

Controlling: Kontrolle versus Steuerung im Franchising

Das Wort Controlling klingt im Deutschen nach Kontrolle. Und das mag niemand wirklich gerne. Erinnerungen an die Schulzeit, an eine unmündige Lebensphase werden wach. Einige Franchise-Partner sehen im Controlling eine unangemessene Überwachung. Selbst manche Franchise-Geber sehen Controlling als eine mühsame Pflichtübung; sie scheuen den Aufwand oder nutzen die verfügbaren Daten nicht konsequent.

Übersetzt man Controlling korrekt als „Steuerung“, so ergibt sich ein vollständig anderes Bild: Man könnte an eine Kapitän denken, der die Verantwortung für seine Crew hat und das Steuerrad fest in Händen hält. Wie stürmisch die See auch sein mag, es ist seine Aufgabe, Mannschaft und Fracht sicher ans Ziel zu bringen.

Diese Verantwortung hat auch ein Franchise-Geber seinen Partnern gegenüber. Ohne ein fundiertes Controlling-Konzept und wirkungsvolle -Instrumente kann der Franchise-Geber aber nur sehr ungenau die systemtypischen Erfolgsfaktoren lokalisieren. Sein „Schiff“- um beim Bild des Kapitäns zu bleiben - treibt ohne Navigationsgeräte im Nebel und er kann seine wichtigste Aufgabe nicht kompetent erfüllen: Den Franchise-Nehmer auf seinem unternehmerischen Weg zum Erfolg zu begleiten und bei sich verändernden Marktverhältnissen frühzeitig Kurskorrekturen vorzunehmen.

Nicht nur bestehende Franchise-Partner profitieren vom Controlling in Franchise-Systemen, auch Interessenten fragen immer öfter nach Instrumenten zur Erstellung eines Business Plans zum Start der Partnerschaft und nach laufender Erfolgskontrolle durch den Franchise-Geber.

Die Orientierungslosigkeit ohne zeitnahe Controlling hat Auswirkungen auf den Marktwert des gesamten Franchise-Systems, denn die gemeinsame Marke verbindet Franchise-Geber und Franchise-Partner in einer „Schicksalsgemeinschaft“ miteinander. Das Marken-Image ist wesentlicher Bestandteil des immateriellen Kapitals des Franchise-Gebers. Ein Negativ-Image aufgrund wirtschaftlicher Fehlentwicklungen gefährdet den Fortbestand und die Expansion des Franchise-Systems.

Ein Franchise-Partner entscheidet sich bewusst für eine Unternehmensgründung mit Franchising, weil er als Teil eines Netzwerkes mehr Gewinn und Sicherheit erwartet. Diesem Vertrauensvorschuss muss sich der Franchise-Geber mit Instrumenten zur Erfolgsoptimierung und Existenzsicherungen seiner Partner als würdig erweisen.

Aber Vorsicht, mit der Auswertung von gemeldeten Umsatzzahlen zur Abrechnung der fälligen Gebühr hat der Franchise-Geber noch kein strategisches Controlling-Tool im Einsatz! Die Meldung der Umsätze ist zwar wichtig und Bestandteil eines Franchise-Systems, aber worin soll der Franchise-Nehmer seinen Nutzen („added value“) erkennen?

Intelligentes Controlling ist mehr: Controlling als Existenzsicherungsprogramm für den einzelnen Franchise-Partner und für das gesamte System verstanden, macht aus trockenen Zahlen ein spannendes Instrument zur Erfolgssteuerung für beide Seiten. „Partnership for more Profit“ – so wird auf Neu-Deutsch knapp und treffend der Kern des Franchising oft definiert – braucht ein zeitnahe Monitoring der wirtschaftlichen und vertrieblichen Kennzahlen. Ein effektives Controlling zeichnet ein klares Bild der wirtschaftlichen Realität. Es zeigt wo der einzelne Partner und das System insgesamt stehen bzw. wohin sie steuern.

Ein intelligentes Controlling-System kann aber noch mehr: Der einzelne Partner sieht nicht nur seine aktuelle wirtschaftliche Situation, Vergleichswerte um Vormonat / Vorjahr, sondern auch im Betriebsvergleich seine Position im Feld aller Franchise-Partner. Wer hat im

abgeschlossenen Monat mit seinen Leistungen „getoppt“, wer hat „gefloppt“? Die Franchise-Partner können von einander am meisten lernen und akzeptieren Kritik von Kollegen eher, als von der Zentrale.

Franchising ernst genommen bedeutet für den Franchise-Geber, sich der Mitverantwortung für seine Partner bewusst zu sein und bedeutet für den Franchise-Partner, die Hilfestellung zur wirtschaftlichen und vertrieblichen Steuerung seiner selbstständigen Existenz anzunehmen und ihren Wert zu schätzen.

Statement:

*„Die Zahl ist das Wesen aller Dinge.“
(Pythagoras)*

Wie lässt sich dieser hohe Anspruch mit einem Franchise-Konzept für mobile Verkaufsstände mit Tiroler Schmankerln vereinbaren?

Darüber haben wir von Tiroler Bauernstandl lange nachgedacht. Zuerst in Form von Ideenfindung und -sammlung innerhalb unseres Franchise-Systems und danach vertiefend mit Controlling-Experten.

Tiroler Bauernstandl ist ein innovatives Franchise-System mit höchsten Qualitätsansprüchen an unsere Produkte, aber auch an die Leistungen für unsere Franchise-Nehmer. Die Mitverantwortung für den wirtschaftlichen Erfolg unserer Franchise-Nehmer nehmen wir nicht auf die leichte Schulter, sondern arbeiten kontinuierlich an Instrumenten zur Erfolgskontrolle und damit zur Erfolgssteuerung.“

*Wolfgang Obermüller (Gründer) & Karin Schützler (Controlling)
Tiroler Bauernstandl AG*

Quelle: SYNCON International Franchise Consultants