

**Franchising: «Prüfe, wer sich binden will».** Das Franchising ist eine Möglichkeit, ein erfolgreiches Geschäftskonzept schnell und standardisiert zu multiplizieren. Das funktioniert aber nur, wenn Franchisegeber und Franchisenehmer einige Punkte beachten.

#### VON THOMAS BERNER

Am diesjährigen «Jour fixe» des Verbands Frauenunternehmen, der sich unter dem Motto «Fit für morgen – finanziell, unternehmerisch, persönlich» einer erfolgreichen unternehmerischen Zukunftsgestaltung widmete, stand auch das Thema «Franchising» auf der Tagesordnung. Mit Prof. Veronika Bellone, Geschäftsführerin von Bellone Franchise Consulting GmbH in Zug, konnte eine ausgewiesene Franchiseexpertin als Referentin gewonnen werden. Sie erläuterte die wesentlichen Punkte für den Einstieg ins Franchising. Und da gibt es einiges, das erfüllt sein muss, damit Franchise funktioniert, etwa: Das Modell eignet sich nur für gesunde Unternehmen.

#### **Frau Bellone, was muss man im Zusammenhang mit Franchising unter einem «gesunden Unternehmen» verstehen?**

Veronika Bellone: Unter «gesund» ist zu verstehen, dass ein Geschäftskonzept vorliegt, das multiplizierbar ist. Zudem muss das Konzept schon über einen längeren Zeitraum hinweg erfolgreich funktionieren. Das heisst, gleich als Start-up mit Franchising starten zu wollen, ist kaum erfolgsversprechend. Als Franchisegeber ist es notwendig, die eigenen Stärken und Schwächen gut zu kennen, also im Prinzip die DNA des eigenen Geschäfts. Ebenfalls ein Kriterium ist die Zukunftsfähigkeit des Geschäftskonzepts: Franchising muss langfristig angelegt werden können, ein kurzer Hype eines Geschäftskonzepts reicht da nicht aus. Und nicht zuletzt:

#### VERONIKA BELLONE

**Prof. Veronika Bellone** ist seit 1986 im Franchise-Business tätig. Sie startete als Franchise-Managerin bei der Cosy-Wasch-Autowaschanlagen GmbH in Berlin. 1991 gründete sie ihre eigene Franchiseberatung. Zu ihren Referenzkunden zählen u. a. Fleurop, Mövenpick, Schweizer Post, Spar, Valora, Migros, Mäurer & Wirz und Warner Bros. Sie ist zudem als Professorin an der Hochschule für Wirtschaft in der Nordwestschweiz im Fachbereich Marketing und Entrepreneurship tätig und an der Hochschule Luzern mit dem Thema Franchising im CAS Dienstleistungsmarketing.



[www.bellone-franchise.com](http://www.bellone-franchise.com)  
[www.praxisbuchfranchising.com](http://www.praxisbuchfranchising.com)

Eine gute Vorbereitung ist notwendig; dazu muss man die Geschäftszahlen aus dem Effeff kennen.

#### **Was ist franchisierbar, was nicht?**

#### **Gibt es da konkrete Grundprinzipien?**

Es gibt vieles, was franchisierbar ist: von Therapiekonzepten über gastronomische Angebote bis hin zu Kunst. Die Bandbreite ist in den letzten Jahren stark gewachsen. Es muss einfach etwas sein, das sich ein paar Mal standardisieren lässt, das heisst das Vervielfachen eines bestehenden Musters, in dem die Geschäftsprozesse definiert sind.

#### **Was sollte ein Franchisegeber bei der Rekrutierung von Franchisenehmern beachten?**

Auch hier spielt das Prozessdenken eine grosse Rolle. Um die Akquisitions- und Selektionsphase so effizient und fruchtbar für beide Seiten zu gestalten, sind die Schritte genau zu definieren. Dazu gehört zum Beispiel, dass festgelegt werden muss, zu welchem Zeitpunkt welche Informationen an die Kandidaten weitergegeben werden, um deren persönliches wie finanzielles Engagement für den möglichen Einstieg ins System zu prüfen.

#### **Und worauf sollte ein potenzieller Franchisenehmer beim Einstieg in diese Form der Selbstständigkeit achten?**

«Prüfe, wer sich binden will», ist hier die richtige Strategie. Franchisenehmer müssen sich bewusst sein, dass sie Teil einer Gruppe sind. Sie müssen offen sein, das heisst am gemeinsamen Erfahrungsaustausch teilnehmen, Regeln akzeptieren und sich mit der Marke committen. Das kann bis zur Frage gehen: Kann ich damit leben, dass mein eigener Name zugunsten der Franchisemärke in den Hintergrund tritt?

#### **Wie viel Eigeninitiative darf bzw. soll aus Sicht des Franchisegebers den Franchisenehmern zugestanden werden?**

Da hat sich vieles gewandelt. Während früher die Franchiseverträge sehr restriktiv ausgelegt waren, sind heute die Franchisenehmer besser eingebunden. Denn sie sind es ja, welche nahe an den Endkunden sind. Doch es gibt auch Bereiche, wo es schwer ist, unternehmerische Freiheiten zuzulassen, etwa im Bereich der Systemgastronomie.

#### **Worauf ist bei einem Franchisevertrag zu achten?**

Seitens des Franchisegebers muss das Konzept, wie es funktioniert, klar festgelegt sein, d. h., Handbücher müssen mit dem Vertrag verlinkt sein. Zudem muss sichergestellt sein, dass die Rechte und Pflichten für beide Seiten ausgewogen sind. Ein Franchisevertrag sollte insgesamt auch eine Controlling-Funktion ausüben können. Denn wenn es mal nicht so gut läuft, muss man anhand von bestimmten Punkten überprüfen können, wo die Ursachen liegen.