



**Pressemappe 2021  
Franchise**

(Stand: 01.03.2021)

## Inhaltsverzeichnis

<b>Factsheet</b>	<b>3</b>
<hr/>	
<b>Das Town &amp; Country Konzept</b>	<b>6</b>
Die Geschäftsidee	6
Das Produkt	6
Die Kunden	8
Die Partner	8
Der Partnerbetrieb	9
<b>Chronik Town &amp; Country Haus</b>	<b>10</b>
<hr/>	
<b>Der Markt</b>	<b>18</b>
Entwicklung der Baubranche	18
Trends und Tendenzen beim Hausbau	19
Unternehmensentwicklung Town & Country Haus	21
Marktpotenzial von Town & Country Haus	22
Qualität als Standard	22
Franchise-Vorteile nutzen	22
Zukunftsaussichten	24
Internationale Expansion	24
<b>Franchise</b>	<b>25</b>
Existenzgründung: Was ist Franchise?	25
Synergieeffekte nutzen	25
Vom Netzwerk profitieren	25
Zahlen und Fakten von Franchise in Deutschland	26
Franchise-Partnerschaft bei Town & Country Haus	27
Erfolgsfaktoren Partnerschaft	27
<b>Partnerporträt und Interview</b>	<b>32</b>
Aussichtsreiche Perspektiven für Quereinsteiger	32
Interview mit Jürgen Dawo, Gründer von Town & Country Haus	35

## Factsheet

<b>Firma:</b>	Town & Country Haus Lizenzgeber GmbH Hauptstr. 90 E 99820 Behringen ☎ 036254-75 0 📠 036254-75 140 E-Mail: info@tc.de
<b>Geschäftsführung: Gesellschafter:</b>	Gabriele Dawo, Dr. Gerrit Michelfelder Jürgen Dawo, Benjamin Dawo
<b>Gründung:</b>	01. Juli 1997
<b>Anzahl der Partnerbetriebe:</b> Deutschland: International:	über 350 1 Master-Franchise-Nehmer
<b>Mitarbeiter:</b> In der Zentrale: EKA: Kulsa, P&A, TCKS: Gruppe gesamt:	89 2 39 über 1.000
<b>Systemumsatz- Auftragseingang 2020:</b>	1.021,1 Mio. Euro
<b>Anzahl verkaufter Häuser in 2020:</b> <b>Anzahl gebaute Häuser in 2020:</b>	4.353 Häuser 3.090 Häuser
<b>Mitgliedschaften:</b>	Deutscher Franchiseverband (geprüftes Mitglied/Vorstand)  Bundesverband StrategieForum e.V.  Immobilienverband Deutschland IVD Bundesverband der Immobilienberater, Makler, Verwalter und Sachverständigen e.V.

Bundesverband mittelständische Wirtschaft  
– Unternehmerverband Deutschland e. V.

## Franchise

**Franchise-Start:** 1997

### **Einstiegsgebühr:**

Partner im Hausverkauf: 2.980 Euro  
Partner im Hausbau: 10.000 Euro zzgl. 10.000 Euro  
Stiftungskapital für gemeinnützige Town & Country Stiftung

### **Systemgebühr:**

Partner im Hausverkauf: keine  
Partner im Hausbau: Ø 3,6 % pro gebautem Haus

### **Werbegebühr:**

Partner im Hausverkauf: keine  
Partner im Hausbau: 350 Euro monatlich zzgl. 0,35 % des Umsatzes

### **Investition:**

Partner im Hausverkauf: ab 10.000 Euro  
Partner im Hausbau: ab 250.000 Euro

### **Ø-Umsatz eines Betriebes:**

Partner im Hausverkauf: ca. 90.000 Euro (brutto) Provisionsumsatz  
Partner im Hausbau: ca. 5,3 Mio. Euro (brutto)

## Auszeichnungen (ein Auszug):

- Strategiepreis (2009)
- Deutscher Unternehmer Preis (Kategorie Franchise, 2010)
- acquisa Award (Kategorie B2C, 2012)
- Deutscher Franchise-Preis (2003, 2013)

- Green Franchise-Award (2013)
- TOP-Innovator, TOP 100 Unternehmen (2014)
- F&C Gold Award (2008, 2011, 2013, 2015)
- Hausbau-Design-Award 2017
- Gabriele und Jürgen Dawo erhalten Ehrenpreis der PositionierungsExzellents Awards für ihr Lebenswerk (2018)
- Deutscher Franchise-Award: Franchise-Partnerin Annette Meyer gewinnt in der Kategorie „Franchisegeber des Jahres“ (2018)
- Hausbau-Design-Award 2018
- Hausbau-Design-Award 2019
- Hausbau-Design-Award 2020
- Deutscher Traumhauspreis 2020

## Das Town & Country Konzept

### Die Geschäftsidee

Town & Country Haus ist Deutschlands führende Massivhausmarke. Seit seiner Gründung 1997 hat Town & Country Haus bundesweit mehr als 40.000 Häuser gebaut, davon 3.090 allein im Jahr 2020. Damit ist Town & Country Haus Deutschlands meistgebautes Markenhaus seit 2009. Im Jahr 2020 verkaufte Town & Country Haus mit über 350 Franchise-Partnern 4.353 Häuser und erreichte einen Rekord-Auftragseingang von 1.021,1 Millionen Euro.

Das Prinzip: Die massiv gebauten, standardisierten Häuser werden individuell nach Kundenwunsch aus rund 40 Haustypen konzipiert und sind so in mehreren hundert Varianten erhältlich. Town & Country Haus vereint so individuelle Wünsche mit dem standardisierten Hausbau zu einem sehr guten Preis-Leistungs-Verhältnis und bietet damit vor allem Normalverdienern die Möglichkeit, sich ihren Traum vom Eigenheim zu mietähnlichen Konditionen zu erfüllen.

„Town & Country Haus hat einen neuen Standard im Markt für preiswertes Bauen geschaffen“, so Jürgen Dawo, Gründer von Town & Country Haus. „Jedes Haus wird nicht nur nach den neuesten Energiestandards errichtet. Über den im Kaufpreis enthaltenen Hausbau-Schutzbrief wird der Bauherr zusätzlich vor finanziellen Risiken abgesichert.“ So steht Town & Country Haus für Sicherheit – vor, während und nach dem Hausbau.

### Das Produkt

Über 40 verschiedene Haustypen, darunter auch Energieeffizienzhäuser, stehen den Kunden bei der Planung als Basis zur Verfügung. Vom Mauerwerk über Heizthermen bis hin zum Dach werden beim Bau nur Produkte von namenhaften Markenherstellern verwendet. Planung und Statik werden von einem von Town & Country Haus beauftragten Architekten bzw. Planer durchgeführt. Nach der Bauphase durch lokale Handwerksunternehmen wird die Qualität des Hauses von einem unabhängigen Gutachter überprüft und das Massivhaus dem Kunden schlüsselfertig übergeben.

Die Preise für ein schlüsselfertiges Town & Country Massivhaus starten ab circa 1.400 Euro/qm und variieren je nach Ausführung und Ausstattung. Im Preis inbegriffen sind

auch die Bodenplatte und Erdarbeiten. Lediglich Maler-, Tapezier- und Bodenverlegearbeiten müssen anschließend vom Kunden (Bauherr) in Eigenregie erledigt werden. Die garantierte Bauzeit beträgt sechs Monate.

### ***Wenig Risiko – mehr Sicherheit:***

#### ***Der Town & Country Hausbau-Schutzbrief***

Town & Country Haus bietet seinen Kunden im Paket mit dem individuell geplanten Massivhaus eine Reihe zusätzlicher Dienstleistungen, die bereits im Kaufpreis enthalten sind. Der sogenannte Hausbau-Schutzbrief zielt darauf ab, das Risiko des Bauherrn vor, während und nach dem Hausbau zu minimieren und dem Bauherrn, z. B. im Fall von Arbeitslosigkeit, eine möglichst große Sicherheit zu geben.

#### ***Planungs- und Finanzierungs-Sicherheit - Vor dem Bau:***

- 12 Monate-Festpreisgarantie
- Geld-zurück-Garantie
- Baugrundgutachten durch ein geologisches Institut <sup>(1)</sup>
- TÜV-geprüfte Bau- und Montagevorschriften
- Individuelle Gestaltung des Hauses
- Unabhängiger Finanzierungs-Service
- FinanzierungSumme-Garantie:

Die gesamte Finanzierungssumme für das Town & Country Haus, Grundstück und alle weiteren Nebenkosten wird von der Schutzgemeinschaft für Baufinanzierende e.V. (München) geprüft und mit einem Zertifikat bestätigt. Das Ziel ist es, Nachfinanzierungen für den Bauherrn zu vermeiden. Verbunden mit dem Zertifikat ist eine Bürgschaft der R+V Versicherung in Höhe von 15.000 Euro.

- Kostenkontrolle schon bei der Planung

#### ***Qualität und Sicherheit – Während der Bauzeit:***

- Bauzeitgarantie
- 4-fache Baufertigstellungs-Bürgschaft <sup>(2)</sup>:  
Im Kaufpreis des Hauses ist eine Baufertigstellungs-Bürgschaft in Höhe von 20 Prozent des Kaufpreises enthalten. Town & Country Haus liegt damit deutlich über der gesetzlichen Vorgabe von fünf Prozent.
- Vom Wirtschaftsprüfer verwaltetes Baugeldkonto <sup>(2)</sup>
- Bauherrenhaftpflicht- und Bauleistungs-Versicherung
- Verwendung von Markenprodukten
- Blower-Door-Test <sup>(1)</sup>:

Dies dient zur Überprüfung der Winddichtigkeit eines Hauses. Dieser Test zielt insbesondere auf eine Senkung von Energiekosten und Vermeidung von Schimmelbildung im Haus ab.

- Endkontrolle durch unabhängige Baugutachter <sup>(2)</sup>
- Energieausweis

### **Schutz vor existenziellen Bedrohungen – Nach dem Bau:**

- Baugewährleistungs-Bürgschaft in Höhe von 75.000 Euro <sup>(2)</sup>:  
Die Betreuung des Bauherrn setzt sich auch im Anschluss an die Schlüsselübergabe fort. Mängel an den Gebäuden werden über die Baugewährleistungs-Bürgschaft für einen Zeitraum von fünf Jahren abgedeckt.
- 20 Jahre Notfall-Hilfeplan:  
Unterstützung durch die gemeinnützige Town & Country Stiftung für unverschuldet in Not geratene Bauherren.

*(1) bei schlüsselfertiger Erstellung*

*(2) außer Selbstbau*

## **Die Kunden**

Zielgruppe von Town & Country Haus sind Normalverdiener und Menschen, die großen Wert auf mehrfache Sicherheit vor, während und nach dem Bau legen. „Insbesondere jungen Paaren und Familien, oftmals auch mit Kindern, bieten wir mit unserem schlüsselfertigen Massivhausbau die kostengünstige Möglichkeit, sich den Traum vom Eigenheim zu erfüllen – ohne Abstriche bei der Bauqualität zu machen“, so Jürgen Dawo. „Unser modulares System senkt einerseits die üblichen Baukosten. Die Kombinationsvielfalt unserer Haus-Grundtypen mit mehreren hundert Varianten sorgt andererseits für die gewünschte Individualität.“

## **Die Partner**

Die Leistungen von Town & Country Haus werden von selbstständigen Unternehmern, sogenannten Franchise-Partnern, erbracht. Als Inhaber ihres lokalen Unternehmens sind sie für den Auf- und Ausbau der Marke Town & Country Haus und die Marktbearbeitung in ihrem Gebiet zuständig. Dabei sind sie rechtlich selbständig und stets auf eigenen Namen und auf eigene Rechnung tätig.

Town & Country Haus bietet zwei verschiedene, aufeinander aufbauende Geschäftsmodelle für eine Franchise-Partnerschaft an:



## Pressemappe

- Die „Partner im Hausverkauf“ konzentrieren sich auf den Vertrieb der Town & Country Massivhäuser und unterstützen den Hausbauinteressenten auch bei der Grundstückssuche oder Finanzierung.
- Die „Partner im Hausbau“ verantworten darüber hinaus die Hauserstellung. Hierbei arbeiten sie mit lokalen Handwerksunternehmen zusammen. Der Partner im Hausbau begleitet den Bauherrn als dessen Vertragspartner während der gesamten Bauzeit.

Im Rahmen der Vertriebs- und Organisationsaufgaben führt der Town & Country Partner unter anderem die Kundengewinnungs- und Marketingmaßnahmen eigenverantwortlich durch. Je nach Geschäftsmodell obliegen dem Town & Country Partner auch mit der Hauserstellung verbundene Organisations- und Bauaufsichtigungsaufgaben. Außerdem nimmt er an fortlaufenden Seminaren teil, die von der Zentrale organisiert und angeboten werden. Der Franchise-Geber liefert dafür das notwendige Know-how und unterstützt seinen Geschäftserfolg durch die Dienstleistungen der Franchise-Zentrale. Parallel dazu wird der Partner von Betriebsberatern der Zentrale unterstützt.

### **Der Partnerbetrieb**

Das Gebiet eines Town & Country Franchise-Partners entspricht in der Regel einem Kreis oder Landkreis. Town & Country Partner im Hausbau beschäftigen in der Regel fünf bis zehn Mitarbeiter. Dazu gehören beispielsweise Mitarbeiter im technischen Innendienst, Architekten und Bauleiter. Partner im Hausbau verfügen in der Regel auch über ein Musterhaus. „Durch den Bau eines Musterhauses wird das Vertrauen in den regionalen Partner erhöht“, erklärt Jürgen Dawo. „Vorgegebene Organigramme und Musterhauskonzepte helfen, die Anfangsinvestitionen dabei rasch zu amortisieren.“ Derzeit existieren bundesweit über 100 Town & Country Musterhäuser.

## Chronik Town & Country Haus

- 1997**                    **Gründung Town & Country Haus:** Gabriele Dawo gründet am 1. Juli 1997 gemeinsam mit ihrem Mann Jürgen Dawo die Town & Country Haus Lizenzgeber GmbH mit Sitz in Behringen (Thüringen). Grundlage hierfür waren sowohl intensive Marktanalysen als auch langjährige Erfahrungen mit dem Aufbau eines Franchise-Systems in der Immobilienbranche, der KULSA Immobilien-Beratungs-GmbH.
- 70 Häuser werden im ersten Jahr gebaut bei einem Umsatz von 6,9 Mio. Euro.
- 1998**                    Eine **Optimierung der Bauabläufe reduziert die Bauzeit.** Zudem realisiert das Unternehmen eine Umsatzsteigerung von 246 Prozent auf 23,9 Mio. Euro.
- 1999**                    **400 Häuser** werden erstmals in einem Jahr fertig gestellt. Der Umsatz wächst um 72 Prozent auf 41,1 Mio. Euro.
- 2000**                    Nach drei Jahren am Markt gewinnt Town & Country Haus seinen **50. Partner.** Die Marke von 500 fertiggestellten Häusern innerhalb eines Jahres wird geknackt und ein Jahresumsatz von 51,8 Mio. Euro erwirtschaftet.
- 2001**                    Town & Country Haus übernimmt die **Marktführerschaft für schlüsselfertige Massivhäuser** unter den Franchise-Systemen.
- 2002**                    Der **100. Town & Country Partner** schließt sich dem Konzept an, während das insgesamt 2.000. Haus verkauft wird. Anlässlich des fünfjährigen Jubiläums verlost das Unternehmen ein Town & Country Haus unter mehr als 160.000 Gewinnspielteilnehmern.

Die Produktpalette wird von 26 auf 36 Haustypen erweitert.

## 2003

Town & Country Haus gewinnt den **Franchise-Geber-Preis**: Gemeinsam mit dem Deutschen Franchiseverband verleiht das Wirtschaftsmagazin impulse jährlich die höchste Auszeichnung der Franchise-Wirtschaft. Nominiert werden Systeme, die in herausragender Weise mit ihren Serviceleistungen für den Erfolg ihrer Partner einstehen.

Im gleichen Jahr erhält Town & Country Haus das Prüfsiegel des Deutschen Franchise-Nehmer-Verbandes.

Das Unternehmen generiert einen Umsatz von 166 Mio. Euro.

## 2004

Town & Country Haus erhält den **EKS Strategiep Preis** für sein zielgerichtetes Marketing-Konzept. Der Preis wird jährlich vom 1.400 Mitglieder zählenden StrategieForum e.V. an Unternehmen vergeben, die bei der Umsetzung der Engpass-konzentrierten Strategie besonders erfolgreich sind.

Mit der Einführung des **im Kaufpreis eines Hauses enthaltenen Hausbau-Schutzbriefes** setzt Town & Country Haus neue Maßstäbe in der Baubranche.

150 Partner stellen 1.515 Häuser fertig, bei einem Gesamtumsatz von 177 Mio. Euro.

**Town & Country Haus betritt internationales Parkett**: Der Start erfolgt in Österreich.

## 2005

Das Handelsblatt verleiht Town & Country Haus für seine Vertriebsleistung den **3. Preis beim „Excellence in Sales Award“**.

Gemeinsam mit der IHK Erfurt entwickelt Town & Country Haus die **Ausbildung „Hausverkäufer (IHK)“** und setzt damit bundesweit den ersten einheitlichen Standard in der gesamten Hausbranche. Die Ausbildung wird fortan von allen Town & Country Partnern durchlaufen.

Town & Country Haus erwirtschaftet einen Umsatz von 309 Mio. Euro (+ 74,5 Prozent). Mit 2.250 Häusern verkauft Town & Country Haus erstmals mehr als 2.000 Häuser.

## 2006

Town & Country Haus unterzieht sich erfolgreich dem **System-Check des Deutschen Franchiseverbands** und darf sich fortan „Geprüftes Mitglied“ nennen. Das Prüfsiegel, das Franchise-Vertrag und Know-how-Dokumentation im Franchise-Handbuch sowie die Zufriedenheit der Franchise-Partner durch Experten überprüft, bescheinigt die erfolgreiche Umsetzung von Qualitätsstandards im Franchise.

Peter Winkler aus Erfurt wird **Franchise-Nehmer des Jahres 2006**. Der erfolgreiche Town & Country Partner nimmt den Preis von der gemeinsamen Jury des Verlags Norman Rentrop und des Deutschen Franchiseverbands entgegen.

Town & Country gehören zum Jahresende **über 250 Partner** an.

## 2007

Town & Country Haus feiert sein **zehnjähriges Jubiläum**.

Als **Kooperationspartner von McDonald's** bei dem bundesweiten Gewinnspiel „McDonald's Merry Monopoly“ verlost das Unternehmen vier Massivhäuser im Wert von jeweils 170.000 Euro.

Town & Country Haus wird der Titel **„Wissensmanager des Jahres 2006“** in der Kategorie bis 250 Beschäftigte von der Commerzbank AG und dem Wirtschaftsmagazin impulse verliehen.

Im Frühjahr 2007 erweitert Town & Country Haus seine Produktpalette um ein **Solarhaus**. Der umweltfreundliche Strom vom Dach wird dabei in das öffentliche Stromnetz eingespeist und vom Netzbetreiber vergütet.

Town & Country Haus eröffnet die **weltweit erste virtuelle Musterhaus-Ausstellung** auf der 3D-Internetplattform Second Life. Mehrere Town & Country Häuser sowie ein Eventcenter, in dem vor

allen Veranstaltungen für die 280 Franchise-Partner ausgerichtet werden, können dort besichtigt werden.

## 2008

**Quelle kooperiert mit Town & Country Haus** und bietet im neuen Quelle-Katalog 2008 sowie auf [www.quelle-haus.de](http://www.quelle-haus.de) erstmals ein Familien-Haus an.

Gemeinsam mit der IHK Erfurt entwickelt Town & Country Haus zwei neue Ausbildungsmodule: die Qualifizierung zum „**Projektmanager Wohnbau (IHK)**“ sowie zum „**Baufinanzierungsberater (IHK)**“.

Der Hausbau-Schutzbrief wird erstmals und exklusiv in der Branche um eine **FinanzierungSumme-Garantie** und eine **Geld-zurück-Garantie** erweitert. Town & Country Haus sichert damit Bauherrn gegen zu knapp kalkulierte Baufinanzierungen zusätzlich ab.

Town & Country Haus wird vom F&C Internationales Centrum für Franchising und Cooperation (Münster) als eines von bundesweit zwölf Systemen mit dem **F&C Gold Award** für eine hohe Franchise-Partner-Zufriedenheit ausgezeichnet.

## 2009

Im Juni 2009 wird die **Town & Country Stiftung** gegründet. Die gemeinnützige Stiftung unterstützt Hauseigentümer bei unvorhergesehen Schicksalsschlägen zur Sicherung der selbstgenutzten Immobilie.

Für die konsequente Umsetzung der Unternehmensstrategie wird Jürgen Dawo zudem vom StrategieForum e.V. für die absolute Fokussierung auf den Endkundennutzen mit dem **Strategiepreis 2009** ausgezeichnet.

Aus einem **Test der Schutzgemeinschaft für Baufinanzierende e.V.** München unter 550 Massiv- und Fertighausherstellern in Deutschland zu deren Sicherheitspaketen geht Town & Country Haus als **Sieger** hervor.

**2010**

Mit der Eröffnung von **Deutschlands erstem Verkaufslehrpfad** geht Town & Country Haus innovative Wege zur Vermittlung eines neuen Verkaufsansatzes. Unter dem Titel **Verkaufen 2.0** setzt dieser ganz auf die Kundenorientierung, bei der Verkäufer zu Helfern beim Einkauf werden.

Gabriele und Jürgen Dawo, Gründer von Town & Country Haus, werden von den Harvard Clubs of Germany mit dem „**Deutschen Unternehmer Preis 2010**“ in der Kategorie Franchise ausgezeichnet.

**2011**

Im Nationalpark Hainich übernimmt Town & Country Haus die Namenspatenschaft für die Aussichtsplattform „**Hainichblick**“.

Town & Country Haus kooperiert mit **EUROPARC Deutschland e.V.**, Dachverband der Nationalparks, Biosphärenreservate und Naturparks.

Town & Country Haus unterstützt die Kampagne zum **Internationalen Jahr der Wälder 2011**, die von den Vereinten Nationen mit der Resolution 61/193 ins Leben gerufen wurde.

Town & Country Haus wird vom F&C Internationales Centrum für Franchising und Cooperation (Münster) als eines von bundesweit zwölf Systemen mit dem **F&C Gold Award** für eine hohe Franchise-Partner-Zufriedenheit ausgezeichnet.

Town & Country Haus unterzieht sich erneut erfolgreich dem **System-Check des Deutschen Franchiseverbands** und darf sich weiterhin „Geprüftes Mitglied“ nennen.

**2012**

Mit dem Beratungs- und Verkaufsansatz „Verkaufen 2.0“ gewinnt Town & Country Haus den **dritten Platz beim Acquisa-Award** in der Kategorie B2C.

Im Rahmen des 15-jährigen Firmenjubiläums verlost das Unternehmen als **Kooperationspartner** von Gewinnspielen (**McDonald's und RTL**) insgesamt vier Massivhäuser.

**TÜV-geprüfte Sicherheit für Bauherren:** Als erster Hausanbieter hat Town & Country Haus die Bau- und Leistungsbeschreibung seiner Bauwerkverträge einer aufwendigen TÜV-Prüfung unterzogen.

Mit 3.187 verkauften Häusern verkauft Town & Country Haus in 2012 erstmals mehr als 3.000 Häuser.

### 2013

Auszeichnungen für Town & Country Haus: Das Unternehmen wird zum zweiten Mal seit Gründung vom Unternehmermagazin „impulse“ mit dem **Deutschen Franchise-Preis 2013** geehrt.

Für sein Engagement in puncto Nachhaltigkeit erhält Town & Country Haus den **1. Green Franchise Award**.

Zum dritten Mal in Folge wird Town & Country Haus mit dem „**F&C Award Gold**“ ausgezeichnet. Die Auszeichnung des Internationalen Centrums für Franchising und Cooperation (F&C) in Münster bescheinigt dem Unternehmen eine überdurchschnittlich hohe Zufriedenheit der Franchise-Partner.

### 2014

Für sein Innovationsmanagement und seinen Innovationserfolg wird Town & Country Haus als „**Top 100**“ Unternehmen beim Deutschen Mittelstands-Summit in Essen ausgezeichnet.

Zum vierten Mal in Folge durchläuft Town & Country Haus erfolgreich den System-Check des Deutschen Franchiseverbands. Das Franchise-System ist damit weiterhin ein „**Geprüftes System nach den Richtlinien des DFV**“.

Town & Country Haus verkauft zum dritten Mal in Folge mehr als 3.000 Häuser und erzielt einen Systemumsatz von 523 Mio. Euro im Auftragseingang.

### 2015

Gleich doppelt wird Town & Country Haus mit dem „**F&C Award Gold**“ des Internationalen Centrums für Franchising und Cooperation (F&C) in Münster ausgezeichnet: Sowohl die bauenden als auch die

verkaufenden Franchise-Partner haben dem Unternehmen eine überdurchschnittlich hohe Zufriedenheit bescheinigt.

Mit 3.859 verkauften Häusern und 684 Mio. Euro Systemvolumen im Auftragseingang verzeichnet Town & Country Haus das **bis dahin erfolgreichste Jahr seiner Unternehmensgeschichte**.

Town & Country Haus veranstaltet die **Aktionswochen Eigenheim**. Neben der Verlosung eines Hauses mit Kooperationspartner RTL wurden deutschlandweit über rund 200 Veranstaltungen rund um das Thema Hausbau angeboten.

## 2016

Auch 2016 gehört Town & Country Haus zu den besten Franchise-Systemen in Deutschland: Vom Deutschen Franchiseverband (DFV) zählt Town & Country erstmals zu den **Nominierten** in der Kategorie „**DFV Franchise Marketing-Award**“.

Mit 4.188 Häusern verkauft Town & Country Haus erstmals mehr als 4.000 Häuser.

## 2017

Drei Mal wird Town & Country Haus vom Deutschen Franchiseverband im Rahmen der **DFV-Awards nominiert**.

20 Jahre nach Gründung wird das **30.000. Town & Country Haus** gebaut. Zudem erreicht Town & Country Haus ein Systemvolumen von 844,29 Mio. Euro im Auftragseingang. Mit 2.790 gebauten Häusern im Jahr 2017, beträgt der Systemumsatz der gebauten Häuser 512,92 Mio. Euro.

Das Doppelhaus „Aura 136“ gewinnt den **Hausbau-Design-Award 2017** in der Kategorie „Moderne Häuser“.

## 2018

Town & Country Haus gehört erneut zu den **Nominierten in allen drei Kategorien des DFV-Awards 2018**. Partnerin Annette Meyer gewinnt schließlich in der Kategorie „**Franchisegründer des Jahres**“.

Insgesamt machen sich 64 neue Partner mit Town & Country selbstständig, darunter 15 bauende Lizenz-Partner und 49 Partner im Hausverkauf.

Die Anzahl der fertiggestellten Häuser in diesem Jahr steigt auf 2.986. Damit ist Town & Country Haus **Deutschlands meistgebautes Markenhaus seit 2009.**

## 2019

Die Zahl der verkauften und gebauten Häuser ist seit 2018 wieder gestiegen: Es wurden **4.367 Massivhäuser verkauft** und **3.006 Massivhäuser in Österreich und Deutschland gebaut**. Das ergibt einen Systemumsatz im Auftragseingang von 957,19 Mio. Euro und eine Umsatzsteigerung von über 20 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

Insgesamt wurden seit der Unternehmungsgründung insgesamt **37.000 Häuser** an glückliche Eigenheimbesitzer übergeben.

## 2020

In diesem Jahr erschwerte das neuartige Virus Covid-19 die Arbeit der mittlerweile **über 350 regionalen Town & Country Partner**. Trotz der erschwerten Umstände im Verkauf und auf den Baustellen wurden 3.090 Häuser gebaut und 4.353 Häuser verkauft. Der Systemumsatz knackte zum ersten Mal seit der Unternehmensgründung die 1-Milliarden-Marke (1.021,1 Mio. Euro).

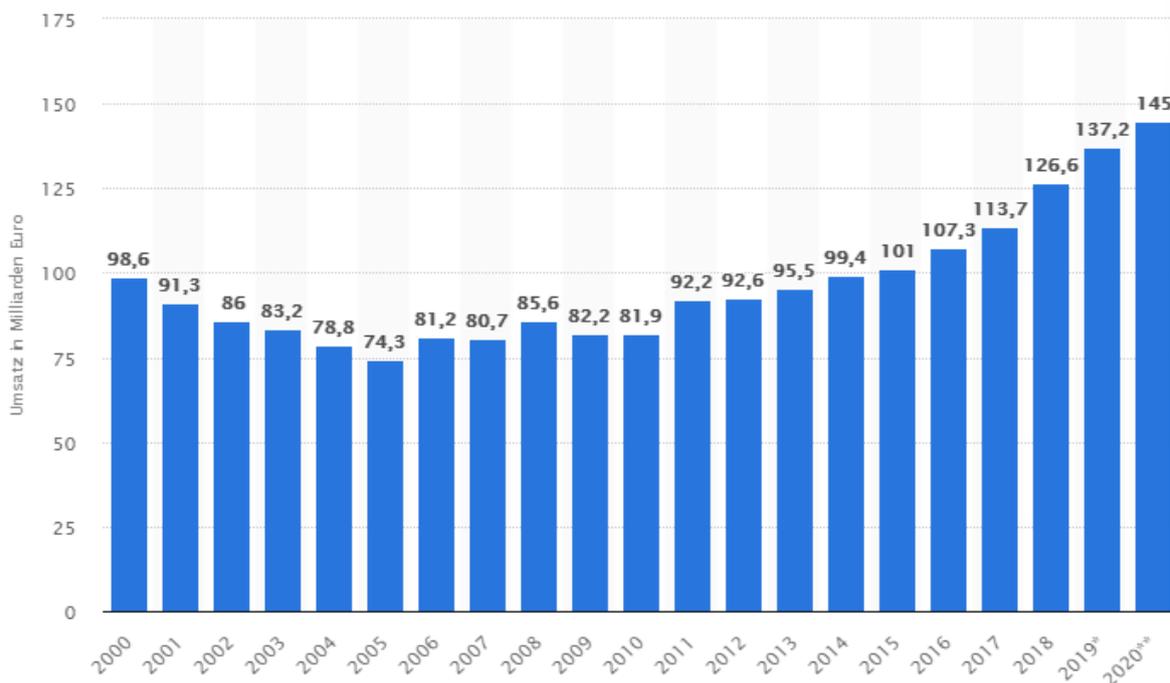
Die Marke Town & Country Haus erfuhr aufgrund guter Krisenkommunikation große mediale Aufmerksamkeit. Im **GALILEO-Magazin (Pro.7)** wurde eine Reportage über den Town & Country Gründer Jürgen Dawo gezeigt. Die Zeitung „**Die Zeit**“ veröffentlichte einen Artikel über das Stadthaus Flair 152 RE als meistverkauftes Massivhaus Deutschlands.

Auch in diesem Jahr konnte Town & Country Haus einen **Hausbau-Design-Award** gewinnen. Der Haustyp Forever Young erhielt zudem den „**Deutschen Traumhauspreis**“.

## Der Markt

### Entwicklung der Baubranche

Seit Ende der 1990er Jahre sind die Umsätze im Bauhauptgewerbe bis einschließlich 2005 kontinuierlich gesunken. Insgesamt verzeichnete das Bauhauptgewerbe dabei einen Rückgang um knapp 30 Prozent. Ein Aufwärtstrend konnte mit der Konjunkturerholung bis 2008 beobachtet werden, der jedoch im Zuge der Wirtschaftskrise 2009 nicht fortgesetzt werden konnte. Seit 2011 verzeichnet das Bauhauptgewerbe wieder ein Wachstum. 2016 stiegen die baugewerblichen Umsätze um 6,5 Prozent von 101 Mrd. Euro auf 107 Mrd. Euro. Dieser Aufwärtstrend setzt sich seitdem fort: 2019 erzielte das deutsche Bauhauptgewerbe einen Umsatz in Höhe von geschätzten 135 Milliarden Euro.



Umsatzentwicklung im Bauhauptgewerbe in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2020 (in Milliarden Euro), Quelle: Statista, 2020

Die Entwicklung der drei Hauptzweige Wohnungsbau, Wirtschaftsbau und Öffentlicher Bau zeigt, dass sich der Wohnungsbau nach wie vor als Wachstumsmotor erweist. Er profitierte dabei insbesondere von niedrigen Zinsen, einer stabilen Arbeitsmarktlage, steigende Einkommen und die Vermögensanlage in Immobilien aus Sorge um die Unsicherheiten aus der Euro- und Finanzkrise.

Die Zahl der erteilten Baugenehmigungen für Ein- und Zweifamilienhäuser ist bis 2008 stark zurückgegangen. Wurden 1999 noch über 243.000 Baugenehmigungen erteilt, so waren es 2008 gerade mal über 88.000. Das entspricht einem Rückgang von knapp 64 Prozent in knapp zehn Jahren. Zurückzuführen ist dies auch auf politische Einflussfaktoren wie die Abschaffung der Eigenheimzulage. Seit 2009 lässt sich eine leichte Trendwende beobachten: Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes stieg die Zahl seit 2009 von rund 90.000 Baugenehmigungen im Ein- und Zweifamilienhaussegment auf 118.109 im Jahr 2016. Gegenüber dem Jahr 2015 entspricht dies einem Zuwachs von rund 2,3 Prozent, wobei dieser allein auf einen Anstieg bei den Zweifamilienhäusern zurückzuführen ist. Auch in den folgenden Jahren wuchs die Zahl weiter. So sind 2019 1,4 % mehr Einfamilienhäuser genehmigt wurden als noch 2018, nämlich 76.609. Nur die Zahl der Baugenehmigungen für Zwei- oder Mehrfamilienhäuser sank geringfügig gegenüber dem vorherigen Jahr, um 0,2 % (17.900) bzw. 0,9 % (147.311).

### **Trends und Tendenzen beim Hausbau**

Auch wenn über lange Jahre die Zahl der Baugenehmigungen für Ein- und Zweifamilienhäuser immer weiter gesunken ist und erst in jüngerer Vergangenheit wieder angezogen ist – der Wunsch nach einem Eigenheim ist ungebrochen hoch. Aktuelle Trends und Tendenzen beim Hausbau zeigt die Online-Studie Bau-o-Meter auf<sup>1</sup>:

#### ***Gründe für den Hausbau: Unabhängigkeit und Altersvorsorge***

Die Investition in die eigenen vier Wände und eine „steinerner“ Altersversorgung sind für Bauinteressenten in Deutschland die wichtigsten Beweggründe für das eigene Haus. Daneben gelten die Umsetzung eigener Gestaltungswünsche und ein hoher Freizeitwert als Motive, sich für die eigenen vier Wände zu entscheiden.

---

<sup>1</sup> Das „bau-o-meter“ ist eine unabhängige Studie von Town & Country Haus zu den Gründen und Trends beim Hausbau. Die standardisierte Online-Befragung wurde unter Besuchern verschiedener Internetseiten durchgeführt. Die vorliegenden Ergebnisse beziehen sich auf das Jahr 2015. Durchgeführt wird die Studie von dem Weimarer Institut „aproxima – Gesellschaft für Markt- und Sozialforschung“. Seit der ersten Ausgabe des „bau-o-meter“ im Jahr 2007 haben über 22.000 Bauinteressenten an der Online-Befragung teilgenommen.



## Pressemappe

Die meisten Bauinteressenten bevorzugen als Standort ihres Ein- oder Zweifamilienhauses ländliche Regionen und Kleinstädte bis 20.000 Einwohner. Für 42 Prozent der Befragten sind dabei ländliche Gebiete und Gemeinden bis 5.000 Einwohner die idealen Standorte für den Bau des Eigenheims. 28 Prozent der Befragten bevorzugen Kleinstädte mit höchstens 20.000 Einwohnern.

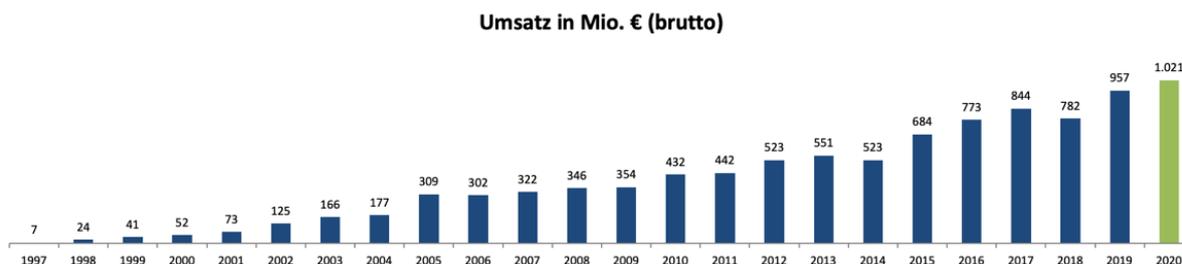
„Zum einen ist Wohneigentum grundsätzlich die wirkungsvollste Mietpreisbremse. Diese funktioniert immer und überall auch ohne Zutun des Gesetzgebers“, kommentiert Jürgen Dawo, Gründer von Town & Country Haus, das Votum der Befragten.

Zum anderen gebe es in ländlichen Regionen und auch in kleineren Städten und Gemeinden rund um die Großstädte und Metropolen eher Grundstücke, die auch für Normalverdiener bezahlbar sind. Bekanntlich „scheitert der Bau eines Eigenheims in größeren Städten vor allem daran, dass es kaum noch erschlossene Grundstücke gibt“, weiß Jürgen Dawo. „Die wenigen, die angeboten werden, überschreiten die Budgets von Durchschnittsverdienern, insbesondere von Familien mit Kindern, um ein Vielfaches.“ Der Kauf einer Eigentumswohnung ist für die meisten Befragten laut Bauo-Meter keine Alternative zum Haus. Nur 22 Prozent geben an, dass alternativ auch eine Eigentumswohnung als bevorzugte Wohnform in Frage kommen würde.

## Unternehmensentwicklung Town & Country Haus

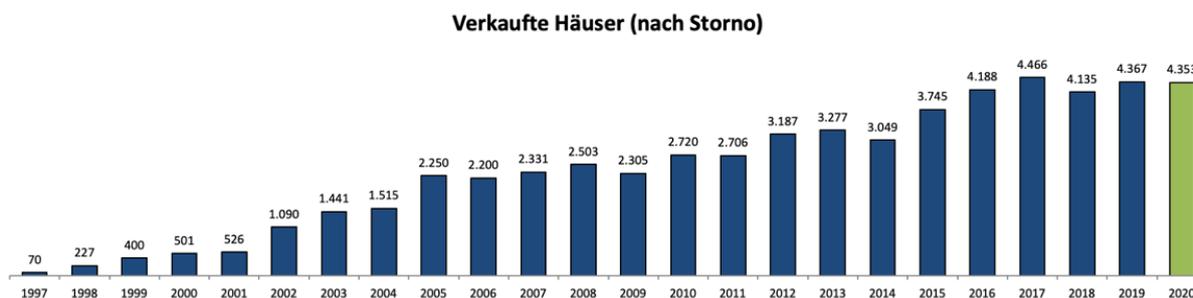
Seit der Unternehmensgründung 1997 kann Town & Country Haus ein kontinuierliches Wachstum verzeichnen und sich damit gegen den Trend der Baubranche entwickeln. Die Basis für die erfolgreiche wirtschaftliche Entwicklung von Town & Country Haus legten Gabriele und Jürgen Dawo 1987 mit der Kulsa-Immobilien-Beratungs GmbH, ein Immobilien-Maklersystem.

Permanente Marktbeobachtungen ließen Jürgen Dawo frühzeitig die Nachfrage im Segment für preisgünstiges Bauen erkennen. Der Häuserverkauf wurde schließlich 1997 um den Hausbau erweitert – die Geburtsstunde von Town & Country Haus. Seitdem ist der Umsatz von Town & Country Haus im Auftragseingang von 6,9 Mio. Euro im Jahr 1997 auf 1.021,1 Mio. Euro in 2020 gestiegen.



Umsatzentwicklung nach Auftragseingang in Mio. EUR (brutto); Quelle: Town & Country Haus

Parallel dazu hat sich auch die Zahl der verkauften Häuser in den letzten Jahren entwickelt. 2020 verkaufte Town & Country Haus hierzulande insgesamt 4.353 Häuser.



Verkaufte Häuser seit 1997 (nach Storno); Quelle: Town & Country Haus

## Marktpotenzial von Town & Country Haus

Town & Country Haus bewegt sich in einem stark fragmentierten Markt. Die Top drei Massivhausanbieter erwirtschaften zusammen einen Marktanteil von unter zehn Prozent. Ein Großteil des Gesamtumsatzes für Wohnungsbau wird von kleineren, lokal tätigen Unternehmen erwirtschaftet.

Dass sich Town & Country Haus ein zukunftssträchtiger Markt bietet, zeigt auch die Eigenheimquote. In Deutschland beträgt sie gerade einmal 51,4 Prozent. Im europäischen Vergleich befindet sich Deutschland damit an vorletzter Stelle, so ein Artikel aus dem Focus Online im Dezember 2020. Im Durchschnitt liegt die Eigenheimquote in Europa bei über 70 Prozent. Der Wunsch nach Wohnbesitz ist bei den deutschen Bundesbürgern nicht weniger stark als in anderen europäischen Ländern ausgeprägt. Wohneigentum wird insbesondere als eine ideale Form der privaten Altersvorsorge angesehen. Haupthinderungsgrund sind jedoch die vergleichsweise hohen Grundstücks- und Baukosten.

## Qualität als Standard

Town & Country Haus ist der erste Anbieter am deutschen Markt, der den Hausbau mit einem umfangreichen Dienstleistungsportfolio ergänzt. Gerade Normalverdienern wird so der Traum von den eigenen vier Wänden ermöglicht.

Durch die standardisierte Systembauweise, ein hohes Baustellen-Management sowie gute Lieferantenkonditionen, durch z. B. Gemeinschaftseinkauf, können sowohl die Bauzeit als auch die Kosten erheblich reduziert werden. Der Hausbau bei Town & Country Haus ist bereits für einen Preis von 1.400 Euro pro Quadratmeter möglich. Zudem minimieren die Leistungen des im Kaufpreis eines Massivhauses enthaltenen Hausbau-Schutzbriefes das Risiko des Bauherrn vor, während und nach der Bauphase.

## Franchise-Vorteile nutzen

Die Vorteile von Town & Country Haus im Franchise liegen gegenüber dem Aufbau eines Vertriebssystems mit angestellten Vertriebsmitarbeitern im Wesentlichen bei der Markterschließung mit Fremdkapital (Investition der Franchise-Partner) und dem „Motivationsplus Unternehmer“.



## Pressemappe

„Der selbstständige Unternehmer engagiert sich als Town & Country Partner weit mehr für die Interessen der Bauherren als angestellte Bauleiter“, so die langjährigen Erfahrungen von Jürgen Dawo. „Im Ergebnis ist die Kundenorientierung und damit auch die Kundenzufriedenheit größer“.

Die Franchise-Partnerschaft bietet dabei sowohl dem Franchise-Geber als auch dem Franchise-Partner den Vorteil, die Marktmacht vom Großunternehmen (Systemzentrale) mit der Marktnähe der Kleinunternehmen (Systempartner) zu verbinden. Die bundesweit einheitliche Umsetzung der hohen Qualitätsstandards durch die Franchise-Partner wird hier insbesondere durch ein aktives Qualitätsmanagement und Schulungen gewährleistet.

## Zukunftsaussichten

Town & Country Haus ist die führende Massivhausmarke in Deutschland. Das Unternehmen ist dabei mit über 350 Franchise-Partnern am Markt aktiv. 2020 wurden insgesamt 4.353 Häuser verkauft. Seit der Gründung baute das Unternehmen mehr als 40.000 Häuser in ganz Deutschland, 3.090 davon allein im Jahr 2020. Damit ist Town & Country Haus seit dem Jahr 2009 Deutschlands meistgebautes Markenhaus. Mittelfristig plant das Unternehmen, rund 5.000 Häuser pro Jahr zu bauen.



Statistik der gebauten Häuser von Town & Country Haus; Quelle: Town & Country Haus

Das Marktpotenzial in Deutschland wird von Town & Country Haus auf ca. 600 Franchise-Betriebe eingeschätzt. „Auf diesem Weg sind die permanente Weiterbildung unserer Partner sowie die einheitliche Umsetzung von Systemstandards und die Qualitätssicherung wesentliche Erfolgsfaktoren“, erklärt Jürgen Dawo. „Außerdem gilt es, den Wissenstransfer innerhalb des Unternehmens weiter auszubauen.“

## Internationale Expansion

Daneben hat Town & Country Haus im Jahr 2004 auch die internationale Expansion gestartet. Der Startschuss fiel mit der Vergabe der ersten Master-Franchise-Lizenz in Österreich, wo Town & Country Haus heute ebenfalls führend ist.

## Franchise

### Existenzgründung: Was ist Franchise?

Franchise ist zunächst eine Expansionsform, bei der sich zwei Unternehmer mit einem gemeinschaftlichen wirtschaftlichen Ziel zusammenschließen. Diese Franchise-Partnerschaft, auch „partnership for profit“ genannt, zeichnet sich durch folgende Eigenschaften bzw. Aufgabenverteilungen aus:

#### ***Synergieeffekte nutzen***

Der Franchise-Geber entwickelt und standardisiert eine Geschäfts- und Unternehmensidee und bietet diese nach erfolgreicher Markterprobung sogenannten Franchise-Partnern gegen Gebühr an. Aufgabe des Franchise-Partners ist es, das vom Geber entwickelte Konzept in seinem lokalen und regionalen Markt umzusetzen und seinen Standort auf- und auszubauen. Aufgabe des Franchise-Gebers ist es, durch kontinuierliche Innovationen, Mengenbündelung im Einkauf, ein aktives Qualitätsmanagement und die Beratung seiner Partner den Erfolg des gesamten Systems zu sichern.

#### ***Vom Netzwerk profitieren***

Ein Franchise-System ist ein Netzwerk von selbstständigen Unternehmern. Die Existenzgründung als Franchise-Partner bringt hier eine Fülle von Vorteilen: Man investiert in eine funktionierende Geschäfts- und Unternehmensidee, die sich stetig den Entwicklungen des Marktes anpasst und profitiert in sämtlichen unternehmerischen Bereichen von der Unterstützung des Franchise-Gebers und dem Austausch mit anderen Partnern des Systems. Ähnlich einer Vereinsmitgliedschaft muss der Partner zur Teilnahme an diesem Netzwerk eine sogenannte „Einstiegsgebühr“ zahlen, mit der er das Recht erwirbt, sich im System unternehmerisch zu engagieren. Für die dauerhafte Unterstützung durch den Franchise-Geber zahlt er monatlich eine „Franchise-Gebühr“, deren Höhe meist vom Einkaufs- oder Verkaufsumsatz abhängt. Zur Pflege, Verbreitung und Fortentwicklung der gemeinsam genutzten Corporate Identity wird außerdem eine „Werbegebühr“ zweckgebunden an die Franchise-Zentrale abgeführt.

## Zahlen und Fakten von Franchise in Deutschland

Heute bieten nach Auskunft des Deutschen Franchiseverbandes ca. 930 Unternehmer-Systeme ihre Geschäftsidee am Markt an. Davon sind lediglich 100 bis 200 reine Franchise-Systeme im Sinne der Definition des Deutschen Franchiseverbands in Berlin. Alle übrigen Systeme betreiben Franchise nur insofern, als dass ihr Betriebstyp die einem Franchise-System immanenten Leistungen anbietet. Ein Rückschluss auf das Erfolgspotenzial der Systeme ist daher allein aus dem Begriff „Franchise-System“ nicht möglich. Ein Indiz für das Erfolgspotenzial ist die Mitgliedschaft im Deutschen Franchiseverband insbesondere dann, wenn sie von neutralen Zufriedenheitsanalysen anerkannter Institutionen und/oder Beratern begleitet wird.

Über 138.000 Existenzgründer haben sich als Franchise-Partner bis heute in Deutschland selbstständig gemacht. Insgesamt beschäftigt die deutsche Franchise-Wirtschaft über 749.000 Mitarbeiter. Führend sind die Dienstleistungs-Franchisen mit einem Anteil von rund 38 Prozent, gefolgt vom Handel (21 Prozent) sowie von den Gastronomie-Touristik-Freizeit-Anbietern (30 Prozent). Die Handwerk-, Bau- und Sanierungsbranche kommt auf einen Anteil von 11 Prozent.

## Franchise-Partnerschaft bei Town & Country Haus

Die Geschäftsidee von Town & Country Haus beruht auf dem Massivhausbau in Systembauweise mit dem Anspruch: „Alles aus einer Hand“ - also dem Kunden nicht nur das Haus, sondern auch ein Grundstück und die passende Finanzierung zu bieten. Town & Country Haus steht dabei für preisgünstiges Bauen mit hoher Qualität. Dabei kann sich der Kunde aus derzeit über 40 Typenhäusern seine Hausvariante zusammenstellen. Der im Kaufpreis enthaltene Hausbau-Schutzbrief bietet dem Bauherrn zudem eine größtmögliche Sicherheit vor finanziellen Risiken.

Town & Country Haus liefert seinen selbstständigen Franchise-Partnern für zwei unterschiedliche Geschäftsmodelle (Partner im Hausverkauf und Partner im Hausbau) ein schlüsselfertiges Konzept. Neben dem gesamten Geschäfts-Know-how sind in diesem insbesondere umfangreiche Schulungs- sowie Marketingmaßnahmen enthalten.

### ***Erfolgsfaktoren Partnerschaft***

Das Interesse von Town & Country Haus liegt sowohl in der wirtschaftlich gesunden Entwicklung der Franchise-Partner als auch im Auf- und Ausbau der Marktstellung und der systematischen Marktbearbeitung. Dabei ermöglicht Town & Country seinen Partnern – im Vergleich zur Einzelgründung – zunächst einen einfacheren Markteinstieg und schließlich eine einfachere Marktverankerung. Der Erfolg ist insbesondere von folgenden Faktoren abhängig:

### **1) Franchise- und Servicepaket der Zentrale**

Gemäß dem Partnerschaftsgedanken im Franchise versteht sich die Franchise-Zentrale als Dienstleister des unternehmerischen Erfolgs ihrer Partner und unterstützt sie mit einem unternehmerischen Leistungsangebot. Hierzu zählen insbesondere:

- Standortpotenzialanalyse und -beratung
- Hospitation in einem Franchise-Betrieb
- Finanzierungshilfen in Zusammenarbeit mit der Hausbank des Franchise-Partners und den Förderbanken der Länder und des Bundes
- Transparenz vor Vertragsunterzeichnung: Einsicht in alle wichtigen Unternehmens-Zahlen und -Informationen
- Ausführliche Handbücher (System, Marketing)

- Gemeinschaftseinkauf sowie Rahmenabkommen im Vertrieb und mit Zulieferfirmen
- EDV-gestützte Betriebsorganisation und -beratung
- Start-Up-Schulungen: Professionelle Grundausbildung
- Fortwährende Aus- und Fortbildung auch für Mitarbeiter
- Laufende Schulungen über das Internet im eigenen E-Campus
- Ausbildung zum Hausverkäufer (IHK), zum Projektmanager Wohnbau (IHK), zum Baufinanzierungsberater (IHK) sowie Strategieberater (IHK)
- Beratung bei der Personalauswahl
- Eröffnungs- und Aktionswerbung
- Regionale und überregionale PR
- Regionale und überregionale Werbung
- Start-up-Intensivbetreuung
- Marketingberatung und kaufmännische Beratung
- Betriebsvergleiche
- Budgetierung/Controlling
- Aufwandsminderung in den Bereichen Architektur und Statik durch vorgefertigte Planung
- Persönliche Beratung durch Betriebsberater
- Erfahrungsaustausch- und Jahrestagungen

Die Dienstleistungen der Zentrale dienen hier einerseits dem unternehmerischen Erfolg und damit auch der Zufriedenheit der Partner. Andererseits begleiten und tragen sie wesentlich zur Wahrung der systemweiten Standards bei.

## 2) Produkt und Dienstleistung

Ziel von Town & Country Haus ist es, seine Marktpräsenz weiter auszubauen. Ermöglicht werden soll dies durch eine weitere fortlaufende Optimierung der Angebotspalette sowohl in Bezug auf Trends und Marktentwicklungen bei der Hausplanung und -erstellung als auch in Bezug auf eine Anpassung der innovativen Dienstleistungen rund um den Hausbau. Über Kooperationen mit großen Herstellern kann Town & Country Haus insbesondere sein Know-how über Marktentwicklungen, Einkaufsvorteile und Qualitätsstandards aktiv sichern und ausbauen.

Insgesamt umfasst die Angebotspalette der Town & Country Partner über 40 Typenhäuser, die individuell nach Kundenwünschen konzipiert werden. Im Vertrieb

werden die Town & Country Franchise-Partner mit einer systemeigenen Präsentations-Software unterstützt. Der sogenannte Hausplaner ermöglicht dabei die individuelle Hausplanung nach dem Vorbild der Automobilindustrie. Die Gestaltung des Hauses mit einer dreidimensionalen Darstellung ist so zusammen mit dem Kunden direkt am PC möglich.

### **3) Marketing**

An der Spitze der Erfolgsfaktoren steht – neben Produkt- und Dienstleistungen – das gemeinsame Marketing. Im Mittelpunkt steht dabei die Markenstärke. Die Stärke der Marke und deren bundesweite Verbreitung mit einer klaren Positionierung ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor für eine Franchise-Partnerschaft mit Town & Country Haus.

Laut einer aktuellen Studie ist die Marke Town & Country Haus eine der bekanntesten Marken im deutschen Massivhausbau. Ein einheitlicher Marktauftritt gemäß den Standards von Town & Country Haus wird durch die Bereitstellung zahlreicher Vertriebs- und Werbemittel an die Partner ermöglicht.

#### ***Werbevorlagen***

Die effektive Werbemittelversorgung der Partner sowie die Umsetzung von Verkaufsförderungsmaßnahmen vor Ort haben eine wichtige unternehmerische Bedeutung: Sie überzeugen den Kunden, steigern die Bekanntheit und stärken die Marke. So erhalten die Franchise-Partner von Town & Country Haus regelmäßig alle Werbemittel und -vorlagen, die den unternehmerischen Erfolg der Partner unterstützen. Die Vorlagen umfassen sämtliche Bereiche der Werbung wie z. B. Anzeigenentwürfe oder Flyer. Auf diese Weise wird den Partnern ein Werkzeug an die Hand gegeben, welches es ihnen ermöglicht, kostengünstige und CI-konforme Unternehmenswerbung und -informationen zu erstellen.

#### ***Überregionale Werbung und Marketingaktionen***

Die Town & Country Zentrale unterstützt ihre Partner regelmäßig mit überregionaler Werbung in TV, Radio und Print, die jährlich mehrere hundert Mio. Menschen erreicht. Im Marketing-Mix setzt Town & Country Haus auch auf Markenkooperationen. Zu den Aktionspartnern gehörten beispielsweise McDonald's, Edeka, LIDL, Kaufland, Milka, Ehrmann sowie ProSieben, Sat.1, RTL und der Axel-Springer-Verlag (die Bild-Zeitung). Darüber hinaus profitieren Town & Country Partner von umfangreichen

Online-Marketing-Maßnahmen, das sie bei der Gewinnung von Interessentenanfragen unterstützt.

#### **4) Aus- und Fortbildung/Wissensaustausch**

Der Aus- und Fortbildung sowie dem Wissensaustausch untereinander kommt bei Town & Country Haus zur Gestaltung des unternehmerischen Erfolgs seiner Partner eine große Bedeutung zu. So erhalten die Town & Country Partner und deren Mitarbeiter eine intensive und fortlaufende Aus- und Fortbildung. Ziel ist die kompetente Ausbildung der Partner und deren Mitarbeiter sowie den aktuellen Entwicklungen am Markt Rechnung zu tragen. Das Aus- und Fortbildungsprogramm basiert dabei auf verschiedenen Säulen:

##### ***Start-up-Intensivberatung und persönliche Betriebsberatung***

Neue Franchise-Partner erfahren zu Beginn ihrer Partnerschaft eine intensive Unterstützung durch einen Start-up-Manager. Dieser begleitet die Franchise-Partner in den ersten Monaten ihrer Selbstständigkeit mit Town & Country Haus und steht ihnen dabei als zentraler Ansprechpartner in allen Fragen zur Verfügung. Ziel dieser Intensivberatung ist ein möglichst schneller Einstieg für den Partner an seinem regionalen Markt. Im Anschluss profitieren Town & Country Partner von einer fortwährenden, persönlichen Betriebsberatung. Ziel dieser kennzahlengestützten Beratung ist der weitere Auf- und Ausbau des Unternehmens sowie die Erreichung eines hohen Marktanteils in dem jeweiligen Gebiet.

##### ***Schulungszentrum in Weberstedt***

In dem hauseigenen Schulungszentrum in Weberstedt (Thüringen) werden die Franchise-Partner und deren Mitarbeiter an insgesamt rund 150 Schulungstagen fortgebildet. Themen sind z. B. Zeit- und Prioritätenmanagement, Strategieentwicklung, Betriebs- und Personalführung sowie themenspezifische Workshops und Coachings.

##### ***Gesamt- und Regional-Workshops***

Zweimal jährlich treffen sich die Town & Country Partner zu sogenannten Gesamt- und Regional-Workshops, die dem Informationsaustausch, aber auch der Vorstellung neuer Konzepte und Ideen dienen. Die Gesamt-Workshops werden um Themenworkshops ergänzt, womit insbesondere den regionalen Unterschieden in der Baubranche Rechnung getragen werden.

### **Schulungsvideos**

Über das systemeigene Intranet (TC-Info) und Videoportale können Franchise-Partner von Town & Country Haus auf Schulungsvideos und Informationen zugreifen und sich so zeitnah zu aktuellen, aber auch allgemeingültigen Themen informieren. Die Partner werden so z. B. über alle neuen Entwicklungen rund um den Hausbau und die Unternehmensführung informiert.

### **IHK-Weiterbildung**

Gemeinsam mit der IHK Erfurt und der Europäischen Kommunikations-Akademie für Bildung, Beratung und Projekte e.V., kurz EKA, entwickelte Town & Country Haus mit dem Hausverkäufer (IHK) und dem Projektmanager Wohnbau (IHK) verschiedene Weiterbildungsmöglichkeiten für die Town & Country Partner und deren Mitarbeiter. Ziel ist es, einen bundesweit einheitlichen Qualitätsstandard insbesondere in der Beratung und dem Baustellenmanagement zu schaffen und gleichzeitig den Start von neuen Partnern in die Selbstständigkeit mit Town & Country Haus zu fördern. Bis heute wurden allein über 300 Fortbildungen zum Hausverkäufer (IHK) erfolgreich abgeschlossen. Seit 2009 bietet Town & Country Haus zudem die Weiterbildung zum Strategieberater (IHK) an.

## Partnerporträt und Interview

### Aussichtsreiche Perspektiven für Quereinsteiger

Wer sich in einer fachfremden Branche selbstständig machen möchte, kann in Franchise-Systemen einen geeigneten Partner finden. Auch Deutschlands führende Massivhausmarke Town & Country Haus setzt bei seiner Expansion auf führungserfahrene Quereinsteiger.

In Deutschland entscheiden sich jedes Jahr rund 605.000 Existenzgründer für den Schritt in die Selbstständigkeit (Stand: 2019). 138.000 von ihnen setzen dabei auf eine Franchise-Partnerschaft und damit auf ein bereits am Markt erprobtes Geschäftskonzept. Die Selbstständigkeit mit System soll den Unternehmern nicht nur den Markteinstieg erleichtern. Sie ermöglicht es auch, als Quereinsteiger in einer bisher fremden Branche Fuß zu fassen. Aus erfahrenen Managern und Führungskräften werden so lokale Unternehmer.

Auch Deutschlands führende Massivhausmarke Town & Country richtet sich bei seiner Expansion an Quereinsteiger. „Wir erwarten keine spezifischen Branchenkenntnisse, sondern Führungsqualitäten und Erfahrungen im Projektmanagement“, erklärt Jürgen Dawo, Gründer und Franchise-Geber von Town & Country Haus. Das erforderliche fachspezifische Wissen werde den Unternehmern in umfangreichen Schulungen vermittelt.

### Synergien nutzen

Auch Annette Meyer aus dem Landkreis Osnabrück ist eine solche Quereinsteigerin. Seit August 2014 ist die 45-Jährige für den Verkauf und die Erstellung der massiv gebauten Town & Country Häuser im niedersächsischen Landkreis Osnabrück zuständig. Mehr als zehn Jahre war sie zuvor unter anderem für das Produktmanagement bei einem großen Haushaltsgerätehersteller verantwortlich. Als in ihr der Wunsch reifte, sich beruflich noch einmal zu verändern, erschien ihr Franchise ideal.

„Ich wollte meine Stärken in den Bereichen Projektmanagement und Marketing einbringen, aber auch von den Vorteilen eines bereits am Markt hundertfach umgesetzten Konzepts und einer bekannten Marke profitieren“, erklärt Meyer, die gezielt nach einem Franchise-Konzept im technischen Bereich gesucht hatte.

## **Austausch und Beratung**

Mit der Unterstützung einer Mitarbeiterin baut Annette Meyer das Marketing auf, macht sich und ihr Angebot z. B. über regionale Messen und Anzeigen bekannt. Parallel dazu arbeitet sie sich in die für sie neue Branche ein, absolviert Schulungen und schafft die Infrastruktur für das künftige Wachstum ihres Unternehmens. Neben dem Austausch mit anderen Town & Country Unternehmern, wird sie in der Startphase auch von der Town & Country Zentrale besonders unterstützt. Im Rahmen des Start-up-Managements stellt diese ihr einen Betriebsberater als persönlichen Ansprechpartner zur Seite. So werden nicht nur offene Fragen geklärt, sondern auch eine Schnittstelle zu den verschiedenen Fachabteilungen des Hausanbieters geschaffen.

„In der Selbstständigkeit muss man sich gerade zu Beginn selbst um alle Dinge kümmern – von der IT über Personalangelegenheiten, Buchhaltung, Akquise von Handwerkern bis hin zu Marketing und Vertrieb. Da ist es hilfreich, besonders in fachspezifischen Fragen nicht alleine gelassen zu werden.“

## **Traum vom Eigenheim erfüllen**

In den ersten fünf Monaten verkauft Annette Meyer zwei Häuser. Das erste volle Geschäftsjahr schließt sie bereits mit 27 verkauften Häusern ab – ein Start über Plan. Mittlerweile hat sie einen Marktanteil von 15 Prozent und ist damit in ihrem Gebiet an der Spitze der Hausanbieter. Bis heute ist ihr Team auf mehr als 10 Mitarbeiter gewachsen, darunter auch ein Bauleiter und ein Bauabwickler, die die Bauprojekte steuern. Im Vertrieb kooperiert sie zudem mit Franchise-Partnern von Town & Country Haus, die auf den Hausverkauf spezialisiert sind. Dabei legt Annette Meyer viel Wert darauf, dass die Bedürfnisse der Zielgruppe stets im Mittelpunkt stehen und sie ganz nah an ihren Kunden ist.

„Wir richten uns an den Normalverdiener, der wenig bis keine Erfahrung im Hausbau mitbringt und ein hohes Sicherheitsbewusstsein hat“, erklärt sie. „Diesen Menschen möchten wir helfen, dass sie sich ihren Traum vom Eigenheim nachhaltig erfüllen können.“ Dass sie selbst im Hausbau eine Quereinsteigerin ist, erweist sich dabei auch als Vorteil. Schließlich gehe es darum, sich emphatisch in die Situation der zukünftigen Bauherren hineinzusetzen.

Rund 800 Baugenehmigungen werden derzeit im Landkreis und der Stadt Osnabrück pro Jahr im Ein- und Zweifamilienhaussegment vergeben. Das Potenzial für weiteres



Pressemappe

Wachstum ist also noch groß. Im Jahr 2017 hat Anette Meyer ihr Gebiet um den benachbarten Landkreis Minden-Lübbecke erweitert.

(Stand: 2017)

## Interview mit Jürgen Dawo, Gründer von Town & Country Haus

**Town & Country Haus entwickelt sich seit Jahren entgegen den Branchentrend und ist heute Deutschlands führende Massivhausmarke. Was ist Ihr Erfolgsgeheimnis?**

Jürgen Dawo: Mit unserer Idee, den systemischen mit dem individuellen Hausbau zu verbinden, treffen wir nach wie vor den Nerv der Zeit. Denn wir ermöglichen auch Normalverdienern, sich den Traum von ihren eigenen vier Wänden zu erfüllen und für ihr Alter vorzusorgen.

Dabei denken wir mit dem Kopf unserer Kunden. Das bedeutet, dass wir unsere Produkt- und Serviceleistungen nach den Bedürfnissen und Wünschen unserer Kunden ausrichten, sie permanent optimieren und weiterentwickeln. Daneben kommt dem Wissenstransfer innerhalb des Unternehmens Town & Country Haus sowie dem Qualitätsmanagement eine besonders hohe Bedeutung zu. Town & Country Haus versteht sich als ein „lernendes Unternehmen“ und legt besonders viel Wert auf die fortwährende Weiterentwicklung der Partner und deren Mitarbeiter.



**Vor dem Hintergrund von Klimawandel und Ressourcenknappheit rücken Energiesparhäuser in den Fokus des allgemeinen Interesses. Welche Strategie verfolgt Town & Country Haus in diesem Zusammenhang?**

Town & Country Haus hat schon sehr früh begonnen, sich mit dem Thema Nachhaltigkeit und Ökologie zu beschäftigen. Zur positiven Klimabilanz unserer Massivhäuser trägt beispielsweise die Tatsache bei, dass unsere Franchise-Partner sämtliche Baustoffe über den regionalen Handel beziehen und die Lieferwege so kurz gehalten werden. Unser Ziel ist es, Energiesparen für Jedermann zum Standard zu machen und so günstige Betriebskosten zu bieten. Gleichzeitig arbeiten wir daran, die Nutzung fossiler Rohstoffe im Hausbau weiter zu senken. Heute benötigt ein typisches Haus bereits 30 % weniger Beton, Holz und Stahl als noch vor 15 Jahren. Gebaut wird



## Pressemappe

zudem auf kleineren Grundflächen ab 78 qm unter Berücksichtigung von modernen Flächennutzungskonzepten.

### **Town & Country Haus versteht sich als nachhaltiges Unternehmen und wurde 2013 als erstes Franchise-System auch mit dem Green Franchise-Award ausgezeichnet. Was steht konkret hinter dem Nachhaltigkeitsprogramm?**

Auch wenn es nichts Schöneres gibt als das eigene Heim, der Boden, auf dem wir es bauen, ist von unseren Kindern nur geliehen. Nachhaltigkeit ist für uns daher Verpflichtung und Herausforderung zugleich. Nicht nur gegenüber den vielen Käufern eines Town & Country-Hauses, zu denen jedes Jahr Tausende hinzukommen, sondern auch gegenüber unseren Partnern und Mitarbeitern sowie deren Familien. Wir setzen uns daher auch für eine ausgeglichene Ökobilanz ein. Die Town & Country Stiftung unterstützt unter anderem EUROPARC Deutschland, die Dachorganisation der „Nationalen Naturlandschaften“. Mit jedem Town & Country-Energiesparhaus fließt ein Betrag direkt in Nachhaltigkeits- und Umweltprojekte. Bei all den Aktionen sind unsere Franchise-Partner eng eingebunden. Sie setzen die Nachhaltigkeitsaktionen direkt vor ihrer Haustür um – dort wo sie die größte Wirkung entfalten können.

### **Im Kaufpreis eines jeden Town & Country Haus ist ein Hausbau-Schutzbrief enthalten. Was steckt dahinter?**

Für viele Menschen bleibt der Traum vom Eigenheim deshalb lebenslang ein Traum, weil sie das finanzielle Risiko scheuen. Zum einen befürchten sie Nachfinanzierungen, insbesondere während der Bauphase, zum anderen haben sie Angst vor unvorhersehbaren Lebensereignissen, die sie die finanzielle Belastung nicht mehr tragen lassen.

Mit den Leistungen unseres Hausbau-Schutzbriefes, wie beispielsweise einer Garantie auf die gesamte Finanzierungssumme oder einem 20 Jahre NotfallHilfeplan mit der gemeinnützigen Town & Country Stiftung, gehen wir genau diese Risiken aktiv an. Wir bieten unseren Kunden zusätzliche Sicherheiten – von der Unterzeichnung des Kaufvertrages bis zur Zahlung der letzten Rate und darüber hinaus – und ermöglichen ihnen so den Weg zu den eigenen vier Wänden.

### **Wo sehen Sie die Vorteile von Franchise bei der Expansion von Town & Country Haus?**



## Pressemappe

Franchise ermöglicht es uns, das gesamte Town & Country-Konzept einheitlich mit selbstständigen Unternehmern in den jeweiligen lokalen Märkten umzusetzen. Als Denk- und Innovationszentrale lautet unser Wahlspruch dabei: „Unser Geschäft ist es, dafür zu sorgen, dass unsere Partner bessere Geschäfte machen.“ Daneben profitiert der Einzelne insbesondere von Einkaufsvorteilen und Marketingaktionen, auf die es gerade in dem Segment für preiswertes Bauen ankommt, und natürlich der starken Marke Town & Country.

### **Was sollte ein Franchise-Partner für die Selbstständigkeit mit Town & Country Haus mitbringen?**

Auf jeden Fall Spaß am Umgang mit Menschen. Partner, die nicht nur für den Verkauf, sondern auch für die Fertigstellung unserer Massivhäuser sorgen, sollten zudem über Führungseigenschaften verfügen. Denn für eine Person alleine ist Verkaufen, Bauen und Abwickeln nicht möglich. Stattdessen kommt es darauf an, ein kompetentes Team rund um den Hausbau zu koordinieren und zu führen. Wir richten uns hier heute in erster Linie an führungserfahrene Manager, die mit einem erprobten Konzept ein eigenes, werthaltiges Unternehmen aufbauen können.

Als Partner von Town & Country Haus sollte man sich außerdem um die Bedeutung seiner Stellung in der Gesellschaft bewusst sein. Schließlich wird es der Town & Country Partner sein, der in den kommenden Jahren dem Normalverdiener und sicherheitsbewussten Bauherren den Einzug in die eigenen vier Wände ermöglichen wird. In Zeiten sinkender Renten werden diese von der Bevölkerung immer dringender benötigt. Denn wer bis zum Renteneintritt nicht in seinen bezahlten, eigenen vier Wänden lebt, wird in den nächsten 20 bis 30 Jahren Schwierigkeiten haben, seinen dritten Lebensabschnitt zu gestalten.

Interview geführt von :peckert public relations (Stand: 2018)