FRANCHISING
I SVERIGE 2018/2019

"FRANCHISEFÖRETAG EN VIKTIG ARBETSGIVARE FÖR UNGA"

"7 AV 10 FÖRETAG TROR PÅ EN POSITIV OMSÄTTNINGSUTVECKLING I DET EGNA FÖRETAGET"

"LÅG ANDEL KONKURSER INOM FRANCHISE"

Svensk Franchise
SVENSKA FRANCHISEFÖRENINGEN

VAD INNEBÄR FRANCHISE?

ATT BLI EGEN FÖRETAGARE BEHÖVER INTE BETYDA ATT MAN MÅSTE BÖRJA HELT FRÅN BÖRJAN. DET FINNS ÖVER 30 000 EGNA FÖRETAGARE I SVERIGE SOM "HYR" SIN AFFÄRSIDÉ OCH SITT VARUMÄRKE. DET KALLAS FRANCHISING.

Franchising innebär i korthet att någon som äger ett framgångsrikt affärskoncept, hyr ut rätten att använda affärskonceptet och varumärket till andra företagare. Det är ett långsiktigt samarbete som styrs av franchise-avtal.

Franchising är med andra ord en säljrätt och den tillämpas inom praktiskt taget varje område av vårt näringsliv där försäljning av varor, tjänster och/eller service förekommer. Franchising är framför allt ett företagsekonomiskt begrepp.

Franchisegivaren har dokumenterat sitt affärskoncept i en handbok och delar med sig av sina erfarenheter för att stärka marknadsföringen av sina varor eller tjänster och för att växa geografiskt och storleksmässigt.

Franchisetagaren får rätten att mot ersättning arbeta under franchisegivarens namn och kännetecken för att sälja varor eller tjänster och skapa en livskraftig rörelse. Franchisetagaren driver sitt eget företag och är i allmänhet ägarmässigt helt oberoende från franchi-segivaren. En franchisetagare driver sitt företag med affärsrisker och möjligheter som företagare som arbetar utan skyddet av ett franchisesamarbete. Den risk han tar är dock lägre eftersom han arbetar i ett beprövat och fungerande affärskoncept.

Därutöver nyttjar franchisetagaren franchisegivarens alla erfarenheter och får fortlöpande rådgivning och support.

När man blir franchisetagare är det vanligt att man betalar ett engångsbelopp till franchisegivaren och att man sedan löpande betalar en så kallad franchiseavgift som ofta är en procentsats av hur mycket man säljer i företaget. För konsumenten som handlar varor eller köper tjänster är det nästan omöjligt att se om kedjebutiken eller företaget som du handlar av är ett franchiseföretag eller inte.

> VI ANORDNAR OLIKA TYPER AV EVENT DÄR VÅRA MEDLEMMAR KAN TRÄFFAS OCH UTBYTA ERFARENHETER KRING HUR DE ARBETAR MED FRANCHISE. ATT TRÄFFA ANDRA INOM OLIKA BRANSCHER, MED AFFÄRSMODELLEN FRANCHISE SOM GEMENSAM NÄMNARE, GER MÖJLIGHET TILL ETT OVÄRDERLIGT KONTAKTNÄT DÄR MÅNGA KUNSKAPER OCH INSIKTER KAN UTBYTAS. DETTA SKAPAR KONKURRENSKRAFT.

VARFÖR ANVÄNDER MAN FRANCHISE?

För de som väljer att bygga en franchisekedja finns ofta följande argument:

- Lägre kapitalbehov. Franchisetagaren gör i allmänhet investeringarna i nya enheter.
- Lägre risktagande. Franchisetagare tar i allmänhet investeringen.
- Snabbare expansion. Samarbetet med egna företagare ger oöverträffad kraft.
- Högre effektivitet. Egna företagare är i de allra flesta fall mer effektiva än anställda.
- Stordriftsfördelar. Franchisegivaren tar ansvar för de uppgifter som man kan göra för många samtidigt. Franchisetagaren gör det som kräver närvaro och närhet till kunderna.

Från de som blir företagare i en franchisekedja hör man ofta följande argument:

- Bevisat lönsam affärsidé. Man vet helt enkelt att om man driver verksamheten rätt så finns det en lönsamhet.
- Nyckelfärdigt företag. Hela verksamheten är redan klar med sortiment, marknadsföring, etc.
- Support från franchisegivaren. Utbildning, coachning och rådgivning om hur man ska driva verksamheten i företaget.
- Stordriftsfördelar. I en kedja tar man del av inköps priser, kundavtal, marknadsföring etc. som den enskilda företagaren sällan eller aldrig kan komma åt på egen hand.
- Kollegor som gör samma sak. Man är inte ensam utan ingår i en grupp med företagare som blir ens kollegor.

FRANCHISE SOM FÖRETAGSSKOLA

Någon bättre företagsskola eller något bättre sätt att starta ett eget företag än med hjälp av ett seriöst franchiseföretag finns knappast. Den nye företagaren får med köpet av en franchise ett utprovat och färdigt affärskoncept där det finns fungerande marknadsföringsrutiner, testade marknadsförutsättningar, administrativa rutiner, system för ekonomirutiner, utbildning och handledning.

ÄR ALL FRANCHISE BRA?

En blivande franchisetagare måste ta ställning till om det franchisekoncept man är intresserad av verkligen är bra. Alla franchisekoncept är nämligen inte bra, lika lite som att alla produkter, lokaler och anställda inte är bra. Du måste utvärdera även en franchise. Här är några tips:

- Kontrollera att konceptet verkligen är framgångsrikt. Jämför med konkurrenter och liknade verksamheter.
- Kontrollera med de franchisetagare som finns i kedjan att franchisegivarna verkligen levererar vad de lovat.
- Kontrollera att franchisegivaren tjänar pengar. Annars kan du inte räkna med att de kan leverera den service du behöver i det långa loppet.
- Kontrollera att franchisetagarna tjänar pengar.
- Kontrollera att franchisekedjan är fullvärdig medlem i Svensk Franchise. På det viset vet du att kedjan lovat att följa branschens etiska regler. Är företaget fullvärdiga medlemmar så vet du att verksamheten, ekonomin och franchiseavtalet är kontrollerat.

VILL DU LÄRA DIG MER?
WWW.SVENSKFRANCHISE.SE

OM SVENSK FRANCHISE

SVENSK FRANCHISE ÄR EN ORGANISATION SOM SEDAN 46 ÅR VERKAR FÖR ATT FRANCHISE SOM FÖRETAGSFORM SKA UTVECKLAS OCH BEDRIVAS ETISKT OCH KLANDERFRITT.

När du som franchisegivare tecknar medlemskap hos oss, blir även dina franchisetagare medlemmar. Som fullvärdig medlem har vi granskat ditt avtal genom Sveriges ledande advokater och säkerställt att ditt system uppfyller de Europeiska Etiska Reglerna, samt att franchisetagarna är nöjda med hur systemet fungerar. Det innebär att din verksamhet får en kvalitetsstämpel och att dina franchisetagare kan känna sig trygga med att du har för avsikt att bedriva en sund franchiseverksamhet. Som fullvärdig medlem har du också rätt att använda Svensk Franchise symbol i ditt material och din rekrytering eftersom kraven som ställts på verksamheten har uppfyllts.

SVENSK FRANCHISE ARBETAR AKTIVT MED

- Att ordna event där våra medlemmar kan träffas och utbyta erfarenheter kring hur de arbetar med franchise. Att träffa andra inom olika branscher, med affärsmodellen franchise som gemensam nämnare, ger möjlighet till många nya infallsvinklar och exempel på best practice.
- Att bearbeta media, myndigheter, beslutsfattare och skolor för att sprida kunskap och information om franchise som affärsmodell.
- Att tillsammans med Handels Utredningsinsitut (HUI) ta fram nya uppgifter om data kring franchising i Sverige. Dessa rapporter används när vi talar med beslutsfattare om vilken roll franchise har i svensk ekonomi. Som medlem får du möjlighet att sprida denna information, vilket är en tillgång när du rekryterar nya franchisetagare.
- Att genom internationella nätverk, EFF (European Franchise Federation) och WFC (World Franchise Council) stötta kedjor som vill etablera sig utomlands och fungera som en länk för internationella företag som är intresserade av att starta franchiseverksamhet på den svenska marknaden. Tillsammans med EEF bedriver Svensk Franchise även lobbyverksamhet mot EU i olika franchisefrågor.
- En etisk oberoende nämnd som våra medlemmar kan anmäla ärenden till när ett problem uppstår. Detta är en unik förmån som både du som franchisegivare och dina franchisetagare får tillgång till.
- Bevaka nyheter och sprida information om vad som händer inom franchise i Sverige och internationellt.
- Ett nätverk av leverantörer som har spetskompetens inom områden som både franchisegivare- och tagare kan ha stor nytta och hjälp av.

MEDLEMSKAP

Medlemskapet är uppdelat i två steg. Företaget blir först sökande medlem under minst ett års tid, en period då vi lär vi känna verksamheten bättre. Efter ett år kan man ansöka till Fullvärdig medlem. Som medlem kan du:

- Använda Medling genom Svensk Franchise vid eventuell tvist i kedjan.
- Delta på alla våra aktiviteter så som lunchseminarier/ workshops, Erfarenhetsdagar, Frannygala etc.
- Använda kontakter till våra partners.
- Ta del av rapporter och annan information som vi sprider om franchise.
- Få möjlighet att vara en viktig del av utvecklingen av franchise och fungera som sponsor till vår HUI-undersökning, där ni får stor synlighet vid våra arrangemang.
- Vara medlem i Executive Group på LinkedIn, där endast beslutsfattare i kedjorna ingår.
- Få möjlighet att pröva ärenden i en oberoende etisk nämnd. Till Etiska Nämnden kan både franchisegivaren och dess franchisetagare anmäla ärenden.
- Annonsera kostnadsfritt på vår hemsida vid rekrytering av franchisetagare eller försäljning av verksamheter.

Som Fullvärdig medlem kan du också:

- Utse Årets Franchisetagare i er kedja och dela ut pris på Frannygalan på Grand Hotel.
- Bli nominerad till Årets Franchisekedja och övriga priser på Frannygalan.
- Använda vår logotyp “Fullvärdig medlem” i er kommunikation.

FRANCHISEBAROMETERN

VARJE ÅR GÖR SVENSK FRANCHISE TILLSAMMANS MED HUI RESEARCH EN UNDERSÖKNING OM HUR VIKTIG FRANCHISE ÄR FÖR SVENSK EKONOMI.

OM UNDERSÖKNINGEN

HUI Research har tidigare gjort elva rapporter på uppdrag av Svensk Franchise. Det samlade syftet med rapporterna har varit att belysa franchising som företagsform, samt att undersöka hur viktigt franchise är för svensk ekonomi. Mot denna bakgrund presenterar HUI Research en barometer för svensk franchising som indikerar framtidstron bland svenska franchiseföretag med avseende på omsättning och sysselsättning i det egna företaget och i branschen (dvs svenska franchiseföretag) som helhet. Barometern kompletteras med resultatet av några specialfrågor om digital marknadsföring, ung arbetskraft, konkurskvot samt branschtillhörighet. Utöver dessa extrafrågor presenteras även nyckeltal för svenska franchiseföretag. I denna rapport presenteras nyckeltal över svenska franchiseföretags omsättning år 2018, antalet anställda på svenska franchiseföretag liksom antalet franchisetagare 2018.

FORTSATT LÄGRE OPTIMISM BLAND FRANCHISEFÖRETAG

Vid mätning två 2017 såg vi en minskad optimism jämfört med mätningen innan men en något högre optimism jämfört med motsvarande mätning föregående år. Vid 2018 års mätning sjönk optimismen igen och ligger nu knappt under nivån för 2014 års andra mätning. Optimismen vid 2018 års mätning är 5 procentenheter lägre än vid föregående mätning. Detta betyder att de som ser optimistiskt på framtiden och svensk franchising är 49 procentenheter fler än pessimisterna.

Nedgången grundar sig i en något mindre optimistisk syn vad gäller hur omsättningen i det egna företaget kommer att utvecklas samt att fler uppger att omsättningen i branschen och antalet anställda i företaget kommer att minska. Optimismen vad gäller omsättningsutvecklingen i det egna företaget minskade med 9 procentenheter medan optimismen ökade avseende branschen i stort.

Franchiseföretagens optimism gällande anställningar har ökat avseende det egna företaget och är oförändrad vad gäller branschen som helhet.

FRAMTIDSTRON INOM FRANCHISING

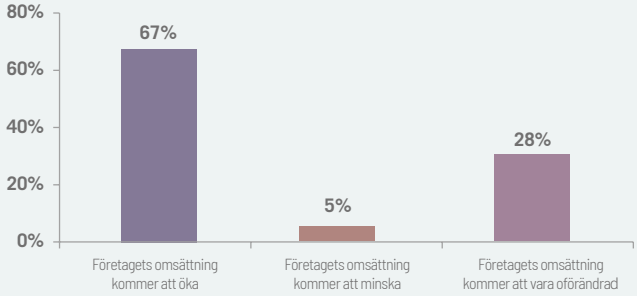
FÖRETAGETS OMSÄTTNING

FRÅGA: Hur bedömer du att era svenska franchisetagares omsättning kommer att utvecklas under de kommande 12 månaderna, jämfört med motsvarande period föregående år?

SAMMANFATTNING: Framtidstron är fortsatt positiv gällande omsättningsutvecklingen inom det egna företaget under det närmaste halvåret.

7 av 10 respondenter bedömer att företagets omsättning kommer att öka under de kommande 12 månaderna. Andelen som tror på en minskad omsättning var 5 procent. 28 procent uppgav att omsättningen kommer att vara oförändrad under de kommande 12 månaderna jämfört med motsvarande period föregående år.

Jämfört med förra mätningen har andelen som tror på en ökad försäljning minskat från 76% samtidigt som andelen som tror på en ofärändrad försäljning har ökat från 19%. Andelen som tror att försäljningen kommer minska är oförändrad (5%).



7 AV 10 FÖRETAG TROR PÅ EN POSITIV OMSÄTTNINGSUTVECKLING I DET EGNA FÖRETAGET

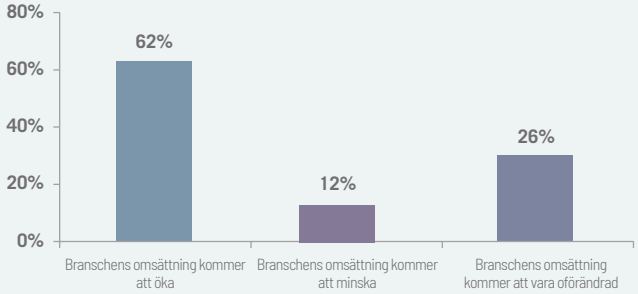
BRANSCHENS OMSÄTTNING

FRÅGA: Hur bedömer du att branschens (dvs svenska franchiseföretags) omsättning kommer att utvecklas under de kommande 12 månaderna, jämfört med motsvarande period föregående år?

SAMMANFATTNING: Svenska franchiseföretags syn på omsättnings-utvecklingen är mindre optimistisk för branschen som helhet än för det egna företaget.

6 av 10 företag uppgav att omsättningsutvecklingen under de kommande 12 månaderna kommer att öka jämfört med samma period föregående år och knappt 3 av 10 företag tror att branschens utveckling kommer att vara oförändrad. 1 av 10 tror på en negativ omsättningsutveckling.

Andelen optimister har ökat med 4 procentenheter jämfört med i mätningen hösten 2017 då 58 procent var optimistiska angående branschens omsättningsutveckling. Andelen som tror på en oförändrad omsättning uppgår till 26 procent, vilket är en minskning med 11 procentenheter samtidigt som andelen som tror att branschens omsättning kommer att minska har ökat från 4 till 12 procent.



ANTALET ANSTÄLLDA

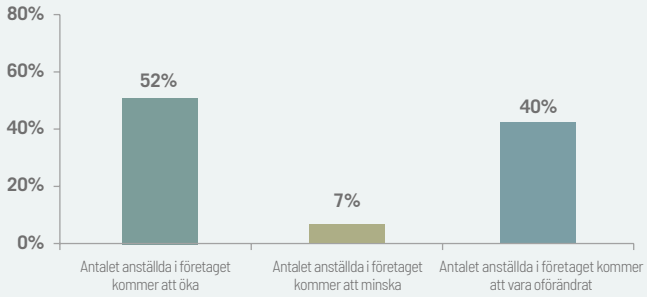
FRÅGA: Hur bedömer du att antalet anställda (personer på hel- eller deltid, ej extrapersonal) bland era svenska franchisetagare kommer att utvecklas under de kommande 12 månaderna, jämfört med motsvarande period föregående år?

SAMMANFATTNING: Drygt hälften av franchiseföretagen bedömer att antalet anställda kommer att öka under de kommande 12 månaderna jämfört med motsvarande period föregående år.

7 procent av företagen tror att antalet anställda i det egna företaget kommer att minska under de kommande 12 månaderna. Detta är en ökning med 4 procentenheter jämfört med i föregående mätning

Andelen franchiseföretag som tror på en ökning av antalet anställda har ökat med 1 procentenhet sedan den senaste mätningen samtidigt som andelen som tror på ett oförändrat antal anställda har minskat med 2 procentenheter.

HÄLFTEN AV FRANCHISETAGARNA
TROR PÅ FLER ANSTÄLLDA



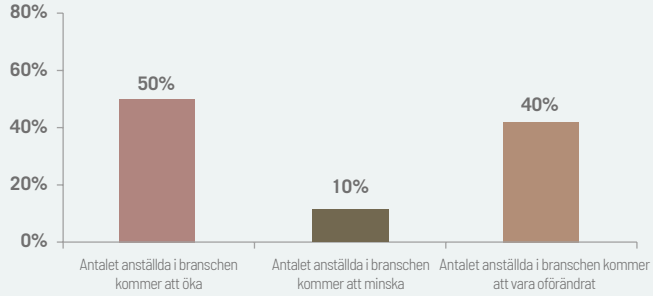
ANSTÄLLDA INOM BRANSCHEN

FRÅGA: Hur bedömer du att antalet anställda i branschen (dvs. svenska franchiseföretag) kommer att utvecklas under de kommande 12 månaderna, jämfört med motsvarande period föregående år?

SAMMANFATTNING: Andelen franchiseföretag som är optimistiska gällande sysselsättningsutvecklingen i branschen som helhet under de kommande 12 månaderna är oförändrat jämfört med i föregående undersökning. 5 av 10 företag tror att antalet anställda kommer att öka, medan 1 av 10 företag tror att det kommer att vara oförändrat och 4 av 10 tror att antalet anställda i branschen kommer att minska.

Andelen som tror att antalet anställda kommer att minska har ökat från 8 till 10 procentenheter samtidigt som andelen som tror på en oförändrad utveckling har minskat med två procentenheter.

HÄLFTEN AV FÖRETAGEN TROR ATT ANTALET
NYANSTÄLLNINGAR I BRANSCHEN
KOMMER ATT **ÖKA**



KONKURSKVOT

LÅG ANDEL KONKURSER INOM FRANCHISE

SAMMANFATTNING: 2018 års mätning uppgick konkurskvoten till 1,2 procent. Detta att jämföra med konkurskvoten 2016 som låg på 1,1 procent.

Konkurskvoten inom franchising är intressant att jämföra med konkurskvoten i andra branscher. Franchise är en vanlig företagsform främst inom detaljhandel och hotell och restaurang. Dessa branscher hade en konkurskvot på 1,2 respektive 1,6 procent under 2018.

Under de senaste åren har konkurskvoten legat relativt stabil för franchiseföretagen och detaljhandeln medan den ökat något inom hotell och restaurang.

Sammanfattningsvis är andelen konkurser inom Svensk Franchise att jämföra med andelen konkurser i den totala detaljhandeln och lägre än i hotell- och restaurangbranschen.

*Senast tillgängliga statistik för konkurser och antal företag är 2016
Källa: Företagens ekonomi, SCB

DIGITAL MARKNADSFÖRING

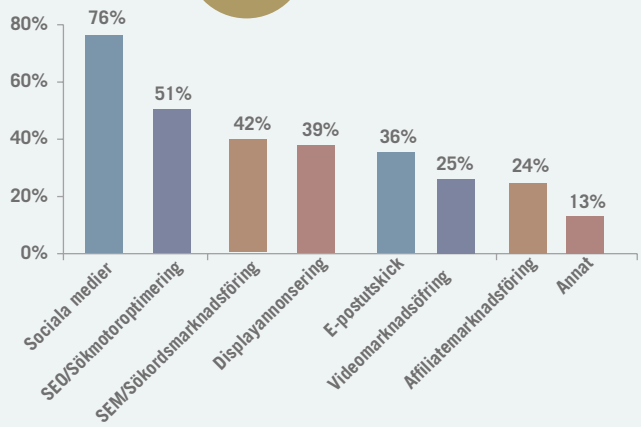
FRÅGA: Vilka digitala marknadsföringskanaler använder ni idag?

SAMMANFATTNING: Sociala medier är det enskilt största sättet att marknadsföra sig och sitt företag på med en andel om 76 procent.

Sökmotoroptimering och sökordsmarknadsföring är andra populära sätt att marknadsföra sig på (51 respektive 42 procent). Dessa två metoder används för att se till att företaget hamnar högt upp när kunden söker på sökmotorer.

Displayannonsering och videomarknadsföring är också populära alternativ (39 respektive 36 procent). Andelen som använder sociala medier har ökat med tre procentenheter sedan 2017. Även användandet av sökordsoptimering och sökordsmarknadsföring har ökat, med 1 respektive 2 enheter. Videomarknadsföring är den kategori som ökat mest, från 17 till 25 procent.

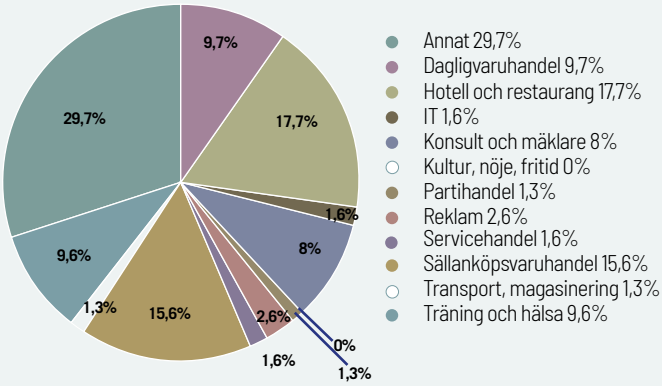
3 AV 4 ANDVÄNDER SOCIAL MEDIER SOM MARKNADSFÖRINGSKANAL



HAR DU VAD SOM KRÄVS FÖR ATT DRIVA ETT AV VÄRLDENS MEST FRAMGÅNGSRIKA FÖRETAG?
Se möjligheterna med McDonald's franchise. mcdonalds.se

BRANSCHTILLHÖRIGHET

FRÅGA: Inom vilken bransch är företaget verksamt?



SAMMANFATTNING: Diagrammet visar hur svenska franchiseföretag fördelar sig med avseende på branschtillhörighet.

Drygt en fjärdedel av franchiseföretagen återfinns i detaljhandeln. Majoriteten av dessa tillhör sällanköpsvaruhandeln. Cirka 18 procent av företagen är verksamma inom hotell- och restaurangbranschen.

I gruppen Annat, som också har en stor andel franchiseföretag, ingår bland annat monterings-/installationstjänsteföretag samt en rad olika företagstjänster.

Resultaten bör tolkas med försiktighet, då de endast baseras på ett urval av företag på den svenska franchisemarknaden. Diagrammet ger således endast en fingervisning om branschtillhörigheten inom svensk franchising.

2 AV 10 FRANCHISEFÖRETAG ÅTERFINNS I DETALJHANDELN

UNG ARBETSKRAFT

FRÅGA: Hur stor andel av de anställda inom företagets franchiseverksamhet är under 26 år?

SAMMANFATTNING: Svenska franchiseföretag har en relativt stor andel ung arbetskraft jämfört med andra branscher. Diagrammet och tabellen illustrerar andelen 26 år eller yngre indelat per bransch. Den bransch som har lägst andel är Transporter med 12 procent.

26 procent av de svenska franchiseföretagens anställda är 26 år eller yngre, vilket är en betydande andel. Endast inom tjänster och service samt inom handel, hotell och restaurang är andelen högre, 27 respektive 40 procent.

Mätningen av andelen ung arbetskraft har genomförts fyra gånger. Vid tre mätningar har andelen uppgått till 26 procent.

ANDEL AV ARBETSKRAFTEN UNDER 26 ÅR I OLIKA DELAR AV NÄRINGSLIVET

- Industri 16%
- Byggnadsverksamhet 24%
- Handel, hotell och restaurang 44%
- Transporter 14%
- Jord- och skogsbruk 22%
- Tjänster & Service 28%

Franchise 27 %

Källa: Svenskt Näringsliv, "Arbetsmarknadens struktur 2018".

FRANCHISEFÖRETAG EN VIKTIG ARBETSGIVARE FÖR UNGA

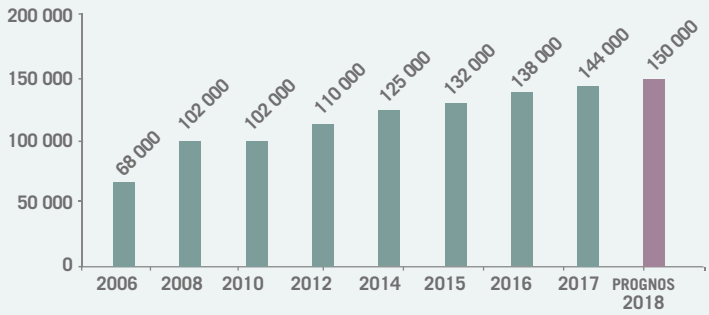
ANTAL ANSTÄLLDA

ANTALET ANSTÄLLDA PÅ SVENSKA FRANCHISEFÖRETAG 2018

SAMMANFATTNING: Franchising är en företagsform som sysselsätter ett stort antal människor i Sverige. HUI Research bedömer att antalet anställda ökade även under 2018. Antalet anställda i branschen prognosticeras under 2018 till cirka 150 000.

Den positiva utvecklingen av antalet anställda under de senaste åren speglar den positiva omsättningsutveckling och tillväxten i antalet franchisesystem. Dock är den procentuella utvecklingstakten prognosticerad att avta något jämfört med tidigare år.

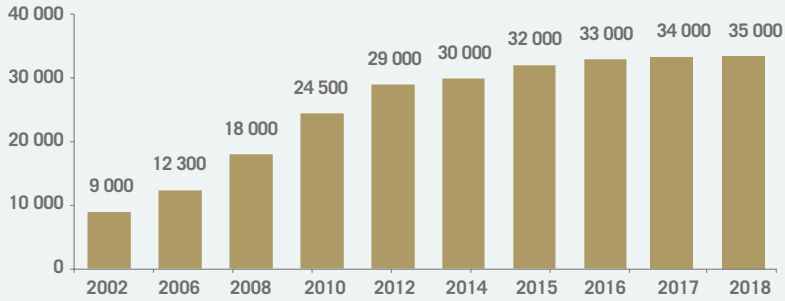
Prognosen över antalet anställda bör endast betraktas som ett riktmärke för hur många anställda det fanns totalt inom de svenska franchiseföretagen under 2018.



ANTALET FRANCHISETAGARE

SAMMANFATTNING: HUI Research bedömer att antalet franchisetagare har ökat med cirka 3 procent under 2018 jämfört med föregående år. Det innebär att antalet franchisetagare uppskattningsvis uppgår till 35 000.

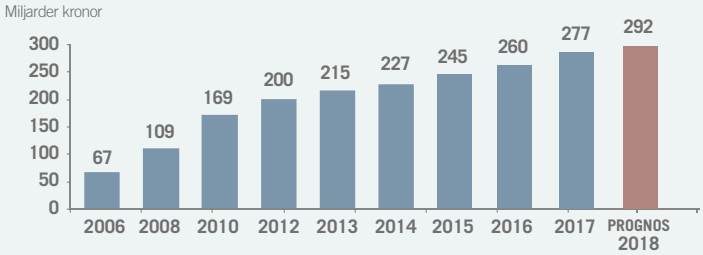
Detta är en uppskattning av antalet franchisetagare och bör endast betraktas som ett riktmärke för hur många franchisetagare det fanns i Sverige under 2018



OMSÄTTNINGSPROGNOS

SAMMANFATTNING: Franchiseföretagen ombads bedöma hur omsättningen i det egna företaget hade utvecklats procentuellt under de senaste 12 månaderna jämfört med motsvarande period föregående år. Denna information har sedan använts för att räkna upp omsättningen för hela branschen. HUI Researchs skattning för 2018 visar på att den totala omsättningen för de svenska franchiseföretagen uppgick till cirka 292 miljarder kronor, vilket motsvarar en ökning om 5,6 procent jämfört med året innan.

Prognosen är en uppskattning av branschens samlade omsättning och bör endast betraktas som ett riktmärke för vad svenska franchiseföretag tillsammans omsatte år 2018.



Satsa på eget - Tillsammans med oss!

Läs mer och skicka din intresseanmälan via våra hemsidor www.pressbyran.se alternativt www.7-eleven.se

Pressbyrån

REITAN CONVENIENCE

QUICK OFFICE - SVERIGES LEDANDE KONTORSHOTELLSKEDJA.

Vi har lång erfarenhet och kunskap om hur man driver kontorshotell på ett effektivt sätt. Inom ramen för vår expansion söker vi personer med stort intresse för entrepreniörskap, goda kunskaper inom både försäljning och ekonomi och dig som letar ett nytt och tryggt företagande.

Läs mer oss på quickoffice.se.

För mer info om vårt franchiskoncept kontakta Niklas Lénart 0708-22 95 43 eller maila till franchise@quickoffice.se

FÖRETAGSADRESS ■ MÖTESRUM ■ KONTORSRUM ■ KONTORSPLATS/CO-WORKING

ÄR DU VÅR NÄSTA FRANCHISETAGARE?

Vi är Sveriges största grekiska restaurangkedja och har mer än 20 års erfarenhet av att driva framgångsrika restauranger.
Bli en del av familjen du med!

www.grekiska.se

GREKISKA grill & bar

ETISKA REGLER FÖR MEDLEMSKAP

GENOM ATT BLI MEDLEM I SVENSK FRANCHISE TAR DU STÄLLNING. DU BESTÄMMER DIG FÖR ATT FÖLJA DE STADGAR SOM FÖRENINGEN HAR OCH DE ETISKA REGLER SOM FÖRENINGEN ANTOG 1994.

De Etiska Reglerna är gemensamma för samtliga tjugo medlemmar i European Franchise Federation och kallas för The European Code of Ethics for Franchising. Genom dessa regler får franchising i Europa en gemensam värdegrund och en samsyn kring hur ansvaret ska vara fördelat mellan franchisegivare och franchisetagare. Att vara medlem i Svensk Franchise innebär att man följer de Etiska Reglerna och att man därmed uppfyller de krav som ställts av Europas samlade franchiseexperter. Detta innebär en kvalitetsstämpel för medlemmens franchisesystem.

BLI FULLVÄRDIG MEDLEM

För att bli fullvärdig medlem skickar du in ditt franchiseavtal, årsbokslut, prospekt samt telefonnummer till era franchisetagare.
Dokumenten granskas av representanter från Svensk Franchise styrelse och telefonintervjuer sker med franchisetagare, för att fastställa att avtalen följs.

Fullvärdig medlem kan du bli först efter att ha varit medlem under ett års tid.

Som Fullvärdig medlem får du använda Svensk Franchise symbol.

> SVENSK FRANCHISE HAR INRÄTTAT EN ETISK NÄMND SOM PRÖVAR FRÅGOR OM TOLKNING OCH TILLÄMPNING AV ETISKA FRÅGOR INOM FRANCHISING. TILL ETISKA NÄMNDEN KAN BÅDE FRANCHISEGIVARE OCH FRANCHISETAGARE ANMÄLA ÄRENDEN.

KORTFATTAT KAN DE SEX AVSNITTEN I DE ETISKA REGLERNA BESKRIVAS ENLIGT FÖLJANDE:

1. DEFINITION

Franchising är ett system som bygger på nära och fortlöpande samarbete mellan företag som är juridiskt och ekonomiskt oberoende. En franchisegivare upplåter sitt koncept till en franchisetagare som betalar för att använda konceptet. Franchisegivaren upplåter varumärke, know-how och löpande support.

2. LEDANDE PRINCIPER

I samarbetet inom och kring ett franchisesystem har franchisegivaren vissa skyldigheter och franchisetagaren andra. Franchisegivaren ska ha drivit sitt koncept med framgång en skälig tid, i minst en enhet innan någon erbjuds en franchiseenhet. Vidare ska franchisegivaren äga varumärken och andra märken som ska användas i konceptet. Franchisegivaren ska slutligen ge franchisetagaren utbildning och support under avtalets löptid. Franchisetagaren, å sin sida, ska ägna heltid till konceptet samt förse franchisegivaren med information om hur verksamheten går. Franchisetagaren ska också hålla all know-how hemlig. Parterna förbinder sig att vara ärliga mot varandra och försöka lösa tvister i god anda.

3. REKRYTERING, ANNONSERING OCH INFORMATION

Rekryteringsmaterial får inte vara vilseledande. En blivande franchisetagare ska få de Etiska Reglerna och en skriftlig beskrivning av relationen mellan parterna innan franchiseavtal träffas. Vissa principer finns också gällande föravtal.

4. VAL AV FRANCHISETAGARE

Franchisegivaren får inte utse en franchisetagare som inte har det kunnande och de kvalifikationer som krävs för uppgiften.

5. FRANCHISEAVTALET

Franchiseavtalet måste överensstämma med inhemsk lag, EU-lag och de Etiska Reglerna. Avtalet ska vara skrivet på ett av franchisetagaren accepterat språk. Vissa minimikrav finns på vad som ska vara inkluderat i franchiseavtalet.

6. MASTER-FRANCHISESYSTEM

De Etiska Reglerna gäller mellan en franchisegivare och dennes franchisetagare eller mellan en master-franchisetagare och dennes franchisetagare men är inte tillämpbara på förhållandet mellan en franchisegivare och dennes master-franchisetagare.

De Etiska Reglerna i fulltext finns på www.svensk-franchise.se, under fliken “Om oss” och därefter under begreppet “Etiska Regler”. Här kan du också ta del av den senaste uppdateringen av de Europeiska etiska reglerna.

På Svensk Franchise hemsida finner du också allt som behövs för att ansöka om medlemskap.

VILL DU LÄRA DIG MER?
WWW.SVENSKFRANCHISE.SE

FULLVÄRDIGA MEDLEMMAR

FÖRETAGSNAMN	WEBBADRESS
7-Eleven	www.7-eleven.se
Arkitektkopia	www.arkitektkopia.se
BNI Affärsnätverk	www.bni.com
Card Group Int.	www.cardgroup.com
Electrolux Home	www.electroluxhome.se
FindersFee Sverige	www.findersfee.se
Garageportexperten Sverige	www.garageportexperten.se
Graffiti Café Sweden	www.graffiticafe.se
Hemglass Sverige/Varsego	www.hemglass.se
HusmanHagberg	www.husmanhagberg.se
Itrim Sverige	www.itrim.se
Jaktia	www.jaktia.se
JC Sverige	www.jc.se
Jetpak Sverige	www.jetpak.com
Kahls The & Kaffehandel	www.ktkh.se
Länsförsäkringar Fastighetsförmedling	www.lansfast.se
Länsförsäkringsbolaget Franchisesupport	www.lansforsakringar.se
Mail Boxes Etc.	www.mailboxes.se
Make up store	www.makeupstore.se
Food Folk Sverige (McDonald's)	www.mcdonalds.se
Mr Cap	www.mrcap.com
O'learys Trademark	www.olearys.se
PostNord Group	www.posten.se

Pressbyrån	www.pressbyran.se
Puls & Träning Sweden	www.pulsochtraning.se
Reitan Convenience	www.pressbyran.se, www.7-eleven.se
Rent a Tent	www.rentatent.se
Resia	www.resia.se
Roofia Franchise	www.roofia.se
SDR Svensk Direkt Reklam	www.sdr.se
Secor	www.secor.se
Securitas Direct	www.securitasdirect.se
Sibylla	www.sibylla.se
Skandiamäklarna	www.skandiamaklarna.se
Specsavers Sweden	www.specsavers.se
Stars and Stripes Trademark	www.starsnstripes.se
Sun Off	www.secunoff.se
Svenska Taco-Bar	www.tacobar.se
Svenska Turistföreningen STF	www.stfturist.se
Team Sportia	www.teamsportia.se
Tesab	www.tesab.se
Utvägen	www.utvagen.se
VMP-Group Sweden	www.vmp-group.se
Waynes Coffee	www.waynescoffee.se
Zoo Support Scandinavia	www.zoosupport.se
Ångtvättbilen	www.angtvattbilen.se

SÖKANDE MEDLEMMAR

FÖRETAGSNAMN	WEBBADRESS
1889 Fast Fine Pizza	www.1889.pizza
Allstar Franchise	www.allstarbar.se
Bastard Burgers	www.bastardburgers.se
Cervera	www.cervera.se
Cykloteket	www.cykloteket.se
Delagott Förvaltning	www.delagott.se
Edge Gym	www.edgegym.se
Elgiganten	www.elgiganten.se
Elians Group	www.eliansgroup.se
Expense Reduction Analysts	www.expensereduction.com
Falck Räddningskår	www.falcksverige.se
Femtiofemplus	www.femtiofemplus.nu
Fogarolli	www.fogarolli.com
Froyo	www.froyo.se
Golvvårdarna Norden	www.golvvardarna.se
Grekiska Grill och Bar	www.grekiska.se
Gymi	www.gymi.se
HemDeli/Svenska Hemdelikatesser	www.svenskahemdelikatesser.se
Hjälpmedelsteknik	www.hjalpmedelsteknik.se
HTH Köksforum	www.hth.se
IBinder Pärmen	www.ibinder.com
JMS Vattenrening	www.jms-vattenrening.se
KappaBar	www.kappabar.se
Käk Sverige	www.käk.com
Matmissionen/Stockholm Stadsmission	www.stadsmissionen.se
MAX Hamburgerrestaurang	www.max.se
Mockfjärd Fönstermästaren	www.mockfjards.se

Mr Espresso Sverige	www.mrespresso.se
N3Zones	www.n3zones.se
Nobia Svenska Kök AB / Marbodal	www.nobia.se
Pancho Villa	www.panchovilla.fi
Pensionärspoolen	www.pensionarspoolen.se
Petfood Svea	www.husse.se
Pincho Nation	www.pinchos.se
Putsa	www.putsa.se
Quick Office Franchise Sweden	www.quickoffice.se
Rent A Wreck of Scandinavia	www.rentawreck.se
Salads and Smoothies Sweden	www.saladsandsmoothiess.e
Samglas AB	www.samglas.se
Skyltstället Sverige	www.skyltstallet.se
Sporthyra i Norden	www.sporthyra.se
Strömma Turism & Sjöfart	www.stromma.se
Subway	www.subway.com
Svensk Fastighetsförmedling	www.svenskfast.se
Svenska Skydd	www.svenskaskydd.se
Svenska Solkatten	www.svenskasol.se
The Body Shop Svenska	www.thebodyshop.se
Veterankraft	www.veterankraft.se
Veteranpoolen	www.veteranpoolen.se
Vettris Västsverige	www.vettris.se
X-shape Fitness	www.xshapefitness.se

MEDLINGSTJÄNST

Svensk Franchise verkar aktivt för att tvister mellan en franchisegivare och en franchisetagare skall lösas genom en frivillig överenskommelse. Som ett led i denna strävan har Svensk Franchise antagit regler för medling som skall gälla för medlemmar i Svensk Franchise som har uppdaterat sina avtal med den av föreningen föreslagna texten. All medling sker på frivillig basis mellan partnerna och Svensk Franchise utser en relevant och kompetent medlare för att tillsammans med partnerna lösa uppkommen tvist.

Besök vår hemsida för mer information:

WWW.SVENSKFRANCHISE.SE/MEDLING

MEDLEMSAVGIFTER

FÖR 2019 GÄLLER FÖLJANDE AVGIFTER:

Medlemskapet omfattar hela franchisesystemet.
För 2019 gäller följande avgifter:

Omsättning	Månadskostnad	Totalt per år
0-10 mkr:	700 kr	8 400 kr
11-25 mkr	1 100 kr	13 200 kr
26-50 mkr:	1 500 kr	18 000 kr
51-100 mkr:	2 000 kr	24 000 kr
101-500 mkr:	2 650 kr	31 800 kr
501- mkr:	3 200 kr	38 400 kr
Inträdesavgift:	3 900 kr	

Avgiften beräknas efter årsförsäljningen hos franchisetagarna och är avdragsgill. Inträdesavgiften är en engångskostnad för nya medlemmar.

En grundläggande medlemsavgift på 250 kr tillkommer för varje fullvärdig medlem.

ANSÖK OM MEDLEMSKAP PÅ WWW.SVENSKFRANCHISE.SE
eller maila info@svenskfranchise.se om du vill veta mer!

GULDPARTNERS

GULDPARTNER

60 000 KR/ÅR

- Kontaktuppgifter på Svensk Franchises hemsida.
- Annonsplats på hemsida under rubriken Guldpartner.
- Möjligheten att delta och nätverka på event och utbildningar.
- Möjligheten att kommunicera relevant information genom Svensk Franchises olika kanaler.
- Annons i den årliga Franchisebarometern som grundar sig på HUI.
- Möjligheten att presentera företagets tjänster och produkter på Executive Group Svensk Franchises arbetsmöten.
- Rätt att använda partner-logotyp.
- Egen "Award" på Frannygalan.

För mer information kontakta oss via info@svenskfranchise.se.

FÖRETAGSNAMN	WEBBADRESS
Azets Insight	www.azets.se
Aspia	www.aspia.se
FranchiseArkitekt	www.franchisearkitekt.se
Marginalen Bank	www.marginalen.se
SEB	www.seb.se
TBS Mediabyrå	www.tbs.se

I vårt partnernätverk ingår experter inom alla olika områden som kan tillföra nytta för franchiseföretagen. Vi har de mest kunniga advokaterna knutna till oss, såväl som konsulter, banker, marknadsföringsexperter etc. – alla med fokus på franchiseverksamheter.

PARTNERS

15 000 KR/ÅR

SOM PARTNER FÅR DU:

- Kontaktuppgifter på Svensk Franchises hemsida.
- Möjligheten att delta och nätverka på event och utbildningar.
- Möjligheten att kommunicera relevant information genom Svensk Franchises olika kanaler.
- Rätt att använda partner-logotyp.

FÖRETAGSNAMN	WEBBADRESS
Advokatbyrån Gulliksson	www.gulliksson.se
Advokatfirma DLA Piper Sweden	www.dlapiper.se
Advokatfirman Lindahl	www.lindahl.se
Advokatfirman Nova	www.nova.se
Babs Paylink	www.babspaylink.se
Baker & McKenzie Advokatbyrå	www.bakermckenzie.com
BDO Göteborg	www.bdo.se
Chainformation Management System	www.chainformation.se
FDT Systems	www.fdt.se
FranchiseGroup	www.franchisegroup.se
Fredbergs Inredningar	www.fredbergs.com
Guld Ekonomiresurs	www.guld.se
Hannes Snellman Attorneys	www.hannessnellman.com
Happyr	www.happyr.com
Lindskog Malmström Advokatbyrå	www.lmlaw.se
MAQS Law Firm Advokatbryå	www.maqs.com
Sagell & Co. Advokatbyrå	www.saglaw.se
The Franchising Consulting Company (Scandinavia)	www.thefranchiseconsultingcompany.com

I BÖRJAN AV VARJE ÅR ANORDNAR SVENSK FRANCHISE FRANNYGALAN DÄR VI PREMIERAR DUKTIGA FÖRETAGARE INOM FRANCHISE

Galan är ett utmärkt tillfälle för Fullvärdiga medlemmar att hylla en franchisetagare i sin kedja och göra ett företagsarrangemang i samband med detta. Här blir vinnarna uppmärksammade under festliga former tillsammans med andra franchisetagare från olika branscher. Alla som är att räkna med inom franchise träffas för att hedra och uppmärksamma framgångsrika system och franchisetagare.

På Frannygalan delas sju priser ut varav ett är det prestigefyllda priset Årets Franchisekedja. Vem som helst kan nominera kandidater till de sex priserna som våra Guldpartners delar ut och fullvärdiga medlemmar kan nominera till Årets Franchisekedja.

I år delar våra Guldpartners ut följande priser:

Årets Franchisetagare (oavsett kedja) - delas ut av Marginalen Bank

Framtidens Franchise - delas ut av SEB

Årets FranchiseBragd - delas ut av FranchiseArkitekt

Årets Digitala Marknadsföring - delas ut av TBS Mediabyrå

Årets CFO - delas ut av Azets

Årets Nytänkare - delas ut av Aspia

Svensk Franchise delar som sista pris ut Årets Franchisekedja - till en fullvärdig medlem.

FÖR ALL INFORMATION, NOMINERING OCH ANMÄLAN: WWW.FRANNYGALAN.SE

FRANCHISE SUMMIT SWEDEN - SEMINARIUM I SAMBAND MED FRANNYGALAN - DÄR DU TRÄFFAR ELITEN INOM FRANCHISE

Våra syften är att stärka våra medlemmars konkurrenskraft och verka för att franchise som företagsform ska utvecklas och bedrivas klanderfritt. Därför har vi startat Franchise Summit Sweden som hålls före Frannygalan. Här får du som medlem chans att träffa branschkollegor, ställa ut, lyssna till branschöverskridande föredrag, framtidsspaning samt lära dig grunderna i franchise men också fördjupa dina kunskaper. Under Franchise Summit Sweden håller vi vårt årsmöte.

Delar av 2019 års program

Årets Franchisekedja 2018 Amanda Mompalao de Piero, Marketing Director, Pressbyrån.

Företagshemligheter ur ett franchiseperspektiv Elisabeth Vestin, Advokat, Hannes Snellman

Årets Marknadsförare 2018 Matilda Wiechel, marknadschef, THE BODY SHOP

Franchise Crash Course Johan Martinsson, VD, Svensk Franchise och Jonas Ideström, VD, FranchiseArkitekt

Länsförsäkringar

ERFA

FRANCHISEJOBB.COM

ALLA ÅRETS KAMPANJER
– TILL ETT FAST PRIS.

Vi säkerställer rätt produkt, kostnadskontroll, leveransgaranti och uppföljning – alltid till ett fast pris.

Läs mer på arkitektkopia.se/kampanj

arkitektkopia

En gång per år (under okt/nov) anordnas en tvådagarskonferens under namnet “Erfarenhetsdagar”. Syftet med dessa dagar är att ni som deltar både får och ger kunskap till andra som arbetar inom affärsmodellen franchise.

Mycket tid avsätts också för workshops där vi diskuterar och jobbar i grupper och tar vara på varandras erfarenheter. 2018 var temat ”VINNARKULTUR, NÄRINGSLIV & IDROTT”.

Vi valde att koppla samman idrott och franchise eftersom både idrott och franchise handlar om lagarbete och individuella prestationer. Vi gästades av idrottare och företagare som delade med sig av sina erfarenheter kring hur man bygger en vinnarkultur.

Vill du bli franchisetagare hos Sveriges största franchise exportföretag?

Sedan starten i Sverige 1997 har Card Group med framgång etablerat sig i 45 länder. Du blir en del av världens största franchisesystem inom gratulationskort och presentprodukter. Du besöker befintliga och nya kunder/butiker och erbjuder våra produkter på ditt egna distrikt.

Låg engångsfranchiseavgift • Minimal investering • Vi finansierar din tillväxt för alla nya kunder

Är du intresserad? Kontakta oss idag så berättar vi mer om vårt framgångsrika koncept.

Card Group

A world leading Greeting card & Gift franchise

info@cardgroup.com | 026 - 61 11 90 | www.cardgroup.com

ANNONSER FRÅN VÅRA GULDPARTNERS

Din självklara partner i mediedjungeln!

Med databaserade verktyg kopplade till lång erfarenhet hjälper vi dig att hitta rätt mediekanaler för att nå dina kunder på det mest effektiva sättet.
Insiktsbaserad rådgivning som kopplar ihop medieaktiviteter med affärseffekter.

Strategi - Taktik – Medieupphandling - Analys

www.tbs.se

Outsourcing och rådgivning inom ekonomi, lön & HR.

Vi har stor erfarenhet av att hjälpa franchiseverksamheter.
Läs mer på www.azets.se/franchise

AZETS

Stora drömmar förverkligar du inte ensam.

Nå dina mål med redovisning, lönehantering och rådgivning från Sveriges marknadsledande företagspartner. Välkommen till aspia.se

Aspia

Banken för dig som vill växa

Som Nordens företagsbank har vi sedan förra sekelskiftet hjälpt bolag med ambitioner att växa – välkommen att hitta lösningarna på dina utmaningar tillsammans med oss.

Läs mer på seb.se/helaforetagaren

SEB

TACK TILL VÅRA PARTNERS OCH MEDLEMMAR SOM ÄR MED OCH SPRIDER KUNSKAP OM FRANCHISE I SVERIGE!

ANNONSERANDE GULDPARTNERS:

marginalen bank
FRANCHISE ARKITEKT®
AZETS
SEB
TBS MEDIABYRÅ
Aspia

ANNONSERANDE PARTNERS:

happyr
FRANCHISE TORGET
BDO

ANNONSERANDE MEDLEMMAR:

Reitan Convenience
Quick Office
GREKISKA grill & bar
i'm lovin' it
O'Learys
Card Group greetings We are Different
WAYNE'S COFFEE EST. 1994
TESAB
Länsförsäkringar
Mockfjärds
arkitektkopia
Sibylla HA DET GOTT!

Tack för att ni varit med och tagit fram denna broschyr!

HUI RESEARCH

Svensk Franchise
SVENSKA FRANCHISEFÖRENINGEN

Undersökningen är utförd av HUI Research
på uppdrag av föreningen Svensk Franchise

© Svensk Franchise 2019
Produktion: BonBon Reklambyrå
Tryck: Arkitektkopia

Svensk Franchise
Kungsgatan 71, 112 27 Stockholm www.
svenskfranchise.se