

## **Franchising - eine Lösung für KMU (Klein- und Mittelbetrieb)?**

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

### Kann Franchising für ein KMU-Betrieb eine Lösung sein?

Franchising ist je länger je mehr auch für mittlere Unternehmen eine echte Alternative um die Vertriebsanforderungen der Zukunft „Lean“ zu realisieren. Die Investition in teure Aussendienst-Mitarbeiter mit dem dazugehörigen Coaching und der notwendigen intensiven Führung muss heute klar überdacht werden. Wären die Aussendienst-Mitarbeiter selbständige Unternehmer, könnte sich der Mittelbetrieb klar auf die Funktionen Fabrikation oder Leistungsgestaltung sowie auf das Marketing konzentrieren.

Um diese Gedanken in die Tat umsetzen zu können, sind vorab natürlich einige Voraussetzungen zu erfüllen. Die Frage lautet dabei: „Wann ist eine Leistung franchisierbar?“ Nun die Antwort ist soweit einfach. Fünf Grundkriterien müssen klar erfüllt sein.

- Kriterium 1**    Marktvolumen  
Das Marktvolumen muss so gross sein, dass mehrere Vertriebspartner in einer Volkswirtschaft mit der Franchiseleistung das notwendige Umsatzvolumen realisieren und davon auch leben können.
- Kriterium 2**    Multiplizierbarkeit der Leistung  
Die Leistung des Franchisegebers muss eine in sich klare geschlossene Leistung darstellen. Sie muss „einfach“ darzustellen sein und echte Engpässe bei den Zielgruppen abdecken. Ein einfaches Me-too Produkt, das nur über den Preis zu verkaufen ist, kann kaum je franchisefähig gemacht werden. Es bedarf einer gewissen Exklusivität und Einzigartigkeit
- Kriterium 3**    Franchiseunterstützung  
Das Unternehmen das als Franchisegeber auftreten will, hat sich diesem Gedanken voll zu verschreiben. Franchisegeber sein heisst, seine Franchisenehmer aktiv und systematisch zu unterstützen und an den Erfolg heran zu führen. Es ist eine Daueraufgabe. Aus diesem Grunde heisst es auch, Franchising ist ein gegenseitiges Dauerschuldverhältnis. Franchisegeber wie auch Franchisenehmer sind von einander abhängig.

- Kriterium 4    Schutzfunktionen für die Leistungen  
Franchisierbare Leistungen (Produkt + Dienstleistungen + Services) sind idealerweise geschützt über einen Markenschutz. Dies kann ein Modellschutz, ein Patent oder eine Wort-/Bildmarke sein. Der Schutz sollte dabei national, besser sogar international und dabei in Kombination mit dem Internet realisiert sein. Wer sein Produkt umfassend geschützt hat, besitzt bedeutend bessere Chancen ein erfolgreiches Franchisesystem aufziehen zu können.
- Kriterium 5    Potentielle Franchisepartner  
Jedes Franchisesystem ist natürlich nur so erfolgreich, wie die Franchisepartner Erfolg am Markt erzielen. Je grösser das Reservoir an potentiellen Franchisepartner ist, desto einfacher ist der Selektionsprozess. Die Erfahrung zeigt, dass in vielen Branchen Franchisenehmer keine besonderen Kenntnisse mitzubringen haben und in anderen Branchen die Kenntnisse und Fähigkeiten sehr hoch sind.

#### Das ideale Vorgehen zu Prüfung der Franchisefähigkeit einer Leistung

Ein Mittelunternehmen oder ein Kleinbetrieb muss zuerst die Prüfung der Multiplizierbarkeit seiner Leistung vornehmen. Dabei ist es wichtig festzustellen, wie einfach und logisch die Leistung am Markt angeboten werden kann. Gleichzeitig ist zu definieren welche Fähigkeiten und Kenntnisse die Vermarkter (Franchisenehmer) besitzen müssen, um erfolgreich zu sein.

Wenn sich ein Franchisesystem auf einen grossen Bestand an Fachkräften konzentrieren kann, die mit wenig Aufwand auf die neue Aufgabe eingeschult werden können, ist ein solches System rascher aufgebaut. Benötigt das System jedoch hoch qualifizierte Kaderleute - wie das zum Beispiel im Bereich der Unternehmensberatung typisch ist - so beschränken die hohen Anforderungen das Wachstum ganz enorm.

Die ersten Schritte zur Prüfung sehen wie folgt aus:

- Überprüfung der Erklärungsbedürftigkeit der Leistung - kann die Leistung einer Person ohne grosse Kenntnisse in 5 bis max. 7 Minuten einfach und klar verständlich erklärt werden?
- Sind die Prozesse zur Erbringung der Leistung innerhalb von wenigen Arbeitstagen erlernbar. Maximale Einarbeitungszeit ohne Coaching von 10-15 Tagen
- Ist der Markt für den Franchisenehmer so gross, dass er sich in seinem Gebiet kaum jemals voll austoben kann?
- Ist es möglich die bestehenden Leistungskomponenten ohne „grossen“ Aufwand zu aktualisieren und mit neuen Leistungen zu erweitern?

Wenn Sie als Unternehmer diese vier vorerst einfachen Fragen mit einem klaren Ja beantworten können, sollten Sie Ihre Vertriebsformen und die Marktpenetration sehr genau unter die Lupe nehmen. Dann besteht nämlich die gute Chance, dass die Leistung auch über Franchising gut vermarktet werden kann.

Die idealen Franchisepartner zu finden ist anschliessend einer der nächsten Schritte. Hier kann ich einem Newcomer nur einen Tip geben. Die schönste Theorie nützt in der Regel nichts. Starten Sie so rasch wie möglich einen Test. Durch das konkrete ausloten der Franchisenehmer-Marktes erkennt man sofort welches Potential an interessierten Unternehmer sich meldet und wie genau diese dem Idealprofil entsprechen. Wenn die Kompromisse zu gross sind die Sie eingehen müssten, sollte das Grundkonzept nochmals überarbeitet und revidiert werden. Möglicherweise, dass Sie und Ihr Berater auch zum Schluss kommen, dass das Marktpotential an idealen „Jung / Neu“ Unternehmer noch zu gering ist und deshalb das Projekt verschoben werden muss. Dies ist jedoch nicht weiter schlimm, denn Sie sind um eine umfangreiche Erfahrung reicher und haben ein Konzept in der Schublade, das Sie jederzeit wieder aktualisieren können.

Genau in der heutigen Zeit ist es jedoch interessant, mit solchen Vorgehensweisen und Lösungsansätzen Testmärkte zu starten. Franchisesysteme können die Antwort auf die grassierende Arbeitslosigkeit des mittleren und oberen Kaders sein. Dank den Unterstützungen der Arbeitslosenversicherung und andern Institutionen ist die Zeit für den Start einer Selbständigkeit günstig. In bezug auf die Marktrisiken können diese dank dem Franchising sehr stark über das erprobte und gesicherte Konzept reduziert werden.