



## **Franchise bei Unimarkt: Unternehmer mit Genuss**

### **Unimarkt bietet bewährte Franchise- Konzepte für Unternehmensgründer**

Unimarkt – der regionale oberösterreichische Lebensmittelhändler – bietet seit mehr als 30 Jahren ein individuelles und optimiertes Franchise-System im Lebensmitteleinzelhandel. Die langjährige Erfahrung und ein stets weiterentwickeltes Konzept machen Unimarkt zu einem zuverlässigen und starken Partner. Der Erfolg des Franchise-Systems bei Unimarkt basiert auf dem unternehmerischen Denken und Handeln, der hohen Leistungsbereitschaft, dem persönlichen Engagement und der Motivationskraft jedes einzelnen Partners. „Aktuell werden 71 der insgesamt 130 Lebensmittelmärkte von selbstständigen Franchise-Partnern geführt. Diese Zahl möchten wir in den nächsten Jahren noch weiter erhöhen“, so Anton Papst, Bereichsleitung Franchise.

### **Bestes Franchise-System 2021**

Wie innovativ, vielfältig und qualitativ das Franchise-Systeme bei Unimarkt ist, zeigt die Auszeichnung mit dem Franchise-Award in der Kategorie „Bestes Franchise-System 2021“. „Wir sind sehr stolz auf den Gewinn dieses Awards, da er zeigt, welches hohe Niveau unsere Franchise-Systeme aufweist“, erklärt Anton Papst. Zusätzlich dazu wurde auch noch der System-Check des Österreichischen Franchise-Verbands absolviert und Unimarkt wurde als zertifiziertes ÖFV-Mitglied ausgezeichnet.

### **Eine starke Marke als Basis des Erfolgs**

Franchising ist eine zeitgemäße Alternative für selbstständige Kaufleute, die sich in einem spannenden Wettbewerbsumfeld beweisen möchten. Selbstständige Unternehmer verfolgen gemeinsam mit Unimarkt das Ziel, ein erfolgreiches und zukunftsorientiertes Konzept gewinnbringend umzusetzen. Unimarkt unterstützt seine Franchise-Partner bei der Sortimentsgestaltung, bei laufenden operativen und betriebswirtschaftlichen Themen sowie bei Marketingaktivitäten. „Unimarkt ist nicht nur mit Franchise-Partnern, sondern auch mit Eigenfilialen am Markt präsent und arbeitet laufend an der Weiterentwicklung des starken Markenauftritts“, erklärt Anton Papst. So werden Neuerungen, sowohl im strategischen als auch im organisatorischen Bereich, erst nach erfolgreicher Einführung im Eigenfilialbereich an Franchise-Partner weitergegeben.