

Prioriteit bij franchise: maak opvolging aantrekkelijk

18-08-2020 14:00



Door: Casper de Nooijer

Ceo Audax Groep

Zoals ook RetailTrends berichtte, gaf de Tweede Kamer half juni haar zegen aan [een nieuwe franchisewet](#). Inmiddels heeft ook de Eerste Kamer unaniem ingestemd met de wet. Het nieuwe regime zorgt voor een aantal veranderingen in het franchiselandschap, met als meest prominente dat zij franchisenemers meer zeggenschap biedt. In beginsel juich ik ontwikkelingen toe die ondernemerschap bij franchisenemers ondersteunen. Maar met deze nieuwe wet is er nog geen oplossing voor een uitdaging waar een meerderheid van de Nederlandse franchisenemers mee te maken heeft: opvolging.

Toenemende vergrijzing van de (beroeps-)bevolking zorgt ook in het franchiselandschap voor steeds meer problemen. Wie gaat straks de winkel of winkels overnemen als de huidige generatie ondernemers een stapje terug wil doen? Om te beginnen hebben franchisenemers alleen al door hun aantal - er waren in ons land in 2019 ruim 34 duizend franchisevestigingen - een significante economische impact. Gezamenlijk realiseerden zij vorig jaar ruim 38 miljard euro omzet. Continuïteit binnen het franchiselandschap is vanuit een sociaal-economisch perspectief dan ook uiterst relevant.

Op persoonlijk en emotioneel niveau is het voor de meeste franchisenemers van belang dat de onderneming waar vaak tientallen jaren keihard is gewerkt - en soms zelfs meerdere generaties lang - niet ophoudt te

bestaan. Of de opvolging nu uit de eigen (familie-)omgeving komt of van buiten, het vinden van iemand die met succes het roer kan overnemen is cruciaal.

Toekomstige ondernemers

De nieuwe franchisewet past goed bij de voorkeuren en idealen van de huidige generatie franchisenemers, maar het is zeer de vraag of dat door jonge, potentiële franchisenemers ook zo wordt ervaren. Of beter gezegd: of die er überhaupt iets bij ervaren. Om te beginnen zal er bij deze groep geen gevoel zijn van een 'oude' versus een 'nieuwe' situatie. De nieuwe franchisewet moet gaan zorgen voor meer transparantie bij het sluiten van een franchiseovereenkomst, voorziet in betere informatievoorziening en moet gaan leiden tot meer zeggenschap bij franchisenemers. Dat zijn belangrijke onderwerpen, maar het is zeer de vraag of zij indruk maken op een nieuwe generatie jonge, dynamische, energieke en gedreven ondernemers-in-de-dop. Moet het voor deze mensen niet veel meer gaan over de mate van vrijheid die het ondernemerschap meebrengt, over de balans tussen werk (onderneming) en privé, over duurzaamheid en sociale rechtvaardigheid? Dat zijn de thema's van de generatie waar de toekomstige ondernemers uit moeten komen.

Jongeren en jongvolwassenen zijn meer dan ooit gevoelig voor een eigen invulling van leven en loopbaan - een goede ontwikkeling. Als franchisenemers mogelijke opvolgers (m/v) willen bereiken, en dat is een noodzaak aan het worden, dan doen zij er goed aan de voordelen van hun bestaan te benoemen en de ruimte voor persoonlijke invulling die het franchisemodel biedt, te onderstrepen. Daar ligt een kans. Het overmatig juridisch maken van franchise volgens de wensen van de 'babyboomers' zou de nieuwe generatie zelfs kunnen afschrikken.

Casper de Nooijer