



Hörcafé-Franchise-nehmer Stefan Marchl bei der Beratung einer Kundin in seinem Geschäft in Stainz.

Espresso vom Hörakustiker

Das Hörcafé ist kein Kaffeehaus, sondern ein Fachgeschäft für Hörgeräte. Dennoch wird das System seinem Namen gerecht: Man bietet Kunden Espresso und Co. VON CARINA JAHN

Stefan Marchl war für eine Hörakustik-Kette tätig, als er beschloss, sich selbstständig zu machen. „Als Angestellter musste ich Vorgaben der Führungsetage einhalten, ich wollte aber selbstbestimmt agieren. Also habe ich beschlossen, ein eigenes Geschäft zu eröffnen“, so der Hörakustik-Meister, der daraufhin zu recherchieren begann und dabei auf das Hörcafé stieß. Bei einem Gespräch mit dem Franchisegeber überzeugte er sich vom System und ging 2021 als Partner an Bord.

Warten im Wohnzimmer

Seinen 60 Quadratmeter großen Standort eröffnete er in der steirischen Marktgemeinde Stainz. „Das war die beste Entscheidung, denn in Stainz und Umgebung gibt es weit und breit keinen Hörgeräteakustiker“, erzählt Marchl, der sein Geschäft wohnzimmergerecht einrichtete: Anstelle eines Beratungstisches gibt es einen höhenverstellbaren Esstisch, als Wartebereich dient eine Couch, auch wur-

GEWINN-Bewertung

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

de eine Wohnwand samt Fernseher miteingeplant. „So können wir mit Personen, die Probleme beim Fernsehen haben, überprüfen, ob die Hörgeräte-Einstellung passt“, sagt Marchl.

Sein Angebot umfasst Hörtests, die in einer schallisolierten Hörkabine durchgeführt werden, Hörgeräte und deren Servicierung sowie Gehörschutz für Industrie (etwa Straßenbau) und Freizeit (zum Beispiel fürs Schwimmen). Kommt beispielsweise ein Kunde mit einer Überweisung vom HNO-Arzt für ein Hörgerät ins Geschäft, wird eine Hörmessung durchgeführt und über die persönliche Lebenssituation in Alltag, Beruf und bei Hobbys gesprochen. „Hat der Kunde ein bis zwei Kontakte pro Tag, ist ein Kassengerät ausreichend. Ist er noch

berufstätig und hat Meetings, wird ein leistungsstärkeres Gerät benötigt.“

Kein Kaffeehaus

Während der Beratung versorgt Marchl seine Kunden mit Kaffee, den er von einem Stainzer Röster bezieht und mit einer italienischen Espresso-Maschine zubereitet. Hin und wieder spaziert Laufkundschaft herein, die sein Hörcafé mit einem Kaffeehaus verwechselt. „Dann geben wir einen Kaffee aus, und oft kommt man im Gespräch drauf, dass eine Hörmessung nicht schlecht wäre. So haben wir bereits Kunden gewonnen“, sagt Marchl.

Hatte er zu Beginn zwei bis drei Kunden die Woche, so sind es heute im Schnitt neun am Tag. Um weitere Kunden bedienen zu können, plant Marchl den Umzug an einen rund 140 Quadratmeter großen Standort, ausgestattet mit zwei Hörkabinen. Aktuell schupft er das Geschäft mit einer Hörakustik-Meisterin, die Teilzeit arbeitet, und einer Auszubildenden, die Vollzeit angestellt ist. Marchl arbeitet operativ in

seinem Geschäft und weicht nur für Administratives ins Homeoffice aus.

Meister erforderlich


„Hörakustik-Geschäfte sind meist ziemlich steril. Ich wollte mit einem anderen Konzept an die Sache herangehen, und so entstand der Name Hörcafé“, erzählt Franchisegeber Stefan Ivansich, der auf die Produktpalette von acht Hörgeräteherstellern Zugriff hat und damit auch Geräte von Kunden servicieren kann, die von anderen Hörakustikern zu ihm wechseln. „Die Konkurrenz hat meistens zwei bis drei Hersteller im Sortiment.“

Alle fünf Jahre hat der Kunde Anspruch auf ein neues Hörgerät, sprich: Man erhält ein Tarifgerät oder bezahlt für das Hörgerät seiner Wahl bis zu 3.500 Euro pro Seite auf.

Hörcafé wurde 2016 in Horn gegründet, seit 2018 besteht eine Franchise-Option. Insgesamt gibt es fünf Standorte, davon werden drei von Partnern geführt. Um ein Hörcafé zu eröffnen, ist die Konzession eines Hörakustik-Meisters erforderlich. Diese bringt der Franchisenehmer mit oder stellt einen Hörakustik-Meister ein.

Fazit

Als Standortgröße werden rund 70 Quadratmeter inklusive zwei Hörkabinen empfohlen. Ein Lager ist nicht erforderlich, da die Hörgeräte erst bestellt werden, wenn der Kunde nach Tragen eines Demogeräts zufrieden ist. Bei der Einrichtung haben Partner freie Hand, sofern die Richtlinien des Kassenvertrags eingehalten werden (wie etwa ein Teppichboden in der Hörkabine, um die Schallreflexionen zu dämpfen). Die Einschulung erfolgt je nach Bedarf und Wissensstand.

Um Jungunternehmer anzusprechen, wird keine Einstiegsgebühr verrechnet, was den Start ins System erleichtert. Benötigt der Partner in der Anfangsphase gezielt Unterstützung, wird eine Pauschale vereinbart. So kostet etwa Hilfe bei der Immobiliensuche und Planung der Raumaufteilung rund 4.000 Euro. Die Marke Hörcafé macht neugierig und erweckt Aufmerksamkeit. Jedoch sind Mitbewerber am Markt stark vertreten. 

So rechnet sich Hörcafé

Die Berechnung des Mindestumsatzes erfolgte unter folgenden Annahmen*: Unabhängig von der Rechtsform wurde für den Partner ein Bruttoeinkommen von 42.000 Euro pro Jahr angenommen, das entspricht einem Nettoeinkommen von rund 2.250 Euro pro Monat. Es wird ein 70 Quadratmeter großes Gassenlokal angemietet. Als Nettomiete wurden 15 Euro pro Quadratmeter berechnet. Der Partner arbeitet voll mit, beschäftigt eine Teilzeilkraft. Es wurde eine einfache Buchhaltung unterstellt, sollte bilanziert werden, erhöhen sich die Kosten um voraussichtlich 1.500 Euro. Für die Investitionen wurden 40.000 Euro angesetzt (rund 12.000 Euro für Geräte, der Rest dient der Adaptierung des Lokals und ev. Unterstützungsleistungen des Franchisegebers). Ein Erstbestand an Hörgeräten wurde nicht berücksichtigt, da diese auf Kommission bestellt werden können. An Eigenmitteln sind 15.000 Euro eingeplant, die restlichen 25.000 Euro werden mit einem Kredit auf fünf Jahre finanziert. Die Abschreibung wurde mit fünf Jahren angesetzt. Die Franchisegebühr ist degressiv, beginnt mit neun und kann auf sieben Prozent sinken. Für den Mindestumsatz wurden neun Prozent angenommen.

Erfolgsrechnung	Break-even	in Prozent
Umsatzerlöse netto	144.000,-	100,00%
Wareneinsatz	40.320,-	28,00%
Einkauf Kaffee etc.	1.200,-	0,80%
Franchisegebühr	12.960,-	9,00%
= Summe variable Kosten	54.480,-	37,80%
Rohhertrag	89.520,-	62,20%
Abschreibung	8.000,-	5,60%
Personal	11.000,-	7,60%
Unternehmer;innen-Lohn	42.000,-	29,20%
Miete Lokal inkl. Energie	14.100,-	9,80%
Marketinggebühr (fix)	800,-	0,60%
KFZ-Kosten	3.900,-	2,70%
Werbeaufwand	2.500,-	1,70%
Zinsen und Geldspesen	2.100,-	1,50%
Buchhaltung und Beratung	2.500,-	1,70%
Telefon, Spesen, Zinsen, etc.	5.600,-	3,90%
= Summe Aufwand	92.500,-	64,20%
Ergebnis vor Steuer	-2.980,-	-2,1%
Abschreibung	8.000,-	
Kredittilgung	-5.000,-	
= freier Cashflow	20,-	0,00%

Die Gewinnschwelle wird bei einem Nettoumsatz von 144.000 Euro erreicht. Das entspricht einem monatlichen Bruttoumsatz von 14.400 Euro. Obige Rechnung unterstellt, dass der Wareneinsatz auch bei Ware in Kommission 28 Prozent ausmacht.

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

Fakten Hörcafé

Franchisegeber: Stefan Ivansich, Hopfengartenstr. 21/1/7, 3580 Horn, Tel.: 02982 20522, office@hoercafe.at, s.ivansich@hoercafe.at, hoercafe.at

Gesucht: Franchisenehmer in ganz Österreich und Deutschland

Einstiegsgebühr: Keine od. je nach Aufwand (Immobiliensuche, Planung etc.)

Jährliche Franchisegebühr:

7 bis 9 Prozent des Nettoumsatzes

Jährliche Marketinggebühr: 800 Euro

IT-Gebühr: Keine

Richtwert Startinvestition (exkl. Einstiegsgebühr): 20.000–50.000 Euro

Vertragslaufzeit: mindestens 5 Jahre