

Die Bedeutung des Corporate Wording in der Know-how-Dokumentation

Michaela Jung, Senior Consultant, SYNCON International Franchise Consultants

Franchising steht für die Multiplikation eines erfolgreichen und erprobten Geschäftskonzeptes. Voraussetzung für die Multiplikation ist die Standardisierung gemäß dem Motto „standardisieren – dokumentieren – multiplizieren“. Mit dem Niederschreiben des System-Wissens in einer Know-how-Dokumentation wird der notwendige Standardisierungsgrad in einem Franchise-System erreicht.

Im Idealfall gibt es in einem Franchise-System einen Verantwortlichen, der die Know-how-Dokumentation erstellt. Manches Mal schreibt auch ein Projektteam aus verschiedenen Abteilungen gemeinsam daran. Je mehr Menschen in das Schreiben involviert sind, umso wichtiger ist die Festlegung eines sogenannten Corporate Wordings für die gesamte Know-how-Dokumentation. Zur Know-how-Dokumentation eines Franchise-Systems zählen der Franchise-Vertrag, Handbücher und das systemeigene Intranet oder andere ergänzende Wissensdatenbanken.

Corporate Wording bezeichnet „die Festlegung und den konsequenten Gebrauch einer einheitlichen Unternehmenssprache und Sprachkultur (z.B. Verwendung oder Vermeidung bestimmter Wörter)“ (Quelle. www.symweb.de). Das Corporate Wording eines Franchise-Systems ist Teil der Corporate Language und diese wiederum ist Teil der Corporate Identity.

Ist der Verantwortliche bzw. das Projektteam zum Erstellen der Know-how-Dokumentation definiert, ist es notwendig die inhaltlichen und äußerlichen Rahmenbedingungen festzulegen. D.h. eine Musterseite wird als Layoutvorlage zum Schreiben der einzelnen Handbuchkapitel erarbeitet, in der klare Vorgaben zu Kopf- und Fußzeile, Seitenrändern, Position des Logos, Schriftart und -größe (für Fließtext und Überschriften), Aufzählungszeichen etc. niedergeschrieben sind. Ich empfehle das Arbeiten mit einem automatischen Inhaltsverzeichnis sowie mit Formatvorlagen (für automatische Überschriften, aber etwa auch für die Hervorhebung von Richtlinien).

Dürfen Sätze über zwei Seiten geschrieben werden? Wie viele Leerzeilen müssen vor und nach einer Überschrift folgen? Werden bestimmte Wörter mit Fettdruck hervorgehoben?

Meine Empfehlung zur Nummerierung der Seiten der Know-how-Dokumentation lautet: Schreiben Sie die übergeordneten Kapitel jeweils in einem eigenen Dokument. Beispielsweise umfasst Ihre Know-how-Dokumentation 17 Kapitel (mit zahlreichen Unterkapiteln) – so erstellen Sie diese in 17 Dokumenten. Lassen Sie die Seitennummerierung in jedem Kapitel bei 1 beginnen. So haben Sie bei einer späteren Aktualisierung den geringsten Aufwand beim Austausch der veränderten Kapitel. Ein automatisches Inhaltsverzeichnis aus allen Handbuchkapiteln erstellt, sorgt für die notwendige Klarheit in der Gliederung und Nummerierung.

Üblicherweise wird die Know-how-Dokumentation in der Printfassung in einem Ringordner den Franchise-Partnern übergeben. Um die Bedeutung des niedergeschriebenen Wissens hervor zu streichen, sollten der Ringordner, die Einlageblätter und die Papierqualität der Ausdrucke hochwertig sein. Die einzelnen Handbuchkapitel können entweder auf Konzeptpapier (d.h. Logo des Franchise-Systems auf blankem Papier) ausgedruckt werden, oder das Logo wird in die Handbuchdokumente integriert und jede Seite im Farbdruck produziert.

Sind die Details zur Gestaltung der Know-how-Dokumentation definiert, gilt es das Wissen des Franchise-Systems als detailliertes Anwendungs-Know-how für den Franchise-Partner niederzuschreiben. Beschreiben Sie aus der Perspektive Ihrer Franchise-Partner die Abläufe und Verantwortlichkeiten zu den großen Bereichen Ihres Franchise-Systems: Produkte / Dienstleistungen, Outlet, Marketing / Vertrieb, Kommunikation, Management, Mitarbeiter, Training und Systemschutz. Nennen Sie die Ansprechpartner für die Franchise-Partner und welche Aufgaben für sie in der Franchise-Zentrale erfüllt werden. Streichen Sie die Bedeutung der Know-how-Dokumentation mittels Franchise-Handbuch und Intranet für den gemeinsamen wirtschaftlichen Erfolg hervor. Stellen Sie klar, warum Franchising für Sie und Ihre Franchise-Partner die richtige Wachstumsstrategie ist.

Achten Sie darauf nicht in die eigene Innensicht Ihres Franchise-Systems zu rutschen und Prozesse zu beschreiben, die ausschließlich die Franchise-Zentrale betreffen. Stellen Sie Ihr Licht nicht unter den Scheffel, sondern schreiben Sie, welche Vorteile, Synergieeffekte und Kräfte durch das Franchise-System entstehen und von Ihrem Franchise-Partner genutzt werden können. Beschreiben Sie klar welche Rechte und Pflichten Franchise-Partner und Franchise-Geber haben, um das Franchise-Konzept systemkonform umzusetzen. Dabei gelten zwei bekannte Journalistenregeln: Solange Sie noch eine „W-Frage“ (wer macht was, wann, wo, wie, warum ...) stellen können, haben Sie Ihr Know-how noch nicht detailliert genug beschrieben. Setzen Sie das „KISS-Prinzip“ (keep it simple and stupid) beim Schreiben ein, denn Joseph Pulitzer hat erkannt: „... schreibe kurz, und sie werden es lesen, schreibe klar, und sie werden es verstehen, schreibe bildhaft, und sie werden es im Gedächtnis behalten“.

Um diese Einfachheit und Klarheit zu erreichen ist die richtige Wortwahl in der Know-how-Dokumentation wichtig. So wie Sie sich eine Layoutvorlage für die Handbuchkapitel zurecht legen, so erarbeiten Sie sich eine Liste für das Corporate Wording Ihrer Know-how-Dokumentation.

Die Empfehlung lautet die eigene Marke niemals mit einem Bindestrich an nachfolgende Wörter zu binden. Ihre Marke ist rechtlich geschützt und soll in der Know-how-Dokumentation eigenständig und unabhängig im Text stehen. Haben Sie einen langen, oder kurzen Markennamen? Soll dieser in der gesamten Know-how-Dokumentation abgekürzt, oder ausgeschrieben werden? Verwenden Sie Groß- und / oder Kleinbuchstaben?

Gut bewährt hat sich, die Marke in den Überschriften, im Einleitungstext zu jedem Kapitel und in den verbindlichen Richtlinien zu verwenden; im normalen Fließtext jedoch nicht.

Mit dieser Liebe zum Detail gehen Sie auch an die anderen Begriffe heran, die in Ihrer Know-how-Dokumentation (inklusive Intranet / Extranet), im Franchise-Vertrag, in den Systemdarstellungen, auf der Rekrutierungswebsite ... immer wiederkehren. Schreiben Sie etwa „Franchisenehmer / Franchise-Nehmer / Franchisepartner / System-Partner / Partner“ – die Möglichkeiten sind fast endlos. Wichtig ist, dass Sie Ihr Wording einmal festlegen und es konsequent einsetzen, egal wie viele Mitarbeiter an der Know-how-Dokumentation mitschreiben.

Nachfolgend ein paar Beispiele für eine Corporate Wordingliste:

- Franchise-Geber / Franchisegeber
- Franchise-Nehmer / Franchisenehmer / Franchise-Partner / Franchisepartner / System-Partner / Systempartner / Partner
- Franchise-System / Franchisesystem
- Franchise-Zentrale / Franchisezentrale / System-Zentrale / Systemzentrale / Service-Zentrale / Servicezentrale / Master-Zentrale
- Franchise-Vertrag / Franchisevertrag
- Franchise-Gebühren / Franchisegebühren / System-Gebühren / Systemgebühren / Beiträge
- Franchise-Handbuch / Franchisehandbuch / System-Handbuch / Systemhandbuch / Handbuch / Manual
- Intranet / Extranet
- Franchise-Beirat / System-Beirat / Beirat
- u.s.w.

Mit der Layoutvorlage zu den Handbuchkapiteln und einer klaren Corporate Wordingliste sind Sie gut gerüstet, um Ihr System-Know-how klar und auf den Punkt zu formulieren.

Ihre Know-how-Dokumentation hat einerseits einen hohen Stellenwert bei Franchise-Interessenten für Ihr Franchise-System, andererseits ist es die Grundvoraussetzung für eine erfolgreiche Multiplikation – gemäß dem nicht ganz ernst gemeinten Motto: pilotieren – standardisieren – dokumentieren – multiplizieren – kassieren...

Ernstzunehmend ist jedoch die rechtliche Bedeutung einer umfassenden und aktuellen Know-how-Dokumentation. So hat die mit 1. Juni 2010 von der EU-Kommission erlassene „Gruppenfreistellungsverordnung für vertikale Vertriebsbindungen“ (die den Rechtsrahmen für Franchising in Europa vorgibt) den Stellenwert der Know-how-Dokumentation erhöht. Das systemspezifische Know-how eines Franchise-Systems muss als solches identifizierbar, bedeutsam und für den Franchise-Nehmer nützlich sein. Eine klare Absage an niedergeschriebene Allgemeinplätze und Worthülsen!

Franchise-Vertrag und Know-how-Dokumentation ergänzen einander und lassen sich nicht mehr in Pflicht- und Kürprogramm unterscheiden. Der Franchise-Vertrag gibt der Franchise-Partnerschaft die Rechtsgrundlage – die Know-how-Dokumentation ist die Arbeitsgrundlage. Der Franchise-Vertrag wird (nach Abschluss) idealerweise nie mehr benötigt – das Franchise-Handbuch nie mehr zugeschlagen.

SYNCON International Franchise Consultants

Josef-Mayburger-Kai 82

A 5020 Salzburg

Tel.: +43 (0)662-874245-0

Fax: +43 (0)662-874245-5

www.syncon.at, office@syncon.at

SYNCON International Franchise Consultants

Nördliche Auffahrtsallee 25

D 80638 München

Tel.: +49 (0)89-15916633

Fax: +49 (0)89-15916634

www.syncon.de, kontakt@syncon.de