



‘De drempel is laag’

Ted Schrijver, Directeur Franchise & Business Development van Provalliance Nederland, advocaat Katinka Verdurmen van Fort Advocaten, controller Remco Noorlander van Provalliance en Helma Sengers van Fort Advocaten

Provalliance Nederland is met een netwerk van ruim 300 kapsalons een toonaangevende speler in kappersland. Een deel van die zaken is in eigen beheer, een groeiend deel in franchise. Samen met Fort Advocaten is recent de franchise-overeenkomst herzien en is er gezorgd voor een actueel, solide en evenwichtig document. “Het voelt vertrouwd.”

Franchise+ spreekt Ted Schrijver, Directeur Franchise & Business Development, en controller Remco Noorlander van Provalliance Nederland samen met advocaten Katinka Verdurmen en Helma Sengers van Fort Advocaten in de Cosmo Hairstyling salon in Amsterdam-Zuid. Tussen het fluitende geluid van de föhn en de knippende scharen vertelt Schrijver dat de salon volgend jaar opnieuw wordt omgebouwd tot flagshipstore. “We zijn in gesprek met interieurbouwers, we willen in de Cosmo-salons het hotel chique-gevoel benadrukken. Dit wordt de eerste die wordt gerebrand, het wordt heel gaaf.” Hetzelfde traject heeft Provalliance al met de formule Team Kappers doorlopen. “Daar zitten we nu in de ombouwfase, dit jaar krijgen in totaal elf zaken een nieuw interieur en volgende jaar volgen er nog eens zestien”, aldus Schrijver.

Schrijver maakt meteen duidelijk dat dergelijke plannen goed worden doorgesproken met franchisenemers. “We betrekken de franchiseraad en delen plannen op insprekavonden met franchisenemers, al hun punten worden meegenomen in het uiteindelijke conceptplan.” Franchise is namelijk belangrijk voor Provalliance, zo maakt Noorlander duidelijk. “We hebben nu eigen vestigingen en franchisevestigingen. Maar de komende jaren zullen we vooral in franchise groeien, de BrainWash-vestigingen bijvoorbeeld worden nu 100 procent in eigen beheer gerund, en daar zullen we verder in groeien door er franchise aan toe te voegen.”

JOINT VENTURE

Provalliance Nederland werd in mei 2018 opgericht nadat BrainWash en Wave International, het Nederlandse moederbedrijf van Cosmo Hairstyling en Team Kappers,

een joint venture aangingen. Provalliance Nederland groeide daarmee uit tot een toonaangevend kappersformulehuis in Nederland met een netwerk van ruim 300 eigen en franchise kapsalons met ruim 1.100 medewerkers. “Groeï in franchise betekent ook dat je zaken in de samenwerking goed en professioneel moet regelen”, weet Noorlander. Daarin hebben Provalliance en Fort Advocaten elkaar gevonden. “Er spelen veel zaken rondom franchise en franchiserecht”, weet advocaat Sengers. Eén van die zaken is de nieuwe Wet franchise, die ook betrekking heeft op de verhoudingen tussen Provalliance en zijn franchisenemers. “We hadden een franchiseovereenkomst van zes jaar oud, tijd

ver en Noorlander ervaren die werkwijze als erg prettig, blijkt uit hun woorden. “Wij zoeken naar evenwicht in de relatie. Een overeenkomst moet ons passen, maar de franchisenemers ook. Met elkaar, met de franchisenemers, Fort en wij, hebben we de balans gezocht en gevonden. Er was namelijk weinig tot geen discussie over de overeenkomst. En natuurlijk, kritische noten zijn er altijd van de ervaren franchisenemers. En dat is alleen maar goed, en de punten die zij hadden waren niet onoverkomelijk.”

Een belangrijk aspect van het succes is dat Provalliance op advies van Fort de franchisenemers van begin tot eind heeft meege-

nomen in alle stappen van de totstandkoming van de overeenkomst. “Dat heeft tot draagvlak geleid, en tot een overeenkomst die goed werkbaar

is voor iedereen. De komende periode gaan de franchisenemers langzaam over op de nieuwe overeenkomst”, zegt Schrijver.

HET VOELT GOED

In de overgangperiode houden Provalliance en Fort nauw contact. “De drempel is laag en we sparren veel. Dat is fijn, en bij veel andere kantoren echt wel anders”, weet Schrijver. Verdurmen knikt instemmend. “Het matcht. Er is veel vertrouwen, het voelt goed.”

Verdurmen noemt met name dat laatste als succesfactor. “Door de openheid van Provalliance weten we inmiddels heel veel van het formulehuis. Dat maakt ook dat we een goede sparringspartner kunnen zijn, en onze toegevoegde waarde kunnen tonen. En het wordt alleen maar beter.” Dat komt ook door Sengers houding, zegt zij zelf. “Ik werd vroeger al het ‘waarom-kindje’ genoemd. Waarom doe je dit? Waarom doe je dat? Waarom willen jullie dit? Ook nu stel ik de waarom-vraag vaak, dat houdt iedereen scherp.”

Door: Martijn Louws

“Wij schrijven op wat wij denken dat in de overeenkomst moet komen, Fort vertaalt dat naar een juridische tekst”

voor herziening vonden wij. En vond Fort. Het document moest worden herschreven en worden aangepast aan de nieuwe wet”, zegt Schrijver.

Belangrijk punt was de drempelwaarde. De drempelwaarde is een geldbedrag dat in de franchiseovereenkomst opgenomen kan worden. In het geval van een wijziging binnen de franchiseformule waar kosten mee gemeoid zijn die boven deze drempelwaarde uitkomen, dan heeft de franchisegever instemming van de franchisenemers nodig. “Die hebben we ingebracht. En hoe gaat dat dan? Wij doen een voorzetje en Fort kopt deze in. Met andere woorden; wij schrijven op wat wij denken dat erover in de overeenkomst moet komen en Fort vertaalt dat naar een juridisch kloppende tekst”, vertelt Noorlander.

EVENWICHT IN DE RELATIE

“Maar het is daardoor niet onleesbaar voor franchisenemers”, vult Verdurmen aan. “Wij leven en lezen ons in de formule in, wij willen weten wat de praktijk van de franchisenemers van Provalliance inhoudt. En dat vertalen we, samen met de aanwijzingen vanuit Provalliance, naar het papier.” Schrij-

In de overgangperiode houden Provalliance en Fort nauw contact. “De drempel is laag en we sparren veel. Dat is fijn, en bij veel andere kantoren echt wel anders”, weet Schrijver.

Meer weten?



<https://bit.ly/3jMZlFP>