

### Partnermarketing als Entwicklungsmotor



*Gelebtes Partnermarketing bietet die besten Voraussetzungen, um das System dynamisch zu halten. Franchisenehmer/innen sind diejenigen, die das Geschäftskonzept eigenverantwortlich am Markt umsetzen und 1:1 Informationen vom Markt erhalten. Deren Einbindung in neue Produkte und Entwicklungen wird jedoch noch viel zu gering gehalten – häufig aus Angst vor Kontrollverlust und einem möglicherweise steigenden Anspruchsdenken der Partner/innen. Dass dabei die Motivation der Partner/innen wesentlich gesteigert werden kann, wenn sie sich als mitverantwortlichen Teil des Ganzen fühlen, erfahren z.B. die Franchisenehmerinnen und das Management von LUSH (erfolgreiche Naturkosmetikmarke). In einem Vortrag im Januar 2015 unterstrich Mark Constantine der Gründer von LUSH, wie wichtig für ihn ein inspirierendes Umfeld ist. Er selbst bezeichnet sich seit jeher als Erfinder, Suchenden, ewig Neugierigen. Das hat sich selbstverständlich auch auf seine Unternehmenskultur übertragen. Er sucht nicht nur entsprechend kreative und initiative Partner/innen und Mitarbeitende; er motiviert sie auch, im Sinne der nachhaltigen Marke mitzudenken und diese weiterzuentwickeln.*

*Einen ähnlichen Erfindergeist, aber auf einem gänzlich anderen Gebiet, werden Sie bei meinem Interviewpartner Christian Meier, CEO der iNovitas AG erleben. Er sucht in den Franchisepartnern Gleichgesinnte, die Innovationen tragen und umsetzen. Aber lesen Sie selbst.*

*In diesem Sinnen wünsche ich Ihnen einen kreative Herbst*

#### Ihre **Veronika Bellone**

*Geschäftsführerin und Inhaberin Bellone FRANCHISE CONSULTING GmbH  
Professorin für Marketing an der Hochschule für Wirtschaft Nordwestschweiz*

**Zur Person:** 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 Franchise-Beratung, die sie seither in der Schweiz führt. Zu ihren Referenzkunden zählen u.a. Fleurop, Mövenpick, Sara Lee, Schweizer Post, SPAR, Valora, MIGROS und Warner Bros. Sie ist zudem als Professorin an der Hochschule für Wirtschaft in der Nordwestschweiz im Fachbereich Marketing tätig und anderen Hochschulen mit Franchising in den Bereichen Entrepreneurship und Dienstleistungsmarketing. Als Autorin widmet sie sich in zahlreichen Publikationen den Themen Franchising, Marketing und Trends wie z.B. im „Praxisbuch Franchising – Konzeptaufbau und Markenführung“ (Veronika Bellone & Thomas Matla), 3. Auflage 2013 im Verlag mi-Wirtschaftsbuch, ISBN: 978-3-86880-119-4 und „Green Franchising“ (Veronika Bellone & Thomas Matla) Erstauflage Oktober 2012 im Verlag mi-Wirtschaftsbuch, ISBN 978-3-86880-137-8.

### Interview

**Prof. Veronika Bellone,  
Bellone FRANCHISE CONSULTING  
GmbH, im Gespräch mit  
CEO Christian Meier, iNovitas AG**

#### Google Map war gestern!

Das FHNW (Fachhochschule Nordwestschweiz)-Spin-off iNovitas produziert mit Aufzeichnungsfahrzeugen intelligente und hochaufgelöste 3D-Bilder für Kunden von Infrastrukturanlagen und stellt diese als Video- Webservice zur Verfügung. Die iNovitas AG wurde 2011 gegründet, zählt heute 21 Mitarbeitende und vier Franchise-partner.

**Veronika Bellone:** Die iNovitas AG ist auf infra3D Geo-Bilddatendienst spezialisiert. Ein Projekt ist quasi direkt vor unserer Haustür der Bellone Franchise Consulting realisiert worden, nämlich in der Stadt Zug. Können Sie uns anhand des Projektes bitte Ihr Angebotsportfolio näherbringen?

**Christian Meier:** Ja das stimmt, die Stadt Zug gehört ebenfalls zu unseren Kunden. Mit infra3DCity verschafft sich die Stadt Zug den Direktzugriff auf die städtische Infrastruktur. Die Abteilungen Hochbau, Verkehr und Tiefbau profitieren vom 3D-Bilderdienst und den vielfältigen Einsatzmöglichkeiten wie z.B. der Bewertung von Straßenzuständen, der Inventarisierung von Straßenmöblierungen und Datenerhebung zu den Referenz-Straßenachsen.

**Veronika Bellone:** Wie kann ich mir den Unterschied zu den Google 3d Maps vorstellen?

**Christian Meier:** Beide Unternehmen stellen Bilder von öffentlichen Straßen in einer Webapplikation zur Verfügung. Die Zielgruppen und der übertragene Nutzen, Anwendungsbereiche und hauptsächlich die Funktionalitäten unterscheiden sich jedoch diametral. Während Google einfache Bilder der Öffentlichkeit zur Verfügung stellt, sind



unsere hochintelligenten, dreidimensionalen Bilder einem definierten Nutzerkreis zugänglich. Diese exakt georeferenzierte infra3D Bilddatenbasis ermöglicht nun Messungen in Zentimetergenauigkeit, ein absoluter Weltrekord.

**Veronika Bellone:** War oder ist das auch Ihr Auftrag in Berlin, von dem Sie kürzlich erzählt haben? Darf ich fragen, worum es dabei geht?

**Christian Meier:** Das Projekt für die Stadt Berlin war für uns eine Erfahrung in einer spannenden Dimension. Mithilfe unseres infra3D-Services wird zum einen die gesamte Straßmöblierung erfasst, sowie eine Straßenzustandsanalyse für sämtliche Südbezirke der Stadt Berlin durchgeführt. Der Senat verfügt nun an sämtlichen Arbeitsplätzen über ein reales dreidimensionales Abbild seiner Straßen.

Dieses exakte, reale dreidimensionale Abbild bildet beispielsweise auch die Basis zu einem geplanten Blindenroutingsystem der Stadt und dient somit unterstützend barrierefreies Bauen.

**Veronika Bellone:** Was hat Sie bewogen, bei der Expansion auf Franchising und Lizenzierung zu setzen?

**Christian Meier:** Wir sind mit unserem Portfolio an Leistungen technologisch ganz weit vorne. Wir haben verschiedene Innovationsauszeichnungen erhalten, u.a. den Swiss Economic Award 2015. Das freut uns sehr. Es verpflichtet aber auch zu kontinuierlicher Kreativität und Weiterentwicklung. Und da macht die Einbindung von Kooperationspartnern Sinn. Unsere Franchise-Partner sind B2B-Partner. D.h., wir können unsere Dynamik beibehalten, in dem wir auf Unternehmer setzen, die sich mindestens in einem Teilgebiet auskennen und hier mit uns neue Wege gehen wollen. Mit eigenen Standorten zu wachsen wäre nicht nur kapitalintensiv, womit wir uns als „Immer-noch-



**Dr. Hannes Eugster (li.), CTO und Christian Meier (re.), CEO bei der Preisverleihung des Swiss Economic Award 2015.**

Startup (Gründung 2011)“ schwertun würden, sondern auch sehr viel langsamer und weniger reflektiert. Mit unseren fachlich geschulten Partnern können wir bereits auf einem anderen Level anfangen und auch einen Austausch pflegen, der fordert und inspiriert.

**Veronika Bellone:** Was müssen Ihre Partner ausser der fachlichen Qualifikation noch vorweisen? Welche Voraussetzungen müssen sie erfüllen?

**Christian Meier:** Unsere Franchisepartner sind entweder Unternehmen, die unsere neuartige Vermessungstechnologie für Teilgebiete z.B. im Straßen- und oder Schienenbereich einsetzen. Wir haben unser Angebot modular aufgebaut und sind so in der Lage, unser Package komplementär zu den vorhandenen Leistungen des Partners anzubieten oder aber gemeinsam ein neues Geschäftsfeld zu planen oder zu modifizieren. Wir müssen entsprechend unserer Innovationskultur auch flexibel in den Kooperationslösungen sein – das geht bis hin zu den Finanzierungsmöglichkeiten für die Übernahme einer Franchise bzw. eines Lizenzproduktes. Hier haben wir u.a. Leasingmodelle, die den Eintritt auch für Partner ermöglichen, die geeignet sind,

aber nicht über die erforderlichen finanziellen Mittel verfügen.

Zu den Voraussetzungen, die zwingend sind, gehören Leidenschaft für unsere Produkte und der Wille, die Branche neu zu denken und zu revolutionieren.

**Veronika Bellone:** Was kann man von Ihnen als Systemgeber erwarten? Welchen Support bieten Sie?

**Christian Meier:** Von uns kann man neben der Leidenschaft und Entwicklungsfreudigkeit für das Unternehmen eine entsprechende Schulung auf die verschiedenen Produkte und deren Einsätze erwarten, sowohl vor Ort beim Partner wie bei uns in der Schweiz. Und dann einen Markterschließungsplan, der von der vorgängigen gemeinsamen Bestimmung des Marktpotenzials ausgeht bis hin zu marketingspezifischen Massnahmen zur Kundengewinnung und -pflege. Hier geben wir sowohl die Unterstützung zu Beginn wie fortlaufend.

Ebenso wichtig ist für uns die Selektion der Partner. Auch das verstehen wir als unsere Franchisegeberleistung. Ein strenges Assessment, um wirklich die Franchisepartner zu integrieren, die zu uns und unseren Werten passen. Davon profitieren wir alle.

**Veronika Bellone:** Last, but not least. Würden Sie uns Anhaltspunkte zu Ihren qualitativen und quantitativen Zielvorstellungen mit iNovitas geben?

**Christian Meier:** Wir wollen unsere Technologieführerschaft verteidigen. Das heisst für uns, qualifizierte Mitarbeiter und Partner anwerben, den Markt beobachten, Chancen aufnehmen und in innovativen Lösungen umsetzen. Und mit iNovitas interkontinental vertreten sein.

**Veronika Bellone:** Dafür wünsche ich Ihnen viel Erfolg. Danke für das Gespräch.