

Partnerschaftsbilanz

Oder:

Wie misst man den Zufriedenheitsgrad aller Beteiligten in einem Franchise-System?

Franchising ist emotional hoch aufgeladen. Der Franchise-Nehmer hat sein wirtschaftliches und persönliches Schicksal in die Hände des Franchise-Gebers gelegt, in der Regel große Beträge in die Geschäftsidee des Franchise-Gebers investiert und sich häufig (hoch) verschuldet. Er weiß, dass ihm und seiner Familie ein Leben auf dem Existenzminimum droht, falls „die Sache schief geht“. Kein Wunder also, dass der Franchise-Nehmer sehr sensibel auf alle Hinweise achtet, die darauf hindeuten, dass das Konzept des Gebers nicht zum Erfolg führt, das Management Fehler macht, der Franchise-Geber versprochene Leistungen nicht erbringt oder die Konditionen nicht den erhaltenen Leistungen entsprechen.

Davon abgesehen, verschiebt sich die Einstellung des Franchise-Nehmers im Verlauf der Partnerschaft, insbesondere sein geistiger Abstand zum Franchise-Geber. Als Existenzgründer ist der Franchise-Nehmer zunächst „unwissend“ im neuen Tätigkeitsfeld. Nach einigen Jahren kennt er den Franchise-Geber und die Mitarbeiter der Zentrale besser. Er sieht, dass auch der Franchise-Geber nur „mit Wasser kocht“, kennt dessen Schwächen. Der Abstand zwischen Geber und Nehmer ist geschrumpft, die Bewunderung des Gebers oft einer Skepsis gewichen.

Auf der anderen Seite nimmt der Franchise-Geber wahr, dass seine „Küken flügge“ werden und sich zu mündigen, selbstbewussten, manchmal fordernden Partnern entwickeln. Die Fähigkeit los zu lassen und dennoch die Erfolgs-bedingenden System-Vorgaben durchzusetzen muss von ihm erlernt und erprobt werden. Herausforderungen sind für den Franchise-Geber folgende, mögliche Szenarien:

- die Franchise-Nehmer entwickeln sich nicht weiter, das System in seiner Gesamtheit zieht jedoch davon
- die Partner machen „Dienst nach Vorschrift“, sind zuwenig vertriebs- und kundenorientiert, oder denken, dass es für den persönlichen Erfolg bereits ausreicht, einfach Teil des Systems zu sein
- die Franchise-Nehmer sehen oft nicht ihre 100%ige Verantwortung für die eigene Wirtschaftlichkeit u.v.m.

Die Partnerschaftsbilanz macht den gegenseitigen Zufriedenheitsgrad aller Beteiligten mess- und sichtbar. Das Instrument der Partnerschaftsbilanz liefert durch anonyme Fragebogen-Erhebung und / oder Telefoninterviews ein zeitnahe Bild des Stimmungsklimas der Franchise-Nehmer sowie des Teams der Zentrale und bewertet den Leistungsbeitrag aller am System Beteiligten. Sie ist zugleich ein Indikator für das Konfliktpotential im System.

Ein aus der Partnerschaftsbilanz resultierender Maßnahmenkatalog legt fest, wie und in welchem Zeitraum die Ergebnisse zu Veränderungen und Verbesserungen im System und für alle Beteiligten führen sollen. Die Aussagen und Beurteilungen des Einzelnen tragen somit zur umfassenden System-Optimierung bei, oder wie Ray Kroc – Begründer von McDonald's – es formuliert hat: „None of us is as good as all of us.“ (Niemand von uns ist so gut, wie wir alle zusammen)

Statement:

Die Wolford-Zentrale hat sich selbst und ihren Partnern kritische Fragen zu allen Bereichen der Zusammenarbeit gestellt - und die Partner haben per Fragebögen geantwortet.

Heute wissen wir, wie und woran wir weiter arbeiten müssen, um die gesteckten Ziele und Qualitätsansprüche unseren Partnern gegenüber einhalten zu können.

(www.wolford.com)

Quelle: SYNCON International Franchise Consultants