

## Der Know-how Transfer im Franchising Franchise-Handbücher, Intranet, Wikis und Web 2.0 & Co. Von Mag<sup>a</sup>. Waltraud Martius SYNCON International Franchise Consultants

Paul Watzlawick (Kommunikationswissenschaftler, Psychoanalytiker und Autor wurde im deutschsprachigen Raum vor allem durch seine populärwissenschaftlichen Veröffentlichungen zur Kommunikationstheorie bekannt) formulierte: „Man kann nicht nicht kommunizieren“. D.h. auch keine Kommunikation ist Kommunikation. In diesem Wissen kommt der Know-how-Vermittlung mittels interner Kommunikation im Franchising eine besondere Bedeutung und Aufmerksamkeit zu.

Auch wenn der Hauptstrom an Informationen dazu dient den Franchise-Nehmern vor Ort die bestmöglichen Voraussetzungen für ihre Tätigkeit (Verkauf und Vertrieb) zu verschaffen, so sind Information und Kommunikation keine Einbahnstraße, sondern ein Zwei-Wege-System. Die Informationen über Entwicklungen, Veränderungen und Trends aus den regionalen Märkten der Franchise-Nehmer sind wichtiger Beitrag für die Optimierung und den Fortschritt des gesamten Franchise-Systems.

Ohne Know-how-Vermittlung und Kommunikation werden keine Synergien erzeugt und damit auch keine Erfolge des Franchise-Systems ermöglicht!

Die Instrumente der Know-how-Vermittlung in Franchise-Systemen (gereiht nach Häufigkeit des Einsatzes) sind:

- **Franchise-Handbuch** (Printversion)

Die umfassende Know-how-Dokumentation im Franchise-Handbuch – gemeinsam mit einem klaren, partnerschaftlichen Franchise-Vertrag – macht den Franchise-Geber erst zu einem solchen! Nur wer sein systemspezifisches Wissen ausführlich dokumentiert wird gemäß der EU-Gruppenfreistellungsverordnung für Vertikale Vertriebsbindungen als Franchise-Geber eingestuft. Das Franchise-Handbuch für den Franchise-Nehmer ist Richtschnur und Handlungsanleitung für die Führung und den Betrieb des Franchise-Outlets und eng verknüpft mit dem Franchise-Vertrag. Nach wie vor ist das Franchise-Handbuch in gedruckter Form die erste Wahl zur Know-how-Vermittlung. Im Rahmen der Franchise-Vertrags-Unterzeichnung wird auch das Handbuch offiziell und feierlich übergeben. So ein Handbuch-Ordner (oder gar eine ganze Box mit mehreren Handbüchern) verdeutlicht allein durch sein Gewicht die Schwere (= Bedeutung) und Tiefe der Know-how-Dokumentation.

- **Systemeigenes Intranet** (inklusive Online-Zugriff auf das Franchise-Handbuch)

Ergänzend zum Franchise-Handbuch im Printformat werden im Intranet alle Informationen eingestellt, die sich schnelllebig verändern und so online immer auf dem neuesten Stand gehalten werden. Etwa Schulungstermine, Produkt- / Dienstleistungs-Portfolio, Marketinginstrumente, Vorlagen, Checklisten etc. Ist das Franchise-Handbuch eher ein statisches Instrument der Know-how-Vermittlung, so ist das Intranet schnell und flexibel. Natürlich sollte das Franchise-Handbuch auch online im Intranet für die Franchise-Nehmer verfügbar sein. Besonders nach einer Handbuch-Aktualisierung können Veränderungen sehr gut im Korrekturmodus sichtbar und für die Franchise-Nehmer abrufbar eingestellt werden.

- **Partner-Management** (die laufende Beratung und Betreuung der Franchise-Nehmer)  
Als menschliche Schnittstelle in der Know-how-Vermittlung haben die Partner-Manager in einem Franchise-System eine wichtige Funktion. Sie pflegen den zwischenmenschlichen Kontakt, unterstützen die Franchise-Nehmer bei der konzeptionsgerechten Umsetzung des System-Know-hows und stellen sicher, dass sich Synergien effektiv für alle am System Beteiligten entfalten können.

- **News** – interne Rundschreiben  
Mit Hilfe eines internen Rundschreibens (in Papier- oder E-Mail-Format) werden die Franchise-Nehmer rasch auf einen einheitlichen Informationsstand zu aktuellen Entwicklungen und Veränderungen gebracht. Wichtige Informationen werden im Rundschreiben kurz angerissen („Teaser“) und dann vertiefend im Intranet eingestellt.

- **Meetings und Tagungen**  
Alle Franchise-Nehmer treffen sich im regelmäßigen Rhythmus, um ihre Erkenntnisse und Informationen auszutauschen und über Entwicklungen und Veränderungen im Franchise-System zu erfahren. Übliche Instrumente in Franchise-Systemen sind: Schulungen, regionale / überregionale Treffen, Jahrestagungen, Qualitätszirkel, Ausschüsse und Beiräte etc.

- **Wiki und Web 2.0**  
„Ein Wiki (hawaiisch für „schnell“), seltener auch WikiWiki oder WikiWeb genannt, ist ein Hypertext-System, dessen Inhalte von den Benutzern nicht nur gelesen, sondern auch online geändert werden können.“ (Quelle: Wikipedia)

„Web 2.0: Die Benutzer erstellen und bearbeiten Inhalte in quantitativ und qualitativ entscheidendem Maße selbst. Die Inhalte werden nicht mehr nur zentralisiert von großen Medienunternehmen erstellt und über das Internet verbreitet, sondern auch von einer Vielzahl von Nutzern, die sich mit Hilfe sozialer Software zusätzlich untereinander vernetzen. Typische Beispiele hierfür sind Wikis, Blogs, Foto- und Videoportale (z.B. Flickr und Youtube), soziale Online-Netzwerke wie Xing, Myspace, Facebook ... mit zu gestalten.“ (Quelle: Wikipedia)

Stück für Stück nehmen diese neuen Medien Einzug in die Wirtschaft und so auch in die Franchise-Wirtschaft. Den Stellenwert, den Wiki und Web 2.0 in einem Franchise-System haben können muss von jedem Franchise-Geber selbst bewertet werden. Ein Franchise-System und seine Franchise-Nehmer müssen einen hohen Grad an System-Reife erreicht haben und einander vertrauen für diesen Schritt, der fast alle Zugriffsregulierungen außer Kraft setzt.

Aus heutiger Sicht können alle Medien, die nicht auf face-to-face-Kommunikation ausgerichtet sind, nur ergänzend zur schnellen und effizienten Informations- und Know-how-Vermittlung eingesetzt werden. Wir Menschen brauchen das Miteinander und den persönlichen Austausch, um in einem Franchise-System die emotionale Heimat zu finden.