

PRESSEMITTEILUNG

Berlin, 09.08.2023

Nachhaltigkeitsstudie 2023

Deutsche Franchisewirtschaft ist nachhaltiger als der gesamtdeutsche Mittelstand!

- 84 Prozent der deutschen Franchisesysteme haben sich bereits mit dem Thema Nachhaltigkeit beschäftigt
- 54 Prozent der Franchisesysteme verfügen über eine Nachhaltigkeitsstrategie
- 35 Prozent mehr Nachhaltigkeitsstrategien in der Franchisewirtschaft als im gesamten deutschen Mittelstand

Die aktuelle Nachhaltigkeitsstudie des Deutschen Franchiseverbandes zeigt: Die deutsche Franchisewirtschaft ist in puncto Nachhaltigkeit überdurchschnittlich gut aufgestellt und behält das große Ganze im Blick. Dabei werden soziale, ökonomische und ökologische Dimensionen gleichermaßen berücksichtigt und in die Erstellung von Nachhaltigkeitsstrategien mit einbezogen. Auch im direkten Vergleich zum gesamten deutschen Mittelstand liegt die Franchisewirtschaft deutlich vorne.

84 Prozent der Franchisesysteme haben sich bereits in Gänze mit dem Thema der Nachhaltigkeit beschäftigt. Die Motivation dafür liegt dabei in erster Linie nicht in gesetzlichen Anforderungen, sondern vielmehr in der Natur des Franchisings selbst. So waren die häufigsten Beweggründe die Markenförderung (80%) sowie die intrinsische Motivation (67%). Die Marke ist Kernbestandteil eines jeden Franchisesystems und so ist diese Erkenntnis mehr als einleuchtend.

In der öffentlichen Debatte wird das Thema Nachhaltigkeit meist nur im Zusammenhang mit ökologischen Aspekten verstanden. Anders in der Franchisewirtschaft! Hier werden soziale (33%), ökonomische (29%) und ökologische (39%) Dimensionen nahezu gleichermaßen berücksichtigt und in die Nachhaltigkeitsaktivitäten der jeweiligen Unternehmen mit einbezogen. Hierzu Arne Dähn (Stellvertretender Geschäftsführer des Deutschen Franchiseverbandes): "Ökologische, ökonomische sowie soziale Herausforderungen sind im Dreiklang von enormer Bedeutung – mehr als je zuvor."

Ein besonders deutliches Ergebnis ergab auch die Frage nach dem Vorhandensein einer Nachhaltigkeitsstrategie. Hierbei stellte sich heraus, dass mehr als die Hälfte aller Franchiseunternehmen über eine solche Strategie verfügen und diese fest implementiert haben. Blickt man auf den deutschen Mittelstand, verfügen nur 40 Prozent der Unternehmen über eine Nachhaltigkeitsstrategie. Das unterstreicht die Dynamik und Resilienz der deutschen Franchisewirtschaft, die in den aktuellen Krisen immer wieder aufs Neue bestätigt werden. Kai Enders, der Präsident des Deutschen Franchiseverbands, ordnet wie folgt ein: "Dass die Franchiseszene Herausforderungen meistern kann, das wurde in den vergangenen Jahren deutlich gezeigt, in denen nicht nur reagiert, sondern vor allem agiert wurde."

Der Deutsche Franchiseverband vertritt die Interessen der deutschen Franchisewirtschaft im wirtschaftspolitischen Umfeld - national wie international. Er wurde 1978 gegründet und sitzt in Berlin. Der Deutsche Franchiseverband repräsentiert als Qualitätsgemeinschaft Franchisegeber und Franchisenehmer gleichermaßen. Aktuell sind knapp 450 Mitglieder im Verband organisiert. Im Jahr 2022 erwirtschafteten die etwa 930 in Deutschland aktiven Franchisegeber, gemeinsam mit rund 144.000 Franchisenehmern und über 800.000 Mitarbeitenden einen Umsatz von rund 142 Milliarden Euro.

Pressekontakt:

Deutscher Franchiseverband e.V.

Vincent Berckenhagen
Referent Politische Kommunikation

Luisenstr. 41
10117 Berlin
T +49 (0)30 278 902-13
berckenhagen@franchiseverband.com