



Franchisebarometern: Ökad optimism bland Sveriges franchiseföretag

Framtidstron stiger bland svenska franchiseföretag. Det visar en ny undersökning från HUI Research (tidigare Handels Utredningsinstitut). Andelen företag som ser positivt på framtiden är idag 59 procentenheter större än andelen franchiseföretag som är pessimistiska. Det innebär en ökning med sex procentenheter jämfört med undersökningen i höstas. – Att undersökningen visar att optimismen är särskilt påtaglig när det gäller tron på nyanställningar inom svensk franchise känns extra roligt, säger Johan Martinsson, vd för branschens intresseorganisation Svensk Franchise.

Franchisebarometern baseras på det sammanvägda resultatet av fyra enkätfrågor beträffande svenska franchisegivares syn på omsättnings- och sysselsättningsutvecklingen i det egna företaget och i branschen som helhet.

– Jag noterar även en ökad optimism avseende såväl branschens som det egna företagens omsättning i framtiden. Hela 75 procent tror att det egna företagens omsättning kommer att öka. För branschen som helhet är siffran 70 procent. När det gäller sysselsättningen svarar 57 procent att antalet anställda i det egna företaget ökar nästa år. 41 procent bedömer att antalet anställda är oförändrat och bara en procent tror att antalet anställda minskar i det egna företaget nästa år.

Franchisebarometern har även undersökt andelen unga medarbetare i företagen samt i vilken utsträckning som svenska franchiseföretag prioriterar digitala kanaler i sin marknadsföring jämfört med mer traditionella kanaler.

– Vi vet att franchiseföretag har en relativt stor andel unga medarbetare och att de erbjuder många ungdomar en första möjlighet att etablera sig på arbetsmarknaden. Det bekräftas också av undersökningen som visar att 28 procent av franchiseföretagens anställda är 26 år eller yngre.

Även när det gäller användandet av digitala kanaler skiljer sig franchiseföretagen från mängden. Hela 50 procent av marknadsföringsbudgeten i franchiseföretag används för digital marknadsföring. För andra företag är den siffran knappt 30 procent.

– Tillsammans med våra partners, bland andra Google, Eniro och Chainformation, har vi arbetat intensivt med att ta fram digitala verktyg för att effektivisera marknadsföringen och öka konkurrenskraften hos våra medlemsföretag. Det är väldigt roligt att se att det arbetet har fått genomslag.

Enligt HUI Research beräknas de svenska franchiseföretagen i år omsätta 277 miljarder kronor jämfört med 260 miljarder år 2016. Även antalet anställda inom svenska franchiseföretag beräknas öka under 2017. Enligt prognoserna från HUI Research kommer 144 000 personer vara anställda i franchiseföretag jämfört med 138 000 personer år 2016.

– Det är glädjande att franchise som företagsform fortsätter att växa. På senare tid har vi även sett franchiseföretag växa fram inom en rad nya branscher, framförallt inom tjänstesektorn och inom vård och omsorg. Genom att kombinera tryggheten i ett beprövat affärskoncept med drivkraften hos den fria företagaren skapas stabila, lönsamma och växande företag vilket är bra för Sverige, säger Johan Martinsson.

För mer information:

Johan Martinsson, vd Svensk Franchise. Tel: 0708-93 66 50. E-post: johan@svenskfranchise.se

www.svenskfranchise.se

Svensk Franchise ändamål är att sprida kunskap om franchising och att verka för att franchising bedrivs på ett klanderfritt sätt. Visionen är att franchising ska uppfattas som en allmänt accepterad och uppskattad företagsform i Sverige. Svensk Franchise står även i kontakt med en fristående etisk nämnd som erbjuder tolkning och tillämpning av etiska frågor inom franchising.