



WENN FRANCHISE, DANN RICHTIG

Wenn man von Franchisekonzepten hört, kommen einem immer dieselben Namen wie McDonald's, Starbucks etc. in den Sinn. Selten wird darüber nachgedacht, die Macht des Franchise für das eigene Unternehmen zu nutzen. Zu diesem Thema haben wir uns mit Christian Becker von der Artemis Franchise GmbH unterhalten, der bereits seit Jahren dafür sorgt, dass seine Klienten erfolgreiche Franchisegeber werden.

Franchise ist so viel mehr, als wir glauben
Franchise ist ein Geschäftskonzept, bei dem der Franchisegeber Lizenzen für ein erprobtes Geschäftskonzept vergibt und Unterstützung in den Bereichen Marke-

ting, Training, IT, PR und Coaching leistet. Im Gegenzug erhält der Franchisegeber neben einer Einstiegsgebühr auch monatlich laufende Gebühren.

Franchisegeber zu werden, ist viel mehr, als nur einen Vertrag zu haben und ein Handbuch zu erarbeiten. Es gibt zahlreiche Stolpersteine, die es zu umschiffen gilt, und viele Tricks und Kniffe, die zwingend erforderlich sind, um eben nicht nur Franchisegeber zu sein, sondern auch erfolgreich Lizenzen zu verkaufen, denn darum geht es schlussendlich. Becker: »Mit nun über zwölf Jahren Erfahrung im Franchisebusiness bekommt man mit, wo die schlimmsten Fehler gemacht wurden und dies ist meist zu Beginn. Diese im Nachhinein auszumergen, ist schwierig und teuer. Deshalb

lieber vorher Geld in die Hand nehmen und Profis für die Beratung engagieren.«

Franchise ist nicht gleich Franchise
Zweifelsohne funktionieren Franchisekonzepte, wie man anhand erfolgreich agierender Weltmarken erkennt. Dennoch hört man immer wieder vom Scheitern so mancher frischgebackener Franchiseunternehmer, was den Schluss nahelegt, dass diese Form des Business nicht für jeden gleichermaßen geeignet ist. Christian Becker: »Natürlich funktioniert das Konzept nicht immer und überall. Doch viel öfter verzetteln sich Unternehmer bei der Vorbereitung auf die Umsetzung. Sie möchten zwar von den Vorteilen des Systems profitieren, aber möglichst wenig Zeit und Energie in die Recherche investieren. Das

Franchiseexperte Christian Becker hat uns erklärt, wie Unternehmen Franchisekonzepte zur erfolgreichen Skalierung nutzen können.

kann nicht gutgehen.« Dabei spielt es auch keine Rolle, ob man eine etablierte oder eine neue Marke ist. Beides hat Vor- und Nachteile, es gehe einzig und allein darum, welche Chancen für das Betreiben des Business bestehen, so der Franchiseexperte. Gibt es eine Nachfrage oder nicht? Das ist das entscheidende Kriterium.

Weshalb überhaupt den Weg des Franchise gehen?

Unternehmen, die ihre Marke bekannter machen wollen, arbeiteten vor Aufkommen der Franchisekonzepte mit Handelsvertretern: »Allerdings birgt jede Unternehmensvergrößerung ein enormes finanzielles Risiko, ohne Garantie auf Erfolg. Franchisesysteme sind da anders gelagert, da das finanzielle Risiko vom Franchisepartner übernommen wird«, so Becker. Dies sei nicht der einzige Vorteil. Schließlich ist der Franchisepartner auch daran interessiert, selbst unternehmerisch erfolgreich zu sein, weshalb er entsprechenden Einsatz zeigen wird, das Geschäft lukrativ und professionell zu führen. Der Franchiseexperte sieht also Vorteile auf beiden Seiten: Einerseits profitiert der Franchisegeber, weil seine Marke unterstützt und einem breiteren Publikum vorgestellt wird, außerdem verdient er am Umsatz und am Lizenzverkauf. Doch

auch der Franchisepartner profitiert von der bereits vorhandenen Infrastruktur, der Kraft der Marke und einem funktionierenden Geschäftsmodell.

Franchisesystemen gehört die Zukunft

Wenn man wissen will, wie die Zukunft des Franchise aussieht, braucht man, so Christian Becker, nur in die USA sehen: »Dort ist die Franchisekultur weiter fortgeschritten. Egal, ob Weltmarken oder neue Start-ups, Franchisekonzepte können sehr vielen Unternehmen eine lohnende Perspektive eröffnen.« Franchise bietet zweifelsohne eine spannende Möglichkeit, die eigenen Unternehmensergebnisse zu multiplizieren. Auch das Anwendungsgebiet ist riesig – von Gastronomieketten über Kinderturnen lässt sich fast jede unternehmerische Tätigkeit in Franchisekonzepte gießen.

Da dies aber ein Feld mit vielen Fallstricken ist, rät der Franchiseexperte zu einer Begleitung dieses Prozesses. Becker, der in der Vergangenheit selbst bereits mehr als 300 Lizenzen an den Mann oder die Frau gebracht hat, weiß, worauf es in der Beratung ankommt: »Zukünftige Franchisegeber müssen ihr Mindset ändern. Es bedarf einer anderen Ausrichtung, wenn man dieses Business erfolgreich umsetzen

möchte. Dazu zählt nicht nur das rechtliche Rahmenwerk, sondern auch die Fähigkeit, die Lizenzen zu verkaufen und danach Onboarding-Prozesse aufzusetzen, damit alle Beteiligten profitieren können.« In Deutschland dauert die durchschnittliche Franchisepartnerschaft 16 Jahre – mit dem richtigen Konzept können daraus noch wesentlich mehr werden. ♦

»Egal, ob Weltmarken oder neue Start-ups, Franchisekonzepte können sehr vielen Unternehmen eine lohnende Perspektive eröffnen.«



Christian Becker,
geschäftsführender Gesellschafter
der Artemis Franchise GmbH