



Wien, 28. Juni 2022

Das war die Franchise Messe Österreich 2022

High Potentials der Besucher schätzen die Idee des „brand sharings“

Die Franchise Messe Österreich zeigte letztes Wochenende in der Wiener Stadthalle, dass Expansion für die Branche weiterhin ein wichtiges, strategisches Ziel ist. Die Besucher wiederum zeigten sich höchst interessiert an den diversen Konzepten der etablierten und jungen Marken. Die Idee, sich gemeinsam unter einer Marke selbständig zu machen (brand sharing) und miteinander erfolgreich zu sein, nimmt weiter Fahrt auf.

Manfred Rothdeutsch von McDonald's Österreich, zur Messe: *„Die Messe war für uns ein großer Erfolg, weil wir mit vielen interessierten Personen ins Gespräch gekommen sind und mit einigen davon bereits weitere Gesprächstermine vereinbart haben.“*

Auch Johannes Schauss, Franchisebeauftragter des jungen Pizza-Restaurantsystems PiPaPo war begeistert: *„Wir hatten mehr Gespräche als erwartet!“* Dem pflichtet Julia Kern vom Modelabel Eterna bei: *„Wir sind angetan von der Offenheit der Besucher auch jungen Systemen gegenüber!“* Wolfgang Gittmaier, von der Linzer Newcomer-Gastro-Marke „Jack the Ripper“, die nicht nur durch ihren Namen besticht, ergänzt: *„Die Messe ist auch genial zum Netzwerken innerhalb der Franchiseszene.“*

Vorstandsmitglied Martin Zagler vom Österreichischen Franchise-Verband: *„Wir sind gerne Hauptpartner der Messe, denn hier erlebt man hautnah die Bandbreite der bunten Franchiselandschaft.“* ENI, führende Ölgesellschaft am österreichischen Markt ist auch auf Partnersuche und war heuer zum ersten Mal Aussteller auf der Messe, deren Feedback: *„Wir sind überrascht, wie viel interessante Gespräche stattgefunden haben.“*, so Armin Springer.

Veranstalterin Carina Felzmann, Geschäftsführerin der Agentur Cox Orange resümiert: *„Es war eine feine Messe, das Miteinander innerhalb der Franchisewirtschaft macht alle stärker! Jetzt ist Zeit, die guten Kontakte zu bearbeiten - die Messe findet in einem 2-Jahres-Rhythmus statt, wir kommen wieder im Juni 2024!“*

Mitgewirkt hatten:

McDonald's, Ankerbrot, AIS 24-Stundenbetreuung, Das Futterhaus, Unimarkt, IWG/Regus, Eni, Pearle Optik, Heizungsprofi Ekosen aus Slowenien, Bodyclub24, bixpack, Bodystreet, Sushi Palace, PiPaPo, Damn Plastic, Husse, Storeroom, BistroBox, Lucky Car, Mail Boxes Etc. (MBE), RobShare, TeleCash, Mein Dienstplan, RUFF



Indoor Golf, Eterna Mode, The Vending Brothers, Sartorius Werkzeuge – Sara Tools, Jack the Ripperl, Thum Law, W.Meier Küchenservice, Österreichischer Franchise-Verband und die Wirtschaftskammer Wien.

Was es bedeutet, eine Marke zu sharen...

Gerade in der Pandemie zeigte sich, dass die Franchisewirtschaft die Krise besser als so manche Alleinkämpfer bewältigen konnte. Dieses Miteinander im Franchising interessiert nun unter anderem auch die jüngere Generation, die es gewohnt ist, Wohnungen, Autos, Großmütter zu „sharen“. Der Gedanke liegt nahe, auch das Unternehmertum insofern zu teilen, als dass man sich mit einer Gruppe selbständig macht, die gemeinsam mit einer Marke erfolgreich werden möchte.

Fotocredits: © Cox Orange/ Roland Unger Abdruck kostenfrei

Pressekontakt:

Carina Felzmann, Luana Köttler
Cox Orange Marketing & PR e.U.
1150 Wien, Pfeiffergasse 8

Tel: 0043-1-895 56 11

Mail: felzmann@cox-orange.at, Luana.koettler@cox-orange.at

Homepage: www.franchise-messe.at