

Erfolgreicher Führungsstil im Franchising

Wenn selbstständige Partner zusammen arbeiten (Franchise-Geber und Franchise-Nehmer), dann ist eines der Bindeglieder die Information und Kommunikation innerhalb des gesamten Netzwerkes. Der Informationsfluss von der Zentrale zu den einzelnen Partnern, aber auch die Kommunikation innerhalb der Partner und die Rückmeldungen an die Zentrale.

Je erfolgreicher ein Franchise-System wird, je mehr Partner in einem Netzwerk arbeiten, desto anonym wird der einzelne Partner und damit auch die Führung durch die Franchise-Zentrale. Hier können die Partner-Manager eines Franchise-Systems – als „Botschafter“ der Franchise-Zentrale – gezielt gegensteuern und durch persönliche Kontakte mit den Franchise-Nehmern das „Wir-Gefühl“ der Gruppe wiederbeleben. Ein starkes Gefühl der Zugehörigkeit zu einem Netzwerk ist gleichzeitig eine Antriebsfeder für Begeisterung und Engagement.

Neben der wichtigen Funktion der Partner-Manager als Mittler im System, erlangen andere Kommunikationsformen - wie etwa regionale/überregionale Meetings, Qualitätszirkel, ERFA-Tagungen, Jahrestagungen, interne Rundschreiben, Intranet u.s.w. - immer mehr an Bedeutung, um den Zusammenhalt der Gruppe zu festigen, den Teamgeist zu stärken und den Gedanken des „Miteinanders“ weiterzutragen.

Über 80% der Franchise-Systeme in Österreich und Deutschland veranstalten regelmäßige solche ERFA-Tagungen (ERFA – Erfahrungsaustausch) ihrer Franchise-Nehmer, wobei von dieser großen Mehrheit ca. 75% ihre Franchise-Nehmer ein- bis viermal pro Jahr zusammenbringen.

Die Verbände messen dem vom Franchise-Geber organisierten und sachlich strukturierten echten Erfahrungsaustausch unter Franchise-Nehmern eine hohe Bedeutung bei.

ERFA-Gruppen haben immer die Leistungssteigerung der Teilnehmer zum Ziel. Neben aussagekräftigen Betriebsvergleichen als Diskussionsgrundlage kommt es hier vor allem auf die Offenheit der Franchise-Partner an, die ja im Franchising untereinander meist keine Wettbewerber sind und deshalb wirklich von einander lernen können.

Vorausdenkende Franchise-Systeme geben sich mit diesen Formen der internen Kommunikation jedoch nicht zufrieden, sondern führen in regelmäßigen Abständen Partnerschaftsbilanzen durch. Die Partnerschaftsbilanz ist ein „Gradmesser für die Zufriedenheit“ innerhalb eines Franchise-Systems: Transparenz ist das oberste Ziel!

Transparenz der Leistungen und Erwartungen der Franchise-Zentrale an ihre Franchise-Nehmer und Transparenz der Leistungen und Erwartungen der Franchise-Nehmer an die Franchise-Zentrale.

In einer anonymen schriftlichen Befragung der Franchise-Partner werden Faktoren wie Wettbewerbsposition, Problemdruck, Servicenutzen und Stimmungsklima bewertet. Die Ergebnisse beleuchten den Ist-Zustand des Franchise-Netzwerkes und bilden die Grundlage für die Entwicklung eines Maßnahmenkataloges zur Veränderung der Ist-Situation und zum Umgang mit Konflikten.

Bestandteil jeder ERFA-Tagung und Partnerschaftsbilanz ist mittlerweile ein System-internes Benchmarking - als Möglichkeit "von den Besten im Netzwerk lernen zu können". So wird gewährleistet, dass Franchise-Nehmer keine Einzelkämpfer sind, sondern von einander profitieren können und die viel zitierte Synergie im Franchising wirklich gewährleistet ist.

Im Zeitalter der Medienvernetzung – des „global village“ – ist es zwar nicht mehr notwendig, sich von Angesicht zu Angesicht in die Augen zu schauen, wenn wir miteinander sprechen möchten; die Fähigkeit diese soziale Nähe und kommunikative Kompetenz im Informationsaustausch zu vermitteln, wird jedoch als Motivations- und Führungsfaktor immer wichtiger!

„3 Tage intensives Team-Training haben deutlich gezeigt, wie notwendig eine Beschäftigung miteinander – außerhalb der täglichen Alltagsarbeit – ist. Neben der positiven, emotionalen Entwicklung unserer Gesprächskultur innerhalb der Service-Zentrale, wurden auch viele tiefliegenden Sorgen, Wünsche und Nöte von den Team-Mitgliedern entweder einzeln, oder in der Gruppe aufgearbeitet.

Damit wurde die Voraussetzung für die erfolgreiche Weiterentwicklung des gesamten EFM-Franchise-Systems und der System-Zentrale im Besonderen geschaffen. Ein konkretes Ergebnis war etwa die Erstellung eines sogenannten „Regel-Kataloges“ auf Basis eines „Verhaltens-Leitbildes für die EFM-Familie“ für den kommunikativen Umgang miteinander.“

(Josef Graf, EFM)