

FRANCHISEEXPO²⁴
7.-9. NOVEMBER 2024 GERMANY

Franchisegeber werden: Erfolgsfaktoren und Stolpersteine

Waltraud Martius & Carina Dworak

SYNCON[®]

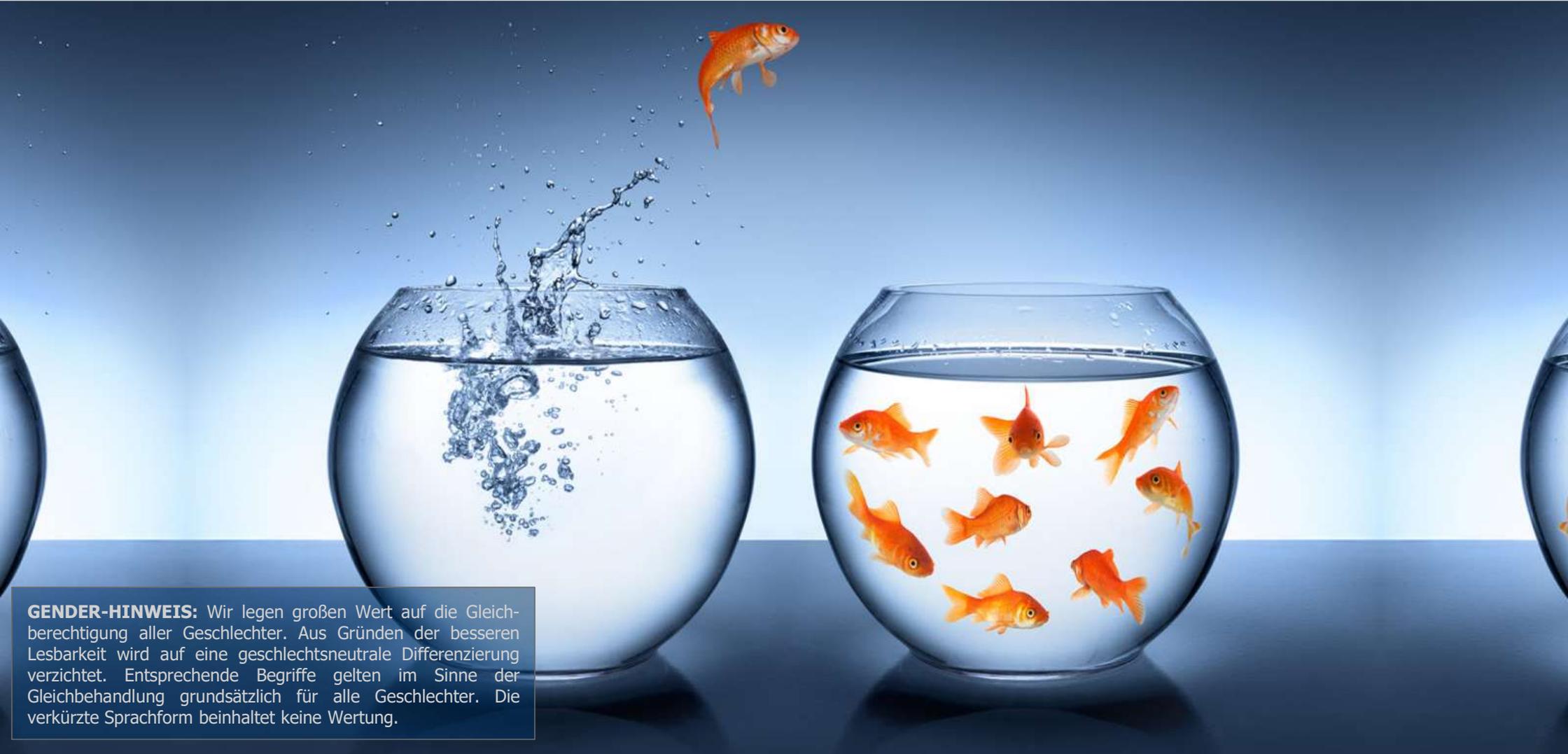
International Franchise Consultants



[SYNCON-FRANCHISE.COM](https://www.syncon-franchise.com)



SYNCON®



GENDER-HINWEIS: Wir legen großen Wert auf die Gleichberechtigung aller Geschlechter. Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf eine geschlechtsneutrale Differenzierung verzichtet. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung grundsätzlich für alle Geschlechter. Die verkürzte Sprachform beinhaltet keine Wertung.

Die Themen

1. Das Wesen des Franchisings
2. Die Definition und Merkmale
3. Die Franchisegebühren
4. Die Franchisetools
5. Die Softfaktoren im Franchising

1. Das Wesen des Franchisings

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 Franchisings Die Franchisepartner | FG

Der Franchisegeber bietet eine schlüsselfertige Existenz

getesteten Betriebstyp

erfolgreiches Marketing

Marke / Image

Produkte / Dienstleistungen

Unterstützung Betriebsaufbau

Anwendungs-Know-how

Ausbildung & Weiterbildung

Partnermanagement

Controlling und Benchmarking

zentraler Einkauf

Marketing- & Vertriebskonzepte

Qualitätssicherung

Wissensmanagement

Systementwicklung

1. Das Wesen des Franchisings Die Franchisepartner | FN

Der Franchisenehmer bringt seine Erfolgsfaktoren ein

unternehmerische Initiative

Kapital

Risikobereitschaft

Arbeitskraft

Information

Kostendeckungsbeiträge (Gebühren)

Teamgeist

Netzwerkdenken

Selbstständigkeit

regionale Umsetzungsstärke

Teilnahme an der Systemweiterentwicklung

Engagement

2. Die Definition & Merkmale Franchising

Ein Franchisesystem ist ein vertikal-kooperativ organisiertes Absatzsystem rechtlich selbstständiger Unternehmen auf der Basis eines vertraglichen Dauerschuldverhältnisses, das am Markt einheitlich auftritt und geprägt wird durch das arbeitsteilige Leistungsprogramm der Systempartner, sowie durch ein Weisungs- und Kontrollsystem zur Sicherung eines systemkonformen Verhaltens.

2. Die Definition & Merkmale Franchising

Das Leistungspaket des Franchisegebers ist das Franchisepaket. Es besteht aus einem Beschaffungs-, Absatz- und Organisationskonzept, der Nutzung von Schutzrechten, der Ausbildung des Franchisenehmers und der Verpflichtung des Franchisegebers, den Franchisenehmer aktiv und laufend zu unterstützen, sowie das Konzept ständig weiterzuentwickeln.

2. Die Definition & Merkmale Franchising

Der Franchisenehmer ist im eigenen Namen und für eigene Rechnung tätig. Er hat das Recht und die Pflicht, das Franchisepaket gegen Entgelt zu nutzen. Als Leistungsbeitrag liefert er darüber hinaus Arbeit, Kapital und Informationen.

2. Die Definition & Merkmale Franchising

Arbeitsteilung

Konzentration auf die eigenen Stärken und Fähigkeiten

Spezialisierung

Profitieren wie Mitglieder eines Konzerns

Selbstständigkeit

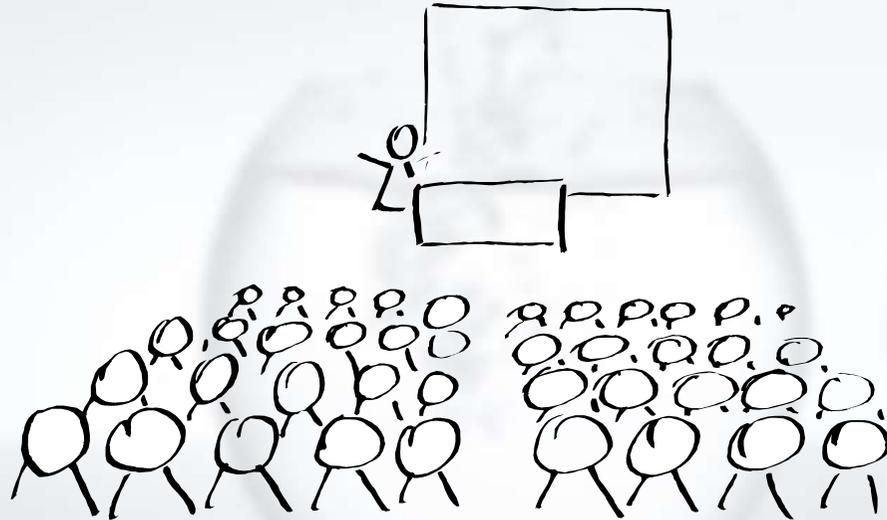
Selbstständige Menschen sind motivierte Menschen

Gemeinsamkeit

Miteinander am gleichen Strang in die gleiche Richtung ziehen

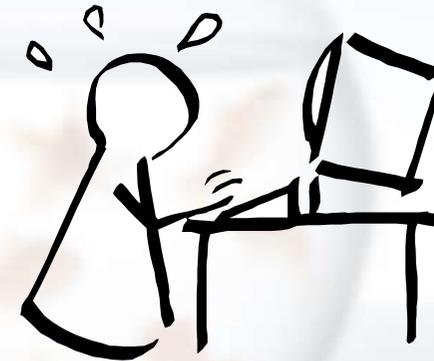
2. Die Definition & Merkmale

Der Franchisenehmer ist der wichtigste Erfolgsfaktor



Vor der Kulisse

Der große Auftritt der Franchisenehmer regional



Hinter der Kulisse

Hohe Produktivität in der Franchisezentrale

3. Die Franchisegebühren

Die Franchiseeinstiegsgebühr

Die Franchiseeinstiegsgebühr ist eine Gegenleistung für den Einstieg in ein erfolgreiches, erprobtes System, abhängig unter anderem von ...

- der Stärke der Marke
- der Größe des Systems
- der Einzigartigkeit des Konzeptes
- dem dokumentierten Erfolg bzw. den Erfolgsaussichten
- der Anzahl der Franchisenehmer
- der eventuellen Grundausbildung der Franchisenehmer (und deren Mitarbeiter)
- der Unterstützung der Franchisenehmer zu Beginn der Partnerschaft

3. Die Franchisegebühren

Die laufende Franchisegebühr

Eine Gegenleistung für die laufende Unterstützung und Erbringung der Serviceleistungen aufgrund des Franchisepaketes:

a) Abhängig vom Umsatz

Vertriebs-Franchising	2 - 6%
Dienstleistungs-Franchising	5 - 15%
Produktions-Franchising	1 - 3%

b) Fixer Betrag

Erfahrungswert

Eine Studie der WU Wien (Dr. Josef Windsperger) zeigt, dass mehr als 80% der Franchisesysteme eine laufende Franchisegebühr von unter 10% (inklusive Werbebeitrag) des Umsatzes verrechnen.

3. Die Franchisegebühren Der Werbe- / Marketingpool

- a) Dieser Pool finanziert die Entwicklung aller im System notwendigen Werbe-, Marketing- und Vertriebsmittel, trägt zum Teil zum überregionalen Marketing bei
- Umsatzabhängig (1 - 3%)
 - Fixer Betrag
- b) Meistens gesteuert über den Franchisebeirat

3. Die Franchisegebühren Die IT-Gebühr

Für diverse IT-Leistungen (z.B. Intranet, syncONE®, Hotline, Hard- und Software, usw.) für die Franchisepartner wird eine IT-Gebühr eingehoben.

- Umsatzabhängig (0,5 - 1%)
- Fixer Betrag

4. Die Franchisetools

Zur Erbringung der Serviceleistungen entwickelt die Franchisezentrale das so genannte Franchisepaket und dokumentiert das gesamte Know-how in den Franchise-Manuals (analog + digital). Zur qualitätsorientierten Umsetzung der Serviceleistungen setzt die Franchisezentrale die so genannten Franchisetools ein, Instrumente, wie z.B.:

- Franchisepaket
- Handbücher
- Intranet
- Systemdarstellungen
- Rekrutierungsinstrumente
- Rekrutierungswebsite
- Beiratssatzung
- Notfallkonzept
- Marketing & Vertriebsinstrumente
- Aus- und Weiterbildungskonzepte
- Kosten-, Umsatz- und Rentabilitätsplanung
- Rahmen- & Musterverträge
- Qualitätsstandards & Instrumente zur Qualitätssicherung
- Controlling & Benchmarking
- Expansionskonzept
- Nachfolgeregelung

4. Die Franchisetools | Muster Franchisepaket

Franchisepartner	Produkte / Dienstleistungen	Standort / Betrieb	Marketingservices	Managementservices	Trainingservices	Systemschutz
Anforderungsprofile	Produktportfolio	Anforderungsprofil	Internationale Marke	Wirtschaftsplanung	Grundausbildung in Theorie und Praxis für Franchisepartner und Mitarbeiter	Schutzrechte
Zielgruppen	Dienstleistungsphilosophie	Standortanalyse	Corporate Identity	Finanzierungsmodell		Markenschutz
Auswahlprozess	Preis- und Konditionenpolitik	Einrichtung und Ausstattung	Kunden-Zielgruppen	Controlling und Benchmarking	Weiterführende Trainings	Gebietsschutz
Partnermanagement	Einkaufspolitik	Schlüsselfertige Planung und Ausführung	Marketing- / Vertriebsinstrumente	IT-gestützte Standort-/ Betriebsorganisation	verpflichtend	Kundenschutz
Beirat	Forschung und Entwicklung	Corporate Design	durch Franchisezentrale	Mitarbeiter	freiwillig	Buch der Partnerschaft
Notfallkonzept			durch Franchisepartner	Rahmenverträge	Trainingskonzepte für Mitarbeiter vor Ort	Intranet syncONE®
Expansion			Werbe- und Verkaufsförderungsmittel	Interne Kommunikation	Trainingstools	Franchisevertrag
Nachfolgeregelung			Marketing- und Vertriebsplanung			Franchisegebühren
			Strategische Netzwerke			Qualitätsstandards und Instrumente der Sicherung
						Nachhaltigkeit
						Compliance

4. Die Franchisetools | Die Know-how-Dokumentation

Die Know-how-Dokumentation beschreibt die Philosophie, die Strategie, die wesentlichen Merkmale des Geschäftstyps, Erfolgsfaktoren, „Werkzeuge“, die Ablauforganisation sowie die Spielregeln einer konfliktfreien Zusammenarbeit. Die Know-how-Dokumentation hat mehrere Aufgaben:

- Dokumentation der Leit- & Richtlinien
- Definition des Profils
- Präzisierung des Franchisevertrages
- Optimierung des Konzepts
- Konkretisierung der „Wertigkeit“
- Erhöhung der Glaubwürdigkeit
- Schulungsunterlage
- Übertragung des Know-hows
- Gebrauchsanweisung
- Aktualisierung des Konzepts
- Beweis der Seriosität
- Beweismittel in Auseinandersetzungen

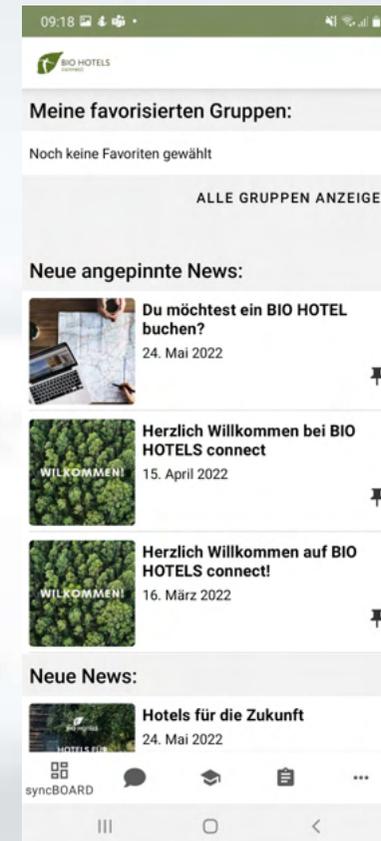
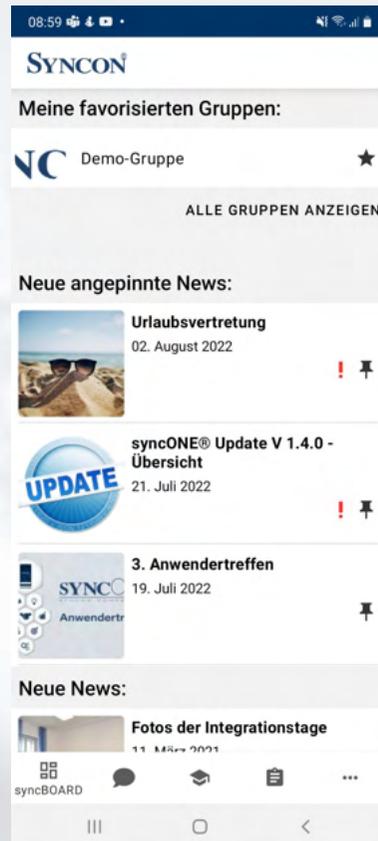
Seit 1. Juni 2010 verlangt die Gruppenfreistellungsverordnung der EU-Kommission von jedem Franchisegeber eine ausreichende Dokumentation des Erfahrungswissens.

4. Digitales System- & Partnermanagement SYNCONONE®

syncONE® MODULE 

 syncBOARD	 Ticketsystem	 News
 Chat	 Training	 Know-how-Dokumentation
 Verwaltung	 Kalender	 Mediathek
 Veranstaltungen		

4. SYNCONONE® ... als Handy-APP



5. Die Softfaktoren im Franchising Instrumente, Mittel und Wege zur Partnerbindung

Hardfacts



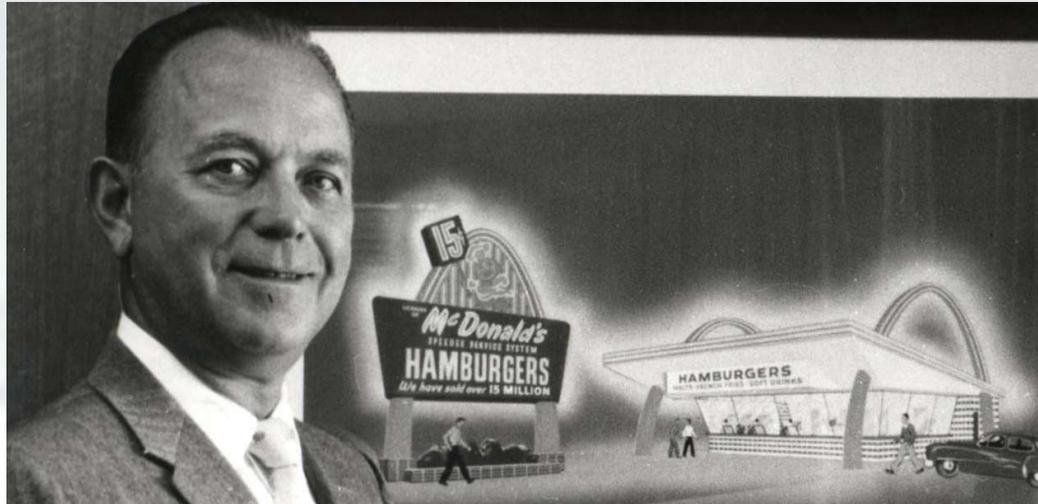
Softfacts

Fairplay Franchising - 4. Auflage

- Spielregeln für partnerschaftlichen Erfolg
- Das Franchiseleistungspaket

Autorin: Mag.^a Waltraud Martius

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



None of us is as good
as all of us!

Ray Kroc, Begründer von McDonald's

Vortrag zum Download:

www.syncon-franchise.com/downloads_franchise-messe



SYNCON[®]

syncon-franchise.com

