

Franchising

Headline: **Geschäftsgründung mit Erfolgsgarantie**

Verfasser: *Lorenz A. Aries*
Geschäftsführer optimAS AG für Verkaufsoptimierung

Einleitung: *Geschäftsgründungen sind heute mit einem grossen Erfolgsrisiko behaftet. Dank modernen Geschäftskonzepten, entwickelt auf dem Prinzip des Franchising, kann die Mortalitätsrate bei Neugründungen innerhalb der ersten 3 Jahre in den USA um einen Faktor 30 reduziert werden. Das heisst, dass nur jedes 300. Unternehmen im Franchising scheitert gegenüber einer Gründung ohne Franchising. Unternehmens-Konzepte mit Franchising sind in der Schweiz im Vormarsch.*

Text:

Geschäftsgründung mit Multiplikation und Divisor

Jeder Neu- oder Jung-Unternehmer macht sich heute Gedanken, wie sich seine Geschäftsidee von bestehenden Anbietern wahrnehmbar abheben kann. Die umfassende Branchenbeobachtung nimmt dabei einen wichtigen Platz ein. Daneben ist es wichtig herauszufinden, welcher Standort ideal ist, wie der Gesamtauftritt aussehen soll. Die Sortimentsgestaltung und Leistungsgestaltung bilden einen weiteren wichtigen Punkt im Business-Plan. Wenn diese Fragen geklärt sind, respektive klar und eindeutig im Business-Plan festgehalten sind, kommt die wichtige Phase der Budgetierung und der Beschaffung der notwendigen Finanzen.

Wenn ein Neuunternehmer all diese Aufgaben alleine realisieren will, benötigt er einen enormen Einsatz und Zeitaufwand. Kann er sich in der Regel doch nicht einfach einen „Geschäftsgründungs-Urlaub“ nehmen, sondern um das notwendige Kleingeld für die Geschäftsgründung zu besitzen, leistet er in der Regel einen enormen Arbeitseinsatz.

Ein wichtiger Schritt für den Neuunternehmer ist die Beschaffung und Sicherung des notwendigen Betriebskapitals und -kredites. Die Zusammenarbeit mit einer Bank die Interesse an einer Neugründung besitzt, ist in der heutigen risikobewussten Einschätzung von Business-Plänen recht schwierig.

Wenn nun in entsprechenden Branchen geprüfte Basiskonzepte vorhanden sind, bei denen auch die grundsätzliche Betriebskapitalfinanzierung geregelt ist, wird es bedeutend einfacher um sich selbständig zu machen. Die Finanzierung solcher Konzepte über das Franchising ist recht attraktiv. Folgende Vorteile sprechen eindeutig dafür:

Multiplikation

- Der Business-Plan wird einmal realisiert und regional angepasst
- Die Beschaffung der Finanzierung erfolgt aus einer Position der Stärke
- Die Marketing-Konzeption kann mehrfach genutzt werden
- Die Verkaufs- und Werbeunterlagen müssen nur marginal zusätzlich angepasst werden
- Die Auflagen der Drucksachen können gesteigert werden. Somit die Stückkosten gesenkt

Divisor (Laufende Kosten werden durch die Anzahl Partner dividiert)

- Marketing-Planungskosten
- Weiterbildungs-Massnahmen
- Werbekosten
- Direct-Marketing Massnahmen
- Kosten für Drucksachen
- Schaufenster- und POS-Gestaltungs-Aufwand
- Beschaffungs-Aufwand
- Sortiments-Entwicklungen und -Anpassungen

Wieso Franchising?

In der Schweiz kann in vielen Branchen noch eine starke Zurückhaltung gegenüber dem Franchising beobachtet werden. Gründe könnten dabei sein, dass weltweit bekannte Franchise-Systeme den Eindruck einer „Religion“ vermitteln. Gleichbedeutend wie alles gleich, äusserst schmales Sortiment, absolute Vereinfachung der Geschäftsprozesse, höchst aggressives Auftreten am Markt mit „schreierischer“ Werbung.

Dieses Verhalten ist typisch amerikanisch. Europäische oder sogar schweizerische Franchise-Systeme orientieren sich an den hiesigen Normen und Geschäftsempfinden. Im Gegensatz zu Verbindungen die nicht mit einem Franchisevertrag begründet sind, wie z.B. lose Marketing-Organisationen oder Interessengemeinschaften oder Genossenschaften, ist das Franchising eine dauerndes gegenseitiges Abhängigkeitsverhältnis. In dem der Franchisegeber nicht ohne den Franchisenehmer und der Franchisenehmer nicht ohne den Franchisegeber leben kann.

Dieses gegenseitige Abhängigkeitsverhältnis sichert, dass beide Partner eine optimale Leistung für den jeweiligen Zuständigkeits-Bereich erbringen müssen. Beim Franchising ist die Aufteilung der Aufgaben in der Regel wie folgt ausgestaltet:

Franchisegeber zuständig für:

- Markenschutz und Markenverteidigung
- Business-Plan und Marketing-Konzeption
- Unterstützung bei der Suche und Beurteilung von Standorten
- Werbe-Massnahmen und Frequenzförderungs-Konzepte
- Leistungskonzeption und Marktauftritt (POS-Gestaltung)
- Pooling von notwendigen Dienstleistern wie Versicherungen, Finanzierungen, Weiterbildungen, Druckereien
- Organisation eines kostengünstigen, Zeit sparenden Beschaffungs-Marketing mit attraktiven Einkaufskonditionen (Gruppenkonditionen)
- Organisation eines systematischen Erfahrungsaustausch sowie das Brechen von Kapazitätsengpässen oder Spitzen durch ein systematisches Personal-Ausleihsystem
- Organisation eines Reportings- und Unternehmens-Unterstützungssystems im Bereich Personalsuche, Teambildung, Basis-Ausbildung und Qualifikation.

Franchisenehmer zuständig für:

- Systematische Umsetzung des Basiskonzeptes
- Aktive Nutzung der gemeinsam erarbeiteten Marktkonzeptionen
- Zahlung der Franchisegebühr und der Umsatzabgabe
- Aktive Teilnahme im Erfahrungsaustauschbereich, Weiterbildung und Leistungsentwicklung
- Reporting an die Zentrale
- Aktive Marktbearbeitung und Einsatz der Werbe- und Verkaufsförderungsinstrumente
- Regionale Nutzung und Verbreitung der Marke

Dank dieser Aufgabenteilung kann sich ein Franchisenehmer auf seine Kernfunktion konzentrieren. Er besitzt die Sicherheit, dass die Zentrale die „Stabsfunktionen“ mit einer hohen Professionalisierung realisiert. Gleichzeitig besitzt jeder Franchisenehmer ein uneingeschränktes Mitsprache- und Mitbestimmungsrecht. Dies unabhängig der Umsätze die er erwirtschaftet. Je nach Unternehmens-Konstruktion können sich die Franchisenehmer sogar am Gebilde des Franchisegebers beteiligen und sind somit Mitbesitzer ihrer eigenen Organisation.

Durch die konsequente Einhaltung der Aufgabenteilung sind Kostenoptimierungen zwischen 20-40% möglich. Gleichzeitig kann dank der systematisch entwickelten Akquisitions- und Frequenzförderungs-Massnahmen eine regelmässige Umsatzsteigerung zwischen 5-15% realisiert werden.

Welche Voraussetzungen müssen in einer Branche vorhanden sein, damit Franchising Erfolg hat?

Faktor Nr. 1 Branchengrösse

Damit ein Franchising-System erfolgreich sein kann, muss die Branche bereits eine bestimmte Grösse erreicht haben. Grösse bedeutet dabei, die Art der Geschäfte muss in einer Volkswirtschaft verbreitet vorhanden sein.

Faktor Nr. 2 Branchen-Entwicklungsgrad

Der Entwicklungsgrad im Bereich Unternehmenskonzeption, Führung und Marketingverhalten ist ein wesentlicher Faktor um in einer Branche über Franchising neue Unternehmen zu gründen. Je tiefer der Entwicklungsstand gegenüber andern Branchen, desto grösser die Erfolgchance. Heute und in der Zukunft hängt der Unternehmens-Erfolg immer mehr von der Fähigkeit der Kundengewinnung, Kundenbindung und Kundenentwicklung ab. Also Konzepte und Umsetzungen die über das Marketingverhalten einer Unternehmung begründet werden. Dabei wird es immer wichtiger, dass solche Konzepte rasch und systematisch umgesetzt werden. Nur wer heute die notwendige Geschwindigkeit besitzt wird überleben.

Faktor Nr. 3 Human-Capital im Bereich potentielle Unternehmer

Diese Voraussetzung muss in einer Branche überdurchschnittlich vorhanden sein. Betrachten wir z.B. die Branche der Unternehmensberater so ist dieser Faktor in einem überaus hohen Masse vorhanden. Viele knapp 50jährigen Geschäftsleiter / Bereichsleiter wollen aus der Linie aussteigen und sich selbständig machen. In andern Branchen ist dies z.B. an der Zahl der ausgebildeten Meister ablesbar. In Branchen in denen viele Meister ausgebildet werden, die jedoch wenig Chancen für eine Geschäftsübernahme innerhalb von 3-5 Jahren besitzen, liegt Unternehmer-Potential brach, das aktiv genutzt werden sollte.

Faktor Nr. 4 Standort

Die Standortfrage ist bei der Gründung einer Unternehmung immer sehr wichtig. Besonders im Bereich Fachgeschäft und Detailhandel. Je Standort unabhängiger eine Beratungsleistung im ersten Schritt jedoch realisiert werden kann, desto einfacher ist die Eröffnung eines Geschäftes. Je stärker ein Geschäft seine Kunden auch über grössere Distanzen gewinnen und binden kann, desto weniger spielt der Standort eine Rolle. Standorte an attraktiven Passantenlagen sind heute teuer und kaum mehr zu haben. Standorte in der Nähe der potentiellen Kunden (Agglomerationen) sind günstig zu haben. Sie werden jedoch in der Branche Detailhandel weniger gesucht, weil bis dato nur die Frequenz als Gradmesser für einen möglichen Erfolg definiert worden ist. Basisfrequenzen zu besitzen ist schön und gut. Wer jedoch in der Lage ist, seine Frequenz dank dem einmaligen Marketing-Konzept zu generieren macht sich Lage unabhängig und bedeutend erfolgreicher.

Faktor Nr. 5 Beschaffung

In vielen Branchen wird der Gewinn heute nur noch dank einer systematischen Beschaffung in genügendem Masse erzielt. Wer seine Lieferanten systematisch in die Absatzförderung mit einbezieht und mit ihnen zusammen Push-Pull Massnahmen realisiert, erzielt höhere Gewinne. Ein Franchisegeber macht es sich zum Ziel, mit den Lieferantenpartner im System diese Funktion umfassend zu realisieren. Lieferantenpartner sind immer dann bereit in einem solchen System eine aktive Rolle zu spielen, wenn bei ihnen die Vertriebskosten laufend steigen, die Produkte sich enorm angleichen und die Differenzierung für den Verkäufer nur noch über den Rabattsatz möglich wird. Das heisst der Einkäufer ist so mündig, dass er auf den Verkäufer grundsätzlich verzichten kann. Der Verkäufer bildet für ihn nur noch eine willkommene Abwechslung im Alltag oder das Umgekehrte. Der Verkäufer ist die ominöse Zeitfalle der systematisch ausgewichen wird. Zu erkennen an der Schwierigkeit der Verkäufer einen Termin vereinbaren zu können.

Wenn diese fünf Faktoren in einer Branche umfassend zusammentreffen, kann sich ein potentieller Unternehmer ohne weiteres mit einem Franchisesystem den Traum der Selbständigkeit erfüllen. Zu finden ist der richtige und seriöse Franchisegeber mit einem umfassenden Konzept.