



# FRANCHISE EXPO GERMANY

## Masterclass

Stolpersteine in der Gewinnung von Franchisepartner\*Innen vermeiden  
Expansionsstrategien für bestehende und neue Franchisegeber\*Innen

Waltraud Martius & Carina Dworak

**SYNCON**<sup>®</sup>

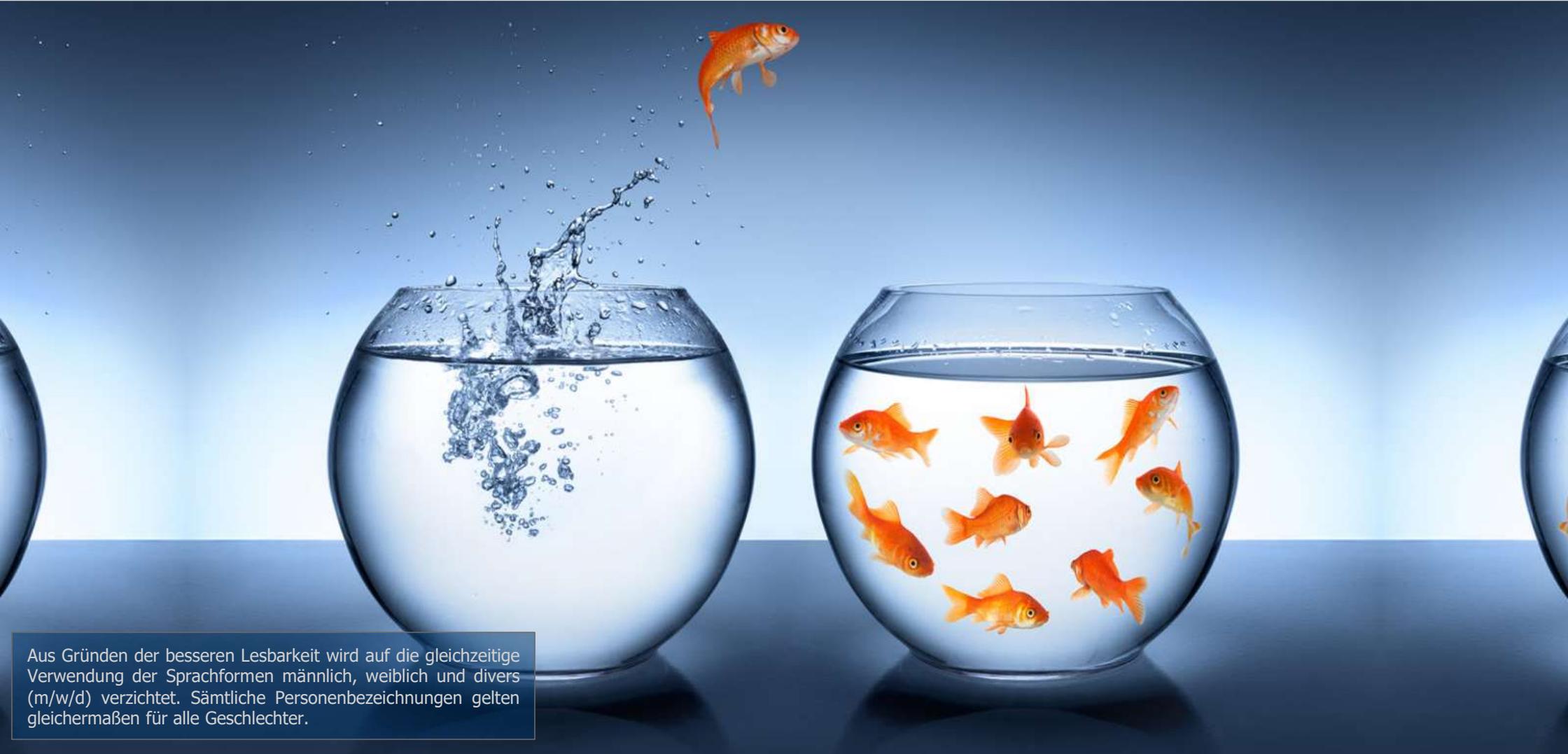
International Franchise Consultants



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

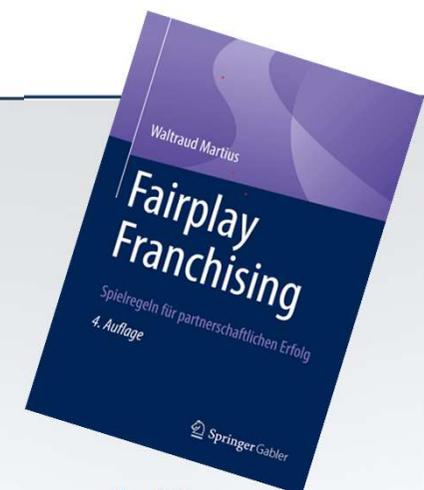


# SYNCON®



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.

## Unser Franchise-Team Denker & Macher!



Wir entwerfen mit Ihnen die Strategie gehen mit Ihnen in die konkrete Umsetzung.  
Unsere Franchise-Beratung erfolgt individuell, abgestimmt auf Ihren jeweiligen Entwicklungsschritt.



Waltraud Martius



Hubertus Boehm



Carina Dworak



Dieter Martius



Bettina Momm



Matthias Meyer



Peter Züger



## Unsere Kunden

### Eine Auswahl aus unterschiedlichen Branchen



## Das Wesen des Franchisings

### Franchising – was ist das?

Eine umfassende Partnerschaft  
für gemeinsamen wirtschaftlichen Erfolg

Eine totale Kooperation in Marketing  
und Vertrieb/Betrieb

Ein Wirkungsnetz mit Synergieeffekten  
und ständiger Weiterentwicklung

Zukunftsorientiertes Geschäftskonzept

- standardisiert
- regionalisiert
- selbständige Unternehmer

## Das Wesen des Franchisings Die Franchise-Partner | FG

Der Franchise-Geber 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

## Das Wesen des Franchisings Die Franchise-Partner | FN

Der Franchise-Nehmer bringt seine Erfolgsfaktoren ein

unternehmerische Initiative

Kapital

Risikobereitschaft

Arbeitskraft

Information

Kostendeckungsbeiträge (Gebühren)

Teamgeist

Netzwerkdenken

Selbstständigkeit

regionale Umsetzungsstärke

Teilnahme an der Systemweiterentwicklung

Engagement

## Das Wesen des Franchisings Die Ziele der Franchise-Partner

Franchise-Geber und Franchise-Nehmer haben die gleichen Ziele:

höherer Gewinn

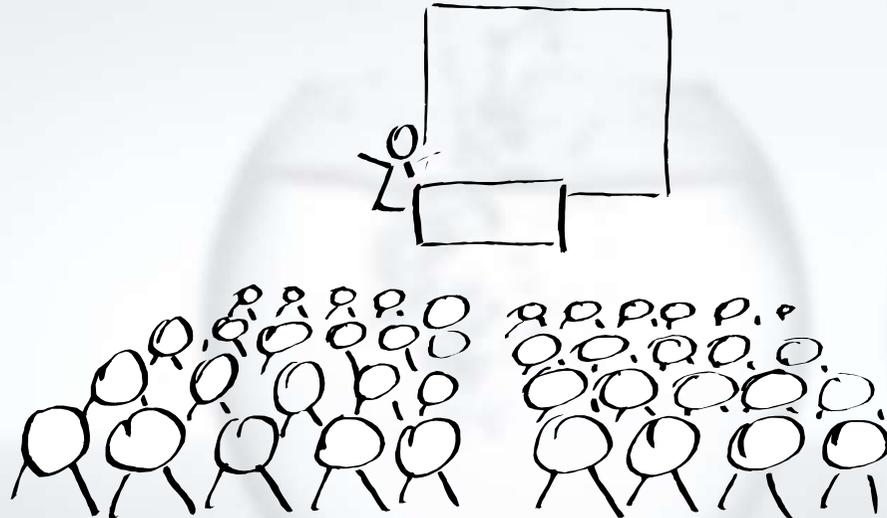
mehr Sicherheit

Dafür gibt es zwei Ansatzpunkte:

Wettbewerbsvorsprung

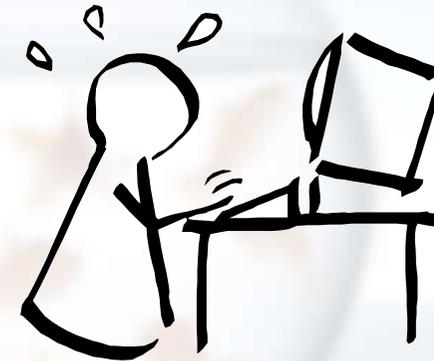
Kostenvorsprung

## Das Wesen des Franchisings 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

## Fairplay Franchising 10 Spielregeln für den partnerschaftlichen Erfolg

Hardfacts



Softfacts

**Fairplay Franchising** - 4. Auflage

- Spielregeln für partnerschaftlichen Erfolg

**Autorin: Mag.<sup>a</sup> Waltraud Martius**

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

## Professionelle Rekrutierung

Rekrutierung

System-Integration

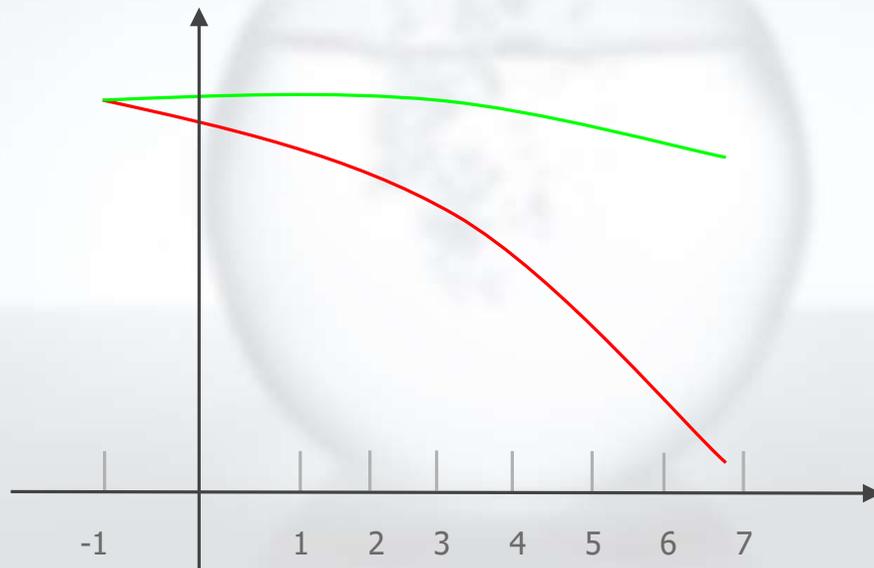
### Die Phasen der Franchise-Partnerschaft

Laufende Partnerschaft

De-Rekrutierung

## 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

## 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

## Anforderungsprofil

Persönliche Anforderungen

Fachliche Anforderungen

Finanzielle Anforderungen

## 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

## 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.

## Wege und Instrumente

- Systemdarstellung/Franchiseportale
- Website und Social Media
- Direkte Ansprache Social Media/Mails (old contacts)
- PR-Texte
- Anzeigen
- Plakate
- Texte für Job-Plattformen
- Powerpoint Präsentationen
- Videopräsentationen – z.B. Welt der Wunder TV „Franchise Me“, „Unternehmer gesucht“
- Messen/Veranstaltungen/Speaker
- Konzept für Informationsveranstaltungen
- Konzept für Assessment Center
- „member gets members“ mit Vergütung/Prämie
- Standorte/Endkunden(Marketing)
- Podcasts u.a. [www.diefranchisejause.com](http://www.diefranchisejause.com)
- Texte für Internet-Dienste
- Potenzialanalyse (Gebiet)
- Persönlichkeitsanalyse/SyncPROFILE
- Statements von erfolgreichen FN's/Videos
- Standardisierte Ab- u. Zusagebriefe/Mailtexte
- Telefon-Leitfäden/Fragekatalog
- Franchiseantrag
- Wirtschaftliches Modell FN
- Know-how-Dokumentation
- Intranet-Zugang
- Vorvertragliche Aufklärungspflicht
- CRM für Franchiseinteressent\*innen
- Franchise-Vertrag
- Standardisierte Formblätter zur Beurteilung / Entscheidungsfindung
- Mitgliedschaft im ÖFV / DFV / SFV

## Erfolgsweg Leadquellen

- Franchiseportale, Franchiseuniversum, DUB.de, WKO
- Website, Landingpages und Social Media
- Jobportale (indeed, stepstone,...)
- Standorte nützen/Endkunden
- Eignungs-Check/SyncLEAD/Social Media
- Verbände/Award-Bewerbungen
- Messen/Veranstaltungen
- Broker
- Podcast
- Konvertierung/erweiterte Zielgruppe
- Mitarbeiter\*innen
- Nachfolge/Übernahme (Marketing)
- Multiunit
- Multibrand
- (Darstellung Gendern, Nachhaltigkeit, Werte...)



# MIX

## 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 (SyncPROFILE)
- Potenzialanalyse (Gebiet)
- Persönlichkeitsgutachten
- Referenzen
- Probearbeit
- Entscheidung
- Checkliste Vorvertragliche Aufklärungspflicht
- Vertragsunterzeichnung
- Feier der Partnerschaft

➔ **Musterprozess!**

## Erfolgsfaktoren Rekrutierungsprozess

- Schnelle Reaktion
- Persönlicher Erstkontakt
- Klarheit über Prozess – konsequente Umsetzung
- Fragenkatalog abgestimmt auf das Anforderungsprofil
- Präsentation/Nutzen
- Fragen statt sagen
- „Mitentscheider\*innen“
- Individuelle Standardisierung/Persönlichkeit
- Franchise Partner\*innen involvieren
- Werte und Persönliches vermitteln und erfragen
- Praktische Beispiele erfragen
- Praxiseinblick ermöglichen
- Professionelle Absagen/Möglichkeit der Entwicklung/Kund\*innen-Gewinnung/Empfehlung
- Stetige Entwicklung und Optimierung/Tracken

## Das persönliche Gespräch

- Vorbereitung
- Ziel
- Fragenkatalog
- Vor Systempräsentation – Klarheit zum Vorgehen, Infos von Interessent\*in
  - Was ist Ihnen für eine etwaige Franchisepartnerschaft wichtig?
  - Welche Infos sind für den Entscheidungsprozess relevant?
  - Welche Fragen haben Sie mitgebracht? (NICHT direkt beantworten/VERSCHIEBEN)
  - Was bedeutet Franchise für Sie?
  - Was gefällt Ihnen an unserem System/Produkt?
  - Welche Herausforderungen könnten entstehen?
  - .....
- Präsentation/Nutzen
- Zwischendurch nachfragen, involvieren, Qualifikationen abfragen
- Klarheit für die nächsten Schritte&Zeitraumen (Fahrplan/Unterlagen übergeben)
- Checkfrage: Auf einer Skala von 1 – 10, wo stehen Sie gerade mit der Entscheidung?

## Studie IOE mit 66 Interessent\*innen (2021)

The screenshot shows a PDF document titled "Studie zu Prozessen in der Franchisenehmer Suche - Adobe Acrobat Pro (64-bit)". The document content is as follows:

### Wenn man ein System kontaktiert

-  64% Rückmeldung innerhalb 1 Werktag
-  81% ausschließlich per Mail
-  77% beenden die Kontaktaufnahme nach dem ersten Versuch

© by IOE



## 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.



## Stolpersteine in der Expansion

Mögliche Fehler beim Aufbau von Franchise-Systemen:

- Mangelhafte Systementwicklung
- zu geringe Investitions-Bereitschaft (Kapital/WoMen Power)
- unzureichende Erprobung
- unzureichender Rekrutierungsprozess
- Kompromisse bei der Auswahl der Franchise-Nehmer
- Erwartungen nicht ausreichend abgeklärt
- Kompromisse beim Standort
- unzureichender Onboarding & Startprozess

## Studie „Die ideale Franchise Unternehmer-Persönlichkeit“



## Vertiefung und praktische Umsetzung



[Spezialseminar „Franchisenehmer für sich gewinnen“ 13. & 14.3.2025](#)

<https://www.syncon-franchise.com/veranstaltungen/>

**SYNCON<sup>®</sup>**



**Franchising ist  
people-management**

## Vortrag zum Download:

[www.syncon-franchise.com/downloads\\_franchise-messe](http://www.syncon-franchise.com/downloads_franchise-messe)



# SYNCON<sup>®</sup>

[syncon-franchise.com](https://syncon-franchise.com)

