

Sportsbaren O'Learys har store planer for Danmark: »Med 41 forretninger i Sverige har O'Learys bevist sit værd. Vores ambition er at blive lige så store i Danmark som i Sverige,« siger Michael Grann (tv), adm. direktør i Select Servicepartner. Th. Flemming Christophersen. Foto: Reimar Juul

Voksende mod til den store udlandsturné

Den danske højkonjunktur får iværksættere med franchise-drømme ud af busken som aldrig før

Franchise

AF JENS NYMARK

Den naturlige optimisme i kølvandet på højkonjunkturen har for alvor forplantet sig til virksomhedernes vove-mod, og ekspansion gennem franchising er ikke længere en uvirkelig drøm.

Væksten er usvækket, og især udsigterne for Tysklands økonomiske opvågen ser lovende ud, mener Bo Zoffmann, stifter af konsulenthuset Ps4 Franchisepartner.

»Franchising i Danmark har aldrig set bedre ud. Vi møder stor interesse for, hvad der er muligt, og aldrig før har vi set så mange mennesker på franchise-kurser. Der er rigtig meget grøde i den,« siger Bo Zoffmann.

Den tidligere franchise-ansvarlige i McDonalds peger især på øget fokus på rekruttering af nye franchise-tagere – både herhjemme og i udlandet.

Den nyeste måling af franchise-tilstanden i Danmark er fra 2004 og anslog en samlet

omsætning for franchise på 55 mia. kr. Ifølge adm. direktør i Dansk Franchise Forening Toke Allentoft er der kommet mange nye koncepter siden den sidste føling, og omsætningen bør bestemt have overgået de 55 mia. kr.

Styrket mod

»Aktiviteten i markedet fortæller, at væksten bestemt ikke er blevet mindre de sidste par måneder. Højkonjunkturen i Danmark styrker modet hos iværksættere til at ekspandere gennem franchise-koncepter. Der er i dag større modenhed og råd til at træde ved siden af,« forklarer direktøren.

Bo Zoffmann er også overbevist om, at den lange højkonjunktur har haft betydning for franchise-udviklingen.

»Det har været nemmere at starte virksomhed, og mange overvejer under højkonjunktur at ekspandere ud af landet. Eksportmulighederne i franchise viser sig ved, at mange danske virksomheder henvender sig for at komme til udlandet – ikke for at starte en filial på Fyn,« pointerer Bo Zoffmann.

Konflikt med EU-regler

Ps4-partneren fortæller, at konsulenthuset i øjeblikket rådgiver tre virksomheder, der arbejder på at eksportere gennem franchise.

Som franchise-direktør glæder Toke Allentoft sig over, at succeshistorien medfører krav til virksomhederne om at gøre franchise korrekt.

»Der hoppes ikke over det laveste gærde, når der er råd til at gøre tingene rigtigt. Jeg håber, at tendensen vil brede sig til andre end kun de store detailvirksomheder,« siger han.

Franchising's helt store problem er ifølge Toke Allentoft, at masser af koncepter markedsfører sig som franchising uden at opfylde kravene i EU's konkurrenceregler. Det

skaber problemer, for hvis franchise-tageren for eksempel ikke er økonomisk uafhængig, så betragtes han som lønmodtager med tilbagevirkende kraft, og det vil kunne medføre økonomisk ruin for parterne.

»Mange ved ikke, hvad det indebærer at benytte franchising som ekspansionsmodel og har aldrig vidst, hvad det vil sige at være franchise-giver. I franchise-foreningen tjekker vi de enkelte systemer, og det er bestemt ikke ualmindeligt, at virksomheder har småpletter i kontrakterne,« beretter Toke Allentoft.

Han efterlyser, at man på regeringsniveau får øjnene op for eksportmulighederne i franchising. Her ligger ifølge franchisedirektøren nemlig store muligheder.

Basisinformation

»Bare se succesvirksomhederne HTH, Bestseller og Bianco Footweares udrulninger i stribevis af lande. Det er tydeligt, at når mindre franchise-virksomheder går ud internationalt, så går de ekspansivt fra land til land i en gevaldig fart, når først læreperioden er overstået,« fastslår foreningsdirektøren.

Toke Allentoft fremlægger Dansk Franchise Forenings ønske til Erhvervsministeriet om beskedne:

»Det drejer sig kun om udbredelse af basisinformation om det at iværksætte et franchise-system efter gældende regler og at køre det. Et af mine største nytårsønsker er at få en grundig undersøgelse af franchise-virksomheder i Danmark.«

Også Bo Zoffmann savner opbakning fra Christiansborg:

»Jeg mener, at der fra regeringens side er en manglende forståelse for, hvordan det er at drive en franchise-virksomhed, som samtidig skal være konkurrencedygtig.«

jens.nymark@borsen.dk



Svensk sports

Ekspansion

AF JENS NYMARK

Da DSB's store lokaler ved Hovedbanegården i København blev ledige, var der ingen tvivl. Det svenske koncept O'Learys slog til.

Efter to og et halvt års husleje i København er den amerikansk inspirerede sportsbar klar til at indtage prominente adresser i andre danske byer.

»Med 41 forretninger i Sverige har O'Learys bevist sit værd. Vores ambition er at blive lige så store i Danmark som i Sverige, og målet er et tocifret antal O'Learys i Danmark inden for en kort årrække,« siger Michael Grann, adm. direktør i Select Servicepartner.

Platform for vækst

O'Learys er netop kåret til Sveriges bedste franchise-koncept, og som O'Learys franchise-tager i Danmark er Select Servicepartner nu ved at have skabt en platform til at ekspandere yderligere på dansk jord.

»Vi arbejder i øjeblikket på at få strukturen på plads og så rulle ud. Vi regner med, at systemet kommer op at stå i løbet af i år. Vi satser nu, fordi vores område er i vækst, og fordi vores system er testet igennem,« fortæller direktøren.

O'Learys åbnede i København op til EM-slutrunden i 2004, og det smitter af på fremtidsplanerne.

»Det er ikke overraskende, hvis der til kick-off for EM i fodbold næste år vil ligge flere O'Learys i Danmark. I København har EM og VM været fantastiske begivenheder for os som sportsbar og restaurant,« siger Michael Grann.

En klar nummer ét

Han mener, at O'Learys med sine tre storskærme og 42 fladskærme er blevet en klar nummer ét på sportsbarsiden i København og har tiltro til, at når konceptet holder til konkurrencen i København, så gør det også andre steder.

»Vi er overbeviste om, at vi som i Sverige også vil kunne få stor succes i større provinsbyer. Både indbyggere og virksomheder matcher vores gæsteprofiler. Jeg ser gode muligheder for udvidelse af konceptet – ikke alene i Københavnsområdet,« forklarer franchise-tageren.

O'Learys tør satse på de danske byskilte, fordi kæden kan læne sig op ad stor succes i den svenske provins og forventer at kunne føre succes mod vest. Michael Grann understreger, at de mindre, danske byer kun har få restauranter, og gen-

Den nye konceptgeneration

Antallet af franchise-koncepter i Danmark er konstant stigende, og set indefra mener Bo Zoffmann, Ps4 Franchisepartner, at danskere i dag har penge nok til at bruge mere end en halvtredser per næse, når de går ud og spiser. Derfor skyder flere nye konceptcaféer i øjeblikket op.

»Jeg tror, at vi vil se en ny type konceptrestauranter, der laver fødevarer af høj kvalitet og som gennem koncepter sikrer, at det ikke bliver alt for dyrt. Jeg ser det som en naturlig konsekvens og udtryk for, at restaurationsbranchen er nået et mæthedspunkt,« siger Bo Zoffmann.

Han mener, at virksomhederne nu kan gøre sig større gennem deres koncepter og kan gå en anden vej rundt end bare at tilbyde billige produkter.

Også topchefen i Dansk Franchise Forening mener, at konceptrestauranter for alvor er på vej frem i Danmark.

»Restaurationsområdet i verdens storbyer er blevet meget internationalt, og det spreder sig nu til Danmark. Vi ser nye koncepter dukke op inden for restaurationsbranchen, som ikke ligner de store fastfood-kæder,« forklarer Toke Allentoft.

nym



bar klar til provinsen

nem konceptet vil O'Learys tiltrække både bar- og restauranggæster.

De gode år for dansk økonomi har givet mere alubrum for danskernes privatøkonomi, og den udvikling nyder O'Learys som konceptrestaurant også godt af.

»At kombinere sportsbarfilosofien med et restaurantkoncept med udspring i det nordamerikanske køkken har

vist sig som en virkelig bæredygtig idé. Det skal nu udnyttes,« siger direktøren.

Mentaliteten på plads

For to år siden var det næsten udelukkende fodbold, der trak folk til, men danskernes vaner har ændret sig.

»Den danske mentalitet er nu, hvor den skal være, når

det handler om måder at gå ud på.

Det er blevet mere populært at gå ud og få en oplevelse, og den tendens vil fortsætte. I stedet for at sidde derhjemme med et par venner, så kommer man til fodbold, NFL og formel 1 sammen med 300-400 andre,« siger Michael Grann.

jens.nymark@borsen.dk

Restauranter spænder livremmen ud

Nye veje

AF JENS NYMARK

Restaurationsbranchen snakker om mæthedsfornemmelse og søger i flere tilfælde nye ekspansionsveje. Under fanerne blandt de mange og forskellige konceptcaféer blander franchise-kæden Baresso Coffee sig og melder om positiv købelyst hos danskerne.

»Der er en klar øget tendens inden for de sidste år, at danskerne nyder kvalitetskaffe og det at spise ude. Flere danskere har på udlandsrejser oplevet, hvordan man spiser og drikker mere *to go* end tidligere,« siger Michael Pluszek, driftschef for Baresso Kaffebar-kæden.

I en travl hverdag gælder det om at bruge tiden bedst muligt, og derfor tager flere deres morgenmad eller frokost på farten, fortæller driftschefen. Især om morgenen mærker Baresso flere og flere gæster.

Baresso-kæden ejer og driver selv sine forretninger og har ikke umiddelbart planer om at indgå franchise-aftaler i 2007, men vil overveje det for de kommende år.

»For at indgå en aftale mener vi, at man som franchise-giver skal være helt klar til at lave en franchise-aftale og dermed være bevidst om, at begge sider skal kunne bidrage til, at samarbejdet bliver en succes for begge parter,« forklarer Michael Pluszek.

Kæden har til gengæld planer om inden årsskiftet at udvide med nye butikker i Århus, Aalborg og Københavnsområdet. Driftschefen glæder sig blandt andet til i år at åbne tre butikker i Aalborg.

Mens mange franchise-kæder i øjeblikket søger nye og flere franchisetagere, afviger også Jensens Bøfhus.

»Vi vil selv eje vores forretninger, så vi har nu kun tre franchise-restauranter tilbage. At være selvejende er en helt anden måde at have et koncept og styre det på,« siger Anette Ladefoged, direktør i Jensens Bøfhus.

Bøfhus satser på Sverige

De store ekspansionsplaner ligger i Sverige, hvor Jensens Bøfhus vil være lige så godt repræsenteret som i Danmark. Med nuværende fire bøfhuse satser kæden på 10-15 restauranter på fem år. Med 28 restauranter er Jensens Bøfhus i alle større danske byer, og Anette Ladefoged tror, at grænsen er nået.

»Vi tror ikke, at der kan laves flere rentable restauranter i Danmark, og hvis der dukker nye steder op, vil det nok være i storcenterne. Vi har for eksempel flyttet fra Kolding by til det nye storcenter udenfor, fordi kundekredsen flyttede sig.«

jens.nymark@borsen.dk

Indbydelse til deltagelse i konkurrencen om

Franchiseprisen 2007

Franchisevirksomheder, der overholder de Etiske Regler for Franchising, indbydes til at deltage i konkurrencen om Franchiseprisen 2007. Tre nominerede virksomheder får adgang til at præsentere deres koncepter ved årets franchisekonference, hvor også vinderen kåres. Konferencen afholdes den 9. maj i København.

Tidligere års vindere:

2003 HTH Køkkener A/S
2004 Bianco Danmark A/S
2005 IC Companys A/S
2006 Kvik A/S

Konkurrencebetingelser kan hentes på www.dk-franchise.dk eller ved telefonisk henvendelse til Dansk Franchise Forening på telefon 39 15 82 82. Deltagelse er gratis.



EUROPEAN
FRANCHISE FEDERATION



Dansk Franchise Forening
DANISH FRANCHISE ASSOCIATION