

## „Wer zu spät kommt, den bestraft der Markt“. Franchising in der Tschechischen Republik.

Die Tschechische Republik befindet sich, wie z.B. auch Polen, noch stark im Aufbau was die Franchisewirtschaft betrifft. Das Land ist dafür aber auch extrementwicklungsfähig. Dieser dynamische Markt mit den an Selbstständigkeit stark interessierten Einwohnern ist ein idealer Platz für expandierende Franchisesysteme.

Die ersten ausländischen Franchisesysteme kamen schon im Jahr 1991 nach Tschechien, aber die fehlenden Kenntnisse über die besonderen Gegebenheiten des Marktes in der Tschechischen Republik und die geringe Bekanntheit des Begriffes „Franchise“ verhinderten einen erfolgreichen Start. Da Franchising in der Tschechischen Republik relativ unbekannt war, musste zuerst die Zielgruppe über Franchising, die Chancen und Risiken dieser Geschäftsform informiert werden. Zu dieser Zeit existierte auch noch kein eigener Franchiseverband, was die Möglichkeiten weiter einschränkte.

Der Tschechische Franchise-Verband (CAF), der dann im Jahr 1993 gegründet wurde, hat als Hauptaufgabe, den Begriff „Franchising“ der tschechischen Öffentlichkeit zu präsentieren und die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für Franchisenetze in der Tschechischen Republik zu verbessern. Durch intensive Anstrengungen und eine erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit des Verbandes verbesserte sich die Situation schrittweise, und im Jahr 2002 waren in der Tschechischen Republik nach offiziellen Angaben bereits 90 Franchisesysteme erfolgreich aktiv. Die Zahl der Franchise-Systeme steigt Jahr für

Jahr. Der heimische Markt bietet vielen Systemen gute Einstiegsmöglichkeiten, da viele Gründungsinteressenten auf der Suche nach attraktiven Geschäftsideen sind und zudem über das notwendige Kapital verfügen. Weiterhin ist Tschechien durch seine engen wirtschaftlichen Kontakte zu den Nachbarländern ein idealer Standort zur weiteren Expansion in weitere Länder in dieser Region. Da Masterfranchising, abgesehen von den großen internationalen Marken, schwer zu realisieren ist, bietet sich ein Start durch Pilotprojekte und Joint Ventures an. Viele gut ausgebildete Tschechen sind daran interessiert, als Pilotbetrieb die Basis für einen stetigen Auf- und Ausbau eines Franchise-Systems zu bilden. Diese Besonderheit des Marktes erleichtert besonders kleineren Systemen den Eintritt in den tschechischen Markt.

### Warum ist es gerade zum jetzigen Zeitpunkt eine gute Idee, in die Tschechische Republik zu expandieren?

1. Tschechien erreichte in den letzten Jahren permanent eine der höchsten Wachstumsraten weltweit.
2. Tschechien hat von allen neuen Mitgliedern der Europäischen Union das höchste Pro-Kopf-Einkommen (in den letzten fünf Jahren hat sich auch der Mindestlohn um 40 Prozent erhöht).
3. Tschechen verfügen traditionell über gute deutsche Sprachkenntnisse und die Nachbarschaft zu Deutschland und Österreich erleichtert die Kommunikation.

In den letzten vier Jahren ist ein rasanter Aufstieg des Franchisings erkennbar. Eine wichtige Rolle spielen hierbei Franchisemessen. Der Tschechische Franchise Verband organisiert die tschechische Franchise Messe „Franchise MEETING Point“, wel-



che seit drei Jahren alljährlich im Herbst stattfindet.

Im letzten Jahr wurde als Ergänzung zum CAF das Tschechische Institut für Franchising gegründet. Seit seiner Gründung organisiert das Institut in Kooperation mit franchise-net.cz Franchiseseminare, Vorträge, Workshops und regelmäßige Unternehmertreffen im Franchiseclub in Prag.

Das einzige nationale Internetportal, welches das Publikum täglich und aktuell über Franchising informiert, ist [www.franchise-net.cz](http://www.franchise-net.cz). Innerhalb kürzester Zeit hat sich das Portal zum Informationsmedium Nummer eins der Branche entwickelt. Das franchise-net kooperiert sehr eng mit dem tschechischen Franchise Verband und dem tschechischen Institut für Franchising.

Die exakte Zahl der in Tschechien aktiven Franchisesysteme ist momentan schwer zu ermitteln. Die Gesetzeslage erlaubt Unternehmen, Bestandteile des klassischen Franchising zu nutzen, ohne sich als solches bezeichnen zu müssen. Zur Zeit wird geschätzt, dass mehr als 150 Unternehmen in Tschechien entweder Franchisesysteme sind oder für die Expansion Elemente des Franchisings nutzen, obwohl sie nach den Regelungen der EFF keine Franchisesysteme sind. Am Ende der ersten Jahreshälfte 2007 werden die Ergebnisse einer Markt-



analyse, der Czech Franchise Survey 2007, bekannt. Diese Untersuchung soll Klarheit schaffen und die genaue Zahl der Franchisesysteme definieren.

Die Branchenaufteilung ist in Tschechien abweichend von den internationalen Zahlen. Die Mehrheit der Franchisenehmer, zirka 50 Prozent, ist im Einzelhandel tätig, zirka 30 Prozent in der Gastronomie, die restlichen 20 Prozent vor allem in den Branchen Immobilien, Dienstleistungen und Tourismus.

Auch tschechische Systeme, hier besonders in der Gastronomie, entwickeln sich kräftig und bieten hochinteressante Konzepte, die an tschechische Traditionen anknüpfen. Das Franchisekonzept „Švejk“, das aus der literarischen Vorlage des Soldaten Švejk entstanden ist, hat jetzt bereits das 41. Restaurant eröffnet. Ein weiteres national erfolgreiches Konzept ist „The Pub“. Weitere Branchen, die jetzt einen Boom erleben, sind Immobilien, Handwerk und Wellness. Im letzten Jahr haben sich die großen Systeme RE/MAX und ERA bereits am Markt erfolgreich etabliert. Das



System „Wellness-by-Tiffany“ plant für 2007 die ersten Eröffnungen, „Paint Fix Pro“ wird ebenfalls mit ersten Partnern starten.

Obwohl das Franchising in Tschechien noch am Anfang seiner Entwicklung ist bleibt festzuhalten, dass der Markt ein enormes Potenzial und viele Möglichkeiten für nationale und auch ausländische Konzepte bietet. ■

*Detlef Kutta, Geschäftsführer franchise-net GmbH,  
www.franchise-net.de*