



Franchise-Nehmer*innen (für sich) gewinnen

Waltraud Martius & Carina Dworak

SYNCON[®]

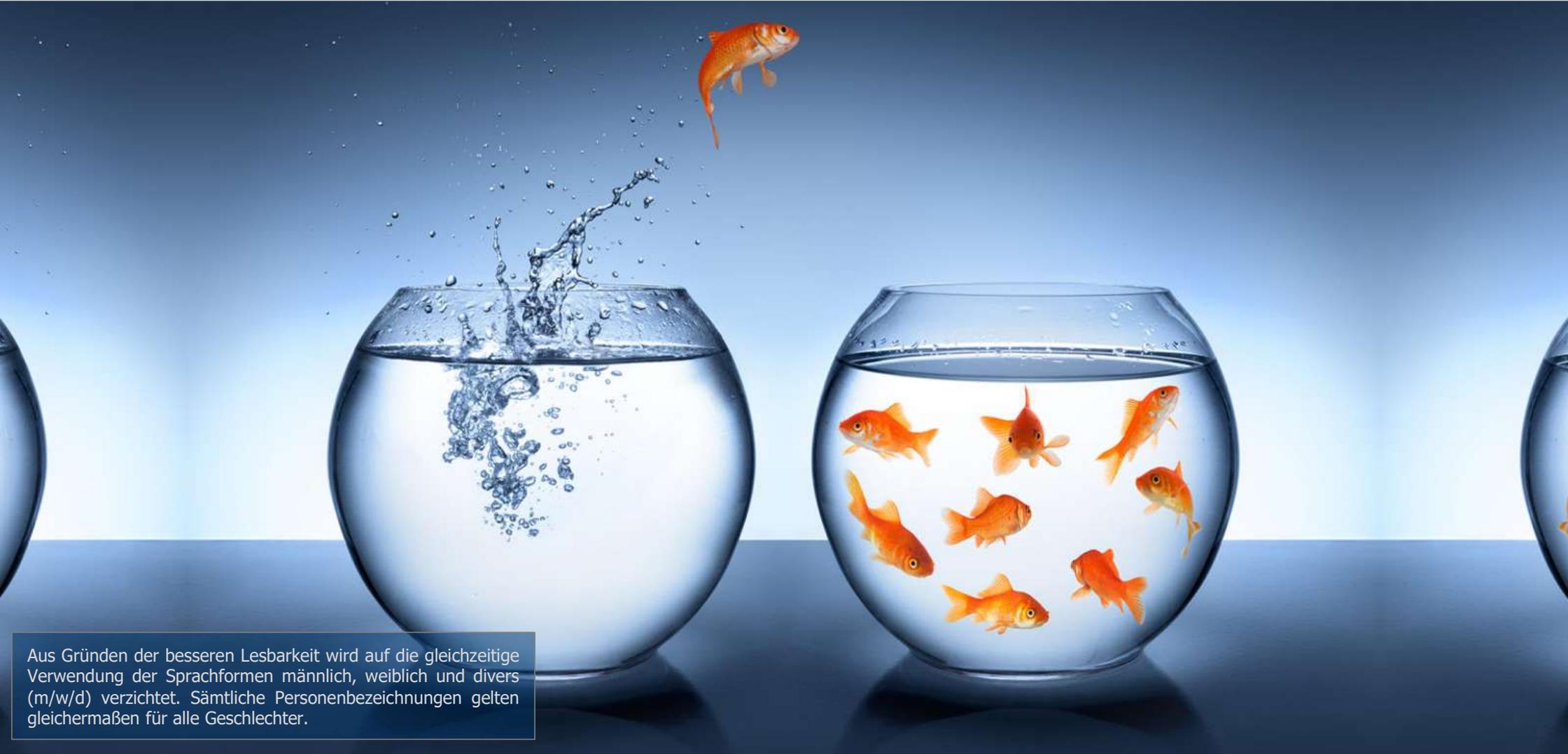
International Franchise Consultants



SYNCON-FRANCHISE.COM



SYNCON®



Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.

Die Themen

1. Wesen des Franchising
2. Fairplay Franchising
3. Professionelle Rekrutierung
 - 3.1. Anforderungsprofil
 - 3.2. Zielgruppen
 - 3.3. Prozess der Rekrutierung
 - 3.4. Wege und Instrumente
 - 3.5. Franchising in Zahlen

1. Das Wesen des Franchising Franchising – was ist das?

Eine umfassende Partnerschaft
für gemeinsamen wirtschaftlichen Erfolg

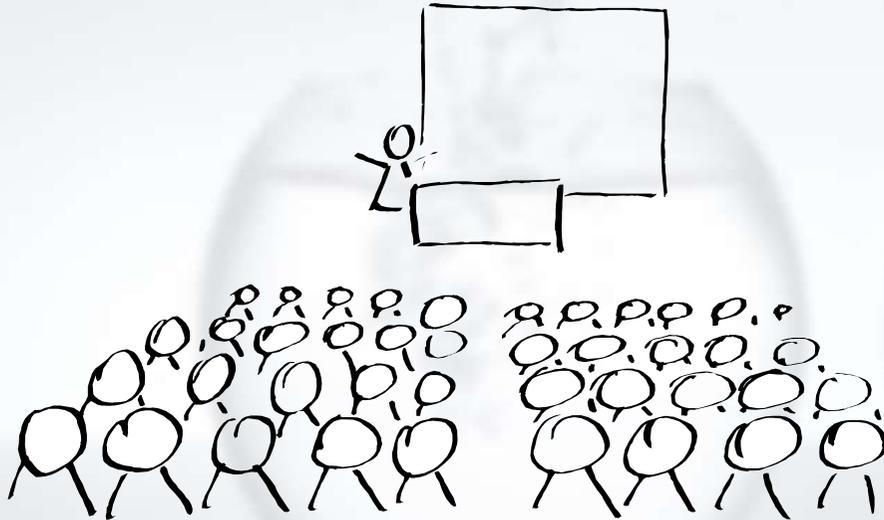
Eine totale Kooperation in Marketing
und Vertrieb

Ein Wirkungsnetz mit Synergieeffekten
und ständiger Weiterentwicklung

Zukunftsorientiertes Geschäftskonzept

- standardisiert
- regionalisiert
- selbständige Unternehmer

1. Das Wesen des Franchising Franchise-Nehmer ist der wichtigste Erfolgsfaktor



Vor der Kulisse

Der große Auftritt der Franchise-Nehmer regional



Hinter der Kulisse

Hohe Produktivität in der Franchise-Zentrale

2. Fairplay Franchising 9 Spielregeln für den partnerschaftlichen Erfolg

Hardfacts



Softfacts

Fairplay Franchising - 3. Auflage

- Spielregeln für partnerschaftlichen Erfolg

Autorin: Mag.^a Waltraud Martius

Verlag: Springer Gabler | ISBN 978-3-658-04826-6

2. Fairplay Franchising

Verantwortung für sich selbst übernehmen

Chancen des Franchising nutzen

Gegenseitige Achtung als Partner

Miteinander und füreinander arbeiten

Wertschätzung + Achtsamkeit = das wahre Potential

Pflege der Partnerschaft

Konzept für ehrliche Zusammenarbeit



2. Fairplay Franchising

Ein klares Konzept, ein funktionierender Betriebstyp alleine genügen nicht.

Vertrauen schaffen, Sicherheiten bieten, für Geborgenheit sorgen!



3. Professionelle Rekrutierung

Rekrutierung

System-Integration

Die Phasen der Franchise-Partnerschaft

Laufende Partnerschaft

De-Rekrutierung

3. Professionelle Rekrutierung

Anforderungs- &
Persönlichkeitsprofil definieren

Zielgruppen potentieller
Franchise-Nehmer festlegen

Am Beispiel: BODY STREET

Wege und Instrumente
der Rekrutierung erarbeiten

Rekrutierungsprozess beschreiben

3. Professionelle Rekrutierung

„Punkt Franchise Studie“ (© Eva-Maria Kopel, Punkt Franchise)

Demografie:

- 65% der Franchise-Gründer sind männlich
- 50% mit Hochschulabschluss
- 50% sind 50+ Jahre
- 30% sind 35 - 49 Jahre
- 10% jünger als 35 Jahre

Motivation:

- Wunsch nach etwas Eigenem (>60%)
- Eigener Chef sein

Persönlichkeit:

- Unternehmergeist
- Disziplin / Langer Atem
- Eiserner Wille
- Mut, etwas zu wagen

Für Rekrutierungsprozess wichtig:

- Sich gut aufgehoben fühlen
- Wird sehr komplex wahrgenommen
(Wunsch nach Experten - ÖFV, DFV, SFV)
- Größte Hürde: Finanzierung

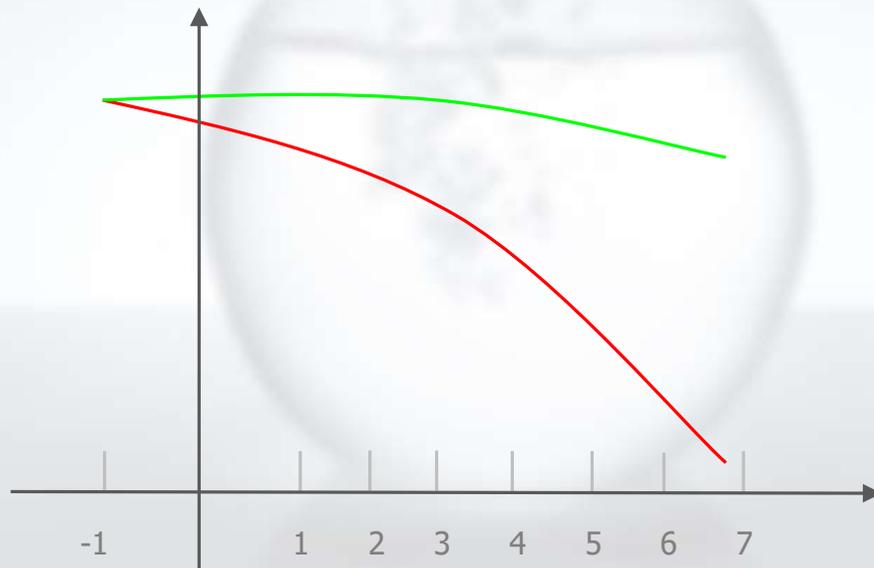
95% informieren sich über das Internet.

85% beurteilen die Zukunft des Franchising positiv!

www.punktfranchise.de

3. Professionelle Rekrutierung Die „Minus 1-Phase“

Motivationskurve Franchise-Partner



Vorvertragliche Aufklärungspflicht zwingt Franchise-Geber bereits in der Rekrutierungsphase zu **Perfektionismus**

Erster Eindruck prägt die Qualität der Partnerschaft

Versprechen müssen gehalten werden

Zeit des **Kennenlernens** und der **Auswahl** prägt den Umgang der Partner in späterer Folge

3. Professionelle Rekrutierung Die „Minus 1-Phase“

Motivationskurve Franchise-Partner



In dieser Phase ist der Franchise-Partner ein „**leeres Glas**“, in das der Franchise-Geber seine Philosophie einfließen lassen kann

Ab dem Zeitpunkt der **Eröffnung** ist der Franchise-Partner längst nicht mehr so aufnahmebereit

Professioneller Umgang in der „Minus 1-Phase“ verlängert die **Dauer** von Franchise-Partnerschaften erheblich

3.1. Anforderungsprofil Erwartungen von Franchise-Nehmern

Erfolg durch eigene Initiative

- Selbstentfaltung
- Eigener Chef
- Wachstumschancen
- Prestige

Zugang zu fremden Branchen

- Wachstumschancen
- Interessante Aufgaben
- Diversifikation
- Innovation

Selbstständig „unterm Regenschirm“

- Schneller Start
- Geringes Risiko
- Gruppenzugehörigkeit

„Alte Hasen“ suchen Sicherheit

- Sicherheit
- Modernes Know-how
- Gruppenzugehörigkeit

3.1. Anforderungsprofil

Persönliche Anforderungen

Fachliche Anforderungen

Finanzielle Anforderungen

3.2. Zielgruppen

Alle zukünftigen Partner sind existent

Potentielle Franchise-Nehmer haben Gemeinsamkeiten

Potentielle Franchise-Nehmer können bestimmten Gruppen zugehörig sein
(beruflich, privat)

Je klarer die Zielgruppen definiert sind, desto einfacher und kostengünstiger
die Rekrutierung

3.2. Zielgruppen + Anforderungsprofil GRUPPENARBEIT / „Murmelgruppen“

Analysieren Sie Ihre bestehenden Franchise-Nehmer auf gemeinsame (Ziel-) Gruppenzugehörigkeit. (beruflich, privat)

Erarbeiten Sie das Anforderungsprofil Ihres idealen Franchise-Nehmers:

- Persönlich
- Fachlich
- Finanziell

Tauschen Sie sich dazu mit Ihren Nachbarn aus.



Persönlichkeitsanalyse + Franchise-Eignungscheck

Bin ich eine Franchise-Unternehmerpersönlichkeit?

Damit können Interessenten feststellen, ob sie persönlich als Franchise-Nehmer geeignet sind. Seit 2019 gibt es eine wissenschaftlich fundierte Persönlichkeitsanalyse.

- Das Profil eines „idealen Franchise-Nehmers“ wird mit den jeweiligen Ergebnissen der Bewerber abgeglichen.
- Diese Auswertungen helfen beiden Seiten die richtige Entscheidung zu treffen.
- Und es gibt es auch einen günstigen kompakten „**Franchise-Eignungscheck**“ für Ihre Website, sozusagen als Lead-Generator.

Persönlichkeitsanalyse mit: SYNCPROFILE

Bitte beantworten Sie die Fragen auf den folgenden Seiten! Schätzen Sie hierbei ganz ehrlich ein, wie sehr diese Aussagen jeweils auf Sie insgesamt und grundsätzlich zutreffen. Es gibt hierbei kein richtig und kein falsch, wichtig ist nur, dass Sie offen und ehrlich antworten.

(1) = „Trifft überhaupt nicht zu“ - (8) = „Trifft voll und ganz zu“

Es ist mir sehr wichtig, dass ich gute Leistungen erbringe.



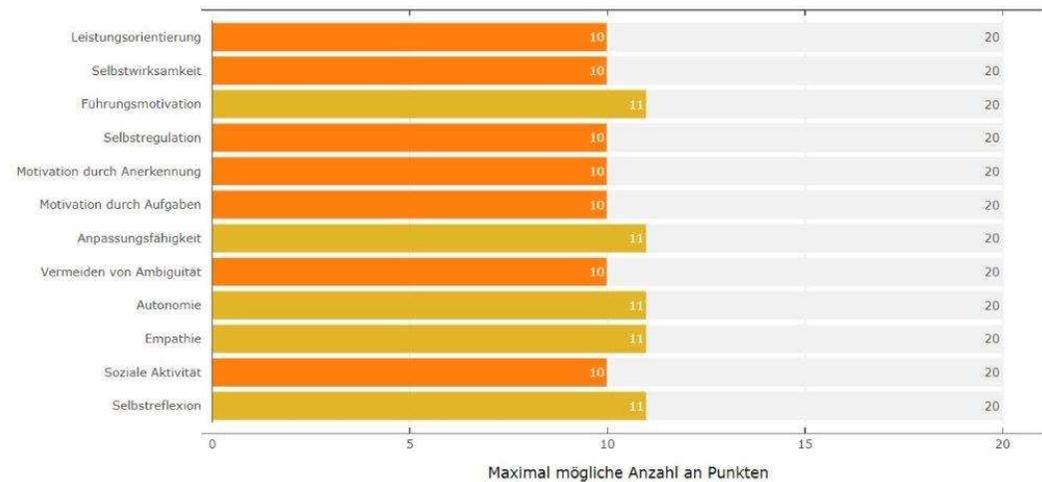
Ich bin ein fleißiger Mensch und arbeite zügig.



Meine Aufgaben erledige ich ordentlich und sorgfältig.



Auswertung - Ihr persönliches Ergebnis



Lead-Generator: SYNCLEAD

Eignungscheck zur Franchise-Unternehmerpersönlichkeit



Bin ich eine Franchise-Unternehmerpersönlichkeit?

Bitte beantworten Sie die folgenden zehn Fragen. Schätzen Sie hierbei ganz ehrlich ein, wie sehr diese Aussagen jeweils auf Sie insgesamt und grundsätzlich zutreffen. Es gibt hierbei kein richtig und kein falsch, wichtig ist nur, dass Sie offen und ehrlich antworten.

Es ist mir sehr wichtig, dass ich gute Leistungen erbringe.

stimmt gar nicht
 stimmt eher nicht
 stimmt teilweise
 stimmt eher
 stimmt überwiegend
 stimmt voll und ganz

Fast alle Probleme kann ich aus eigener Kraft bewältigen.

stimmt gar nicht
 stimmt eher nicht
 stimmt teilweise
 stimmt eher
 stimmt überwiegend
 stimmt voll und ganz

Ich führe gerne andere Menschen und leite sie an.

stimmt gar nicht
 stimmt eher nicht
 stimmt teilweise
 stimmt eher
 stimmt überwiegend
 stimmt voll und ganz

Mich motiviert die Anerkennung, die ich von anderen erhalte.

stimmt gar nicht
 stimmt eher nicht
 stimmt teilweise
 stimmt eher
 stimmt überwiegend
 stimmt voll und ganz

Meine Arbeit ist so interessant, dass mich die Arbeit an sich schon motiviert.

stimmt gar nicht
 stimmt eher nicht
 stimmt teilweise
 stimmt eher
 stimmt überwiegend
 stimmt voll und ganz

Ich kann mich in ein System, das gut funktioniert, ohne Probleme einfügen ohne das Gefühl zu haben, noch etwas verändern oder verbessern zu müssen.

stimmt gar nicht
 stimmt eher nicht
 stimmt teilweise
 stimmt eher
 stimmt überwiegend
 stimmt voll und ganz

Für fast alles im Leben gibt es ein Richtig und ein Falsch.

stimmt gar nicht
 stimmt eher nicht
 stimmt teilweise
 stimmt eher
 stimmt überwiegend
 stimmt voll und ganz

Ich habe mein Leben selbst in der Hand.

stimmt gar nicht
 stimmt eher nicht
 stimmt teilweise
 stimmt eher
 stimmt überwiegend
 stimmt voll und ganz

Zu anderen Menschen bin ich rücksichtvoll und verhalte mich ihnen gegenüber sensibel.

stimmt gar nicht
 stimmt eher nicht
 stimmt teilweise
 stimmt eher
 stimmt überwiegend
 stimmt voll und ganz

Ich verstehe, warum ich mich in manchen Situationen nicht optimal verhalte.

stimmt gar nicht
 stimmt eher nicht
 stimmt teilweise
 stimmt eher
 stimmt überwiegend
 stimmt voll und ganz

Weitere Informationen rund um Franchise? Optional können Sie Ihre Email Adresse angeben. Sie erhalten dann umgehend eine Rückmeldung.

[Zur Auswertung des Franchise-Unternehmertests](#)

www.franchiseneuws.eu

3.3. Prozess der Rekrutierung

- Info-Material / Kurzfragebogen zusenden
- Kurzfragebogen retour
- Telefon-Interview
- Partner-Antrag
- Präsentation des Systems
- Persönliches Gespräch
- Gruppengespräch
- Gespräch mit Beratern des FN
- Gespräch mit Familie (Zuhause)
- Gespräch mit Finanzierungsexperten
- Geheimhaltungsvereinbarung
- Gespräche über Wirtschaftlichkeit
- Gebiets-/Standortanalyse
- Durchsprache Franchise-Vertrag
- Durchsicht des Franchise-Handbuches
- Zugang (befristet) Intranet
- Persönlichkeitsanalyse
- Potenzialanalyse (Gebiet)
- Persönlichkeitsgutachten
- Referenzen
- Probearbeit
- Entscheidung
- Checkliste Vorvertragliche Aufklärungspflicht
- Vertragsunterzeichnung
- Feier der Partnerschaft

➔ **Musterprozess!**

3.3. Prozess der Rekrutierung

Rekrutierungsfunnel

(Recruiting Automation)

Funnel (Trichter) ist die Zusammenfassung der Berührungspunkte des potentiellen Franchise-Nehmers mit dem „Franchise-Angebot“ des Franchise-Gebers.

Funnel ist eine Aneinanderreihung von „Aktivitäten“, die der potentielle Franchise-Nehmer durchläuft.

Achtung: Es gibt bereits viele „Touch-Points“ bevor der erste tatsächliche Kontakt mit dem Franchise-Geber erfolgt.

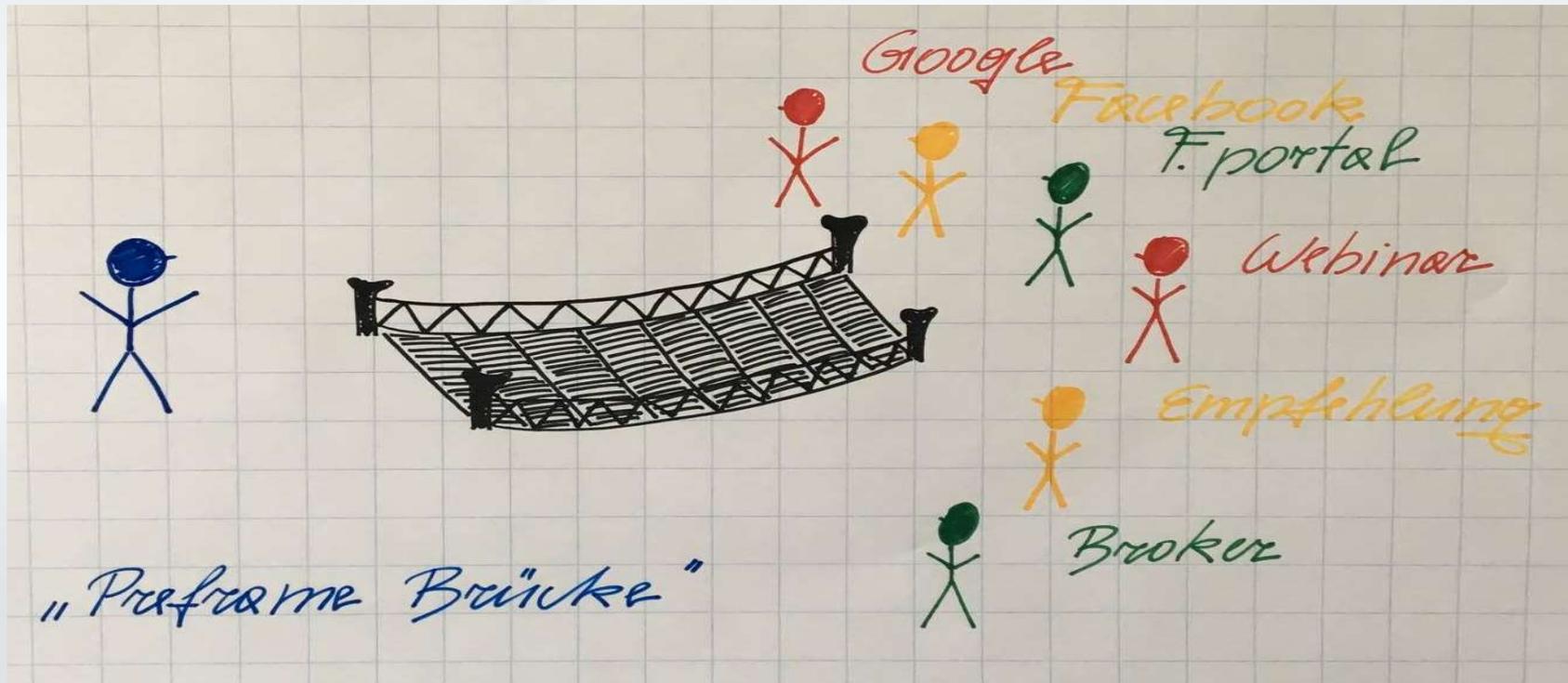
Touch-Points: GRUPPENARBEIT

Welche Touch-Points gibt es in Ihrem Franchise-System, bevor der erste tatsächliche Kontakt des Franchise-Nehmers zu Ihnen als Franchise-Geber erfolgt?

Tauschen Sie sich dazu mit Ihren Nachbarn aus.



3.3. Prozess der Rekrutierung „Preframe Brücke“



3.3. Prozess der Rekrutierung Typische Fehler junger Systeme (© Silvia Steenken)

Interessentenauswahl zu schnell / unreflektiert / zu viele Kompromisse

Persönlichkeit passt nicht zur Firmenkultur

Zu große Zugeständnisse bei Konditionen

Zu früh / zu spät mit Akquiseprozess gestartet

Falsche / überzogene Versprechungen

Überreden statt überzeugen

3.4. Wege und Instrumente

Ergebnisse aus Ihrer Trainingsvorbereitung DISKUSSION / ERFAHRUNGSUSTAUSCH

Welche Rekrutierungswege gehen Sie derzeit und welche Instrumente verwenden Sie?

Wege / Instrumente	Erfahrung
X	X
X	X
X	X
X	X
X	X

3.4. Wege und Instrumente

Ergebnisse aus Ihrer Trainingsvorbereitung DISKUSSION / ERFAHRUNGSAUSTAUSCH

Welche Rekrutierungswege gehen Sie derzeit und welche Instrumente verwenden Sie?

Wege / Instrumente	Erfahrung
X	X
X	X
X	X
X	X
X	X

3.4. Wege und Instrumente

Ergebnisse aus Ihrer Trainingsvorbereitung DISKUSSION / ERFAHRUNGSUSTAUSCH

Welche Rekrutierungswege gehen Sie derzeit und welche Instrumente verwenden Sie?

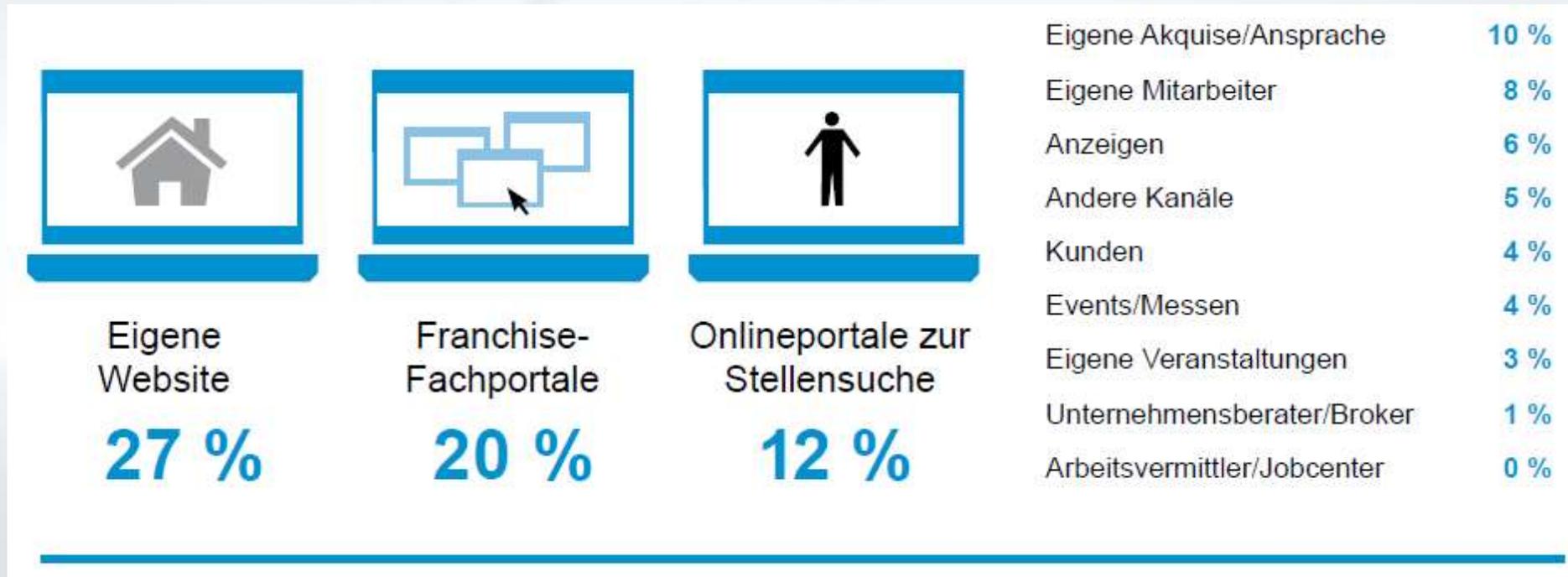
Wege / Instrumente	Erfahrung
X	X
X	X
X	X
X	X
X	X

3.4. Wege und Instrumente

- Systemdarstellung
- Franchise-Antrag
- Website und Social Media
- Direct Mails
- PR-Texte
- Anzeigen
- Plakate
- Texte für Job-Plattformen
- Powerpoint Präsentationen
- Videopräsentationen – z.B. Welt der Wunder TV „Franchise Me“
- Messestand
- Konzept für Informationsveranstaltungen
- Konzept für Assessment Center
- „member gets members“ mit Kopfprämie
- Virtuelle (Franchise-) Messen
- Texte für Internet-Dienste
- Potenzialanalyse (Gebiet)
- Persönlichkeitsanalyse
- Statements von erfolgreichen FN's
- Standardisierte Ab- u. Zusagebriefe
- Telefon-Leitfäden
- Wirtschaftliches Modell FN
- Know-how-Dokumentation
- Intranet-Zugang
- Vorvertragliche Aufklärungspflicht
- Franchise-Nehmer-File
- Franchise-Vertrag
- Standardisierte Formblätter zur Beurteilung / Entscheidungsfindung
- Mitgliedschaft im ÖFV / DFV / SFV
- Podcasts u.a. www.diefranchisejause.com

3.4. Wege und Instrumente

Über welche Kanäle wurden Franchise-Nehmer gewonnen?



3.4. Wege und Instrumente „MEMBER GETS MEMBER“ – Beispiel Storebox



Storebox® belohnt Sie mit 2.000€ Werbe-Prämie pro erfolgreichem Franchise-Partner.

Einer der großen Erfolgsfaktoren von Storebox – Dein Lager nebenan ist ein weit verzweigtes Lager-raum-Netzwerk in direkter Nachbarschaft unserer Kunden. Das schafft nicht nur Flexibilität für die Käufer, sondern stärkt vor allem auch die Marke. Jeder Franchise-Partner ist somit wichtiger Bestandteil der gemeinsamen Vision.

Gemäß unserer Storebox Franchise-Philosophie: „Durch gegenseitige Unterstützung zum gemeinsamen Erfolg“ bieten wir daher eine attraktive Prämie von 2.000€ pro erfolgreicher Vermittlung eines neuen Storebox Franchise-Partners.

Erste wichtige Informationen finden Sie unter www.storebox.at/franchise oder kontaktieren Sie uns telefonisch unter 0043 1 386 58 58 für ein persönliches Gespräch.

Storebox® ist ein Produkt der StoreMe GmbH

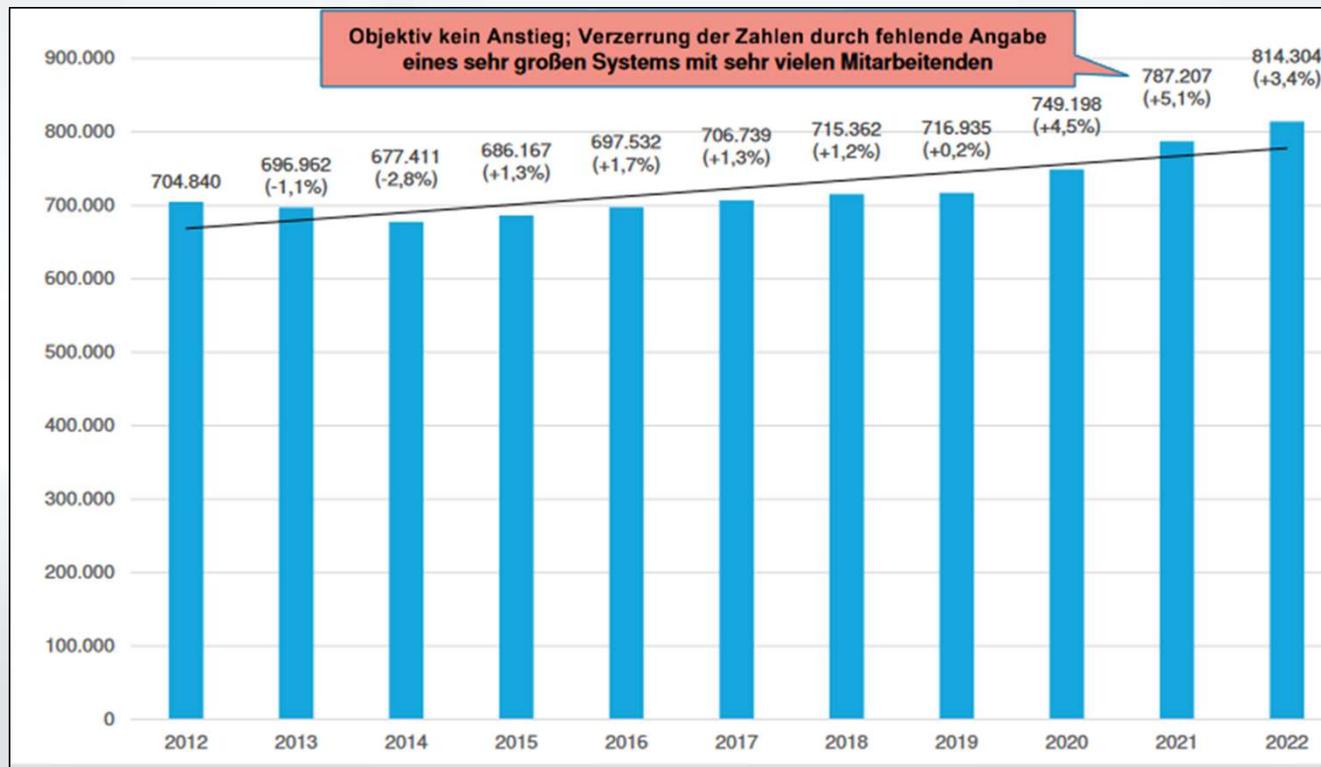
0043 1 386 58 58
franchise@storebox.at
www.storebox.at/franchise

3.5. Franchising in Zahlen – Deutschland 2022 Franchise-Wirtschaft auf einen Blick

Franchise-Statistik 2022: DFV

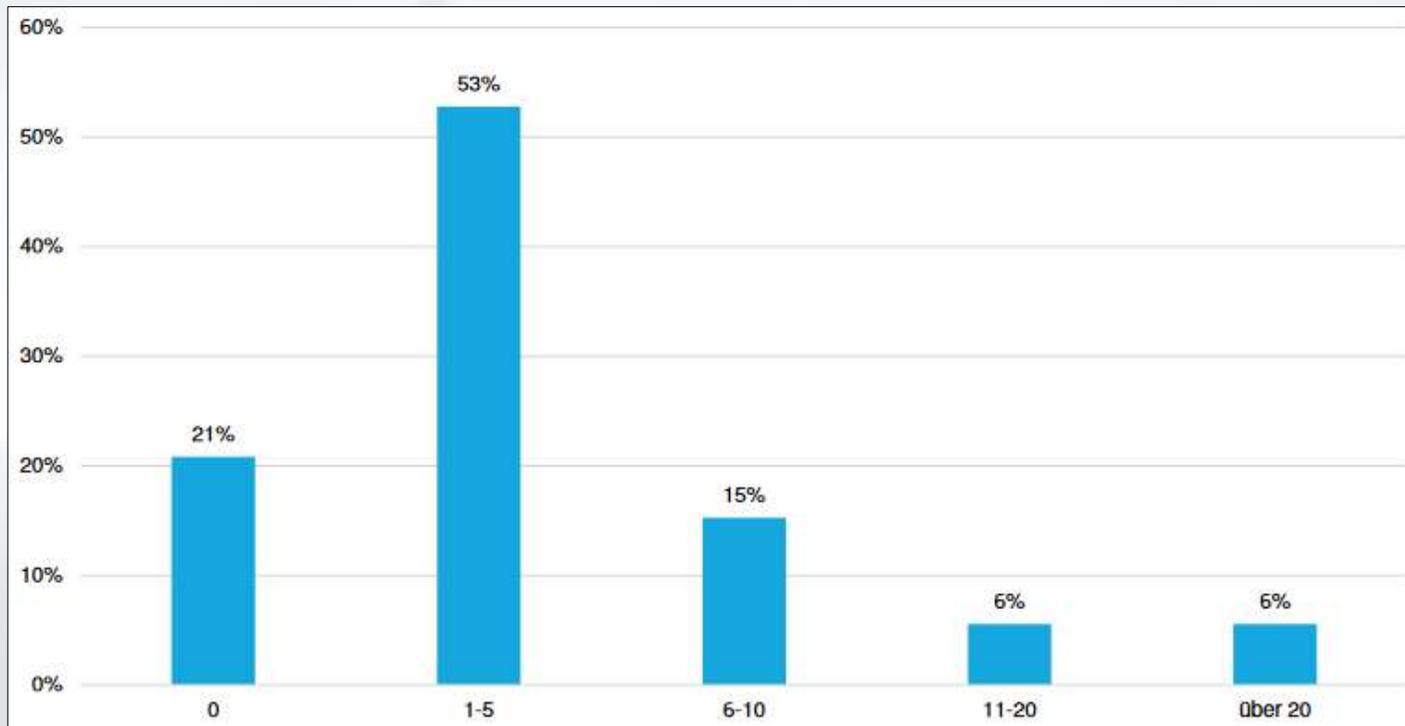
	2021			2022
Partner/innen	141.821	+2.193	+1,5%	144.014
BETRIEBE	180.984	+5.044	+2,8%	186.028
BESCHÄFTIGTE	787.207	+27.097	+3,4%	814.304
UMSATZ (in Mrd.€)	135,8	+6.330	+4,6%	142,2

3.5. Franchising in Zahlen – Deutschland 2022 Entwicklung Franchise-Partner



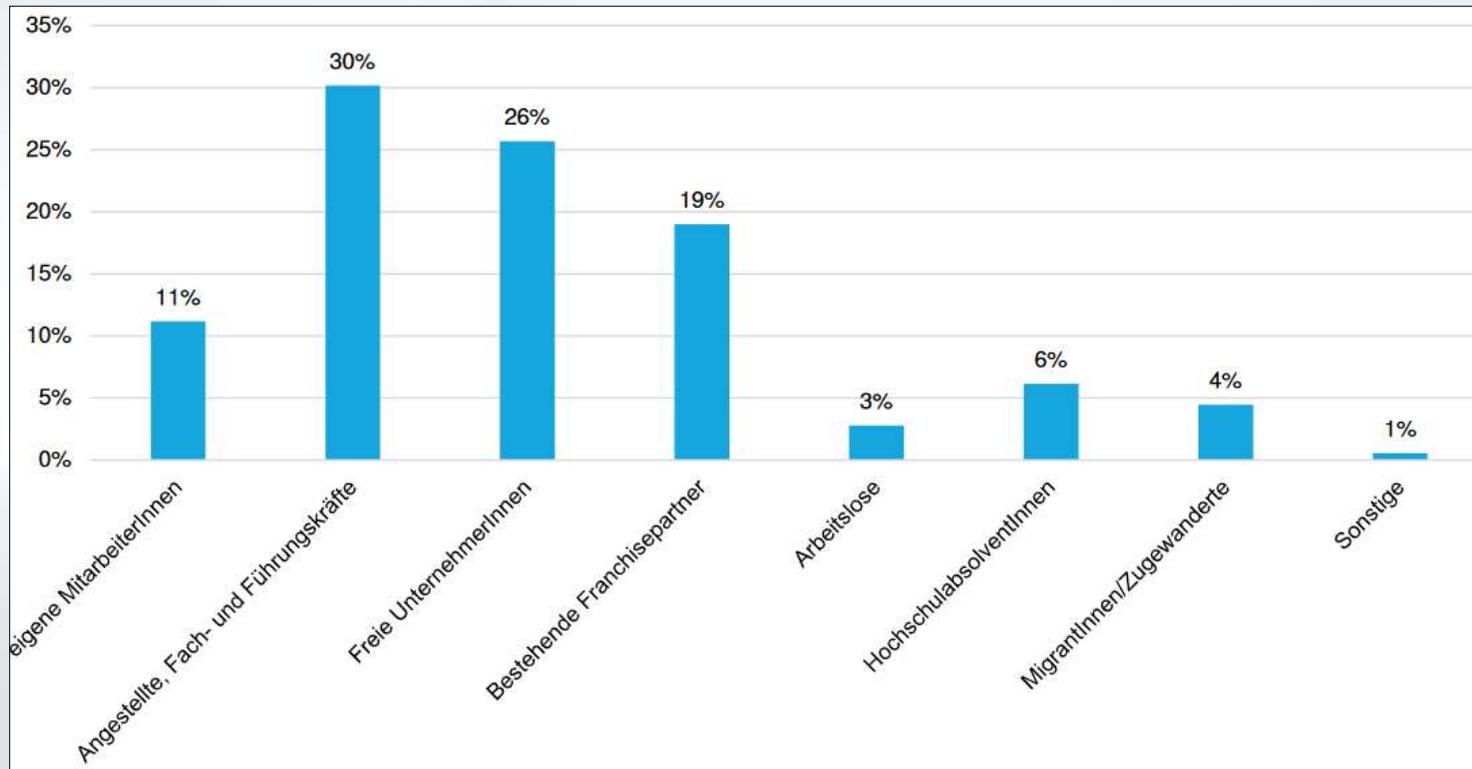
Franchise-Statistik 2022: DFV

3.5. Franchising in Zahlen – Deutschland 2022 Geplante Partnergewinnung



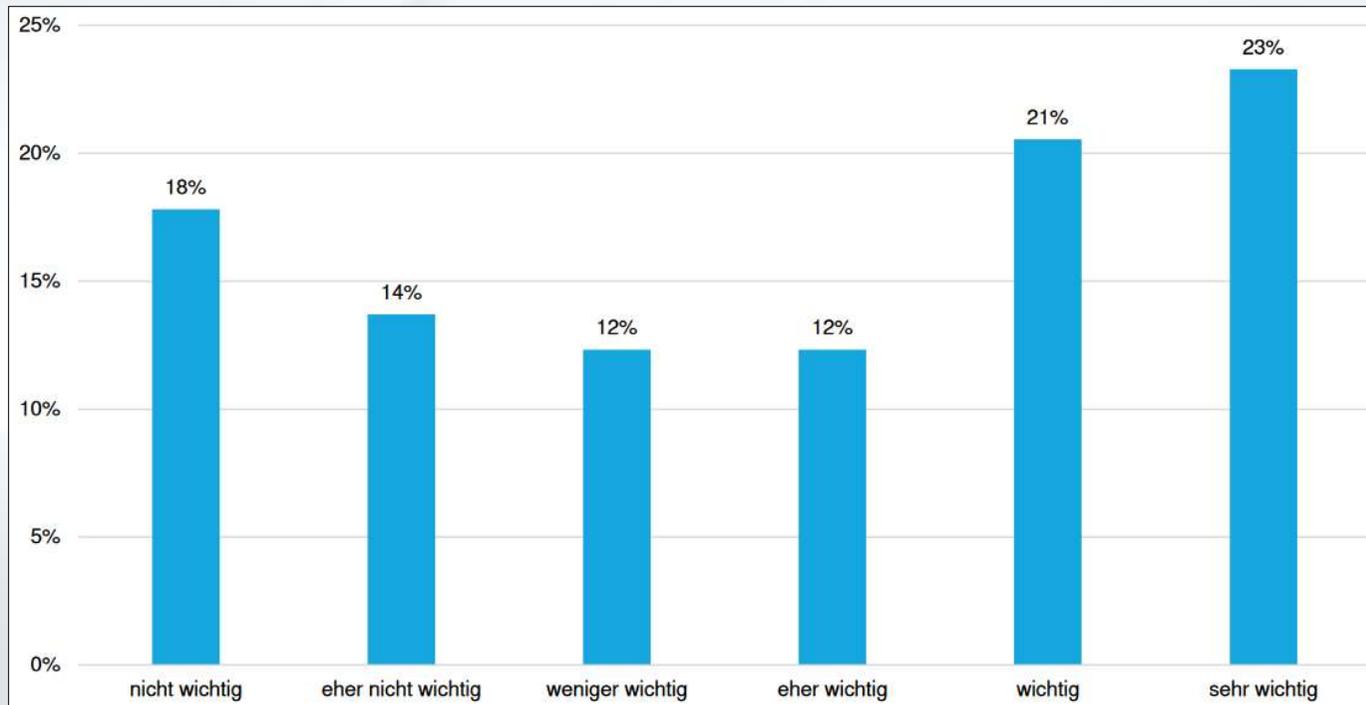
Franchise-Statistik 2022: DFV

3.5. Franchising in Zahlen – Deutschland 2022 Zielgruppen der Partner-Akquisition



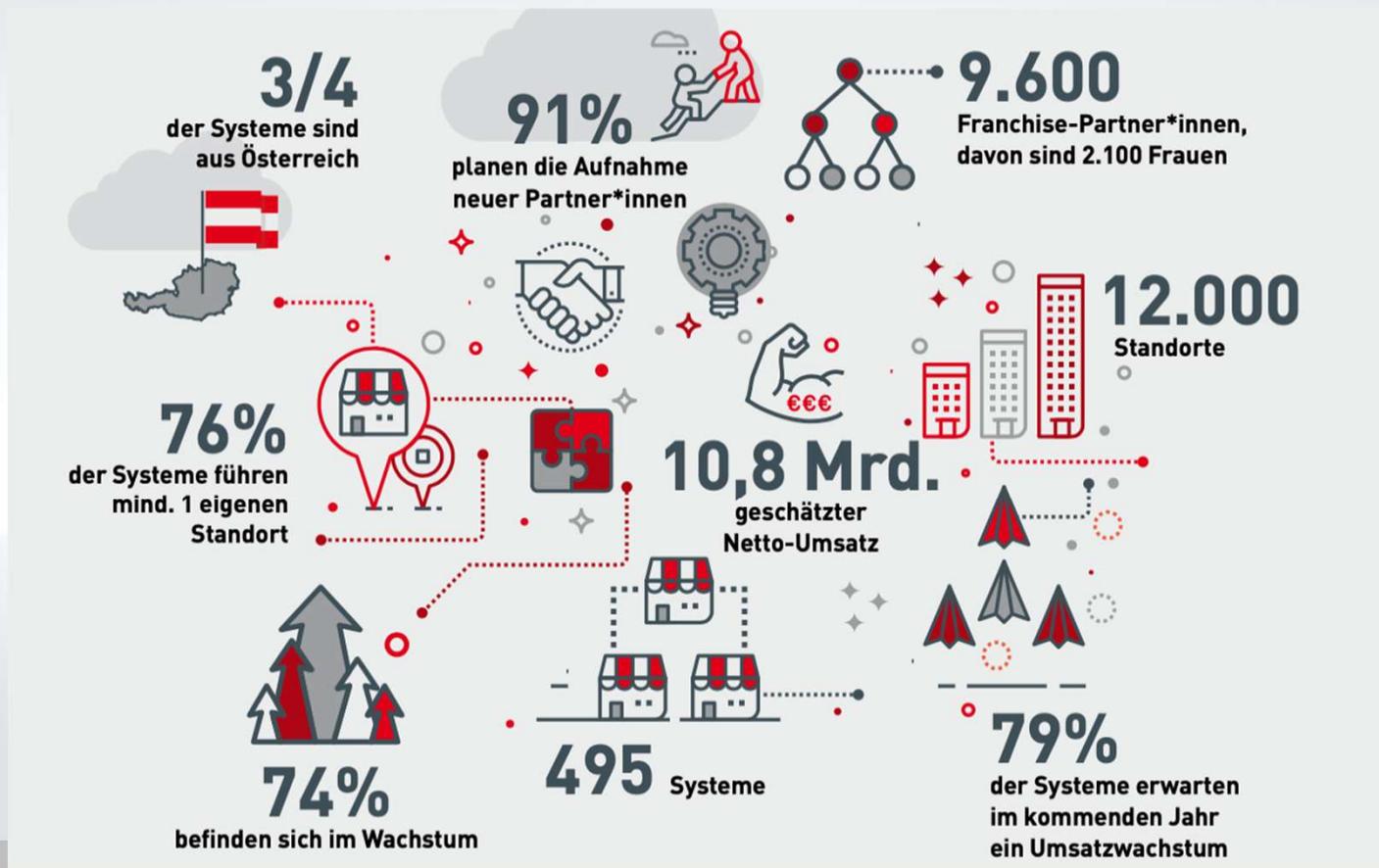
Franchise-Statistik 2022: DFV

3.5. Franchising in Zahlen – Deutschland 2022 Bedeutung von Multi-Unit-Franchising



Franchise-Statistik 2022: DFV

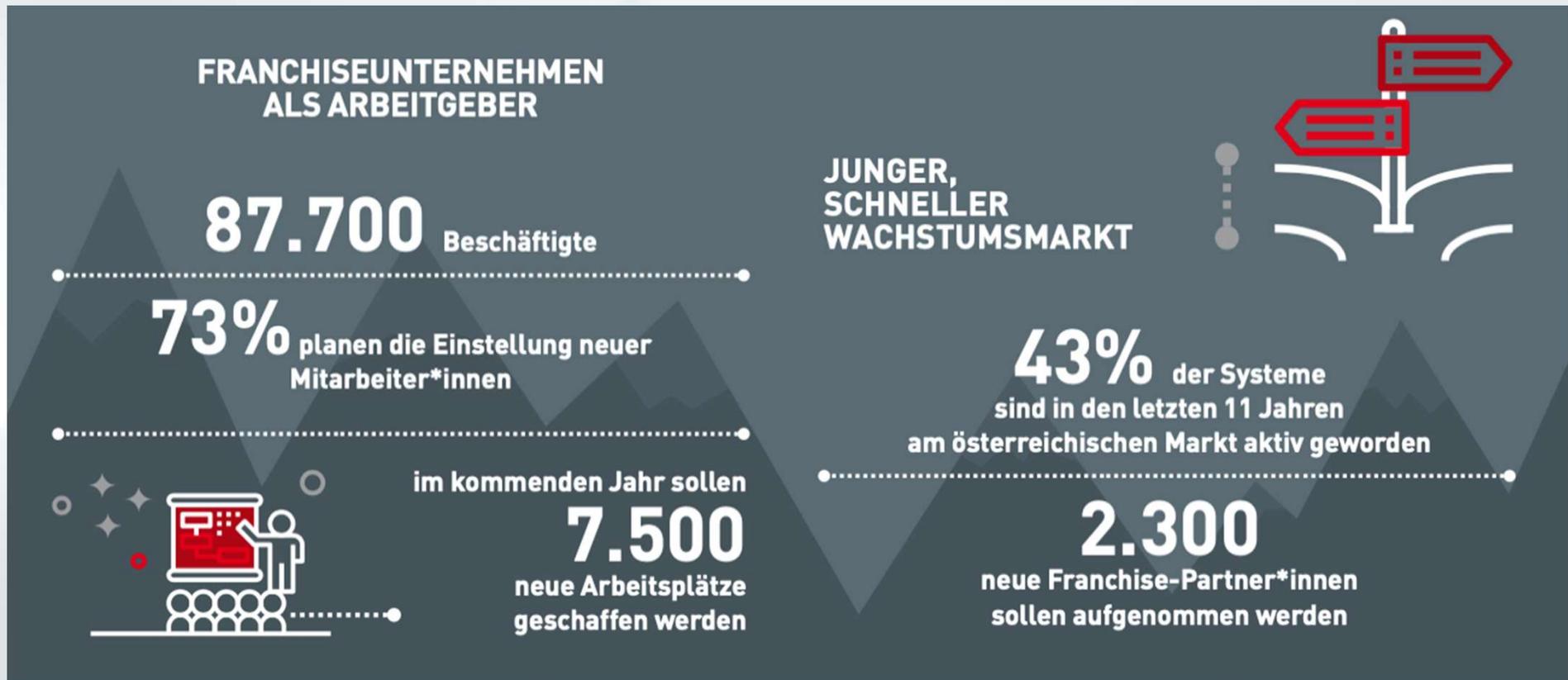
3.5. Franchising in Zahlen – Österreich 2021



Franchise-Statistik 2021: ÖFV

3.5. Franchising in Zahlen – Österreich 2021

Franchise-Statistik 2021: ÖFV

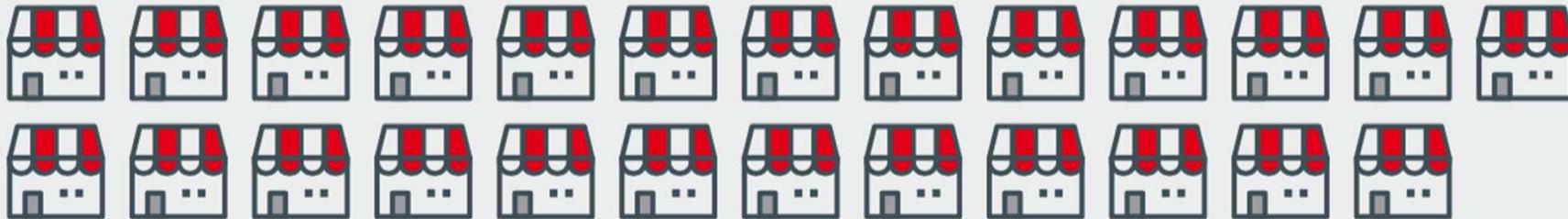


3.5. Franchising in Zahlen – Österreich 2021

Franchise-Statistik 2021: ÖFV

BLICK AUF EIN DURCHSCHNITTLICHES FRANCHISE-SYSTEM

Im Durchschnitt betreibt ein Franchise-System in Österreich **25 Standorte** mit **20 Partner*innen** und beschäftigt **180 Mitarbeiter*innen**.



Ø

€ 140.000

Investitionssumme zum Start



Ø

€ 19.000

Einstiegsgebühr



Ø

7%

Franchise-Gebühr monatlich

Diskussionsrunde

SYNCON[®]



**Franchising ist
people-management**

Vortrag zum Download:

www.syncon-franchise.com/downloads_franchisenehmer-gewinnen



SYNCON[®]

syncon-franchise.com

