

FRANCHISE**EXPO**
GERMANY

Masterclass

Expansionsstrategien:
So vermeiden Sie Stolpersteine bei der Partnergewinnung

Waltraud Martius, Carina Dworak, Roland Küppers

SYNCON[®]

International Franchise Consultants



SYNCON-FRANCHISE.COM



Unser Franchise Team Denker & Macher!

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



Waltraud Martius



Carina Dworak



Roland Küppers



Matthias Meyer



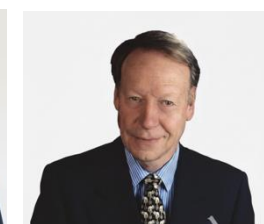
Bettina Momm



Peter Züger



Dieter Martius



Hubertus Boehm
Gründer SYNCON

Unsere Empfehlungen



Unsere Kunden

Eine Auswahl aus unterschiedlichen Branchen



Wo stehst du aktuell mit deinem Franchisesystem?

Was willst du heute von der Masterclass mitnehmen?

Die 3 häufigsten Stolpersteine in der Expansion



System nicht bereit für Expansion

- Mangelhafte Systementwicklung
- Zu geringe Investitionsbereitschaft (Kapital/WoMen Power)
- Unzureichende Erprobung
- Kompromisse beim Standort
- Unzureichender Onboarding & Startprozess



Marketing ohne Zielgruppe & klare Ansprache

- Keine klare Zielgruppen und Personas
- Falsche Marketingkanalauswahl entlang der Partner-Journey
- Nicht passende Zielgruppenansprache



Bewerbungsprozess ohne Struktur

- Unzureichender Rekrutierungsprozess
- Interessenten gehen verloren
- Erwartungen nicht ausreichend abgeklärt
- Kompromisse bei der Auswahl der Franchisenehmer
- Wachstum um jeden Preis statt Qualität

Die 3 häufigsten Stolpersteine in der Expansion



System nicht bereit für Expansion

- Mangelhafte Systementwicklung
- Zu geringe Investitionsbereitschaft (Kapital/WoMen Power)
- Unzureichende Erprobung
- Kompromisse beim Standort
- Unzureichender Onboarding & Startprozess



Marketing ohne Zielgruppe & klare Ansprache

- Keine klare Zielgruppen und Personas
- Falsche Marketingkanalauswahl entlang der Partner-Journey
- Nicht passende Zielgruppenansprache



Bewerbungsprozess ohne Struktur

- Unzureichender Rekrutierungsprozess
- Interessenten gehen verloren
- Erwartungen nicht ausreichend abgeklärt
- Kompromisse bei der Auswahl der Franchisenehmer
- Wachstum um jeden Preis statt Qualität

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

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

Das Wesen des Franchisings

Die Franchisepartner | FN

Der Franchisenehmer bringt seine Erfolgsfaktoren ein

unternehmerische Initiative

Kapital

Risikobereitschaft

Arbeitskraft

Information

Kostendeckungsbeiträge (Gebühren)

Teamgeist

Netzwerkdenken

Selbstständigkeit

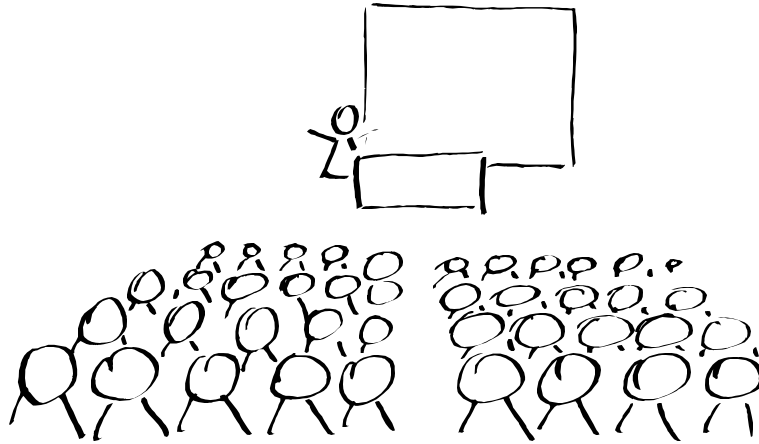
regionale Umsetzungsstärke

Teilnahme an der Systemweiterentwicklung

Engagement

Das Wesen des Franchisings

Franchisenehmer ist der wichtigste Erfolgsfaktor



Vor der Kulisse

Der große Auftritt der Franchisenehmer regional



Hinter der Kulisse

Hohe Produktivität in der Franchisezentrale

Fairplay Franchising

10 Spielregeln für den partnerschaftlichen Erfolg

Hardfacts



Softfacts

Fairplay Franchising - 4. Auflage

- Spielregeln für partnerschaftlichen Erfolg

Autorin: Mag.^a Waltraud Martius

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

Die 3 häufigsten Stolpersteine in der Expansion



System nicht bereit für Expansion

- Mangelhafte Systementwicklung
- Zu geringe Investitionsbereitschaft (Kapital/WoMen Power)
- Unzureichende Erprobung
- Kompromisse beim Standort
- Unzureichender Onboarding & Startprozess



Marketing ohne Zielgruppe & klare Ansprache

- Keine klare Zielgruppen und Personas
- Falsche Marketingkanalauswahl entlang der Partner-Journey
- Nicht passende Zielgruppenansprache



Bewerbungsprozess ohne Struktur

- Unzureichender Rekrutierungsprozess
- Interessenten gehen verloren
- Erwartungen nicht ausreichend abgeklärt
- Kompromisse bei der Auswahl der Franchisenehmer
- Wachstum um jeden Preis statt Qualität

Dein Franchisesystem steht. Jetzt geht es darum, die richtigen Menschen zu erreichen.

Wer ist meine idealer Franchisepartner*in?

Wie spreche ich diese Person konkret an?

Über welche Kanäle?

Und wie hole ich sie emotional ab?

Zielgruppen

Alle zukünftigen Franchisepartner sind existent

Potenzielle Franchisenehmer können bestimmten Clustern zugehörig sein
(Alter, Geschlecht, verfügbares Eigenkapital, Pioniere, Herkunft etc.)

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

SYNCON Zielgruppen-Kompass

Zielgruppe	Merkmale	Mögliche Motivation	Mögliche Hürden	Ansprache / Angebote	Marketingkanäle
Karrierewechsl*innen mit Sinnsuche	Berufserfahrung, Wunsch nach Neuorientierung	Sinn, Selbstbestimmung, Arbeit mit Menschen	Unsicherheit, Finanzierung	Sinnstiftendes Business mit klarem System & Community	LinkedIn, Karriereportale, Franchiseplattformen

Von der Zielgruppe zur Persona

Der entscheidende Schritt zum tieferen Verständnis potenzieller Franchisepartner*innen (& Kund*innen)



Zielgruppe

Breite demographische Merkmale und allgemeine Eigenschaften



Persona

Detailliertes fiktives Profil mit Namen, Geschichte und Motivation



Muster Persona

Markus – EMS-Trainer mit Sinn für Entwicklung



Alter: 38 | Wohnort: Wien | Beruf: Selbstständiger
EMS-Trainer | Familiensituation: In Beziehung |
Ausbildung: Sportwissenschaften | Erfahrung: 12
Jahre Fitness, 5 Jahre EMS

🔥 Haltung & Motivation

- EMS nicht nur als Fitnessinstrument, sondern als gesundheitliche Intervention
- Will raus aus dem kurzfristigen Training – hin zur nachhaltigen Wirkung
- Entwickelt sich gerne weiter, sucht nach größerem Hebel zur Wirkung

📊 Entscheidungsverhalten

- Unternehmerisch denkend, abwägend
- Spricht mit Kolleg:innen, vergleicht Angebote

📱 Medienverhalten

- LinkedIn, YouTube, Trainer-Foren, Business-Podcasts

💬 Zitat

Ich will nicht bis 50 den Hampelmann im Studio machen – ich will Menschen begleiten, gesund und leistungsfähig zu werden.“

🔍 Pain Points

- Keine Differenzierung mehr im Fitnessstudio
- Preisdruck, kurzlebige Kundenbindung

⚡ Ängste & Hürden

- Unsicherheit über Neupositionierung
- Fragen zur Kundenakquise im Gesundheitsmarkt

🔧 Ressourcen

- Langjährige EMS-Erfahrung
- EPU mit unternehmerischem Denken
- Netzwerk und Kundenstamm vorhanden

Anforderungsprofil

Persönliche Anforderungen

Fachliche Anforderungen

Finanzielle Anforderungen

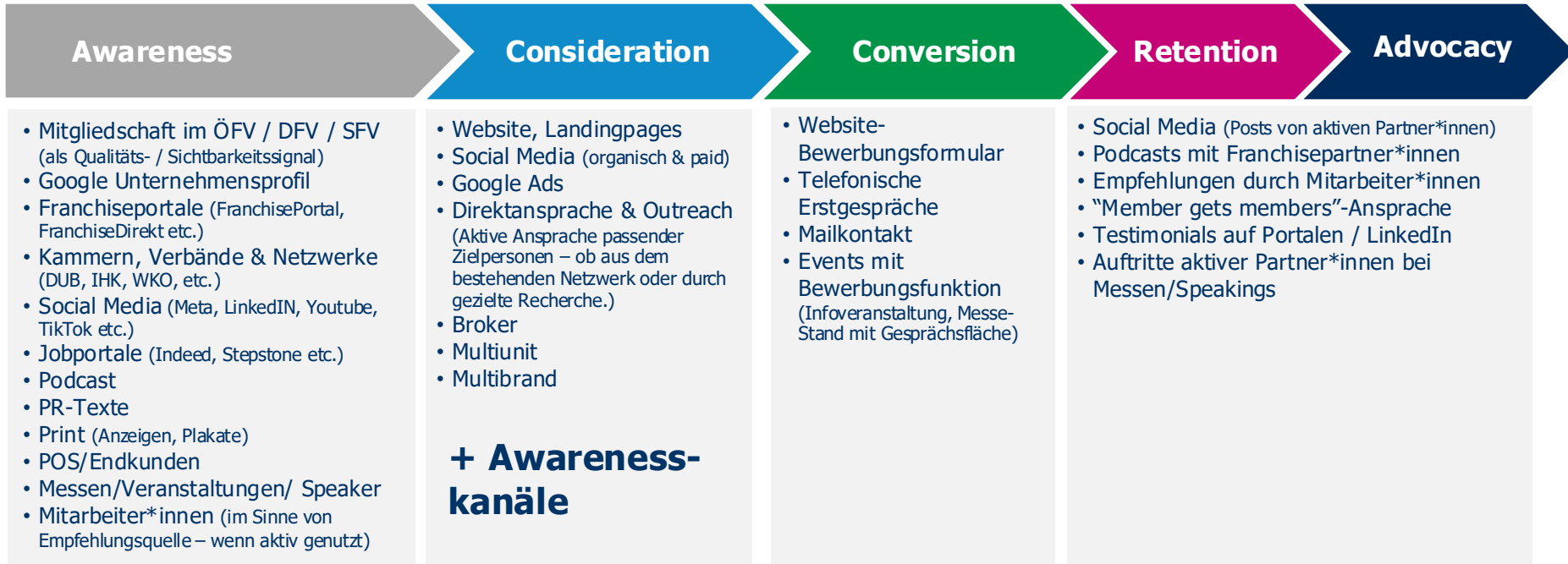
Die Partner-Journey

Von Sichtbarkeit zur starken Partnerschaft



Die Partner-Journey

Marketingkanäle / Der Mix bringt den Erfolg



Die Stolpersteine in der Zielgruppenansprache

Keine klare Persona – Ansprache geht ins Leere

Zu allgemein: „Wir suchen Unternehmer*innen mit Herz“

Gleiches Wording auf allen Kanälen

Fokus auf Produkt statt Nutzen für Partner*innen

Fehlender oder schwacher Call-to-Action

Website: Schaufenster oder Stolperfalle?



Do's

Klarer Bewerbungsprozess sichtbar

Persönliche Geschichten, echte Bilder

Aussagekräftige CTA-Buttons („Jetzt informieren“)

FAQs und Ansprechpartner*innen



Don'ts

Nur Werbetexte über das Produkt

Stockfotos & Marketingsprache

Kein oder versteckter Kontakt

Nur PDF zum Download irgendwo im Footer

Persönlichkeitsanalyse + Franchise-Eignungsscheck

Bin ich eine Franchise-Unternehmerpersönlichkeit?

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

- Das Profil eines „idealen Franchisenehmers“ 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-Eignungsscheck**“ für Ihre Website, sozusagen als Lead-Generator.

Die 3 häufigsten Stolpersteine in der Expansion



System nicht bereit für Expansion

- Mangelhafte Systementwicklung
- Zu geringe Investitionsbereitschaft (Kapital/WoMen Power)
- Unzureichende Erprobung
- Kompromisse beim Standort
- Unzureichender Onboarding & Startprozess



Marketing ohne Zielgruppe & klare Ansprache

- Keine klare Zielgruppen und Personas
- Falsche Marketingkanalauswahl entlang der Partner-Journey
- Nicht passende Zielgruppenansprache



Bewerbungsprozess ohne Struktur

- Unzureichender Rekrutierungsprozess
- Interessenten gehen verloren
- Erwartungen nicht ausreichend abgeklärt
- Kompromisse bei der Auswahl der Franchisenehmer
- Wachstum um jeden Preis statt Qualität

Rekrutierungsprozess für Franchisepartner*innen

Lead-Eingang

Erstkontakt &
Vorqualifikation

Bewerberantrag

Informationsphase /
Kennenlernphase

Tiefergehende Prüfung
(vorvertragliche Aufklärung)

Wirtschaftlichkeit
Finanzierung
Standortsuche

Onboarding, Ausbildung,

Startvorbereitung

Prozess der Rekrutierung

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

 **Musterprozess!**

Erfolgsfaktoren Rekrutierungsprozess

- Schnelle Reaktion
- Zielorientierter persönlicher Erstkontakt/Telefon
- Klarheit über Prozess – konsequente Umsetzung
- Fragenkatalog abgestimmt auf das Anforderungsprofil
- Nutzenorientierte Präsentation
- Fragen statt sagen
- „Mitentscheider*innen“ einbinden
- Individuelle Standardisierung/Persönlichkeit
- Franchisepartner*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)

Studie zu Prozessen in der Franchisenehmer Suche - Adobe Acrobat Pro (64-bit)

Datei Bearbeiten Anzeige Elektronische Signaturen Fenster Hilfe

Start Werkzeuge Studie zu Prozesse... x Abonnieren ?

8 / 13 67.2%

Wenn man ein System kontaktiert

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

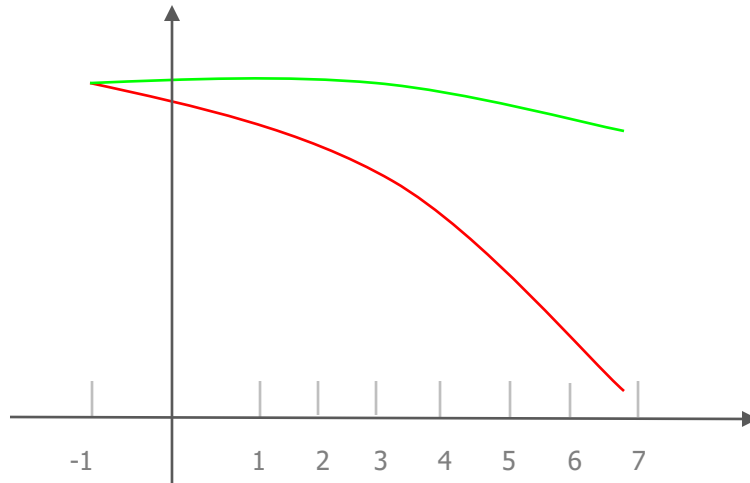
© by IoE

ioe
institute of entrepreneurship

Professionelle Rekrutierung

Die „Minus 1-Phase“

Motivationskurve Franchise-Partner



Vorvertragliche Aufklärungspflicht zwingt Franchisegeber bereits in der Rekrutierungsphase zu **Perfektionismus**

Erster Eindruck prägt die Qualität der Partnerschaft

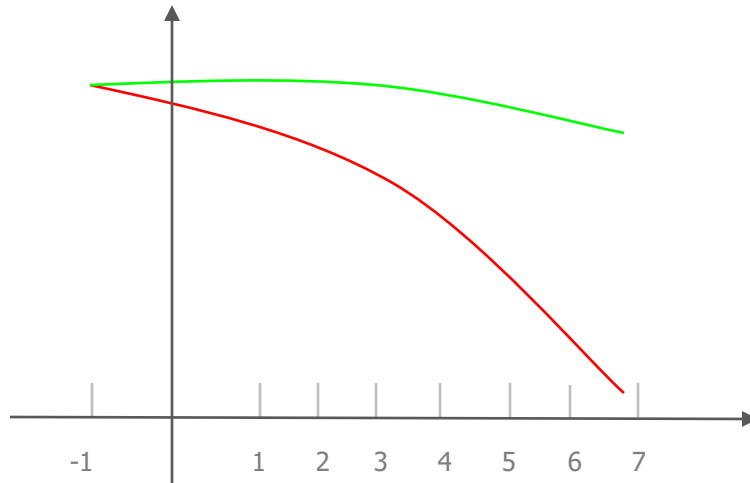
Versprechen müssen gehalten werden

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

Studie „Die ideale Franchise Unternehmer-Persönlichkeit“



Vertiefung und praktische Umsetzung



Spezialseminar: „Franchisepartner*innen für sich gewinnen“
9 & 10. März 2026 in München

<https://www.syncon-franchise.com/seminar-franchisenehmerinnen-fuer-sich-gewinnen-2026/>



Franchising ist people-management

Vortrag zum Download:

www.syncon-franchise.com/downloads_franchise-messe



syncon-franchise.com

