som har den høyeste lønnsomheten. På denne måten kan man isolere bransjeforskjeller som forklaringsvariabel og sitte igjen med selskaps-spesifikke forhold som forklaringsvariabel.

For de 5 hovedbransjene som består av over 30 underbransjer er det den egneide delen av omsetningen som har den sterkeste veksten i 3 av 5 hovedbransjer. I servering og service & tjenester

(treningssentre og frisør) har franchiseomsetningen sterkest vekst (målt ved gjennomsnittlig årlig vekst i perioden 2014-18).

Spredningen blant bransjene innad i hovedbransjene er imidlertid svært stor og ved å se på noen av de underliggende bransjene blir bildet mer nyansert. Det er sterkere vekst i den egneide omsetningen i 19 av 27 bransjer (7 av 10).



Figur 6: Vekst (CAGR 2014-18) for franchisebutikker og egneide enheter etter bransje. Kilde: Virkes Retaildatabase

Bransjer med høyest vekst i den egneide omsetningen:

- Apotek
- Bakeri, cafe, kaffebarer
- Bensinstasjon
- Blomster
- Bredt vareutvalg
- Byggevare
- Byggevare industri
- Dagligvare
- Fliser
- Frisør
- Kjøkkeninnredning
- Kjøkkenutstyr
- Klær
- Kosmetikk
- Leker
- Møbel
- Optikk
- Sportsutstyr
- Tekstiler & utstyrsvare

Bransjer der franchiseomsetningen har høyest vekst:

- Barneutstyr
- Bilrekvisita
- Elektronikk
- Gullsmid
- Helsekost
- Kontorutstyr
- Servering/Fastfood
- Trening

Årsakene til vekstforskjellene kan være flere. Vi ser at kjeder som Europris, Maxbo, Bygger'n, Byggmakker, Montér og Apotek1 kjøper opp franchiseenheter og

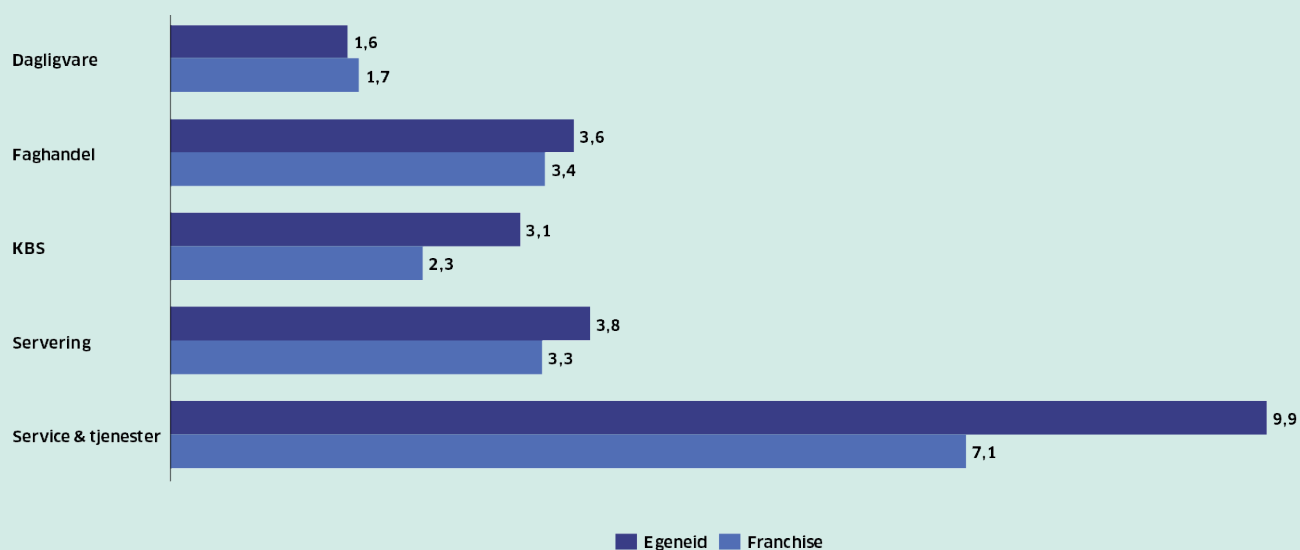
dette bidrar til sterkere vekst i den egneide omsetningen.

I bransjer der den aktøren som har høyest innslag av franchise har svak utvikling vil dette påvirke veksten i bransjen. Dette er tilfelle i dagligvare der Rema 1000 har svakest vekst uten at dette nødvendigvis skyldes at de har valgt franchise som eierform for sine butikker. I motsatt tilfelle kan det være at den aktøren som har den sterkeste veksten i bransjen har valgt egneide enheter som butikker. Det ser vi eksempelvis innen apotek med Apotek 1 og i tekstiler med Kid Interiør. Her kan det være andre strategiske valg enn eierform på butikkene som gjør at de har sterk vekst.

I noen kjeder er det slik at de franchisebutikkene som ikke drives lønnsomt blir overtatt av kjeden og dermed konverteres omsetning fra franchise til egneide. Videre kan det også være slik at kjedene har egneide enheter på de beste lokasjonene.

Prioritering av vekst fremfor lønnsomhet kan også forklare vekstforskjellene man ser. Dersom markedsandel prioriteres fremfor lønnsomhet i større grad i egneide kjeder, kan det forklare noe av forskjellen.

Oppsummert er det vanskelig å si noe om det er valget av eierform som gjør at det er forskjeller. Det er ikke mulig å isolere det at enhetene er franchise eller egneide som forklaringsvariabel til vekstforskjellene mellom de to modellene. Selskaps- og bransjespesifikke forhold har vel så stor forklaringskraft.



Figur 7: Lønnsomhet (Driftsmargin ekskl eierlønn 2017/18) for franchisebutikker og egneide enheter etter bransje. Kilde: Virkes Retaildatabase

Ser vi på lønnsomheten i de samme 5 hovedbransjene viser bildet at det kun er i dagligvare at franchiseenhetene har en høyere lønnsomhet enn i de egneide enhetene. Det er dog store forskjeller blant underbransjene innad i disse 5 hovedbransjene.

Ser vi på underbransjene til de 5 hovedbransjene er det franchiseenhetene som har den høyeste lønnsomheten i 16 av de 27 bransjene (6 av 10).

Bransjer der egneide enheter hadde den høyeste lønnsomheten er:

- Bensinstasjon
- Bilrekvisita
- Bredt vareutvalg
- Fliser
- Kjøkkeninnredning
- Klær
- Servering/Fastfood
- Tekstiler & utstyrsvare
- Trening

Bransjer der franchise enhetene har den høyeste lønnsomheten er:

- Apotek
- Bakeri, cafe, kaffebarer
- Barneutstyr
- Blomster
- Byggevare
- Byggevare industri
- Dagligvare
- Elektronikk
- Frisør
- Helsekost
- Kontorutstyr

- Kosmetikk
- Leker
- Møbel
- Optikk
- Sportsutstyr

I to bransjer (Gullsmid og kjøkkenutstyr) hadde de egneide enhetene og franchiseenhetene lik lønnsomhet.

Uten innsikt i betingelser i franchiseavtalene er det vanskelig å isolere valg av eierform som forklaringsvariabel. Det kan være en rekke andre faktorer som forklarer forskjellene.

Det at man har større incentiver til å gjøre en god jobb når man er eier vs ansatt kan forklare at man ser høyere lønnsomhet i franchiseenhetene i mange bransjer.

Hvor en kjede legger marginen i kjeden kan også spille inn. Noen kjeder legger margin i grossistledet (som ikke er med i analysen) og ikke i butikkleddet som er analysevariabelen her.

Franchiseenhetene kan ha de beste lokasjonene og det kan være årsaken til høyere lønnsomhet.

Franchise enhetene er utsatt for en naturlig seleksjon der kjedene overtar de ulønnsomme butikkene og dette drar ned lønnsomhetene hos de egneide enhetene og bedrer lønnsomheten hos franchise enhetene.

Selskapsspesifikke forhold som hvor godt et kjedekonsept er kan også spille inn på lønnsomheten.

Fordeling av kjedens kostnader og størrelse på franchiseavgifter.

Oppsummert er det ikke mulig å isolere det at enhetene er franchise eller egneid som forklaringsvariabel til marginforskjellene mellom de to modellene, men sannsynligvis skyldes dette selskapsspesifikke forhold.

Oppsummering

Franchise har blitt en vanlig forretningsmodell i stadig flere bransjer i det norske næringslivet. I analysen har vi kun 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 uten at man sitter på franchiseavtalene med tilhørende betingelser samtidig som man ser på lokasjoner.

Selv når man sammenligner franchisebutikker og egneide butikker i samme kjede er det utfordrende å si noe generelt om hvorvidt franchise er en bedre modell enn det å eie butikkene selv. Franchisemodellen har både styrker og svakheter sammenlignet med det å eie alle butikkene selv.



Markedets mest stabile butikkdatasystem

PCK AS er et heleid norsk selskap som ble etablert i Sandefjord i 2005, og hadde den gang som mål å utvikle et intuitivt, enkelt og brukervennlig butikkdatasystem på en moderne plattform.

I dag er vi en ledende softwareprodusent til retail og restaurantbransjen med **over 8000 aktive installasjoner**, og er benyttet av omkring **70 000 mennesker hver dag!**

I 2020 ER PCKASSE MER ENN BARE BUTIKKDATA

- Nå er vår software ansett som et handel og management verktøy som gir merverdi til sine sluttbrukere uansett bransje. Vi tilbyr og tilpasser løsningen til den enkelte kunde, og har solide samarbeidspartnere og forhandlere over hele Norge.

PCKasse ivaretar alle daglige arbeidsoppgaver som ordre, lagerstyring, nettbutikk og har regnskapsutlegg til de fleste systemer.

SENSOMMEREN 2019 LANSERTE VI EGEN NETTBUTIKK I PCKASSE

Som bruker av PCKasse kan man enkelt opprette nettbutikk med bare ett klikk. Vi opererer med ulike nivåer for å kunne møte ulike behov – fra kostnadsfri varevisning til fullstendig nettbutikk.

Les mer på om PCKN her <https://pckassenettbutikk.no/>

SELVBETJENT HAR KOMMET FOR Å BLI

I PCKasse er det uendelige muligheter, og systemet kan gjøres så enkelt eller avansert som man selv ønsker.

Selvbetjent er ikke lenger kun for restaurant og serveringsbransjen - vi ser en økende trend også i butikker.

Med vår selvbetjente løsning får du blant annet :

- Mindre kø i kassen og mer fornøyde kunder
- Rask måte å handle på
- Muligheten til å øke service hvor det betyr noe
- Reduserte personalkostnader
- Intuitivt og oversiktlig kassebilde
- Effektivt bruk av ansattkort og fakturering
- + Og mye mer

HVER MÅNED VELGER 150 NYE KUNDER PCKASSE – ER DU NESTE?

Om du ønsker mer informasjon om PCKasse og våre tjenester, er det bare å sende en henvendelse til post@pck.no Eller ringe +47 954 00 200 (åpent 0800 -1600 mandag til fredag)

FOR VÅRE BRUKERE ER PCKASSE SYNONYMT MED STABILITET OG VI ØNSKER Å SE DERE LYKKES





**Franchise har blitt en vanlig
forretningsmodell i stadig
flere bransjer i det norske
næringslivet.**

Gode rammebetingelser kommer ikke av seg selv

Norsk handel er i endring. Nye forbrukervaner, ny teknologi og økt internasjonal konkurranse medfører behov for omstilling. Samtidig er det viktigere enn noen gang at myndighetene også anerkjenner handelens betydning på viktige områder gjennom å gi bransjen gode rammebetingelser som sikrer bevaring og utvikling av lønnsomme private arbeidsplasser.

Harald J. Andersen, direktør Virke Handel og
Iman Winkelman, leder Virke Servicehandel

I 2019 ble den første stortingsmeldingen om handelsnæringen lagt frem. Meldingen slår tydelig fast at handelsbedrifter er av stor betydning for norsk økonomi, og bidrar til rundt 10 prosent av den totale verdiskapingen i Fastlands-Norge. 376 000 personer har sitt virke innen handelen.

Vi vet at handelen spiller en viktig rolle på viktige områder. Mange har sitt første møte med arbeidslivet gjennom jobb i norsk handel. Næringen er også av stor betydning for spredt bosetting, og for integrering av personer som ellers ville møtt utfordringer med å komme seg inn i arbeidslivet. Når det gjelder den grossistbaserte delen av handelsnæringen, så kjennetegnes den av inngående kompetanse om logistikk, vareflyt og kostnadsoptimalisering. På e-handelsområdet er digitalisering og smart bruk av teknologi etterspurt kunnskap. Suksess innen detaljistbasert handel forutsetter godt kjøpmannskap og evne til solid drift gjennom fokus på konsept og fornyelse.

I sum får mange dyktige talenter realisert sitt potensial gjennom mulighetene norske handelsbedrifter representerer for karriere på ulike nivå.

Som handel- og tjenestenæringens hovedorganisasjon er vi selvsagt stolte over handelsnæringens betydning på viktige samfunnsområder. Samtidig er vi opptatt av at myndighetene legger til rette for flere lønnsomme arbeidsplasser i en næring som av og til blir tatt litt for gitt. Eller som en ordfører nylig ga uttrykk for i forbindelse med et bedriftsbesøk til

en større servicehandelsarbeidsplass i en mellomstor kommune: Jeg har aldri tenkt over bensinstasjonen som en arena for jobb og karriere før. Fra nå av vil jeg være veldig bevisst på dette.

Konkurransedyktige, lønnsomme arbeidsplasser i norsk handel kommer ikke av seg selv. Hver enkelt virksomhet har et stort og viktig ansvar for å omstille seg i møte med endringene som knytter seg til blant annet nye forbrukervaner og ny teknologi. På mange områder ligger norske handelsbedrifter langt fremme på disse områdene, og sammen med dyktige leverandører og andre samarbeidspartnere utvikles det jevnlig løsninger og konsept som gir sterk suksess.

Etter vår mening kan myndighetene bidra til å fremme handelsnæringens konkurranseevne gjennom grep som gjør det enda mer attraktivt å etablere og drive virksomhet i Norge. På området for samferdsel foregår det en betydelig oppgradering av vei- og banenettet som kommer både grossist- og detaljistbasert virksomhet til gode i form av reduserte logistikkostnader. På andre områder som eksempelvis skatte- og avgiftspolitikken, forenkling og bedre tilrettelegging for arbeidsgivers interesser når det gjelder sykelønnsordningen, har vi fortsatt til gode å se flere og mer målrettede initiativ. Vi tillater oss også å stille spørsmål ved om regjeringen har glemt hvilke negative nærings- og sysselsettingsmessige konsekvenser den omfattende grensehandelen har for norske handelsbedrifter.

Jevnlig dukker det opp nye initiativ i form av forslag til nye reguleringer. Ny lov om god handelsskikk blir vedtatt i disse dager, og en utredning om franchise



kan bane vei for en ny lovgivning av denne driftsformen på sikt. På dagligvareområdet vil en ny stortingsmelding som forventes fremlagt senere i år, gi svar på om myndighetene også her finner det formålstjenlig å innføre nye bestemmelser for å regulere aktørene i markedet. Det er viktig at det ikke bare er lovgivers perspektiv som blir lagt til grunn i slike prosesser. Også interessene til de som skal reguleres, må etter vår vurdering veie tungt i forbindelse med avveiningene som skal foretas før eventuelle reguleringer vedtas. Dette forutsetter at det er noen som kan målbringe disse underveis i prosessene.

Gode rammebetingelser kommer ikke av seg selv. Virke står sammen med norsk handel i kampen for konkurransedyktige og lønnsomme arbeidsplasser. Vi håper du sørger for å være en del av laget slik at vi sammen kan fortsette vårt viktige arbeid.

Les mer om dine medlemsfordeler og medlemskap på www.virke.no

Franny Award

– Årets franchisegiver og franchisetaker

Frode Finsrud, Managing partner, rekrutteringsselskapet Cappa | Sven Hars, Franchisekonsulent, Franchisearkitekt

En av disse blir Årets franchisekjede 2020

Specsavers, Peppes Pizza eller Deli de Luca blir kåret til Årets Franchisekjede 2020 på Franchisekonferansen 4. mars.

Konferansen arrangeres av konsulentnettverket FranchiseArkitekt i samarbeid med Hovedorganisasjonen Virke. Det er også FranchiseArkitekt og Virke som står bak prisene.

– Vi har med å oss tre verdige kandidater inn i finalen i kampen om å bli Årets Franchisekjede. Alle kandidatene er kjent for å ha gode franchisekonsepter, og fremstår som forbilder i sine respektive bransjer, forteller Frode Finsrud som er juryens leder.

Finalist 1: Specsavers

Fjorårets vinner Specsavers har vist hvordan franchise som metode kan bidra til suksess år etter år i en bransje med stadig sterkere konkurranse. Butikkene eies og drives av optikere i samarbeid med personer med erfaring fra varehandel. Dette er nok én en av årsakene til at det går så bra.

Finalist 2: Peppes Pizza

Over halvparten av restaurantene til Peppes drives på franchisebasis, og de aller fleste lykkes godt i et tøft marked. Peppes innlemmer franchisetakere på lik linje med ledere i egneide restauranter, som gjør at de får samme opplæring og kulturelle påfyll.

Finalist 3: Deli de Luca

Deli de Luca har funnet sin suksessformel på markedet og tok en sterk posisjon da de i 2015 overtok driftsansvaret for Esso-stasjonene. På kort tid har de gått fra drøye 30 til over 150 butikker, hvorav over 100 av dem profileres som Deli de Luca. Kjeden satser også på franchise som modell for sin fremtidige vekst.

Kriterier

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

Jury Årets franchisekjede 2020

- Frode Finsrud (juryleder), Managing partner, rekrutteringsselskapet Cappa
- Sven Hars, Franchisekonsulent, Franchisearkitekt
- Endre Storløkken, Advokatfirmaet SGB Storløkken
- Nils Vanebo, Redaktør, Retailmagasinet
- Erik Fagerlid, Konsulent
- Bror W. Stende, Direktør Faghandel, Virke

Årets Franchisetaker 2020

Prisen Franny Award – Årets Franchisetaker skal deles ut for andre gang. Da prisen ble delt ut for første gang i fjor, var det var Jan Stadven fra Kvik kjøkken på Ski som tok med seg den gjeve statuen.

– Vi gleder oss til å løfte frem enkeltpersoner som over tid har prestert ekstraordinært i sin kjede og bransje, som fremstår som forbilder gjennom klokt lederskap og gode resultater, sier Sven Hars, franchisekonsulent og leder av juryen som har valgt ut tre nominerte til prisen Franny Award – Årets Franchisetaker.

De tre nominerte til prisen er (i tilfeldig rekkefølge):

- Arnt Thommassen fra Specsavers Lillehammer (AJ Mohn)
- Alexander Bølla og Melissa Soulat fra Deli de Luca Karl Johan, Torggata og Ryen
- Erik Robertstad, Interoptik Holt i Tønsberg (Optiker Holt AS)

Juryleder Sven Hars uttaler:

– Samtlige tre kandidater har sine styrker i god ledelse og teambygging, følger kjedens konsept samtidig som de bidrar til å videreutvikle konseptets konkurransefortrinn. De viser kunde- fokus og har vist til positiv økonomisk vekst, både på topp og bunnlinje. Samtlige kandidater er sterke, med god track record, så dette blir ikke lett.

Kriterier

Juryen leter etter franchisetakere som har dyktige til å etterleve konseptet, som har vist godt lederskap og oppnådd god lønnsomhet. Juryen vil blant annet vurdere følgende kriterier:

- Enhetens utvikling og lønnsomhet de siste tre årene
- Utvikling/entreprenørskap innenfor virksomhetens rammer
- Konseptlojalitet
- Lederskap, bedriftskultur og evne til å motivere medarbeiderne
- Samarbeid med andre franchisetakere og kolleger i kjede

Jury Årets franchisetaker 2020

- Sven Hars (juryleder), Franchisekonsulent, Franchisearkitekt
- Heidi M. Scheie, Thingfarm AS, adm. dir.
- Fredrik M. Vegsgaard, senior rådgiver/partner, rekrutteringsselskapet Cappa
- Henrik Renner Fredriksen, advokat/partner, Advokatfirmaet SGB Storløkken
- Iman Winkelman, leder Virke Servicehandel
- Espen Vestli, direktør forretningsområde storkunder, Azets Insight





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 skaleres 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/



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:

KAHLS
SIDAN 1911

ARKEN ZOO
VI ÅLSKAR DURE

POLARN O. PYRET

Sibylla

itrim
Lettelse din du tror

BIANCO®
FOOTWEAR

TACOBAR
A SMALL PIECE OF MEXICO

WAYNE'S
COFFEE

SYNSAM

SMYCKA
JEWELLERY & WATCHES

SUBWAY

TEAM SPORTIA

Spoltson

VIRKE



**FRANCHISE
ARKITEKT®**