



Franchise-Nehmer
Mahrem Mert in der
Küche seiner Filiale in
der Shopping City Süd

Edelburger mit Brötcheneltern

Le Burger kombiniert hippe Atmosphäre und beste Lage mit altbekannten Laberln, Steaks und Bowls. Der Ableger von Tauber-Brötchen sucht Franchise-Nehmer in fast allen Landeshauptstädten.

VON STEFAN TESCH

► Erdölpumpen waren sein Spezialgebiet, Gastro sein Kindheitstraum. Mit ersterem beschäftigte sich der Maschinenbauer Mahrem Mert lange Zeit bei einem US-Konzern. Als dieser seine Österreich-Niederlassung nach Indien verlegte, nahm Mert den Traum in Angriff. „Le Burger kannte ich schon als Kunde und durch Zufall lernte ich den Franchise-Geber kennen“, erinnert sich der Quereinsteiger, der vergangenes

Jahr, im November, seine Filiale in der Shopping City Süd, eröffnet hat.

600 Quadratmeter Fläche misst sie und ist eingebettet in der „Fressmeile“. Daneben weilen Burgerista, Burger King, McDonald's. „Viel Konkurrenz, aber auch viel Frequenz. Der Kunde probiert gerne Burger von verschiedenen Anbietern“, so Mert, der seine Burger als jene mit der höchsten Qualität betitelt. Durchaus möglich, dass ein eingefleischter Mäcki-Fan auch mal bei Le Burger fremdgeht.

Eine Million Euro Investition

„An guten Tagen, etwa Freitag und Samstag, verkaufe ich pro Tag zwischen 1.500 und 1.700 Burger“, erzählt Mert. Schließlich müssen die Investitionskosten von rund 1.800 bis 2.500 Euro pro Quadratmeter wieder hereinkommen.

Während der angeordneten Corona-Starre brutzelten die Burger allerdings auf Sparflamme. Mert behielt acht seiner 44 Mitarbeiter (die anderen bekamen eine Wiedereinstellungsgaran-

tie). Die kochten für den Lieferdienst Mjam. „Das ist kein Geschäft, aber besser als nix“, so Mert. Ein paar Tage nach dem Wiedereröffnen der Gastro sagt er: „Es kommen schon Gäste ins Lokal, aber es wird noch ein paar Wochen bis zum Normalbetrieb dauern.“ Einen Meter Abstand zwischen den Tischen hat er ohnehin immer.

Bevor Mert Franchise-Nehmer wurde, lernte er das Gastrobusiness mehrere Wochen in einer bestehenden Filiale in Wiener Neustadt. Der Workflow vom Wareneingang bis zum fertigen Produkt ist in dieser Systemgastro, die der Wiener Brötchenmanufaktur Tauber gehört, genau vorgegeben. Der Einkauf läuft über eine zentrale Einkaufsplattform.

Das Interieur ist ebenso vorgegeben und der Franchise-Nehmer bestellt über einen Partnerarchitekten. Industrial-Look, Kristalluster gepaart mit punktuellen Beleuchtungsspots sowie eine Schauküche. „Wir verkaufen die

Franchise Messe

Die heurige Franchise-Messe von 26.-27. Juni findet online auf einem virtuellen Messegelände statt.

Eintritt: 20 Euro (für GEWINN-Leser stehen fünf Freikarten bereit [Code **ESY468** Prinzip: First come, first served]; www.franchise-messe.at)

GEWINN-Bewertung

Preis/Leistung: ●●●●●
Ausgereiftheit: ●●●●●
Marktchancen: ●●●●○

Foto: Michael Hitzmannsdorfer

Atmosphäre, das Drumherum zum Burger“, formuliert es Ingo Faust, CEO der Le Burger Betriebs GmbH und damit Franchise-Geber, überspitzt. Freilich sind die Burger (zwischen 8,50 und zwölf Euro, ohne Beilage) die „Hauptdarsteller“. Sie sind frisch gemacht und kommen ohne Convenience-Bestandteile à la fertige Fleischlaberl aus. Dazu wartet die Karte Steaks (ab 21 Euro), Salate, Bowls und Frühstück auf.

A-Lagen ab 300 Quadratmetern

Von den insgesamt sieben Le-Burger-Filialen befinden sich vier in Wien. Mit Adressen wie Mariahilfer Straße und Rotenturmstraße nistet sich der Burgerbrater ausschließlich in A-Lagen ein. Oder in stark frequentierten Einkaufszentren, wie die genannte SCS, sowie eine Weitere im Auhof-Center. Eine in der Plus-City Linz ist gerade im Entstehen.

Die Standorte, die mindestens 300 Quadratmeter groß sein sollten und im Idealfall einen Stock sowie einen Garten dabei haben, sucht der Franchise-Geber. „Aber wir sind offen für Vorschläge von Local Heros, die interessante Standorte mitbringen“, so Faust, der beim GEWINN-Video-Interview in Dubai war. Dort hat er vergangenes Jahr eine Filiale eröffnet. Mit Veggieburgern, Limonaden und Putenfleisch probiert es Faust in der „Mall of the Emirates.“ „Wir entwickeln jetzt unsere Middle-East-Strategie weiter“, so Faust.

Fakten Le Burger

Franchise-Geber: LeBurger Betriebs GmbH, Ingo Faust (CEO), Rasmussengasse 4, 1210 Wien, +43/1/729 75 75, ingo.faust@leburger.at, www.leburger.at

Gesucht: Franchise-Nehmer für Innsbruck, Graz und Salzburg

Einstiegsgebühr: 35.000 Euro

Monatliche Franchise-Gebühr: sechs Prozent vom Netto-Umsatz

Monatliche Marketing-Gebühr: ein Prozent vom Netto-Umsatz

Vertragsdauer: zehn Jahre

GEWINN-Fazit

Das 2014 gegründete System profitiert vom langjährigen Know-how durch seinen Eigentümer, den Brötchenmacher Tauber. Die Zentrale führt sechs von derzeit sieben Filialen selbst. Erst 2019 „öffnete“ man sich für den ersten Franchise-Nehmer und expandiert nun

über diesen Weg. Der Onboarding-Prozess für neue Partner erfolgt damit in jahrelang erprobten Standorten.

Experimentierfreude lässt sich nicht ausleben: Le Burger gibt eine klare Linie puncto Speisekarte, Interieur und Standort vor. Dafür profitiert man von guten Einkaufskonditionen.

So rechnet sich Le Burger

Die Berechnung des Mindestumsatzes erfolgte unter folgenden Annahmen*: Der Franchisenehmer gründet eine GmbH und bezieht ein Geschäftsführer (GF)-Entgelt in Höhe von 4.000 Euro monatlich, das entspricht einem Nettoeinkommen von 30.000 Euro pro Jahr bzw. 2.500 Euro pro Monat (zwölf mal). Der Standort (A-Lage) verfügt über 500 Quadratmeter (Miete: 35 Euro pro Quadratmeter). Der Franchise-Nehmer arbeitet voll mit und beschäftigt 14 Mitarbeiter (Mix aus Voll- und Teilzeit). Die Wochenöffnungszeiten beträgt 96 Stunden. Für die Adaptierung des Standortes wurden 1,2 Millionen Euro veranschlagt. Bei der Finanzierung wurde folgender Mix unterstellt: 25 Prozent Eigenmittel, für die restlichen 900.000 Euro wird ein Kredit auf sieben Jahre aufgenommen.

Erfolgsrechnung als GmbH	Break-even	in Prozent
Umsatz Speisen	1.050.000,-	70,00%
Umsatz Trinken	450.000,-	30,00%
= Umsatzerlöse netto	1.500.000,-	100,00%
Wareneinsatz Speisen	304.500,-	29,00%
Wareneinsatz Getränke	94.500,-	21,00%
Franchise- und Werbegebühr	90.000,-	6,00%
Marketing-Gebühr	15.000,-	1,00%
= Summe variable Kosten	504.000,-	33,60%
Rohertrag	996.000,-	66,40%
Abschreibung (7 Jahre)	171.500,-	11,40%
Personal	433.200,-	28,90%
GF-Entgelt inkl. SVS und Steuer	48.000,-	3,20%
Miete inkl. Strom	229.200,-	15,30%
Instandhaltung & Reinigung	72.200,-	4,80%
Werbeaufwand	12.000,-	0,80%
Spesen Kreditkarten	12.000,-	0,80%
Zinsen für Kredit	45.000,-	3,00%
Telefon, Spesen, Buchhaltung etc.	29.200,-	1,90%
Summe Aufwand	1.052.300,-	70,20%
Ergebnis vor Steuern	-56.300,-	-3,8%
Abschreibung	171.500,-	
Kredittilgung & KÖSt	-112.288,-	
= freier Cashflow	2.912,-	0,20%

Die Gewinnschwelle wird beim Nettoumsatz von 1,5 Millionen Euro erreicht. Pro Woche macht das einen Bruttoumsatz von 32.600 Euro. Wenn der Durchschnittsumsatz pro Gast bei 15 Euro liegt, sind im Schnitt 310 Gäste pro Tag notwendig.

*) Die Berechnung wurde von Unternehmensberater Peter Lindenhofer (www.lindenhofer.co.at) erstellt und dient lediglich zur Orientierung. Sie ersetzt keinesfalls eine eigene Kalkulation.