

Checkliste Systemdarstellung

Einleitend:

Die Systemdarstellung gibt einen ersten Eindruck von der Professionalität und Seriosität Ihres Franchise-Systems und ist ein effektives Tool zur Gewinnung neuer Franchise-Partner. Sie:

- ist eine Kurzdarstellung der Philosophie Ihres Franchise-Systems,
- beschreibt die Produkte bzw. Dienstleistungen, die vertrieben werden,
- präsentiert das Konzept inklusive des Franchise-Paketes mit all seinen Leistungen für die zukünftigen Partner,
- definiert das Anforderungsprofil an zukünftige Franchise-Partner und
- gibt oftmals die Möglichkeit zu Kontaktaufnahme mittels eines beigelegten Franchise-Antrages.

Allgemein:

Generell soll eine Systemdarstellung zur Corporate Identity des Franchise-Systems passen, einerseits inhaltlich (Corporate Wording) und gleichzeitig auch in den Farben und in der Bildsprache mit Fotos die den Geschäftstyp, die Produkte bzw. Dienstleistungen zeigen und das Konzept des Franchise-Systems veranschaulichen.

Ergänzend zu den Informationen des Franchise-Gebers ist in der Systemdarstellung auch Raum für Testimonials erfolgreicher Franchise-Partner (kurzes Statement und Foto).

Nachfolgend eine **kurze Beschreibung** zu den möglichen **Inhalten**:

Deckblatt

Auf dem Deckblatt könnte ein Statement des Franchise-Gebers, oder eines erfolgreichen, bestehenden Franchise-Partners (mit Foto) stehen; alternativ auch ein Zitat, das zu Ihrem Franchise-System passt beziehungsweise die Formulierung Ihrer Mission / Vision.

Deckblatt innen

Eine große Systemdarstellung kann bis zu 20-30 Seiten umfassen, da ist ein kurzes Inhaltsverzeichnis sinnvoll.

Einleitung

In der Einleitung richten Sie als Franchise-Geber das Wort an den Interessenten und begrüßen ihn mit ein paar persönlichen Worten (inklusive Foto und eingescannter Unterschrift).

Daten des Franchise-Systems

Hier erhält der Franchise-Interessent alle Kontaktinformationen, falls er sich für den nächsten Schritt – die persönliche Kontaktaufnahme – entscheidet, etwa:

Name des Franchise-Systems

Adresse

PLZ/Ort

Telefonnummer

E-Mail

Websites / Social Media / etc.

Ansprechpartner für Interessenten im Franchise-System

Name des Franchise-Gebers mit persönlicher Unterschrift

Foto des Ansprechpartners / des Teams der Franchise-Zentrale

Die Definition des Franchising

Sie betreiben Franchising – darum schreiben / reden Sie klar darüber, was Franchising ist und warum Sie für die Expansion Ihres Geschäftskonzeptes Franchising gewählt haben – nämlich „partnership for profit“ mit unternehmerisch denkenden und rechtlich selbstständigen Beteiligten (Franchise-Geber wie Franchise-Partner). Sinnvoll ist es eine kurze und knackige Definition von Franchising anzuführen sowie der Verweis auf eventuelle Mitgliedschaften in den Franchise-Verbänden und erfolgreich bestandene System-Checks (Abbildung Gütesiegel ÖFV- / DFV-System-Check). Auch andere Mitgliedschaften - etwa in branchenrelevanten Verbänden - können hier erwähnt sein.

Die Beschreibung der Marktstruktur und der Branche

Beschreiben Sie kurz wie sich der Markt in Ihrer Branche aktuell darstellt und welche Vorteile ein Franchise-Partner mit Ihrem Franchise-System hat. Werfen Sie einen Blick in die Zukunft und schreiben Sie über die Marktentwicklung. Ihr Franchise-Interessent soll Sicherheit erhalten mit Ihrem Franchise-System heute und auch in Zukunft Erfolgsmöglichkeiten zu haben.

Die Hintergründe

Schreiben Sie über die Idee und die geschichtliche Entwicklung Ihres Unternehmens und Ihres Franchise-Systems („Milestones“) und den aktuellen Entwicklungsstand (Anzahl der Franchise-Partner / Standorte, Länder in denen Sie tätig sind, etc.)

Die Franchise-Partnerschaft

Franchising beruht auf einer langfristigen und engen Zusammenarbeit zwischen Franchise-Geber und Franchise-Partner. Hier erfährt Ihr Franchise-Interessent, welche Vorteile das Franchise-System bietet und welche Unterstützung er durch die Franchise-Zentrale erhält (in der Einstiegs- und Trainingsphase inklusive Maßnahmen zur Unternehmensgründung) und welche Voraussetzungen er gleichzeitig erfüllen muss.

Die Franchise-Zentrale

Die Franchise-Zentrale ist das „Support-Center im Hintergrund“ für den Franchise-Partner und bietet Unterstützungsleistungen, die den Erfolg des Franchise-Partners mit ermöglichen. Hier beschreiben Sie die Bestandteile Ihres Franchise-Leistungspaketes (falls dieses als Grafik vorliegt, können Sie die wichtigsten Teile daraus abbilden).

Sie haben noch kein Franchise-Leistungspaket?

In unserem Shop „Tools4Franchise“ können Sie ein Muster bestellen und auf Ihr Franchise-System anpassen.

Die Franchise-Partner

Beschreiben Sie das eindeutige Anforderungsprofil an Ihren zukünftigen Franchise-Partner (persönlich, fachlich, finanziell) und in welchen Zielgruppen dieser meist zu finden ist.

Beschreiben Sie, welche Wachstumsmöglichkeiten ein erfolgreicher, bestehender Franchise-Partner in Ihrem Franchise-System hat (Expansionsmöglichkeiten).

Wichtiger Bestandteil partnerschaftlich orientierter Franchise-Systeme ist die Arbeit des Beirates, der hier kurz angerissen wird sowie die Möglichkeit für Franchise-Partner aktiv mitzuarbeiten und an der Systemweiterentwicklung teilzuhaben.

Geben Sie abschließend einen kurzen Ausblick zu den nächsten Möglichkeiten / Schritten der Kontaktaufnahme.

Der Standort

Geben Sie Informationen zum Anforderungsprofil für einen guten Standort (Lage, Größe, etc.) sowie Erfahrungswerte zu bewährten Kauf- / Mietkonditionen. Wenn Sie in Ihrem Franchise-System einen Gebietsschutz gewähren, dann beschreiben Sie dies hier.

Idealerweise ist das Recht auf Gebietsschutz für den Franchise-Partner gekoppelt mit der Verpflichtung zur aktiven Bearbeitung seines Marktes.

Die Dienstleistungen und Produkte

... sind das Kernstück Ihres Franchise-Systems!

Beschreiben Sie die Dienstleistungen / Produkte, die der Franchise-Partner vertreibt sowie die dazugehörige Preispolitik des Franchise-Systems, die Teil der Markenpositionierung ist.

Welche Instrumente zur Qualitätssicherung kommen im Franchise-System zum Einsatz?

Bitte beschreiben. Ebenso den zentralen Einkauf, falls der ein Thema in Ihrem Franchise-System ist.

Das Training

Franchising bedeutet Know-how-Transfer, darum sind eine fundierte Grundausbildung sowie die weiterführenden Trainings (für die Franchise-Partner und deren Mitarbeiter) wichtige

Voraussetzungen zum Erfolg. Beschreiben Sie kurz Dauer und Inhalte der Trainings, unterteilt in verpflichtend und freiwillig, zu Beginn und laufend und wer die Kosten dafür trägt.

Das Marketing & der Vertrieb

Der Auftritt unter einer gemeinsamen Marke verbindet Franchise-Partner und Franchise-Geber in einer „Schicksalsgemeinschaft“ – der Erfolg des einen ermöglicht den Erfolg des anderen. Ihr Franchise-Partner hat das Recht und auch die Verpflichtung CI-konform mit Ihrer Marke aufzutreten.

Hier beschreiben Sie, dass der Franchise-Partner bewährte Marketing- und Vertriebsinstrumente für den aktiven Einsatz in seinem Gebiet zur Verfügung gestellt bekommt. Im Rahmen einer jährlichen Marketing- und Vertriebsplanung legen Sie gemeinsam mit dem Franchise-Partner fest, welche Marketing- und Vertriebsinstrumente er im kommenden Geschäftsjahr einsetzen wird (event. auch im Verbund mit mehreren Franchise-Partnern). Parallel dazu sorgen Sie als Franchise-Geber für das zentrale Marketing, etwa in den Bereichen Website und Social Media, aber auch PR und Lobbying-Arbeit.

Die Organisation des Franchise-Partners

Franchising steht für Arbeitsteilung und Spezialisierung; d.h. der Franchise-Geber sorgt „im Hintergrund“ für die organisatorische Entlastung und der Franchise-Partner konzentriert sich auf den Vertrieb vor Ort.

Hier beschreiben Sie, dass der Franchise-Partner für seine Selbstorganisation auf das Know-how und die Unterstützung in der Franchise-Zentrale zurückgreifen kann, etwa in Bezug auf eine Vorlage für die Wirtschaftsplanung, Controlling- und Benchmarking-Auswertungen für eine zeitnahe Steuerung des eigenen Unternehmens und – falls vorhanden – Vorgaben, Checklisten, Software etc. für die interne Ablauforganisation. Auch Tools, wie Kassen- und Warenwirtschaftssysteme, oder andere zum Einsatz kommende IT-Lösungen werden hier beschrieben.

Die Finanzierung

Um eine erste Entscheidung für oder gegen eine Franchise-Partnerschaft treffen zu können ist es notwendig dem Franchise-Interessenten auch Informationen zur Investitionssumme und den Franchise-Gebühren zu geben.

Beschreiben Sie welche Investitionssumme erfahrungsgemäß notwendig ist und wie hoch davon die Eigenkapitalquote sein muss. Weiters listen Sie die Franchise-Einstiegsgebühr sowie die laufende Franchise-Gebühr und eventuelle weitere Gebühren (etwa Marketingpool-Beitrag, IT-Gebühr, Trainings-Gebühr, etc.) auf.

Wenn Sie für Ihre Franchise-Partner ein Finanzierungsmodell entwickelt bzw. gute Kontakte zu Förderstellen haben, dann beschreiben Sie das an dieser Stelle.

Beilagen

Je nach Umfang und Inhalt der Systemdarstellung kann es sinnvoll sein am Ende der Systemdarstellung verschiedene Unterlagen (als lose Blattsammlung) beizulegen, etwa Investitionsbeispiel, Beispiel Wirtschaftsplan, Mediendokumentation: „Das Franchise-System in den Medien“, etc.

Auf alle Fälle empfehlen wir einen sogenannten „Franchise-Antrag“ beizulegen: ein detaillierter Erstinformations-Fragebogen, der vom Franchise-Interessenten ausgefüllt und an Sie retour gesandt werden kann. Mit dem „Franchise-Antrag“ haben Sie die Chance beim Interessenten relevante Daten abzufragen, um intern eine erste Entscheidung über dessen Franchise-Eignung zu treffen.

Sie haben noch keinen „Franchise-Antrag“?

In unserem Shop „Tools4Franchise“ können Sie ein Muster für einen „Franchise-Antrag“ bestellen und auf Ihr Franchise-System anpassen.