

9. Wie kann ich dafür Sorge tragen, dass meine Franchise-Nehmer und deren Mitarbeiter das Konzept meines Franchise-Systems 100% umsetzen und die gesteckten Qualitätsstandards eingehalten werden?

Franchising kann kurz gefasst als „Partnerschaft für gemeinsamen wirtschaftlichen Erfolg“ definiert werden.

Partnerschaft

Nicht wie bei einem Lizenz-System, ist mit der Vertragsunterzeichnung die geschäftliche Zusammenarbeit geregelt und jede der Vertragsparteien geht ihren eigenen beruflichen Weg. Partnerschaft im Franchising bedeutet einen kontinuierlichen Austausch zwischen Franchise-Geber und Franchise-Nehmer. Die beiden Worte Franchise-**Geber** und Franchise-**Nehmer** zeigen bereits, worum es im Franchising geht – um Geben und Nehmen; aber nicht einseitig, sondern wechselseitig!

gemeinsam

In einem Franchise-System ist jeder auf den anderen angewiesen: ohne eine gut funktionierende Franchise-Zentrale können die Franchise-Nehmer den Marktvorsprung, den ihnen eine starke Marke und ein gemeinsamer Marktauftritt bieten, nicht umsetzen. Und ohne motivierte und engagierte Franchise-Nehmer stoppt das gesamte Franchise-System. Worauf es im Franchising ankommt, sind die Menschen, die in dem Franchise-System arbeiten. Die „Chemie“ zwischen Franchise-Geber, Partner-Manager, Franchise-Nehmer und den Franchise-Nehmern untereinander muss stimmen; man muss sich „riechen“ können und sich mit den gleichen Zielen identifizieren, damit das gesamte Franchise-System erfolgreich ist.

wirtschaftlicher Erfolg

Die einzige Daseinsberechtigung der Franchise-Zentrale ist ihre Aufgabe die Franchise-Nehmer optimal zu unterstützen und zu entlasten. Franchising ist ein Vertriebssystem mit vertikaler Arbeitsteilung – d.h. nichts anderes, als dass jeder in einem Franchise-System genau das macht, was er in seiner Position und Funktion am besten kann: die Franchise-Nehmer konzentrieren sich auf ihre ureigensten Aufgaben – den Verkauf, den Vertrieb, die Kundenbetreuung und die Führung ihrer Mitarbeiter – und die Franchise-Zentrale sorgt dafür, dass im „Hintergrund“ des Franchise-Systems alle anderen Arbeiten reibungslos und effizient ablaufen:

Aus- und Weiterbildung der Franchise-Nehmer und deren Mitarbeiter, Entwicklung von Marketing- und Vertriebsstrategien und –Instrumenten, Weiterentwicklung von Produkten und Dienstleistungen, Controlling, Informationsfluss, Vorantreiben der Expansion des Franchise-Systems u.v.m.



Aus dieser Beschreibung geht klar hervor, dass ein Franchise-System nur dann erfolgreich ist, wenn alle (Franchise-Geber wie Franchise-Nehmer) am „selben Strang“ ziehen. Um diese Motivation bei den Franchise-Nehmern zu erreichen und vor allen Dingen über die Jahre einer Franchise-Partnerschaft aufrecht erhalten zu können bedarf es Schulungen, Schulungen und nochmals Schulungen.

Eine intensive Grundausbildung und laufende Schulungen sind der beste Garant dafür die Franchise-Nehmer auf das gemeinsame Ziel – den wirtschaftlichen Erfolg – „einzuschwören“.

Gerade zu Beginn einer Franchise-Partnerschaft sind die Franchise-Nehmer hoch motiviert – sie haben ihr Vertrauen und ihre finanziellen Rücklagen in das Franchise-System investiert. Das ist ein großer Vertrauensbeweis in den Franchise-Geber – man spricht auch von der „-1 Phase“ im Franchising: der Franchise-Geber erhält einen Vertrauens-Vorschuss auf die gemeinsame Franchise-Partnerschaft. Zu diesem Zeitpunkt beginnt die Grundausbildung des Franchise-Nehmers: er lernt die „Spielregeln“ des Franchise-Systems bis ins kleinste Detail kennen, bekommt das Franchise-Handbuch übergeben und wird mit dem Know-how zu den Produkten und Dienstleistungen vertraut gemacht. Hier wird auch der Grundstein für ein Qualitätsbewusstsein und für Qualitätsstandards gelegt.

Qualitätsbewusstsein ist eine Frage der Identifikation mit dem Franchise-System – die Franchise-Nehmer sollen stolz auf die Marke sein mit der sie in die berufliche Selbstständigkeit gegangen sind.

Wichtig ist es, die essentiellen Qualitätsstandards eines Franchise-Systems im Franchise-Handbuch klar niederzuschreiben und darauf hinzuweisen, dass die Nichteinhaltung dieser Qualitätsstandards zu einer Erschütterung der Franchise-Partnerschaft bis hin zur Vertragsauflösung führen kann.

Im Franchising kann es zum Beispiel Qualitätsstandards in folgenden Bereichen geben:

- die Produkt-Qualitätsstandards
- die Dienstleistungs-Qualitätsstandards
- die Qualitätsstandards im Umgang mit den Produkten bzw. in der Präsentation der Dienstleistungen
- Die Qualitätsstandards im Verkauf
- Die Qualitätsstandards im Umgang mit den Kunden
- Die Produkt-Qualitätsstandards bei Reklamationen
- Die Qualitätsstandards innerhalb des Franchise-Systems (d.h. die „Unternehmenskultur“ des Franchise-Systems)



Um zu Gewährleisten, dass diese Qualitätsstandards von allen im Franchise-System eingehalten werden, ist neben den oben beschriebenen Schulungsmaßnahmen eine regelmäßige Durchführung von Qualitätskontrollen notwendig.

Die Aufgabe der Qualitätskontrolle wird zum einen Teil vom Partner-Manager übernommen, der bei seinen regelmäßigen Besuchen beim Franchise-Nehmer vor Ort darauf achtet, dass die gesetzten Qualitätsstandards in den einzelnen Bereichen eingehalten und umgesetzt werden.

Daneben haben sich das sogenannte „Mystery Shopping“ bzw. „Mystery Calling“ ebenfalls als gute Instrumente zur Qualitätskontrolle erwiesen.

Die Franchise-Nehmer werden diese Kontrolle der definierten Qualitätsstandards leichter annehmen, wenn die Kontrolle nicht einseitig bleibt – sondern der Franchise-Geber es sich zur Aufgabe macht, Qualitätsstandards auch für die Franchise-Zentrale zu definieren und vor allen Dingen zu kontrollieren.

Das Schlagwort dazu heißt: Partnerschaftsbilanz.

Eine ganz andere Art der Qualitätssicherung, nämlich für das gesamte System, leistet die sogenannte Partnerschaftsbilanz: sie ist ein Gradmesser für die Zufriedenheit aller Franchise-Nehmer und der Mitarbeiter der System-Zentrale.

Mit diesem - in der Franchise-Szene üblichen und standardisierten – Instrument wird der Status quo erhoben (mittels Fragebögen und anonymisierter Auswertung); auf Basis der Ergebnisse werden strategische Veränderungen sowie die Weiterentwicklung des gesamten Franchise-Systems eingeleitet.

Es gilt „Vertrauen ist gut – Kontrolle ist besser“ – aber Kontrolle für beide Seiten der Franchise-Partnerschaft!

Kontakt:

SYNCON International Franchise Consultants
Bayerhamerstraße 12
A-5020 Salzburg
Tel. +43-662-87 42 45-0
Fax +43-662-87 42 45-5

Mag. Waltraud Martius
Mag. Michaela Jung

waltraud.martius@syncon.at
michaela.jung@syncon.at

