

Selbständigkeit

Erfolg mit Netz und doppeltem Boden



© Friday - Fotolia.com

Manchmal ist es sicherer, zweigleisig zu fahren. Manchmal ist ein großes Dach der beste Schutz. Und manchmal wird die Steilwand zum Erfolg als Selbstständiger am besten mit erfahrenen Führern und einem dicken Sicherheitsseil erklommen. Dies alles vereint *Franchising*.

Von *Andreas Hodapp-Schneider*

Warum Franchising bei einer zunehmenden Anzahl von Selbständigen hoch im Kurs steht, wird schnell klar: Das System bietet interessierten Unternehmern die Möglichkeit, sich relativ problemlos ein zweites wirtschaftliches Standbein zu verschaffen, was gerade in Zeiten der Krise von großer Bedeutung sein kann. Zum anderen ist Franchising inzwischen ein anerkannter Weg, ein eigenes Filialsystem unter einer großen Marke betreuen zu lassen. Und zum dritten: Angehende Jungunternehmer mit einer guten Geschäftsidee können auf diese Weise betreut in die Selbständigkeit gehen. Alles in allem ein Konzept, von dem sich inzwischen viele mehr wirtschaftlichen Erfolg versprechen. Allein 2008 verzeichnete der Franchising-Bereich in Deutschland einen Umsatzzuwachs von 13 Prozent auf inzwischen 62,5 Milliarden Euro mit

940 Franchise-Systemen und 655.000 Beschäftigten. Die ungünstige wirtschaftliche Lage war dabei eher Motor als Bremse. Denn deutlich mehr hochqualifizierte und teilweise mit einer Abfindung ausgestattete Führungskräfte wurden freigesetzt – eine Gruppe, die sich besonders häufig via Franchising eine neue Existenz aufbaut.

Einstandspreise von 0 bis 200.000 Euro

Dem Neu-Unternehmer steht im Vorfeld seiner Entscheidung eine ganze Reihe von Informationsangeboten zur Verfügung. Dafür sorgen Online-Portale wie franchise-net.de, das Informationsangebot des Deutschen Franchise-Verbandes (DFV), aber auch das Bestreben um Transparenz bei den Franchise-Systemen selbst.

Dies bietet dem Interessenten die Möglichkeit, unterschiedliche Modelle zu vergleichen, speziell in punkto Anforderungen an die Partner oder auch Höhe der anfallenden Franchise-Gebühren und Investitionssummen. Gerade die finanziellen Aspekte können stark variieren: Von Systemen ohne eingebrachtes Eigenkapital wie Segafredo über Investitionssummen um 1.000 Euro wie Town & Country oder 15.000 Euro bei Bemer Medizintechnik bis hin zu 200.000 Euro für Franchisenehmer von Joey's Pizza.

Attraktiv ist die Zusammenarbeit in einem Franchise-System, weil der Gründer nicht allein gelassen wird. Neben einer Standortanalyse, gemeinsamen Marketingmaßnahmen und Weiterbildung werden dem Franchisenehmer die Vorteile eines bereits gefestigten Markenimages geboten. Die Folge: Deutlich bessere

Erfolgschancen im Vergleich zu einer Selbständigkeit auf eigene Faust. So verzeichnen Franchisenehmer laut DFV eine sechs Mal höhere Erfolgsquote bei der Gründung, um 47 Prozent bessere Betriebsergebnisse, sowie Renditen, die sich 67 Prozent über dem jeweiligen Branchendurchschnitt bewegen. Viele Systeme bieten für den Einsteiger zunächst eine Hospitation in unterschiedlichen bestehenden Betrieben und den Erfahrungsaustausch mit anderen Franchisenehmern an. Nach einer Grundschulung folgen auch während der Gründungsphase und darüber hinaus Aufbau-schulung, Seminare, Workshops.

Mit Qualitätssiegel

Das Franchising-Konzept verbindet die Vorteile eines Großunternehmens mit denen eines Mittelständlers. So werden die gemeinsamen Marketing-Strategien zentral durch Profis ausgearbeitet, das Geschäftsmodell und neue Produkte werden in Pilotbetrieben auf Herz und Nieren geprüft. Gemeinsam tritt man auch gegenüber Zulieferern als Marktmacht auf, was zu durchschnittlich 18 Prozent niedrigeren Einkaufskosten führt. Als Nebeneffekt kann der Franchisenehmer meist auch bei Banken auf eine bessere Kreditwürdigkeit bauen. Er tritt nicht als Einzelkämpfer auf und kann somit viele Bedenken entkräften, die in Zeiten restriktiver Kreditvergabe gegen Neugründer vorgebracht werden.

Damit der Neu-Unternehmer auch den richtigen Partner findet, kämpft der Deutsche Franchise-Verband seit 1978 für nachvollziehbare Qualitätskriterien, zeichnet Systeme mit einer eigenen, anerkannten Zertifizierung aus und geht gegen schwarze Schafe vor. „Als erste Adresse für Franchising in Deutschland haben wir eine Qualitätsoffensive in Form des DFV-System-Checks in der Franchise-Wirtschaft eingeführt“, erläuterte Torben Leif Brodersen, Geschäftsführer des Deutschen Franchise-Verbandes. „Qualität schafft Vertrauen, viele unserer Mitgliedsunternehmen haben den DFV-System-Check erfolgreich durchlaufen. Damit werden die Qualität und die Seriosität der geprüften Systeme belegt. Die Franchise-Geberwiederumsehen in den Vorschlägen zur Prozessoptimierung eine Chance zur Weiterentwicklung des eigenen Systems“, so Brodersen.

Gold für die Besten

Durchgeführt wird der System-Check durch das an der Universität Münster angesiedelte Internationale Centrum für Franchising & Coopera-

tion (F&C). Seit 2005 testet das unabhängige Institut Franchise-Systeme – ein Check, der für die Vollmitglieder des DFV inzwischen Pflicht ist. Besonders herausragende Systeme werden mit dem „F&C Award Gold“ ausgezeichnet: Im Mai wurden die Awards für 2009 verliehen, unter anderem an das Duden Institute für Lerntherapie, den Schuhhändler Reno, sowie den Deckenhersteller Plameco. Daneben setzt der Verband in Kooperation mit dem Deutschen Franchise-Institut und der Wilhelm-Knapp-Schule in Weilburg auf die Ausbildung künftiger Franchise-Nehmer. 2008 verließ der erste Jahrgang junger „Franchise-Manager“ nach erfolgreichem Abschluß die Fachschule für Wirtschaft. Ihr Studium als Betriebswirt mit Schwerpunkt Franchising und hohem Praxisbezug begann 2006.

Warum nicht mal Hochzeit?

Eine ganz besondere Idee hatte Daniela Jost aus Velbert im Jahr 2005. Während ihrer Elternzeit gründete die dreifache Mutter eine Agentur für Hochzeitsplanung, die sich innerhalb von drei Jahren vom Nebenjob zur Vollzeit-Aufgabe mauserte. Heute bietet die

„Agentur Traumhochzeit“ an sieben Standorten und daneben auch bundesweit ihren Service an. Zuvor war Jost als Filialgeschäftsführerin unterschiedlicher Einzelhandelsunternehmen tätig und brachte daher eine gehörige Portion Organisationstalent und Verhandlungsgeschick mit, die sie auch als tatkräftige Unterstützung für ihre Franchisepartner ins Spiel bringen konnte. Erste Franchisenehmerin war die Diplom-Kauffrau Anikó Arzner, die im August 2008 ihren Vertrag unterschrieb. Sie erhielt nicht nur einen umfassenden Einblick in die betriebswirtschaftlichen und vertraglichen Unterlagen, sondern konnte auch Daniela Jost mehrfach bei ihrer täglichen Arbeit als Hochzeitsplanerin über die Schulter schauen. „Von Beginn an legten wir großen Wert auf einen partnerschaftlichen Umgang mit zukünftigen Franchisepartnern. Denn mein Ziel ist es, mit meinen Franchisepartnern dauerhaft Marktführer in dem noch jungen Dienstleistungsmarkt Hochzeitsplanung zu werden. Dabei achten wir auf strukturiertes und wirtschaftlich gesundes Wachstum“, resümiert die Geschäftsfrau. Eine gute Basis, um auch in diesem Segment ein weiteres Beispiel für das Erfolgsmodell Franchise zu werden. ▲

Traumhochzeit-Gründerin Daniela Jost mit ihrem Team

