



© Roland Unger

Franchise-Messe kehrt in die Stadthalle zurück

„Brandsharing“ ist das Schlagwort der diesjährigen Messe-Ausgabe. Es spielt auch auf die Vorzüge von Franchising in Krisenzeiten an.

•• Von Paul Hafner

Heute und morgen ist die Wiener Stadthalle erstmals seit 2016 wieder ganz in orange getaucht: Im Zweijahresrhythmus stattfindend, übersiedelte die Veranstaltung 2018 einmalig auf das Gelände der MGC Messe in Wien-Land-

straße, 2020 fand sie coronabedingt als reine Online-Edition statt; für Ausgabe Nummer 7 kehrt das großformatige Vernetzungstreffen, das ausstellende Unternehmen und Besucher zusammenführen soll, nun wieder an den Ursprungsort zurück, veranstaltet wie seit jeher von der (farbgebenden) Marketing- und PR-Agentur Cox Orange in Ko-

operation mit dem Österreichischen Franchise-Verband (ÖFV) und der Wirtschaftskammer.

Eine „sehr lebendige Messe mit etablierten Systemen, aber auch vielen Newcomern aus ganz unterschiedlichen Branchen“ und damit „eine frische Markenschau“ verspricht Initiatorin und Cox Orange-Geschäftsführerin Carina Felz-

mann. Man sein froh, dass es heuer zum „Live-Comeback“ kommen könne: „Wenn es um den eigenen Job, um die eigene Zukunft geht, dann wollen Menschen auch die Menschen sehen, die hinter den Marken stehen.“

Gerade in der Pandemie habe sich gezeigt, dass „die Franchisewirtschaft die Krise besser als so manche Alleinkämpfer bewäl-