

## Vorteile von Franchise-Systemen

Franchising ist die intensivste Form der Kooperation von unabhängigen Unternehmern – sie ist eine „Partnerschaft für gemeinsamen, wirtschaftlichen Erfolg“:

- Partnerschaft** Nicht wie bei einem Lizenz-System, ist mit der Vertragsunterzeichnung die geschäftliche Zusammenarbeit geregelt und jede der Vertragsparteien geht ihren eigenen beruflichen Weg. Partnerschaft im Franchising bedeutet einen kontinuierlichen Austausch zwischen Franchise-Geber und Franchise-Nehmer. Die beiden Worte Franchise-Geber und Franchise-Nehmer zeigen bereits, worum es im Franchising geht – um Geben und Nehmen; aber nicht einseitig, sondern wechselseitig!
- Gemeinsam** In einem Franchise-System ist jeder auf den anderen angewiesen: ohne eine gut funktionierende Franchise-Zentrale können die Franchise-Nehmer den Marktvorsprung, den ihnen eine starke Marke und ein gemeinsamer Marktauftritt bieten, nicht umsetzen. Und ohne motivierte und engagierte Franchise-Nehmer stoppt das gesamte Franchise-System. Worauf es im Franchising ankommt, sind die Menschen, die in dem Franchise-System arbeiten. Die „Chemie“ zwischen Franchise-Geber, Partner-Manager, Franchise-Nehmer und den Franchise-Nehmern untereinander muss stimmen; man muss sich „riechen“ können uns sich mit den gleichen Zielen identifizieren, damit das gesamte Franchise-System erfolgreich ist.
- wirtschaftlicher Erfolg** Die einzige Daseinsberechtigung der Franchise-Zentrale ist ihre Aufgabe die Franchise-Nehmer optimal zu unterstützen und zu entlasten. Franchising ist ein Vertriebssystem mit vertikaler Arbeitsteilung – d.h. nichts anderes, als dass jeder in einem Franchise-System genau das macht, was er in seiner Position und Funktion am besten kann:
- Die Franchise-Nehmer konzentrieren sich auf ihre ureigensten Aufgaben – den Verkauf, den Vertrieb, die Kundenbetreuung und die Führung ihrer Mitarbeiter – und die Franchise-Zentrale sorgt dafür, dass im „Hintergrund“ des Franchise-Systems alle anderen Arbeiten reibungslos und effizient ablaufen: Aus- und Weiterbildung der Franchise-Nehmer und deren Mitarbeiter, Entwicklung von Marketing- und Vertriebsstrategien und –Instrumenten, Weiterentwicklung von Produkten und Dienstleistungen, Controlling, Informationsfluss, Vorantreiben der Expansion des Franchise-Systems u.v.m.

Aus dieser Beschreibung geht klar hervor, dass ein Franchise-System nur dann erfolgreich ist, wenn alle (Franchise-Geber wie Franchise-Nehmer) am „selben Strang“ ziehen.

Ein wesentliches Merkmal von Franchise-Systemen ist die vertikale Arbeitsteilung:

In der vertikalen Arbeitsteilung erfüllt jeder auf seiner Ebene diejenigen Funktionen, die er aufgrund seiner Position im Markt, seiner Qualifikation, seines Wissensstandes und seiner Hilfsmittel am besten erfüllen kann. Die eigentliche Aufgabe des Franchise-Nehmers "an der Front" ist der Verkauf, d.h. die Erschließung des örtlichen Marktpotentials, die Betreuung der Kunden und die Führung der Mitarbeiter.

Alle anderen Funktionen wie Marktforschung, Werbung, Ladengestaltung, Präsentation, Buchhaltung, Kostenrechnung, Erfolgskontrolle und Fortbildung sind Nebenfunktionen. Sie sind zwar notwendig, müssen aber nicht unbedingt vom Unternehmer selbst erfüllt werden. Abgesehen davon kann kein Einzelner für all diese Funktionen ausreichend qualifiziert sein. Kein Einzelhändler kann gleichzeitig Marktforscher, Werbefachmann, Designer, Verkaufspsychologe, Kostenrechner, Steuerfachmann, Trainer und Manager sein. Die großen Handelskonzerne, die Konkurrenten des mittelständischen Unternehmers im Einzelhandel, übertragen diese Funktionen einem ganzen Team von Fachleuten.

Erst die vertikale arbeitsteilige Kooperation versetzt den mittelständischen Unternehmer im Einzelhandel und im Dienstleistungsbereich in die Lage, das gesamte Instrumentarium des modernen Management und Marketing genauso einzusetzen, wie die Konzerne. Dies geschieht durch die Nutzung von Image, Know-how und Dienstleistungen einer Systemzentrale, die in gleicher Weise eine große Zahl räumlich nicht konkurrierender Partner betreut.

Aus der Entwicklung der Wettbewerbsverhältnisse in den letzten Jahren lässt sich ableiten, dass die meisten mittelständischen Unternehmen, insbesondere im Einzelhandel, langfristig nur dann bestehen können, wenn sie in irgendeiner Weise den für Franchise-Systeme typischen Synergieeffekt zur Steigerung des Wirkungsgrades im Markt und zur internen Rationalisierung nutzen.

Synergien schaffen bedeutet, dass die Wirkung der Gesamtleistung größer ist, als die Summe der Einzelleistungen. Synergie-Effekte sind zum Beispiel:

- innovative Produkte und Dienstleistungen
- Informationsvorsprung
- Preis- und Konditionenpolitik
- überregionale Marketingkonzepte
- professionelle Vertriebs-Konzeption und -Tools
- Werbe- und Verkaufsförderungsmittel
- Verkaufsunterlagen
- Controlling und Benchmarking
- EDV-gestützte Ablauforganisation
- Formulare und Checklisten
- Rahmenverträge
- permanente Weiterentwicklung des Franchise-Systems

Aber Franchising dient nicht nur zur Sicherung bestehender mittelständischer Existenzen, sondern schafft auch neue Existenzen. In den USA wird Franchising deshalb als eigene produzierende Branche verstanden, und zwar als Branche zur Produktion von Existenzen.

Franchising ist ein zukunftsweisendes Modell: Wer bereit ist, Verantwortung zu übernehmen, findet im Franchising neue Chancen für sich selbst. Franchising bedeutet zuerst und zuletzt die Pflege der Partnerschaft: Geld kann in so einem System nur verdienen, wer sich gegenseitig als Partner achtet, wer miteinander und auch füreinander arbeitet. Wer einen wertschätzenden, achtsamen Umgang pflegt. Wer sich bewusst ist, dass Fachwissen und Know-how ohne diese Qualitäten ganz leicht verderbliche Waren sind.

Darin liegt das wahre Potential des Franchising: Es bietet ein klares Konzept, von dem jene profitieren können, die im Wirtschaftsleben mit anderen wirklich zusammenarbeiten wollen. Denn: Ein klares Konzept, ein funktionierender Betriebstyp allein genügen nicht. Vertrauen schaffen, Sicherheiten bieten, für Geborgenheit sorgen – diese weichen Faktoren sind in Franchise-Systemen wie in modernen Unternehmen wichtiger denn je. Denn nur wer seine Partner achtet, wird auf Dauer erfolgreich sein.

Die Basis für gemeinsamen Erfolg sind ein wertschätzender Umgang und sozial verantwortungsvolles Handeln. Hierzu existieren folgende 9 Faktoren, die es zu berücksichtigen gilt (siehe dazu „Fairplay Franchising / [www.fairplay-franchising.com](http://www.fairplay-franchising.com))

1. Wer die Kuh melken will, muss sie auch füttern: Um nachhaltig Geld zu verdienen, muss ein System fertig entwickelt und profitabel sein.
2. Wertschöpfung kommt von Wertschätzung: Franchising ist people management und basiert auf starken persönlichen Bindungen.
3. Erfolg braucht partnerschaftliche Führung: Erfolgreiche Franchise-Systeme beteiligen Ihre Partner – die passenden Schlagworte sind hier Partizipation und Empowerment (Bevollmächtigung).
4. Franchising ist eine emotionale Heimat: Wichtig ist, die geschäftlichen Bindungen auch auf persönlicher Ebene gut zu fundieren und zu pflegen; also Vertrauen zu schaffen, Sicherheit und Geborgenheit zu geben.
5. Das Potential der Softfaktoren ist stärker als man glaubt: Nicht nur der Franchise-Vertrag hält das System zusammen, sondern gerade auch die freiwillige Bindung der Partner in das System.
6. Erfolg und Wachstum bringen auch Risiken mit sich: Es gehört zu den Kernaufgaben des Franchise-Gebers, die Runde zu erweitern. Wichtig ist es, das richtige Maß an Wachstum zu finden.
7. Systemführerschaft und Denken in Netzwerken schaffen Vorsprung: Der Franchise-Geber muss auch anerkennen, dass diejenigen, die sein Konzept umsetzen, einen wesentlichen Anteil am Erfolg haben.
8. Jeder Erfolg hat Spielregeln: Kein Erfolg ohne Spielregeln. Regeln und Vorgaben müssen vorab festgelegt, erklär- und nachvollziehbar sein, damit sie eingehalten werden.
9. Konsequenz ist wichtiger als Strenge: Konsequenz ermöglicht das Einhalten von Regeln und die Überprüfung der Einhaltung in einer wertschätzenden Form.

Die hohe Motivation der beteiligten Partner und das fast zwangsläufige Wachstum werden Franchising zur erfolgreichsten Vertriebs- und Unternehmensform der Zukunft machen. Ein klares Konzept, ein funktionierender Betriebstyp allein genügen nicht. Vertrauen schaffen, Sicherheiten bieten, für Geborgenheit sorgen, Wertschätzung und Anerkennung, Partizipation und Empowerment – diese „weichen Faktoren“ sind in erfolgreichen Franchise-Systemen wichtiger denn je.

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](http://www.syncon.at), [office@syncon.at](mailto: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](http://www.syncon.de), [kontakt@syncon.de](mailto:kontakt@syncon.de)