

Checkliste

Schritte zur Internationalisierung

Für erfolgreiche Franchise-Systeme ist der Schritt über die nationalen Grenzen hinaus logisch und verlockend, umso mehr wenn bereits Interesse aus dem Ausland besteht. Das, was im eigenen Land so gut funktioniert, kann wohl im Ausland nicht Schiffbruch erleiden?!

6 Internationalisierungsstrategien

Wer mit seinem Franchise-System international wachsen möchte hat dazu folgende Möglichkeiten:

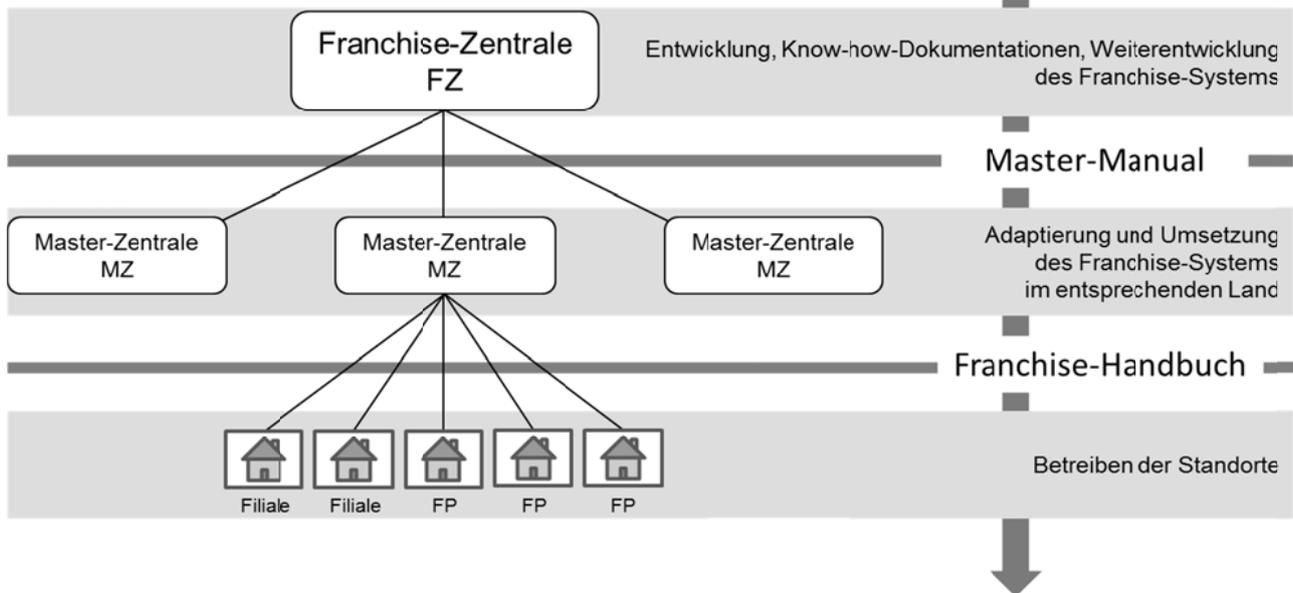
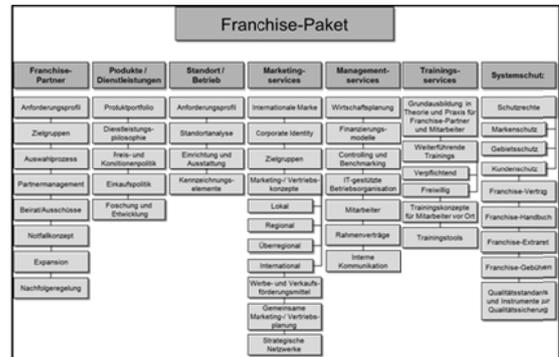
1. Nationale Franchise-Zentrale: Für den Schritt in den neuen Markt wird ein 100%iges Tochterunternehmen gegründet mit Sitz im Land. Der Geschäftsführer und sein Team sind der Franchise-Zentrale gegenüber weisungsgebunden.
2. Joint Venture: Die Franchise-Zentrale und der Joint-Venturepartner gründen gemeinsam ein Unternehmen. Die Beteiligungsverhältnisse bestimmen auch den Grad der Entscheidungshoheit und -kompetenz zwischen Franchise-Zentrale und Joint-Venturepartner.
3. Master-Franchising: Der Master-Partner der Franchise-Zentrale wird im eigenen Land zum nationalen Franchise-Geber. Mit der Unterzeichnung des Master-Franchise-Vertrages gibt die Franchise-Zentrale viele Mitbestimmungsrechte an den Master-Partner ab. Dieser agiert national unabhängig.
4. Multi-Units: Die Franchise-Zentrale sucht für den neuen Markt einen selbstständigen Partner, der sich verpflichtet mehrere Standorte (Multi-Units) zu eröffnen. Dieser Partner bringt die organisatorische und finanzielle Kraft mit, mehrere Standorte erfolgreich zu managen. In seinen Aktivitäten ist er der Franchise-Zentrale gegenüber weisungsgebunden.
5. Area Development: Die Franchise-Zentrale sucht für die Expansion einen Experten vor Ort, der mit den nationalen Begebenheiten vertraut ist und die Suche und Betreuung der Franchise-Partner übernimmt. Dieser Area Developer ist der Franchise-Zentrale gegenüber weisungsgebunden und ein selbstständiger Experte.
6. Direkt-Franchising: Die Franchise-Zentrale sucht, wählt aus und betreut über die Grenzen des eigenen Landes hinaus auch Franchise-Partner in neuen Märkten. Es gibt keine zwischen geschalteten Personen (Joint Venturepartner, Master-Partner, Area Developer...).

Ist die Strategie der Internationalisierung klar, braucht es im nächsten Schritt die interne Analyse, ob das Franchise-System in der eigenen Organisation bereits für diesen Entwicklungsschritt gerüstet ist.

Know-how-Transfer

In der Know-how-Dokumentation für den Franchise-Partner (Franchise-Handbuch und Intranet) gibt der Franchise-Geber konkretes Anwendungswissen und Instrumente weiter zur täglichen Umsetzung am Standort. In der Know-how-Dokumentation für den Internationalisierungs-Partner (Master-Manual und Intranet) gibt der Franchise-Geber systemspezifisches Know-how an den Internationalisierungs-Partner für den professionellen Aufbau der Organisation im eigenen Land, die Adaptierung und Umsetzung des Konzeptes sowie die Aufgabenteilung in der Zusammenarbeit zwischen Franchise-Geber und Internationalisierungs-Partner.

Am Beispiel Master-Franchising ist nachfolgend der notwendige Know-how-Transfer dargestellt:



Dieser Wissenstransfer von der Franchise-Zentrale an den Internationalisierungs-Partner liegt meist nicht fertig konzipiert in der Schublade. Darum ist es als Franchise-Geber sinnvoll, sich gleichzeitig mit den Expansionsplänen auch Gedanken über die zusätzliche Ebene im Wissenstransfer zu machen und ein Zeit- und Kostenbudget (interne Kosten / externe Kosten) dafür vorzusehen.

Wohin soll die Reise gehen?

Ist die Entscheidung für die Internationalisierung gefallen, ist es notwendig nun das Potenzial der verschiedenen Märkte einzuschätzen und ein Attraktivitäts-Ranking zu erstellen. Folgende Faktoren sind in solch einer Länder-Potenzialanalyse zu berücksichtigen:

<p>Rechtliche und politische Faktoren</p> <ul style="list-style-type: none"> ♦ Politische Stabilität ♦ Beschränkungen ausländischer Investitionen ♦ Handels- und Gewerbefreiheit ♦ Importquotenregelungen ♦ Zölle ♦ Technische Normierung ♦ Kartellrecht ♦ Franchise-Recht 	<p>Wirtschaftliche Faktoren</p> <ul style="list-style-type: none"> ♦ Bruttosozialprodukt ♦ Einkommensverteilung ♦ Wirtschaftliches Wachstum ♦ Wechselkurs und Konvertibilität der Währung ♦ Inflation ♦ Marktvolumen für Produkt/Dienstleistung ♦ Steuerliche Situation
<p>Sozial-kulturelle Faktoren</p> <ul style="list-style-type: none"> ♦ Sprachbarrieren ♦ Sprachenvielfalt ♦ Bevölkerungsstruktur ♦ Werte und Normen ♦ Akzeptanz der Produkte/ Dienstleistungen der verschiedenen ethnischen Gruppierungen 	<p>Infrastruktur</p> <ul style="list-style-type: none"> ♦ Bankdienstleistungen ♦ Transportwege ♦ Energieversorgung ♦ Kommunikationsnetze ♦ Berater-Netzwerk ♦ Franchise-Szene

Partnerpotenzial

Neben der Frage „wohin?“ stellt sich zeitgleich die Frage „mit wem?“, also die Frage nach dem Partnerpotenzial. Wie bei der Länder-Potenzialanalyse ist es hilfreich auch eine Partner-Potenzialanalyse zu erstellen und die Attraktivität einer zukünftigen Zusammenarbeit nach systemrelevanten Gesichtspunkten zu bewerten, etwa:

- finanzielle Situation des Interessenten
- Erfahrung in der Branche
- Grad der Vernetzung im Land
- Identifikation mit der Philosophie
- Zugang zu Standorten
- Entwicklungsmöglichkeiten der Partnerschaft
- Bereitschaft zur Adpatierung und Umsetzung des Konzeptes im Land
- Bereitschaft zum Aufbau einer eigenen Organisation / Zentrale

Umsetzung

Stehen Land und Partner fest, so sind die weiteren wichtigen Schritte / Fragestellungen zur Umsetzung nachfolgend stichwortartig angeführt:

- Master-Manual und Intranet
- Markenschutz
- Bedeutung der Marke im Zielland
- genügend Know-how des Franchise-Gebers
- Bereitschaft des Franchise-Gebers mitzufinanzieren
- Tiefe des Engagements des Franchise-Gebers
- Ressourcen, welche für die Expansion zur Verfügung stehen
- nationale Wettbewerbssituation
- wirtschaftliches Modell für die Expansion für alle beteiligten Partner entwickeln (Kapital, Human Resources, Zeittangente): Entscheidungsphase, Planungsphase, Pilotierung, Anpassung, Roll out
- Arbeitsteilung zwischen Franchise-Zentrale und Internationalisierungs-Partner
- Anpassung des Franchise-Paketes aus Marktsicht
- Anpassung des Franchise-Paketes aus rechtlicher Sicht
- Adaption der Know-how-Dokumentation
- Anpassung der Franchise-Tools
- Anpassung der Wirtschaftlichkeitsberechnung
- Anpassung Marketing- und Vertriebsinstrumente
- (Master-)Franchise-Gebühr-Regelung
- Anpassung Franchise-Vertrag
- Rekrutierungskonzept
- Roll out und Aufbau des Franchise-Systems

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