

Franchise

Titel: **Wie kann die Gewinnung von Franchisepartnern effizienter gestaltet werden?**

Verfasser: Lorenz A. Aries
Geschäftsführer optimAS AG für Verkaufsoptimierung

Text:

Die Lösung dieser zentralen Frage ist der Schlüssel zum raschen und nachhaltigen Erfolg von Franchisesystemen. Wer hier eine optimale Lösung für sein Franchisesystem gefunden hat, ist auf der sicheren Seite. Nur, eine einzige Lösung ist heute kaum der Schlüssel für den Erfolg. Ein ausgeklügeltes System an Massnahmen hat schon eher die Chance auf Erfolg.

Die Suche von Franchisenehmern ist in der heutigen Zeit der Verunsicherung immer schwieriger. Viele Kaderleute wollen sich heute wohl selbständig machen, haben jedoch den Mut nicht, sich auf ein in der Praxis erprobtes Konzept einzulassen. Franchising als sichere Methode der Unternehmensgründung ist in der Schweiz noch viel zu wenig bekannt. Aus diesem Grunde ist es auch so schwer, gute Unternehmer zu finden, die eine eigene Firma mit einem sicheren Businesskonzept gründen wollen.

Als Franchisegeber in dieser Situation die richtigen Partner zu finden ist zeitaufwendig und kostet sehr viel Geld. Die Investition in die Suche eines Franchisenehmers kann sehr schnell in der Grössenordnung einer Suche für einen Geschäftsführer sein. Summen zwischen CHF 20'000.-- bis 30'000.-- pro neuen Franchisenehmer sind nicht erstaunlich.

Welches sind ideale Voraussetzungen für eine gesicherte Suche von Franchisenehmern?

Die idealste Voraussetzung für einen erfolgreichen Such- und Selektionsprozess ist eine äusserst bekannte Marke. Das Franchisesystem muss also vor dem Start einen entsprechenden Markenaufbau realisieren. Erst wenn ein gewisser Basisbekanntheitsgrad vorhanden ist, kann auch die Suche von Franchisepartnern realisiert werden.

Neben dem Bekanntheitsgrad sind noch folgende Elemente wichtig:

- Ausgereiftes Franchise-Konzept
- Klar definiertes Franchise-Partner Profil
- Genügend grosser Franchise-Partner Markt
- Geprüfte Sicherheit, dass mit dem Konzept auch Geld verdient werden kann

Wenn Franchisesysteme ohne diese Anforderung gestartet werden sollen, ist die Suche von entsprechenden Partnern meistens ein "Beziehungs-Delikt". Der Einsatz des persönlichen Netzwerkes bildet dabei die zentrale Grösse.

Neue Franchisenehmer können sich aus dem beruflichen wie auch privaten Umfeld rekrutieren. Wichtig für ein Franchisesystem, das neu auf den Markt kommt, ist, dass innerhalb von kurzer Zeit ein erster "Grundstock" an Franchisenehmer realisiert werden kann. Dies ist umso wichtiger, als die Einschulung und die Betreuung in der Startphase für einen einzigen Franchisenehmer identisch teuer ist, wie die Einschulung von 3 bis 4 Franchisenehmern gleichzeitig. Bei der Ersteinschulung von mehreren Franchisenehmern ist ein klarer Start-Erfolg auszuweisen.

Wie sieht ein moderner Selektionsprozess aus?

Nur mittels den "üblichen" Bewerbungsgesprächen können heute kaum mehr Franchisenehmer systematisch genug selektioniert werden. Damit der Franchisegeber seinen zeitlichen Einsatz im Selektionsprozess reduzieren kann, sind gewisse Prozessschritte in Gruppen zu realisieren. Ein idealer Schritt ist dabei die Präsentation des Systemes. Hier können Interessenten in einer einstündigen Präsentation gut zusammengekommen werden. Nachdem Interessenten über die Gruppenpräsentation das System kennengelernt haben, ist es von Vorteil, in ersten kurzen individuellen Gesprächen die Motive und die Situation des Interessenten genauer kennenzulernen.

Bevor in weiteren persönlichen Einzelgesprächen Businessplan, Standortfragen, Gebietsfragen etc. geklärt werden, sollte der Franchisegeber wissen, wie geeignet der Franchisenehmer-Interessent als Partner ist. Über ein Einzel- oder Gruppenassessment wird ermittelt, ob der Interessent bei den Schlüsselfaktoren auch das notwendige Wissen und die notwendige Flexibilität zur Integration in ein Franchisesystem besitzt. Einige Punkte können dabei, mit Aufgabenstellungen die äusserst nahe der täglichen Arbeit entsprechen, simuliert oder realisiert werden. Je stärker der 1:1 Bezug aufgebaut wird, desto stärker kommen die vorhandenen Eigenschaften klar zum Vorschein.

Ist diese Hürde genommen, tritt der Selektionsprozess in die dritte und entscheidende Phase ein. Nun gilt es, mit dem Franchisenehmer den Businessplan mit verbindlichen Budgets aufzubauen. In diesem Prozess wird auch die Justierung der Vertragspunkte realisiert.

Konklusion

Bereits die professionelle Darstellung eines systematisch aufgebauten Selektionsprozesses vermittelt dem Interessenten ein entsprechendes Image des Franchisesystems. Je klarer die Schritte und die damit zu erzielenden Resultate sind, desto interessanter wird es, diesen Prozess zu realisieren. Im optimAS Prozess integriert ist zusätzlich noch die Erstellung eines Persönlichkeits-Profiles. Darauf aufbauend wird das Ziel- und Leistungsgespräch realisiert. Dank der Grundlage des Persönlichkeits-Profiles ist es beiden Seiten möglich, sicherheitsbildende Fragen vorzubereiten und zu stellen. Damit nicht einfach "Möchtegerne" in den Selektionsprozess einsteigen, hat sich in der Praxis das Verlangen eines Kostendeckungsbeitrages (Wert Fr. 500.-- bis 800.--) als absolut sinnvoll erwiesen. Dabei muss diese Gebühr vor dem Entscheidungsfindungs-Seminare überwiesen werden.

Mit Franchisenehmer, die auf diese Weise selektioniert werden konnten, zusammenzuarbeiten, ist optimal und macht auch sehr viel Freude.