

Geschäftsidee startet durch

RÜMPEL FRITZ Jungunternehmer Mirko Brucherseifer hat schon acht Franchisenehmer

Von
Erich Michael Lang

MAINZ. Der Finther Existenzgründer Mirko Brucherseifer ist mit seinem Unternehmen „Rümpel Fritz“ im vergangenen Jahr kräftig gewachsen. Inzwischen tragen die Marke bundesweit acht weitere Franchisenehmer. Seine Geschäftsidee mit dem Firmenlogo und dem Namen hat Mirko Brucherseifer beim Patentamt schützen lassen. „Es ist einfach der perfekte Name, der Wiedererkennungswert ist extrem hoch“, sagt er.

In der Borngasse, wo alles begann, steht nun ein nagelneuer Lastwagen, professionell gestylt. Jungunternehmer Bru-

cherseifer weiß, dass das Entrümpelungsgeschäft viele Anbieter hat. Im Markt hervorheben kann sich ein Unternehmen auf Dauer nur durch tadellose Leistung, faire Preise und professionelles Marketing, bis hin zu einer Internetseite, die im Fall von „Rümpel Fritz“ in der Branche ihresgleichen sucht. Die Kunden honorieren das durch Weiterempfehlung und eine ungebrochen große Nachfrage. Aber auch Franchisenehmer im Bundesgebiet zeigen sich an „Rümpel Fritz“ hoch interessiert. „Ich habe pro Woche bis zu 30 Anfragen. 90 Prozent sortiere ich gleich aus, zehn Prozent lade ich nach Mainz ein und mit drei Prozent wird das Franchiseprojekt rea-

lisiert“, verdeutlicht Brucherseifer, wie hoch seine Qualitätskriterien sind für alle, die unter dem Label „Rümpel Fritz“ fahren wollen. Aktuell expandiert der Entrümpelungsexperte nach Frankfurt, Koblenz und Trier. Für München stehen dieser Tage Verhandlungen an. Brucherseifer geht davon aus, dass die Marke in zwei Jahren flächendeckend bundesweit Präsenz zeigt. „Es läuft besser, als ich gedacht habe“, sagt er. Mit den Franchisenehmern arbeitet er auf Basis von Pauschalbeträgen. Die Lizenz kostet für ein Gebiet mit 250 000 Einwohnern 300 Euro monatlich.

Der Verwaltungsaufwand wird wohl bald eine Sekretärin

erforderlich machen. Auch denkt Brucherseifer daran, zusätzlich Kräfte einzustellen, beispielsweise für die Beratung und Begleitung von Franchiseunternehmen. Der gelernte Einzelhandelskaufmann ist sich sicher, dass seine Marke in den nächsten Jahren noch erhebliches Wachstumspotential bieten wird. 90 Prozent des Geschäftes ergeben sich durch Wohnungsaufösungen, meist nach Todesfällen. „Geh' doch mal zum Rümpel Fritz“, das soll einmal eine ganz selbstverständliche Empfehlung unter Kunden werden, wünscht sich Brucherseifer.



www.ruempel-fritz.de