

Fachartikel Franchising für die Fachzeitschrift DER ORGANISATOR Ausgabe September 1995

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

Was ist Franchising und wie funktioniert es?

Franchising ist die Vertriebs- und Kooperationsform die in Europa in den letzten 10 Jahren stärksten Wachstumsraten verzeichnet. Dabei werden Branchen von dieser Kooperationsform erfasst bei denen man sich noch vor kurzem eine solche Systematik nicht denken konnte. Franchising wird also salonfähig und begeistert immer mehr Unternehmer. Sowohl als Franchisenehmer als auch als Franchisegeber. In einer Zeit wo neue Unternehmensmodelle mit höherer Identifikation der Mitarbeiter gefordert sind, kann Franchising eine Lösung sein.

Definition

Franchising wird in der Literatur als Vertikale-Vertriebskooperation bezeichnet. Dabei zeichnet sich eine Franchisepartnerschaft durch ein Dauerschuldverhältnis aus. Dieses besteht für beide Partner gleichmässig. Aufgrund der Arbeitsteilung sehen die Dauerschulden für beide Teile in etwa wie folgt aus:

Franchise-Geber

- * Sicherung der Produktqualität
- * Garantierung einer kontinuierlichen Weiterentwicklung des Systems
- * Gewährleistung der notwendigen Marketing-Unterstützung
- * Sicherung der kontinuierlichen Weiterbildung
- * Verteidigung und Sicherung der Markenrechte
- * Zur Verfügungstellung von Know how Kapazität zur Sicherung des Erfolges des Franchisenehmers
- * Selektion von Franchise-Nehmern die dem definierten Qualitätsstandard entsprechen
- * Ausbau des Franchise-Systems zur Stärkung und Festigung der Marktpenetration

Franchise-Nehmer

- * Marktbearbeitung nach der vorgegebenen Systematik
- * Gewinnung von genügend Kunden im zugeteilten Marktgebiet
- * Zahlung der Basisgebühr und der Umsatz-Provision
- * Teilnahme an den Weiterbildungen des Franchisegebers
- * Verkauf der franchisierten Leistungen in der definierten Art und Qualität
- * Förderung des Marken- und Firmennamens des Franchisegebers
- * Rücklieferung von Marktinformation
- * Realisierung von Konkurrenzbeobacht.

Franchising ist eine Vertriebskooperation die sich sowohl für Einzelunternehmen im Dienstleistungsbereich wie auch für Unternehmen im Bereich des Handels und der Fabrikation eignet. Je nach System, Leistungs-Umfang und Überlassung von Hard- und Software pendeln die Basisgebühren. Auch kommt es drauf in welcher juristischen Unternehmensform der Franchisebetrieb zu führen ist, dementsprechend ist die Basisgebühr ebenfalls unterschiedlich.

Auf dem Markt sind Franchisesysteme zu finden bei denen die Basisgebühren zwischen Fr. 5'000.-- bis Fr. 250'000.-- schwanken. Der Durchschnitt liegt dabei zwischen Fr. 25'000.-- bis rund Fr. 50'000.-- Neben der Zahlung der Basisgebühr ist der Franchisenehmer verpflichtet während der Laufzeit des Vertrages eine Umsatzprovision an den Franchisegeber zu entrichten die von wenigen Prozenten bis 20 / 30% umfassen kann. Für die abgelieferte Umsatzprovision hat der Franchisegeber den Franchisenehmer zu unterstützen. Dies erfolgt durch Werbemassnahmen, Image-Steigerungsmassnahmen, Produkt-Weiterentwicklung etc.

Damit beim Franchising alle Eventualitäten abgesichert sind, schliessen die beiden Partner in der Regel einen umfassenden Franchisevertrag ab. Die wichtigsten Punkte in einem solchen Vertrag sind

- Vertragsziel und Zweck
- Geltungsbereich und Leistungsumfang
- Rechte und Pflichten für beide Partner
- Leistungserbringung und gegenseitiges Controlling
- Qualitätssicherung und Transparenz
- Gebühren-Regelung und Zahlungsmodalitäten
- Vertragsdauer, Kündigungs-Modalitäten, Austritts-Szenario
- Kalkulationsgrundlagen
- Auftritt und technische Details

Aufgrund dessen, dass der Franchise-Vertrag im Obligationenrecht noch nicht erfasst ist, empfiehlt es sich Musterverträge der jeweiligen Landesfranchiseverbände zu konsultieren.

Wie soll ein Franchise-System geprüft werden bevor ein Vertrag abgeschlossen wird?

Immer wenn eine Branche sagenhafte Zuwachsraten aufzuweisen hat, tummeln sich darin überdurchschnittlich viele Scharlatane. Deshalb ist es für einen Neu/Jungunternehmer sehr wichtig wie ein Franchise-System geprüft wird. Als Entwickler und Betreiber eines Dienstleistungsfranchise-System erleben wir immer wieder, welche „Schauermärchen“ Franchise-Interessenten zum Besten geben, was sie so alles erleben bei ihrem Auswahlverfahren.

Eine systematische Auswahl des passenden Franchise-System erfordert einen hohen Zeitbedarf. Dabei ist es wichtig, dass Informationen von mehreren Seiten gesammelt werden. Diese sollten Gegenseitig abgewogen werden. Dabei ist die Informations-Sammlung auf die Bereiche

- Informationen des Franchise-Gebers
- Informationen von involvierten Franchise-Nehmern
- Informationen von ev. vorhandenen ehemaligen Franchise-Nehmern
- Informationen von Kunden der Franchise-Nehmern

abgestützt werden. Damit auch auswertbare Informationen vorhanden sind, kann mit dem folgenden Fragenkatalog schon recht viel erreicht werden.

Strategische Fragen die an die oben erwähnt involvierten Zielpersonen zu richten sind

- Wie ist das Franchise-System entstanden?
- Wer ist der Entwickler und geistige Vater des Systems?
- Kann mit dem Systementwickler persönlich gesprochen werden?
- Welchen Startaufwand benötigt die Phase I um ab Boden zu kommen?
- Wie sieht eine mini / midi / maxi Kalkulation aus?
- Wer der heute vorhandnen Systempartner liegt in den einzelnen Kategorien?
- Welcher Aufwand war notwendig um welche Umsatzhöhe zu erreichen?
- Wie ist das System abgesichert, damit die notwendige Kontinuität garantiert werden kann?
- Welche Leistungen werden für die jeweiligen Umsatzprovisionen und Abgaben erbracht?
- Wie stark wird eine vereinbarte Exklusivität geschützt und ev. entschädigt?
- Welcher Aufwand muss betrieben werden für die interne Kommunikation?
- Wo sind die Haken und Ösen im System?
- Wer kann als Referenz im Partner und Kundenbereich über das System befragt werden?
 - Wie unbefangen werden diese Personen Auskunft geben?
- Was haben erfolgreiche Franchisepartner in diesem System gemeinsam?
- Besitze ich diese Eigenschaften auch? Und wie stark sind diese ausgeprägt?
- Wie und durch wen erfolgt die Einschulung und das Produkt/Prozess-Training
- Wie wird die Marktbearbeitung in der Start und Aufbauphase realisiert?
- Wieviel Kapital ist neben der Franchise-Grundgebür noch zu besitzen?
- Nach welcher Philosophie wird das Franchise-System geführt und geleitet?
- Wer oder was bildet den grössten Engpass im System?

Neben dem Stellen von sehr vielen Fragen und der Beobachtung der Antwortgeschwindigkeit, Sicherheit und Präzision in den Aussagen sollen Franchise-Systeme durch eigenes Erleben geprüft werden. Dabei eignen sich:

- Besichtigung von Franchiseunternehmen
- Begleitung eines Franchisenehmers während einem typischen Arbeitstag
- Kennenlernen aller Beteiligten über ein Entscheidungsfindungs-Seminar
- Persönliches, intensives Röntgen der eigenen Situation, Fähigkeiten, Potentiale und Kapazitäten.

Erst wenn alle diese Untersuchungen, Checks und Prüfungen ein gesamthaft positives Resultat von über 80% erbringen, sollte die Unterzeichnung eines Franchisevertrages ernsthaft erwogen werden.

Welche Sicherheit bietet ein Franchise-System einem Neu/Jung-Unternehmer?

In der Praxis über mehrere Jahre erprobte Franchise-Systeme sind eine klar höhere Erfolgsgarantie für Neu/Jung-Unternehmer. Eine 100% Sicherheit erhält dabei jedoch niemand. Beim Aufbau des optimAS Franchise-Systemes ist bisher in 6 Jahren erst zwei mal vorgekommen, dass Franchise-partner gescheitert sind. Dabei waren es zu 99% Gründe die der Franchisepartner zu vertreten hatte. Nämlich:

- Zu geringe Konzentration auf das Franchise-System. Nebenbeschäftigungen wurden zur Hauptbeschäftigung
- Persönliche Verkaufs- / Akquisitions- und Marktbearbeitungsfähigkeiten vollständig überschätzt
- Zu geringe Kontinuität in der Marktbearbeitung und zu niedrige Systematik in der Entwicklung von Lösungen für die Kunden.
- Zu wenige Kenntnisse aus unterschiedlichen Branchen und ein zu geringes Beziehungsnetz im geschäftlichen Bereich. Keine Mitgliedschaft in Organisationen mit Business-Charakter
- Zu hohe persönliche Hemmschwellen um einfach, rasch und positiv mit wild fremden Menschen in Kontakt zu treten. (Zu niedrig ausgeprägte Grundneugierde)
- Zu wenig schnell im Denken und Erfassen von Situationen. Zu wenig stark ausgebaute Systemdenk-Fähigkeiten. (Denkt nur in Boxes und nicht mehrschichtigen Systemen)
- Zu niedrige betriebswirtschaftliche Grundkenntnisse

Die nachfolgenden Statistiken zeigen, wie sicherer die Gründung einer Unternehmung mit einem Franchise-System ist und um wieviel sicherer der Untergang einer Jungunternehmung ist, wenn auf ein bewährtes System verzichtet wird.

Die grossen Vorteile für Franchise-Nehmer und Franchise-Geber

Wenn nur einer der Partner in einem Franchise-System profitieren würde, wäre die Definition und der Systemcharakter durchlöchert. In funktionierenden Franchise-Systemen profitieren immer beide Partner von einander.

Nutzen für den Nehmer

- * Marke
- * Betreuung
- * Unterstützung
- * Verbund in einem System mit gleichartigen Partnern
- * Keine bis wenig Hierarchiestufen
- * Direkte und unkomplizierte Kommunikation
- * Sicherheit der Kontinuität dank kontinuierlicher Wertschöpfung
- * Flache Strukturen, die absolut LEAN funktionieren
- * Unternehmer sein mit höchster Quote an Selbständigkeit und trotzdem vom Verbund zu 100% profitieren. (z.B. Referenzwesen, Qualitätszertifikate, Qualitätssicherung, Imageförderung, zentrales Marketing, Auftritts-Qualität, ausgebaute Marketing-Instrumente, regelmässige Weiterbildung, Coaching im Rechnungswesen und in Steuerfragen etc.)

Nutzen für den Franchisegeber

- * Rasche und „investitionsgünstige“ Multiplikation der Geschäftsidee und der ersten Markterfolge
- * Generierung von Mehrertrag um die Leistungs-Weiterentwicklung systematisch sicherstellen zu können
- * Gewinnung von Marktcompetenz und Angebot “macht“ dank den Franchisenehmern
- * Stiftung von Mehrnutzen für Kunden und Partner dank dem System
- * Steigerung der Unternehmens-Bedeutung in der Branche mit relativ geringem Eigenkapital
- * Multiplikations-Geschwindigkeit gegenüber der Gründung von Tochtergesellschaften oder Regionalstützpunkten um Faktor drei bis fünf mal höher.
- * Rasche und systematische Erhöhung des Marktanteiles
- * Flächendeckendes Angebot mit Stützpunkten in der Nähe der Kunden. Steigerung der Angebotskompetenz und der Servicebereitschaft um ein vielfaches.

Franchising ist ein idealer Lösungsansatz für Unternehmer die den Markt gewinnen wollen und sich ein klares Customer Focusing verschrieben haben. Je nach Produkte- und Leistungsart kann Franchising in kurzer Zeit strukturiert und aufgebaut werden. Dabei ist die Zusammenarbeit mit einem Spezialisten auf jeden Fall sehr empfehlenswert. Der Spezialist und Berater sollte dabei Erfahrung in der Franchisierbarkeits-Prüfung von Leistungen besitzen und bereits erfolgreich Franchise-Systeme realisiert haben. Erfahrungen aus ähnlichen Marktsystemen und Branchen sind dabei natürlich immer ein höherer Garant für eine erfolgreiche Zusammenarbeit.

Kurzvorstellung des optimAS Franchise-Systems

Status des Franchisenehmers:

optimAS Partner
als Regionalpartner mit zugeteiltem
Akquisitions-Gebiet

Franchisierte Leistungen

Aus- und Weiterbildungsprogramme
zur Verkaufsoptimierung in
Verkauf und Marketing mit mehr als
22 Modulen vom 1 Tages bis 6 Tages-
Weiterbildungsanlasses

Systematik in der Marktbearbeitung und
Entwicklung von Konzepten

Unterstützung

Basis-Ausbildung von ca. 20
Seminar- und Trainingstagen

Rhetorik und Verkaufstraining

Franchise-Handbuch mit umfassender
Prozessbeschreibung

Marketing-Instrumente für die
Akquisition, Präsentation, Werbung,
Gewinnung von Multiplikatoren

Monatliche ERFA-Meetings

Coaching nach Bedarf und Projekt

	Zugriff auf die Projekt- und Offert- datenbank über Modem
	Marketing-Datenbank opti BASE zur Steuerung der Marktbearbeitung
Eintritts-Prozedere	Mehrstufiges Evaluations- und Gegen- seitiges Kennenlern-Verfahren. Von der Bewerbung, über eine Präsen- tation, zur Beantwortung eines Frage- bogens bis zum Schlussscheid in einem 1.5 tägigen Entscheidungs- findungsseminares.
Anforderung	Verkaufs- und Marketing-Erfahrung Stark in der Akquisition Kenntnisse aus mehreren Branchen Alter zwischen 35 und 50 Jahren
Kalkulation	Basisgebühr Fr. 40'000.-- exkl. MwSt. Umsatzprovision 17% - 12%
Erste Erträge	Zwischen dem 3. und 6. Monat in der Höhe der Lebenshaltungskosten
Umsatzziel	Zwischen Fr. 200'000.-- bis Fr. 400'000. pro Jahr je nach Kundenstamm und persönlichem Einsatz
Gebietsgrösse	In der Schweiz Radius 50 Km In Deutschland Radius 80 - 100 Km In Grossagglomerationen sind in der Regel 3-4 Partner tätig mit einem klaren Adress-Schutz.
Vertragsdauer	mindestens 3 Jahre, mit automatischer Verlängerung
Anzahl bestehender Partner	Schweiz 6 Ziel: 8 - 10 Deutschland 4 Ziel: 20 - 40 Österreich 0 Ziel: 6 - 7

Info-Bon

Bitte senden Sie mir Ihre Unterlagen über das Seminar und Workshop

„Aufbau des eigenen Franchise-Systems“ 1 Tages-Seminar mit hohem Praxisbezug

mit folgenden Inhalten:

- Wissensvermittlung in Bezug auf Franchisekonzeptionen - Welche Basis ist notwendig?
- Überprüfung der Franchisierbarkeit der geplanten Franchiseleistung
- Vorgehen in der Leistungsgliederung
- Berechnung der Franchisegebühren
- Vorgehen in der Partner-Suche und Selektion
- Einführung und Coaching von Franchisenehmern
- Workshop zur eigenen Entwicklung der Begründung der Franchisierbarkeit der geplanten Leistung
- Präsentation der Lösungsansätze

Seminararkosten	Fr. 750.-- inkl. umfassender Seminar Dokumentation Fr. 50.-- für Verpflegung und Seminar- raum-Benutzung
Seminarort	Schulungs-Zentrum der optimAS AG 8306 Brütisellen
Seminarzeiten	09.00 - 17.00 mit Lunch, sowie Vor- und Nachmittags-Pause
Seminardatum	16. Oktober 1995 04. Dezember 1995
Auskunft und Informationen	Silvia Bongi Telefon 01/834 04 54 Fax 01/834 04 53