



CTR CHICKEN



BEWERBUNGSFORMULAR



BEWERBUNGSFORMULAR

Bewerbungsdatum: ____ / ____ /20____

Informationen des Franchisenehmers

Vor- und Nachname:

Adresse:

Telefon:

Bitte geben Sie in einigen Sätzen an, was Ihre Motivation ist, eine CTR Chicken Filiale zu eröffnen:

Finanzierung: Liquidität & Kreditwürdigkeit

Können Sie das Eigenkapital von EUR 100'000.- erbringen? Ja ☐ Nein ☐

Sind Sie in der Lage einen Unternehmenskredit aufzunehmen? Ja ☐ Nein ☐

Masterfranchise CTR Chicken Region Süddeutschland

Yeda GmbH Baslerstrasse 7e 79540 Lörrach

• Marken- und Geschäftsbeschreibung	1
• Merkmale Ihrer Marke	3
• Investor	6
• Bewertung des Arbeitsplatzes	9
• Zusammenfassung	9
• Anhänge	9





1) MARKEN- und GESCHÄFTSBESCHREIBUNG



1.1. ARBEITSBESCHREIBUNG

CTR Chicken ist eine weltweite Fast-Food-Kette, die sich auf Fried Chicken spezialisiert hat. CTR Chicken ist bekannt für seine hochwertig, knusprig gebratenen Hähnchen, Wraps und köstlichen Burger, die mit einer Kombination aus traditionellen Aromen und innovativen Zubereitungstechniken zubereitet werden. Unsere Marke ist bestrebt, seinen Kunden und Kundinnen nur Produkte von höchster Qualität, unter Einhaltung der Halal-Standards, anzubieten.



1.2. BESCHREIBUNG DER MARKE

CTR Chicken wurde 2012 gegründet und ist seitdem weltweit schnell expandiert und sich zu einer führenden Marke in der Convenience Food Industrie entwickelt. CTR Chicken bedient seine Kunden mit mehr als 110 Restaurants, welche überwiegend im Franchise-Modell betrieben werden.



2) MERKMALE DER MARKE



2.1. GESCHICHTE

Im Jahr 1996 eröffneten unsere Gründer ein Schnellrestaurant in Leicester, England, und setzten ihre Aktivitäten mit der Eröffnung von 17 verschiedenen Filialen in Städten wie Northampton, Rugby, Hinckley, Hinckley, Leamington SPA fort. Im Jahr 2010, als sie den Mangel an "Fried Chicken"-Produkten in der Türkei erkannten, beschlossen unsere Firmengründer, ihre Aktivitäten im Bereich der Schnellrestaurants unter dem Markennamen Makfry Group in die Türkei zu verlegen. Als Ergebnis der Forschungs- und Entwicklungsarbeiten und der Studien über die für die Herstellung von Brathähnchen erforderlichen Anlagen betrat die Makfry Group Neuland in der Türkei und begann mit der patentierten Produktion von Druckfriteusen in ihrer eigenen Struktur. Sie hat auch die Forschung und Entwicklung von Paneelprodukten, dem zweitwichtigsten Rohstoff für Brathähnchen, abgeschlossen und die Lücke in diesem Sektor mit einer 100%igen Inlandsproduktion geschlossen.

Heute ist die Makfry Group, die alle für die Herstellung von Brathähnchen erforderlichen Geräte und Lebensmittel zu 100 % selbst herstellt, seit 2011 mit ihrem Restaurant Chitir Chicken auf dem Markt für Brathähnchen vertreten. Die Chitir Chicken-Restaurants, die sich rasch verzweigten und zu wachsen begannen, wurden 2016 aufgrund der schwierigen Aussprache des Wortes "Chitir" in einigen Ländern als "CTR" abgekürzt und in Filialnamen verwendet. Mit der Entscheidung des Managements der Makfry-Gruppe im Jahr 2022 wurde der Name Chitir Chicken aufgrund der hohen Anzahl der unter dem Namen CTR Chicken eröffneten Restaurants in CTR Chicken geändert. Infolge dieser Entscheidung wurde unser Slogan von Fried Chicken & More in Chicken Taste Revolution geändert. Die Makfry Group erweitert ihre Marke und ihre Produkte Tag für Tag und produziert und präsentiert weiterhin neue Produkte, indem sie die anderen Unzulänglichkeiten des Sektors mit ihren laufenden Forschungs- und Entwicklungsstudien berücksichtigt. Als CTR Chicken Familie wachsen wir mit zuversichtlichen Schritten in Richtung einer globalen Marke mit mehr als 110 Filialen in 30 Ländern und wir werden Ihnen weiterhin unsere Produkte anbieten, die wir mit unseren Qualitäts- und Geschmackswerten herstellen



2.2. MISSION

Indem wir in jedem Bereich unserer Branche einen Unterschied machen, von unseren außergewöhnlichen Mischungen, die Hühnerfleisch in Liebe verwandeln, bis hin zu unseren erstklassigen Kochgeräten, machen wir diese Unterschiede; Unser Existenzgrund besteht darin, unsere Produkte in jedes Land der Welt mit Investoren zu bringen, die unsere Kriterien erfüllen, und die „beliebteste“ Marke unserer Branche weltweit zu werden.



2.3. VISION

Unser wichtigstes und unverzichtbares Kapital seit unserer Gründung ist unsere Qualität. Seit Jahren sind wir bei unserer Qualität nie Kompromisse eingegangen und werden dies auch nie tun, und zwar mit Menschen, Institutionen oder Organisationen, denen Qualität egal ist; Es ist für uns absolut unmöglich, als Lieferant oder Händler aufzutreten. Ein weiteres unverzichtbares Merkmal von uns ist unsere Wettbewerbsfähigkeit. Der wichtigste Unterschied, den wir unseren Händlern auf der ganzen Welt bieten, ist, dass wir in jedem Markt, in dem wir tätig sind, hinsichtlich Geschmack, Preis und Qualität bevorzugt werden. Und schließlich: Wer keinen Wert auf geschriebene oder ungeschriebene ethische, moralische und kommerzielle Regeln und Werte legt, kann nicht den gleichen Weg gehen wie wir, egal um welches Thema es geht.



2.4. UNTERNEHMENSSTRUKTUR

CTR Chicken ist ein weltweit tätiges Fast- Food-Unternehmen. Es handelt sich um eine Lebensmittelrestaurantkette mit zahlreichen Franchise- Netzwerken. Derzeit ist das Unternehmen mit mehr als 110 Filialen tätig.

CTR Chicken ist ein schnell wachsendes Unternehmen, das das Franchise- System nutzt und ein Franchise- Support-Team zur Verfügung hat, um Franchisenehmer zu unterstützen und dem Erfolg neuer Filialen zu sicherzustellen. Darüber hinaus ist CTR Chicken innerhalb der Makfry- Gruppe tätig.



2.5. STANDORTE



30+
Länder

110+
Standorte



2.6. UNSERE PRODUKTE





2.7. SWOT- ANALYSE CTR CHICKEN FÜR FRANCHISENEHMER

CTR Chicken SWOT- Analyse

Die nachfolgende Analyse zeigt die Vor- und Nachteile der CTR Chicken Marke auf, sowie mögliche Chancen Risiken im Vergleich zu anderen, in derselben Branche tätigen, Unternehmen.

ALLGEMEINE FAKTOREN

STÄRKEN +

- 1)** Unternehmen , dem das Franchise-System gehört (MAKFRY LTD.) , ist auch der Hersteller der Maschinen und Lebensmittel, die im Restaurant verwendet werden.
- 2)** Ein gut etabliertes und überwachtes Restaurantmanagementsystem mit einer Unternehmensinfrastruktur.
- 3)** Möglichkeit, Menüvielfalt und Flexibilität je nach Land und Region anzubieten.
- 4)** Dank seiner Restaurant-, Shopping-Mall- und Express- Konzepte kann es standort- und kundenpotenzialgerechte Lösungen anbieten .
- 5)** Herstelleridentität des Zentrums sind die Installationskosten und die Kosten für den technischen Service gering.
- 6)** Innovativ sein mit seinem Konzeptdesign und der Menüvielfalt.
- 7)** Erstellung zentral unterstützter Richtlinien für die Menüpreisgestaltung , um wirtschaftlichere Optionen als konkurrierende Marken anzubieten.
- 8)** Potenzial , mit seinen unterschiedlichen Produktgeschmacksrichtungen treue Kunden zu gewinnen

SCHWÄCHEN -

- 1)** Die Notwendigkeit von Aufwand und Zeit für die Markenbekanntheit in der neu eröffneten Region.
- 2)** Der Prozess der Einrichtung der Infrastruktur , um den Anforderungen des Systems in jeder neu eröffneten Region gerecht zu werden. Diese Infrastrukturen;
 - Schaffung eines Versorgungssystems
 - Geschäftsteams und der Organisation
 - Erstellen eines Werbesystems
 - Erstellung des Steuerungssystems

BESONDERE FAKTOREN

CHANCEN +

- Die Tatsache, dass seine Produkte bis auf wenige bekannte Marken nicht weit genug auf dem Markt verbreitet sind und ein großer Bedarf auf dem Markt besteht, bietet eine Chance .
- Schaffung von Möglichkeiten für Investoren mit lokalen Lösungen dank des flexiblen Menüsystems.
- Neue Möglichkeiten entstehen durch Offenheit für Markttrends (Gesund, Schnell, Anders usw.)

BEDROHUNGEN -

- Konjunkturelle Schwankungen
- Zyklische Krankheiten

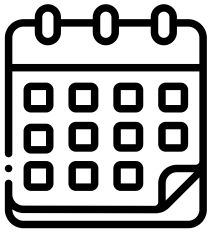
ERLAUBNIS UND ZIELE ANALYSIEREN

Es gibt mehrere Marken, die die Position ihrer Produkte auf dem Markt dominieren . Wenn wir das Produkt und seinen Platz in der Branche bewerten, scheint es, dass es eine große Marktlücke gibt. Wie aus meiner Analyse hervorgeht, streben wir danach, eine Weltmarke zu werden, indem wir unter Berücksichtigung unserer Vorteile die Lücke in der Branche und im Markt schließen.

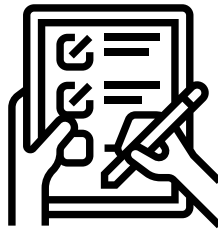
3-) YATIRIMCI



3.1. YATIRIMCININ ŞİRKETİ



Gründungsjahr



Aktivität



Partner

gemäß den oben genannten Informationen gegründet und arbeitet dort. Ziel ist es , durch die Schaffung einer Franchise der Marke CTR Chicken zu wachsen .

3.2. KAPITALPLANUNG DES INVESTOREN

Geschätzte Verdienstabelle

€	TÄGLICH	MONATLICH	JÄHRLICH	%
ERZIEHTES EINKOMMEN	2000	60000	720000	100
ROHSTOFFKOSTEN	660	19800	237600	33
VARIABLE KOSTEN	680	20400	244800	34
FIXKOSTEN	195	5850	70000	9,75
BRUTTOGEWINN	465	13950	167400	23,25

NOTIZ:

* Die obige Studie wurde auf der Grundlage von durchschnittlich 200 Rechnungsbelegen pro Tag berechnet (der Durchschnitt der Rechnungsbelege beträgt 10 €). Diese Werte hängen von der Leistung Ihres Unternehmens ab und kann je nach Marktanteil der Lebensmittelrestaurants und der aktuellen Wirtschaftslage des Landes variieren .

GESCHÄTZTER MONATLICHER ERTRAG ALS ERGEBNIS DER INVESTITIONEN:

DIE DURCHSCHNITTliche ANZAHL DER GUTSCHEINE TÄGLICH BETRÄGT 200, UND DER DURCHSCHNITTliche BETRAG DER GUTSCHEINE WIRD MIT 10€ BERECHNET .						1 MONAT BA SHABASH-VERKAUF	
Verfahren		Erläuterung	%	Betrag (€)	Aktueller Kontostand (€)	Betrag (€)	Aktueller Kontostand (€)
GESAMTAUSGABEN DES LEBENSMITTELBÜROS	EINKOMMEN	Betrag, der sich aus der Anzahl der Belege ergibt	100,00%	60.000,00	60.000,00	23.650,00	23.650,00
	KOSTEN	ROHSTOFFKOSTEN DER MÄNNER	33,00%	19.800,00	40.200,00	7.804,50	15.845,50
	KOSTEN	BÜROGESCHÄFTSAUSGABEN	0,00%	0,00	40.200,00	0,00	15.845,50
RESTBETRAG			67,00%	40.200,00		67,00%	15.845,50
GESAMT VARIABLE KOSTEN	KOSTEN	ARBEITSBETRAG	15,00%	9.000,00	31.200,00	3.547,50	12.298,00
	KOSTEN	MANAGER	5,00%	3.000,00	28.200,00	3.000,00	9.298,00
	KOSTEN	SGK	0,83%	500,00	27.700,00	197,00	9.101,00
	KOSTEN	WERBUNG GEHT	0,58%	350,00	27.350,00	236,00	8.865,00
	KOSTEN	FÖRDERUNG	0,33%	200,00	27.150,00	100,00	8.765,00
	KOSTEN	AUSLANDSDIENST	0,83%	500,00	26.650,00	150,00	8.615,00
	KOSTEN	UNIFORM	0,33%	200,00	26.450,00	100,00	8.515,00
	KOSTEN	REINIGUNGSMATERIALIEN	0,33%	200,00	26.250,00	200,00	8.315,00
	KOSTEN	WARTUNG ABGESCHLOSSEN	0,42%	250,00	26.000,00	150,00	8.165,00
	KOSTEN	ENERGIE	10,00%	6.000,00	20.000,00	2.365,00	5.800,00
	KOSTEN	BÜROAUSGABEN	0,17%	100,00	19.900,00	100,00	5.700,00
	KOSTEN	FALL PLUS/ MINUS	0,00%	0,00	19.900,00	0,00	5.700,00
	KOSTEN	A ERÖFFNUNGSKOSTEN	0,00%	0,00	19.900,00	0,00	5.700,00
	KOSTEN	SONSTIGE AUSGABEN	0,17%	100,00	19.800,00	100,00	5.600,00
RESTBETRAG			33,00%	19.800,00		33,00%	5.600,00
UNKONTROL- LIERBARE AUSGABEN	KOSTEN	MIETEN	7,00%	4.200,00	15.600,00	4.200,00	1.400,00
	KOSTEN	GEKAUFTE SERVICEGEBÜHREN	1,25%	750,00	14.850,00	500,00	900,00
	KOSTEN	BUCHHALTUNG	0,33%	200,00	14.650,00	200,00	700,00
	KOSTEN	VERSICHERUNG	0,67%	400,00	14.250,00	400,00	300,00
	KOSTEN	LIZENZGEBÜHR	0,00%	0,00	14.250,00	0,00	300,00
	KOSTEN	AMORT ISMAN	0,33%	200,00	14.050,00	200,00	100,00
	KOSTEN	FA- SPUREN	0,00%	0,00	14.050,00	0,00	100,00
	KOSTEN	SONSTIGE AUSGABEN	0,17%	100,00	13.950,00	100,00	0,00
RESTBETRAG			23,25%	13.950,00		0	
* DIE DATEN IN DIESER TABELLE WURDEN AUF DER BASIS DER STATISTISCHEN STUDIEN BERECHNET, DIE AUF EINEM DURCHSCHNITTlichen TÄGLICHEN FIS 200 DURCHGEFÜHRT WURDEN , BEI EINEM FIS-DURCHSCHNITT VON 10 €. DIE ZAHLEN SIND NICHT EINS ZU EINS GENAU, ABER SIE KÖNNEN VARIIEREN.							
	DER MONATlichen EINKÜNFTE UND AUSGABEN	GESAMTEINKOMMEN	100,00%	60.000,00			
		GESAMTAUSGABEN	76,75%	46.050,00			
		BRUTTOGEWINN	23,25%	13.950,00			

*Tabelle 1: Monatliche Verdiensttabelle. V1

ERGEBNIS DER INVESTITIONEN:

DIE DURCHSCHNITTliche ANZAHL DER GUTSCHEINE TÄGLICH BETRÄGT 200, UND DER DURCHSCHNITTliche BETRAG DER GUTSCHEINE WIRD MIT 10€ BERECHNET .					
Verfahren		Erläuterung	%	Betrag (€)	Aktueller Kontosand (€)
GESAMTAUSGABEN DES LEBENSMITTELBÜROS	EINKOMMEN	FERHALTENER BETRAG AUS DER ANZAHL DER ARBEITSPLÄTZE	100,00%	720.000,00	720.000,00
	KOSTEN	ROHSTOFFKOSTEN DER MÄNNER	33,00%	237.600,00	482.400,00
	KOSTEN	BÜROGESCHÄFTSAUSGABEN	0,00%	0,00	482.400,00
RESTBETRAG			67,00%	482.400,00	
GESAMT VARIABLE AUFWENDUNGEN	KOSTEN	ARBEITSBETRAG	15,00%	108.000,00	374.400,00
	KOSTEN	MANAGER	5,00%	36.000,00	338.400,00
	KOSTEN	SGK	0,83%	6.000,00	332.400,00
	KOSTEN	WERBUNG GEHT	0,58%	4.176,00	328.224,00
	KOSTEN	FÖRDERUNG	0,33%	2.400,00	325.824,00
	KOSTEN	AUSLANDSDIENST	0,83%	6.000,00	319.824,00
	KOSTEN	UNIFORM	0,33%	2.400,00	317.424,00
	KOSTEN	REINIGUNGSMATERIALIEN	0,33%	2.400,00	315.024,00
	KOSTEN	WARTUNG ABGESCHLOSSEN	0,42%	3.000,00	312.024,00
	KOSTEN	ENERGIE	10,00%	72.000,00	240.024,00
	KOSTEN	BÜROAUSGABEN	0,17%	1.200,00	238.824,00
	KOSTEN	FALL PLUS/ MINUS	0,00%	0,00	238.824,00
	KOSTEN	A ERÖFFNUNGSKOSTEN	0,00%	0,00	238.824,00
	KOSTEN	SONSTIGE AUSGABEN	0,17%	1.200,00	237.624,00
RESTBETRAG			33,00%	237.624,00	
UNKONTROLLIERBARE AUSGABEN	KOSTEN	MIETEN	7,00%	50.400,00	187.224,00
	KOSTEN	GEKAUFTE SERVICEGEBÜHREN	1,25%	9.000,00	178.224,00
	KOSTEN	BUCHHALTUNG	0,33%	2.400,00	175.824,00
	KOSTEN	VERSICHERUNG	0,67%	4.800,00	171.024,00
	KOSTEN	LIZENZGEBÜHR	0,00%	0,00	171.024,00
	KOSTEN	AMORT ISMAN	0,33%	2.400,00	168.624,00
	KOSTEN	FA- SPUREN	0,00%	0,00	168.624,00
	KOSTEN	SONSTIGE AUSGABEN	0,17%	1.200,00	167.424,00
RESTBETRAG			23,25%	167.424,00	
* DIE DATEN IN DIESER TABELLE WURDEN AUF DER BASIS DER STATISTISCHEN STUDIEN BERECHNET, BASIEREND AUF DEM DURCHSCHNITTlichen TÄGLICHEN FIS 200, UNTER ANNAHME DES DURCHSCHNITTlichen FIS 10€. DIE ZAHLEN SIND NICHT EINS ZU EINS GENAU, ABER SIE KÖNNEN VARIIEREN.					
ZUSAMMENFASSUNG DER JÄHRLICHEN EINNAHMEN UND AUSGABEN		GESAMTEINKOMMEN	100,00%	720.000,00	
		GESAMTAUSGABEN	76,75%	552.576,00	
		BRUTTOGEWINN	23,25%	167.424,00	

*Tabelle 2: Jahresverdiensttabelle. V1

- 1) Der durchschnittliche Umsatz der Filiale wird auf Basis von Daten bestehender Filialen auf 60.000 € geschätzt. Die durchschnittliche tägliche Umsatzerwartung beträgt € 2000.
- 2) Wenn man die Ausgaben der Branche untersucht, zeigt sich, dass sie mit den Zielvorgaben des Sektors von 33 % für Rohstoffkosten, 33 % für allgemeine Ausgaben und 33 % für den Gewinn vor Steuern im Einklang stehen.
- 3) Tagesziel liegt bei 2000 € und die durchschnittlichen Ausgaben pro Person werden voraussichtlich bei 10 € liegen und es werden mindestens 200 Belege erwartet. Die hierfür erforderliche Restaurantgröße beträgt 100 m².
- 4) europäischen Ländern belaufen sich die Installationskosten für Restaurants auf 1.000 bis 1.300 Euro pro Quadratmeter.
- 5) Abhängig von den Artikeln 3 und 4 beträgt die voraussichtliche Anfangsinvestitionssumme zwischen 100.000 und 130.000 Euro.
- 6) in Tabelle 2 zu sehen ist, wird das Jahreseinkommen eines Restaurants auf 167.424 € geschätzt. Dies bedeutet, dass der Anleger seine Investition frühestens im ersten Jahr zurückerhält, was das wichtigste Ergebnis ist, das Investoren in der Branche und in der Weltkonjunktur anziehen wird.

4-) BEWERTUNG DES ARBEITSPLATZES

Das Franchisegeberunternehmen führt vor der Einrichtung eines Arbeitsplatzes eine Standortbewertung durch. Bei diesem Bewertungsprozess wird die Zustimmung eines Expertenteams eingeholt und wesentliche Elemente wie die soziologische und wirtschaftliche Struktur der Region sowie Wettbewerbsfaktoren untersucht. Als Ergebnis der Analyse dieser Faktoren wird der Arbeitsplatz an der am besten geeigneten Stelle platziert.

5-) ZUSAMMENFASSUNG

Basierend auf den Berechnungen der Tabelle „geschätzte Verdienstabelle“, bitten wir Sie, Ihren geschätzten Umsatz pro Jahr auszuwerten. Bitte beachten Sie dabei, die zu erwartende Kundschaft pro Tag in ihrer Wahlregion:

6-) ANHÄNGE

- A. CTR-PRÄSENTATIONSDATEI
- B. CTR-UNTERNEHMENSKATALOG
- C. UNSER CTR- FRANKENKATALOG
- D. STANDORTFORMULAR

CHICKEN TASTE REVOLUTION



www.ctrchicken.com