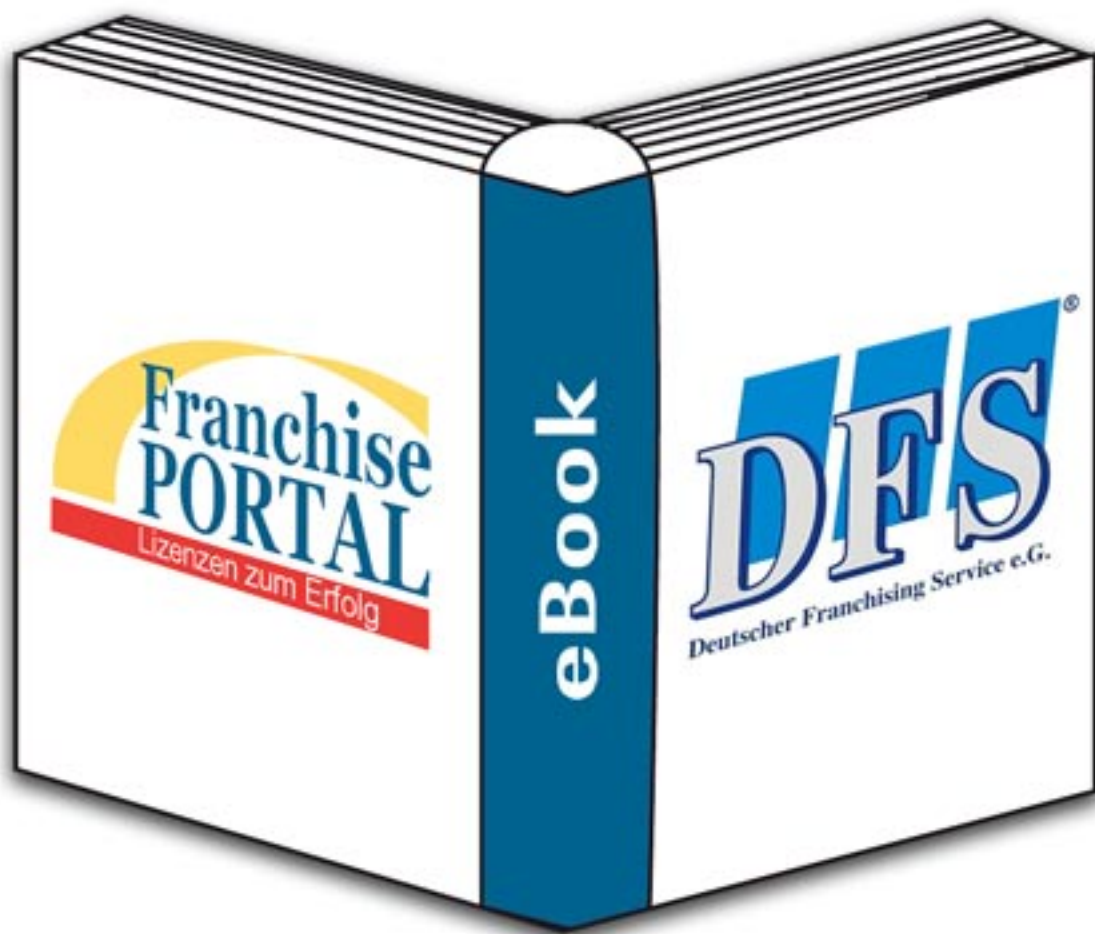
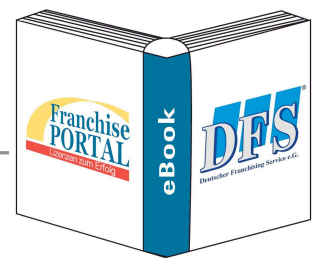


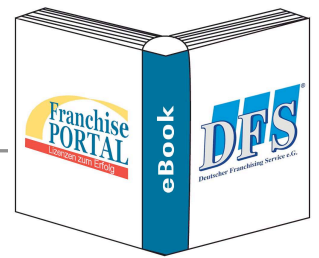
Die professionelle Gewinnung von Franchise-Nehmern





Inhaltsverzeichnis

1 Die professionelle Gewinnung von Franchise-Nehmern	3
<i>1.1 Allgemeines</i>	<i>3</i>
<i>1.2 Übersicht</i>	<i>4</i>
2 Zukunftsweisende und erprobte Geschäfts-Idee	5
<i>2.1 Allgemeines</i>	<i>5</i>
<i>2.2 Übersicht</i>	<i>6</i>
3 Solide Beschreibung des System-Know-Hows	7
<i>3.1 Allgemeines</i>	<i>7</i>
<i>3.2 Übersicht</i>	<i>8</i>
4 Schulungskonzeption für Franchise-Nehmer	9
<i>4.1 Allgemeines</i>	<i>9</i>
<i>4.2 Übersicht</i>	<i>10</i>
5 Auf die bestehenden Dokumentationen aufgebaute (Vor-) Vertragsregelungen	11
<i>5.1 Allgemeines</i>	<i>11</i>
<i>5.2 Übersicht</i>	<i>12</i>
6 Marketing-Konzeption zur Franchise-Nehmer-Gewinnung	13
<i>6.1 Allgemeines</i>	<i>13</i>
<i>6.2 Übersicht</i>	<i>14</i>
7 Professioneller PROZESS-Ablauf für die Franchise-Nehmer-Auswahl	15
<i>7.1 Allgemeines</i>	<i>15</i>
<i>7.2 Übersicht</i>	<i>16</i>
8 Franchise-Verträge werden abgeschlossen	17
<i>8.1 Allgemeines</i>	<i>17</i>
<i>8.2 Übersicht</i>	<i>18</i>



1 DIE PROFESSIONELLE GEWINNUNG VON FRANCHISE-NEHMERN

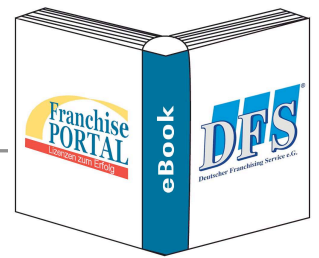
1.1 Allgemeines

Obwohl in den vergangenen Jahren die Anzahl der Franchise-Nehmer bundesweit gestiegen ist, besteht nach wie vor eine weiter zunehmende Nachfrage nach guten und passenden Franchise-Partnern. Viele etablierte Franchise-Systeme haben die Gewinnung von Franchise-Partnern kontinuierlich verbessert und professionalisiert. So gibt es bei den meisten Systemen eine respektable Anzahl von Interessenten-Anfragen, aber der Prozentsatz von Kandidaten, die schlussendlich auch den Franchise-Vertrag unterschreiben, unterscheidet sich zwischen den einzelnen Franchise-Systemen doch erheblich.

Hierfür gibt es mehrere Gründe. Zum einen steigen die Anforderungen der Franchise-Interessenten an die Leistungen der einzelnen Franchise-Systeme immer mehr. Neben den rein wirtschaftlichen Kennwerten entscheiden eine professionelle Vorbereitung, der seriöse Eindruck sowie ein transparentes und kompetentes Auftreten der Franchise-Zentrale über den Grad des Erfolges.

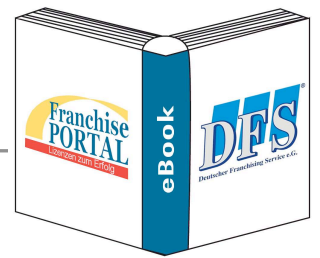
Geht man von der Branchenregel aus, dass bei 100 Anfragen 10 persönliche Gespräche und 1 Vertragsabschluss zustande kommen, macht es Sinn, sich die Erfolgsfaktoren derjenigen Franchise-Systeme genauer zu betrachten, die darüber liegen.

Auch hier gilt: Mit einer guten und gezielten Vorbereitung verbessert man deutlich den Erfolg gegenüber unausgereiften und/oder improvisierten Abläufen. Da die Vorbereitungen nicht nur aufgrund der gestiegenen Anforderungen seitens der Franchise-Interessenten aufwendiger geworden sind, haben wir diese in der nachfolgenden Übersicht jeweils als Ablaufdiagramm dargestellt und mit Umsetzungsempfehlungen ergänzt.



1.2 Übersicht

Ablaufdiagramm				
V	D	I	Die professionelle Gewinnung von Franchise-Nehmern	Bemerkungen / Dokumente
			<div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 5px; display: inline-block;">Zukunftsweisende und erprobte Geschäfts-Idee</div> ↓ <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;">Vorzeigbares Pilotprojekt und/oder FN-Betriebe</div> ↓ <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;">Solide Beschreibung des System-Know-hows</div> ↓ <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;">Schulungskonzeption für Franchise-Nehmer</div> ↓ <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;">Auf die bestehenden Dokumentationen aufgebaute (Vor-) Vertragsregelungen</div> ↓ <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;">Marketing-Konzeption zur Franchise-Nehmer-Gewinnung</div> ↓ <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;">Professioneller Prozess-Ablauf für die Franchise-Nehmer-Auswahl</div> ↓ <div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 5px; display: inline-block;">Franchise-Verträge werden abgeschlossen</div>	
FG FN	FG FN			Geschäftsabläufe Marketing-Umsetzung Vertriebs-Umsetzung
FG	FG Berat.			System-Handbuch Produkt-Handbuch Marketing-Handbuch Vertriebs-Handbuch
FG	FG Berat.			Markteinstieg FN-Qualifizierung Fortbildung
FG	FG RA			Vorvertragliche System-Informationen Franchise-Verträge
FG	FG Berat.			Inhaltliche, zeitliche und monetäre Planung
FG	FG Berat.			Transparenter und für den Franchise-Interessenten schlüssiger Ablauf
FG FI	FG FI			Verträge Verbraucherschutzrechte
V = verantwortlich D = durchführende(r) I = zu informieren			FG = Franchise-Geber, FN = Franchise-Nehmer, Berat. = Berater, RA = Rechtsanwalt, FI = Franchise-Interessent	



2 ZUKUNFTSWEISENDE UND ERPROBTE GESCHÄFTS-IDEEN

2.1 Allgemeines

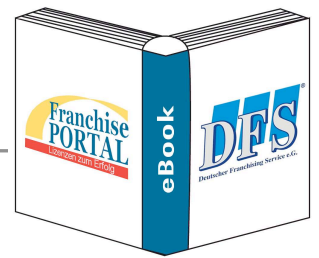
Franchise-Nehmer suchen vermehrt nach einer Geschäftsidee, die sowohl ein lukratives Alleinstellungsmerkmal aufweist als auch die Zuversicht beinhaltet, als Franchise-Nehmer in einem seriös geführten Franchise-System aktiv sein zu können.

Ein Konzept, welches nur das reine Vertreiben von Produkten oder Dienstleistungen – wie man es von Handelsvertretern kennt – bietet, wird langfristig in der Franchisewirtschaft nicht erfolgreich sein. Wichtig sind Möglichkeiten für den Franchise-Nehmer, als Unternehmer wirken zu können und an der inhaltlichen Ausgestaltung des Geschäftskonzeptes zu partizipieren.

Gerade „junge“ Franchise-Systeme können nur auf wenige Referenzbetriebe innerhalb ihres Systems verweisen. Umso wichtiger ist es, dass die vorgelegten Zahlen schlüssig, transparent und nachvollziehbar sind.

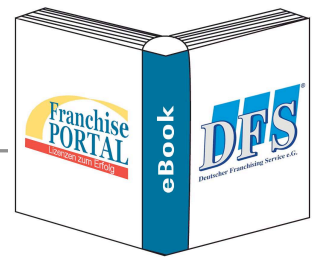
Die in dem/den Referenzbetrieb(en) verwendeten Marketingmaterialien bilden einen wichtigen Baustein für den künftigen Erfolg der Franchise-Partner und sind mit den Umsetzungen der unterschiedlichen Vertriebsinstrumente zu verknüpfen. Die hieraus resultierenden Erfahrungen und deren Transfer bilden einen entscheidenden Faktor für den künftigen Erfolg der Franchise-Partner.

Und ohne zusätzliche personelle Ressourcen in der Franchise-Zentrale wird das leider nicht funktionieren. Da einerseits Franchisen verkauft und andererseits die Grundlage für künftige Existenzgründungen geschaffen werden, sollte ein(e) Franchise-Manager(in) nicht nur über Vertriebserfahrung verfügen, sondern er/sie sollte auch die erforderliche Seriosität ausstrahlen, die für die Vereinbarung von langfristigen Franchise-Partnerschaften erforderlich ist.



2.2 Übersicht

Ablaufdiagramm				
V	D	I	Den Nachweis eines erfolgreichen Geschäftskonzeptes erbringen	Bemerkungen / Dokumente
			<p>Zukunftsweisende und erprobte Geschäfts-Idee</p> <p>↓</p> <p>BWA's Jahres-Kontenübersicht G + V Bilanz</p> <p>↓</p> <p>Marktdaten für Beleg der Zukunftsperspektive (regional / bundesweit)</p> <p>↓</p> <p>Wettbewerbs-Analyse (bundesweit)</p> <p>↓</p> <p>Marketing-Instrumente</p> <p>↓</p> <p>Vertriebs-Instrumente</p> <p>↓</p> <p>Personelle Ressourcen</p> <p>↓</p> <p>Vorzeigbares Pilotprojekt und/oder FN-Betriebe sind vorhanden</p>	
FG FN	FG FN			
FG	FG GfK			
FG	FG			
FG	FG MA Berat.			
FG	FG Berat.			
FG	FG			
FG	FG FN			
V = verantwortlich D = durchführende(r) I = zu informieren			FG = Franchise-Geber, FN = Franchise-Nehmer, Berat.. = Berater, RA = Rechtsanwalt, MA = ext. Marketing-Agentur FI = Franchise-Interessent	



3 SOLIDE BESCHREIBUNG DES SYSTEM-KNOW-HOWS

3.1 Allgemeines

Die Qualität und Aussagekraft der Franchise-Handbücher ist sowohl für den Franchise-Interessenten als auch später für den Franchise-Nehmer von herausragender Bedeutung.

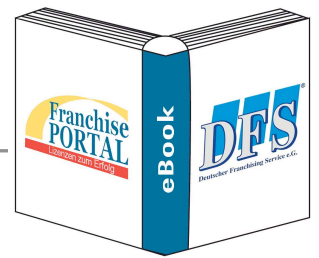
Der Franchise-Interessent schaut sich in der Regel mehrere Franchise-Systeme an und wird dann 2-3 Systeme in die engere Auswahl nehmen. Er wird dann kurz vor der möglichen Vertragsunterzeichnung auch die Aussagekraft der jeweiligen Handbücher vergleichen, denn letztendlich soll der dortige Inhalt den Gegenwert für die einmalige Einstiegsgebühr in etwa widerspiegeln.

Ebenso erwartet der Franchise-Geber von seinen künftigen Franchise-Nehmern, dass sie sein erfolgreiches Geschäftskonzept so gut es geht umsetzen. Auch erheben die meisten Systeme eine umsatzabhängige Systemgebühr von ihren Partnern, so dass die Franchise-Geber ein gesteigertes Interesse haben, ihr Know-how umfangreich und in bestverständlicher Weise weiterzugeben.

In der Praxis zeigen sich jedoch zwischen den einzelnen Franchise-Systemen erhebliche Qualitätsunterschiede, die dazu führen können, dass sich ein Franchise-Interessent kurz vor dem gewünschten Vertragsabschluss für ein anderes Franchise-Konzept entscheidet.

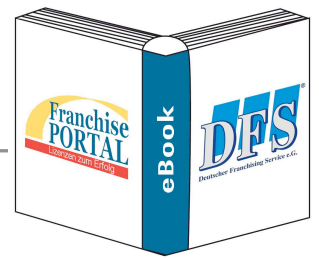
Neben guten Handbüchern sollten auch möglichst aussagekräftige Marktparameter, die das künftige Franchise-Gebiet beschreiben, im Auswahlgespräch vorgelegt werden. Kann der Franchise-Geber dabei nachweisen, dass das wirtschaftliche Potential der in Frage kommenden Franchise-Gebiete mit dem des Pilotbetriebes vergleichbar oder sogar besser ist, wird dies den Franchise-Interessenten bei der Entscheidung seines künftigen Franchise-Systems positiv beeinflussen.

Die Einrichtung und Pflege einer internen Webseite, dem so genannten Intranet, darf als selbstverständlich betrachtet werden. Mit dieser Plattform ermöglichen Franchise-Systeme ihren Franchise-Partnern den schnellen Zugriff auf aktuelle Informationen, Vorlagen, etc. durch die Systemzentrale. Im Intranet sind auch die jeweils aktuellsten Fassungen des System-, Marketing- und Vertriebs-Handbuches hinterlegt. Wer sich entscheidet seinen Franchise-Partnern zusätzlich ein Produkt- bzw. Dienstleistung-Handbuch zur Verfügung zu stellen, wird dies hier ebenfalls hinterlegen.



3.2 Übersicht

Ablaufdiagramm				
V	D	I	Solide Beschreibung des System-Know-hows erarbeiten	Bemerkungen / Dokumente
			<div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Vorzeigbares Pilotprojekt und/oder FN-Betriebe sind vorhanden</div> <p style="text-align: center;">↓</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Arbeitsabläufe innerhalb des Franchise-Systems</div> <p style="text-align: center;">↓</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Produkt- und/oder Dienstleistungs-Know-how</div> <p style="text-align: center;">↓</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Marketing-Strategie für Franchise-Nehmer</div> <p style="text-align: center;">↓</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Vertriebs-Strategien für Franchise-Nehmer</div> <p style="text-align: center;">↓</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Marktparameter zur Definition und Festlegung der künftigen Franchise-Gebiete</div> <p style="text-align: center;">↓</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Intranet</div> <p style="text-align: center;">↓</p> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Solide Beschreibung des System-Know-hows ist vorhanden</div>	
FG FN	FG FN Berat.			
FG	FG Berat.			
FG	FG Berat.			
FG	FG Berat.			
FG	FG Berat. IT			
V = verantwortlich D = durchführende(r) I = zu informieren			FG = Franchise-Geber, FN = Franchise-Nehmer, Berat.. = Berater, RA = Rechtsanwalt, FI = Franchise-Interessent, IT = IT-Unternehmen/IT-Abt.	



4 SCHULUNGSKONZEPTION FÜR FRANCHISE-NEHMER

4.1 Allgemeines

Kein Franchise-Geber wird erfolgreich sein, wenn die Franchise-Partner nicht in der Lage sind, das System-Konzept so umzusetzen, wie es im Pilotbetrieb bereits erfolgreich durchgeführt wurde.

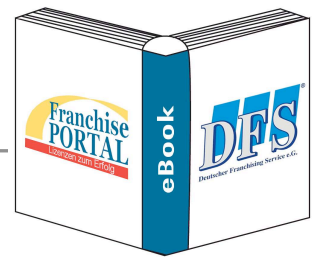
Allein die Zurverfügungstellung der Handbücher reicht nicht aus. Das vom Franchise-Geber vorhandene Wissen muss auch so vermittelt werden, dass die Franchise-Nehmer mit ihren unterschiedlichen Vorbildungen auf ein möglichst gleiches Wissensniveau gebracht werden.

Es darf dabei nicht davon ausgegangen werden, dass eine einmalige Anfangsschulung hierzu ausreicht. Der „junge“ Franchise-Partner ist neben dem Erwerb des neuen System-Know-how noch vielen weiteren Neuerungen und Belastungen ausgesetzt. So muss er sich einigen anstrengenden Behördengängen unterziehen, seine Krankenversicherung und seine Altersvorsorge komplett neu organisieren und sich ggf. um die Einrichtung seines Franchise-Outlets kümmern.

Eine gut strukturierte Schulungskonzeption nimmt auf diese Ausnahmestände Rücksicht und dosiert die Schulungsinhalte in Abhängigkeit der parallelen Belastung des neuen Franchise-Partners.

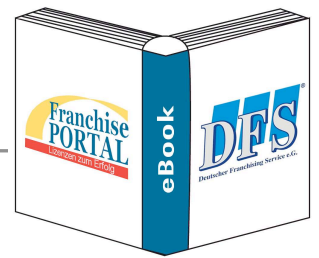
Die Franchise-Interessenten legen bei der Auswahl ihres künftigen Franchise-Systems neben der wirtschaftlichen Betrachtung immer mehr Augenmerk auf die durchgeführten System- und Betreuungsleistungen einer Franchise-Zentrale. Die Frage, ob die lfd. System-Gebühr ihrer Höhe nach berechtigt ist, wird vom Franchise-Interessenten nicht nur nach der sogenannten Weiterentwicklung des Franchise-Systems bemessen, sondern immer danach, welche Leistungen der Franchise-Geber direkt für den einzelnen Franchise-Partner erbringt.

Daher führen etablierte Franchise-Systeme nicht nur Schulungsmaßnahmen für das eigentliche System-Know-how durch, sondern bieten auch weiterführende Themen an, mit denen der Franchise-Partner als Unternehmer noch erfolgreicher werden kann.



4.2 Übersicht

Ablaufdiagramm				
V	D	I	Schulungskonzeption für Franchise-Nehmer entwickeln	Bemerkungen / Dokumente
			<div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Solide Beschreibung des System-Know-hows ist vorhanden</div> <p style="text-align: center;">↓</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Inhalte der Handbücher als Kernvorlage</div> <p style="text-align: center;">↓</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Schulungsinhalte für erfolgreichen Markteintritt festlegen</div> <p style="text-align: center;">↓</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Schulungsinhalte für Festigung und Erweiterung des System-Know-hows</div> <p style="text-align: center;">↓</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Systemübergreifende Fort- und Weiterbildungen</div> <p style="text-align: center;">↓</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Interne und externe Referenten einplanen</div> <p style="text-align: center;">↓</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Zeitliche und räumliche Planung durchführen</div> <p style="text-align: center;">↓</p> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Schulungskonzeption für Franchise-Nehmer ist vorhanden</div>	
FG	FG Berat.			
FG	FG Berat.			
FG	FG Berat.			
FG	FG Berat. ExtRef.			
FG	FG Berat. ExtRef.			
FG	FG Berat.			
V = verantwortlich D = durchführende(r) I = zu informieren			FG = Franchise-Geber, FN = Franchise-Nehmer, Berat. = Berater, RA = Rechtsanwalt, FI = Franchise-Interessent ExtRef. = externe Referenten	



5 AUF DIE BESTEHENDEN DOKUMENTATIONEN AUFGEBAUTE (VOR-) VERTRAGSREGELUNGEN

5.1 Allgemeines

Leider reicht es nicht, sich eine Vorlage für den Franchise-Vertrag aus dem Internet herunterzuladen und diesen mit dem eigenen Unternehmens-Logo zu versehen. Da es kein eigenes Franchise-Gesetz in Deutschland gibt, gilt es in den Verträgen die jeweils neuesten Urteile und rechtliche Änderungen zu berücksichtigen.

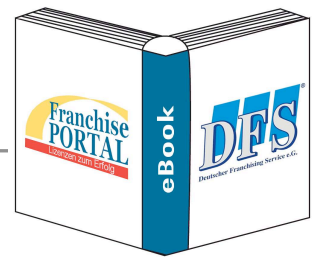
Darüber hinaus wird vielfach vergessen, dass sich die Rechte und Pflichten für die Franchise-Partner nicht nur aus dem Franchise-Vertrag, sondern auch aus den Handbüchern ableiten. Kritisch kann es werden, wenn inhaltlich verwandte Regelungen sowohl im Vertrag als auch im jeweiligen Handbuch beschrieben, aber widersprüchlich formuliert sind. Oder auch, wenn sowohl im Vertrag, als auch im Handbuch wichtige Regelungen fehlen. Aus diesem Grunde sollte erst nach der Erstellung der Handbücher und des Schulungskonzeptes der Franchise-Vertrag erarbeitet werden, um Mängel und Risiken zu vermeiden.

Zu den weiteren Pflichten eines Franchise-Konzeptes gehört es, dem Franchise-Interessenten eine ausführliche und aussagekräftige Vorvertragliche-System-Dokumentation zur Verfügung zu stellen und ihm diese auch zu erläutern. Um im strittigen Fall den Beweis erbringen zu können, dass das Franchise-Management dieser Pflicht ordnungsgemäß nachgekommen ist, sollte diese Dokumentation in schriftlicher Form vorliegen, dem Franchise-Interessenten ausgehändigt und die durchgeführte Erläuterung von diesem gegenüber der System-Zentrale schriftlich bestätigt werden.

Eine Verschwiegenheitserklärung, die vor Einsichtnahme in das Handbuch durch den Franchise-Interessenten zu unterzeichnen ist, gilt als weitere Voraussetzung für einen ordentlichen Ablauf zur Vertragsschließung. Im Vorfeld kann unter bestimmten Bedingungen (z.B. Reservierung oder Suche eines Ladenlokals) auch ein Vorvertrag erforderlich sein.

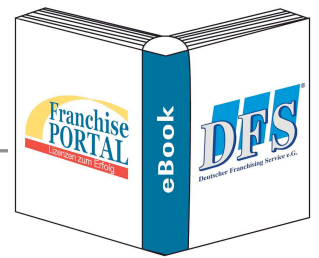
Im Zuge der Vertragsschließung hat der Franchise-Geber die Verbraucherschutzrechte zu gewährleisten. So hat er beispielsweise im direkten Anschluss an die Vertragsunterzeichnung die gesetzlich (ab 11.06.2010 neue Regelung!) vorgeschriebene Widerrufs- und ggf. auch die Rückgabebelehrung durchzuführen.

Um gut vorbereitet zu sein, verfügt der Franchise-Geber über eine gültige Vorlage für einen Aufhebungsvertrag, den er im erforderlichen Fall als Vorlage verwenden kann. Weitere Regelungsabreden, die die Auflösung, die Übergabe oder Übernahme eines Franchise-Gebietes inkl. Kundenkreis regeln, sind ebenfalls bei einem gut strukturierten Franchise-System als Regelungs-Vorlage vorhanden.



5.2 Übersicht

Ablaufdiagramm				
V	D	I	Auf die bestehenden Dokumentationen aufgebaute (Vor-) Vertragsregelungen erstellen	Bemerkungen / Dokumente
			<div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Schulungskonzeption für Franchise-Nehmer ist vorhanden</div> <p style="text-align: center;">↓</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Leistungen, Rechte und Pflichten für FN und FG aus den System-Doku's zusammenstellen</div> <p style="text-align: center;">↓</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Vorvertragliche Systeminformation erstellen</div> <p style="text-align: center;">↓</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Verschwiegenheits-Erklärungen und Vorvertrag erstellen</div> <p style="text-align: center;">↓</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Franchise-Vertrag, erstellen</div> <p style="text-align: center;">↓</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Behörungsvorlagen aufgrund Verbraucher-Schutzrechte erstellen</div> <p style="text-align: center;">↓</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Verträge und Vereinbarungen bzgl. Beendigung der FN-Partnerschaft</div> <p style="text-align: center;">↓</p> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Auf die bestehenden Dokumentationen aufgebaute (Vor-) Vertragsregelungen sind vorhanden</div>	
FG	FG Berat.			Handbücher, Gebietsdefinition, Schulungskonzept, Wirtschaftlichkeits- Berechnungen
FG	FG Berat.			
FG	FG Berat. RA			
FG	FG RA			
FG	FG Berat. RA			Widerrufs- und Rückgabebelehrungen
FG	FG Berat. RA			Kündigung, Aufhebungs- Vereinbarung, Nachfolgeregelungen
V = verantwortlich D = durchführende(r) I = zu informieren		FG = Franchise-Geber, FN = Franchise-Nehmer, Berat. = Berater, RA = Rechtsanwalt, FI = Franchise-Interessent		



6 MARKETING-KONZEPTION ZUR FRANCHISE-NEHMER-GEWINNUNG

6.1 Allgemeines

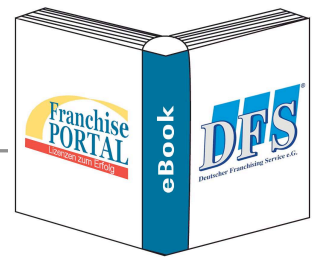
Nicht nur Franchise-Nehmer sind erfolgreich, wenn Sie sich einer gut durchdachten Marketing-Strategie bedienen. Aufgrund der vielfältigen Möglichkeiten, die sich für die unterschiedlichen Franchise-Systeme in Deutschland bieten, sollten jährlich neu aufzustellende Marketing-Pläne die Basis für eine aussichtsreiche Franchise-Nehmer-Gewinnung sein.

Neben den Möglichkeiten, auf die das eigene System sehr einfach zugreifen kann, wie zum Beispiel die eigene Internetseite, die eigenen Franchise-Betriebe oder systemrelevante Fachmagazine, stehen speziell für die Gewinnung von neuen Franchise-Partnern weitere Möglichkeiten zur Auswahl.

Die zusätzliche Gewinnung von Franchise-Nehmern durch die Beauftragung externer Rekrutierungsunternehmen wird von vielen Franchise-Betrieben genutzt. Darüber hinaus machen Anzeigen in Franchise-spezifischen Fachmagazinen Sinn, denn diese werden nicht nur auf Gründermessen verteilt, sondern liegen bei Wirtschaftsförderungen oder anderen Beratungszentren, z.B. für Existenzgründer, aus.

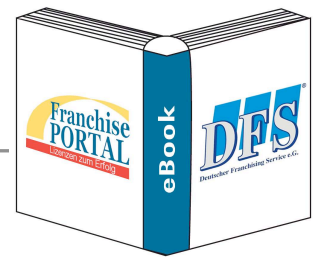
Die Internetwerbung auf zielgruppenorientierten Portalen ist ebenfalls ein wichtiger Faktor. Der Markt stellt verschiedene Portale zur Verfügung, doch ist die Überlappungsrate der sich dort eintragenden Franchise-Interessenten sehr groß. Vor diesem Hintergrund kann es Sinn machen sich auf wenige Portale oder nur eines zu konzentrieren und das eingesparte Geld für Sonderaktionen bereitzuhalten. Dies können Sonderanzeigen, Kurzportraits als Video, oder auch als Podcast sein.

So wird ein erfolgreiches Franchise-Nehmer-Gewinnungs-Marketing neben den monatlich wiederkehrenden Ausgaben immer ein Budget für saisonale Werbungen bereithalten. Einige Franchise-Systeme verfügen darüber hinaus noch über ein Reservebudget, damit Sie ganzjährig auf spezielle Angebote der unterschiedlichen Werbepattformen zurückgreifen können und damit den Vorsprung gegenüber anderen Franchise-Systemen aufrecht erhalten.



6.2 Übersicht

Ablaufdiagramm				
V	D	I	Marketing-Konzeption erstellen	Bemerkungen / Dokumente
			<div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 5px; margin-bottom: 10px;">Auf die bestehenden Dokumentationen aufgebaute (Vor-) Vertragsregelungen sind vorhanden</div> <div style="text-align: center;">↓</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;">System-eigene Medien definieren</div> <div style="text-align: center;">↓</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;">Fremd-Medien einbinden</div> <div style="text-align: center;">↓</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;">Externe FN-Rekrutierungsunternehmen</div> <div style="text-align: center;">↓</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;">Inhaltliche Marketing-Möglichkeiten zusammenstellen</div> <div style="text-align: center;">↓</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;">Jährliche monetäre Marketing-Planung erstellen</div> <div style="text-align: center;">↓</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;">Jährliche zeitliche Marketing-Planung entwickeln</div> <div style="text-align: center;">↓</div> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 5px;">Marketing-Konzeption zur Franchise-Nehmer-Gewinnung ist vorhanden</div>	
FG FN	FG Berat.			Internet FN
FG	FG Ext.Unt.			Internetportale Franchise-Magazin Videos Podcasts
FG	FG Ext.Unt.			
FG	FG Berat.			Marketing-Tools
FG	FG Berat.			
FG	FG Berat.			
V = verantwortlich D = durchführende(r) I = zu informieren			FG = Franchise-Geber, FN = Franchise-Nehmer, Berat. = Berater, RA = Rechtsanwalt, FI = Franchise-Interessent Ext.Unt. = Externe Unternehmen	



7 PROFESSIONELLER PROZESS-ABLAUF FÜR DIE FRANCHISE-NEHMER-AUSWAHL

7.1 Allgemeines

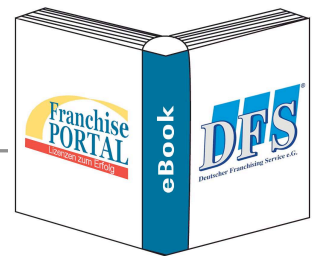
Wenn die erforderlichen Vorbereitungen abgeschlossen sind, geht es darum, einen sinnvollen und möglichst effizienten Ablauf zu strukturieren, der nicht nur dem Franchise-System, sondern auch den Franchise-Interessenten hilft, zügig zu einem Vertragsabschluss zu gelangen.

Neben den rein organisatorischen Maßnahmen sollte ein Franchise-System über ein DV-System verfügen, mit welchem die Franchise-Interessenten-Verwaltung gepflegt wird. Dies kann ein CRM-System sein, eine MS-Access-Applikation oder ein anderes DV-gestütztes Werkzeug mit dem nachgehalten werden kann, in welchem Bearbeitungsstadium sich der einzelne Franchise-Interessent befindet. Außerdem sollte dieses Programm die einzelnen Gründe auswerten können, weshalb es mit dem jeweiligen Franchise-Interessenten nicht zu einem Vertragsabschluss gekommen ist und an welcher Stelle des organisatorischen Ablaufs diese Entscheidung – ob vom Franchise-System oder vom Franchise-Interessenten – getroffen wurde.

Es kommt nicht nur darauf an, dass bei allen Ablaufschritten die erforderlichen Dokumente in einwandfreien Zustand griffbereit vorliegen. Franchise-Interessenten nehmen bewusst oder unbewusst den berühmten „ersten Eindruck“ beim Besuch in der Franchise-Zentrale war. Dabei ist eine unaufgeräumte und unsaubere Büroumgebung genauso wenig hilfreich wie eine Empfangsperson, die nicht weiß, dass der Interessent am heutigen Tage einen Termin in der System-Zentrale hat.

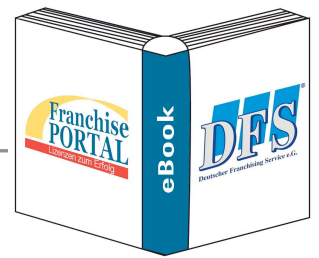
Der zeitliche Aufwand, um einen Franchise-Nehmer zu gewinnen, ist bekanntermaßen groß. Neben den zahlreichen (manchmal ergebnislosen) Telefonaten, um einen Interessenten zu erreichen, sind besonders die Gespräche in der System-Zentrale eine zeitraubende Angelegenheit. Daher ist vorher sorgsam zu prüfen, wie viel Zeit für einen Kandidaten investiert werden kann. Für gewisse Formen der System-Präsentation sind Informationsveranstaltungen in Gruppen hilfreich.

Nicht jeder Kandidat sollte das gleiche Zeitvolumen bekommen, sondern man sollte es nach der Ernsthaftigkeit eines Interessenten dosieren. Nicht selten geht hier wertvolle Zeit verloren, die man gerne für einen aussichtsreichen Kandidaten zur Verfügung hätte.



7.2 Übersicht

Ablaufdiagramm				
V	D	I	Professionellen Ablaufprozess für die Franchise-Nehmer-Auswahl entwickeln	Bemerkungen / Dokumente
			<div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Marketing-Konzeption zur Franchise-Nehmer-Gewinnung ist vorhanden</div> <p style="text-align: center;">↓</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Erstsichtung der Franchise-Interessenten Anfragen</div> <p style="text-align: center;">↓</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Einladungsschreiben sowie System-Kurzinfo versenden und nachhalten</div> <p style="text-align: center;">↓</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Erstes Kennenlernen, wirtsch. Rahmendaten, Systemleistungen, FN-Anforderungen</div> <p style="text-align: center;">↓</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Vorvertragl. System-Information, betr. Kennzahlen, Franchise-Vertrag und -Gebiet</div> <p style="text-align: center;">↓</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> Klären offene Punkte, Einsichtnahme in die System-Dokumentationen</div> <p style="text-align: center;">↓</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Hospitation im FN -und /oder Pilot-Betrieb</div> <p style="text-align: center;">↓</p> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Professioneller Ablauf für die FN-Gewinnung ist vorhanden</div>	
FG	FG			Email, Tel. Brief FN-Profil
FG	FG			
FG	FG FI			Gepfl. Systemzentrale Betriebsvergleiche Leistungskataloge
FG	FG FI			Vorvertr. Systeminfo, Gebietsdefinition Vertragsvorlagen
FG	FG FI			Handbücher Schulungskonzept Vertraulichk.erklärung
FG FN	FG FN FI			
V = verantwortlich D = durchführende(r) I = zu informieren			FG = Franchise-Geber, FN = Franchise-Nehmer, Berat.. = Berater, RA = Rechtsanwalt, FI = Franchise-Interessent	



8 FRANCHISE-VERTRÄGE WERDEN ABGESCHLOSSEN

8.1 Allgemeines

Die Unterzeichnung eines Franchise-Vertrages ist für beide Vertragsparteien ein wichtiger und sicherlich auch aufregender Teil. Es gilt hier insbesondere von der Franchise-Zentrale für eine diesem Anlass entsprechend angemessene Atmosphäre zu sorgen.

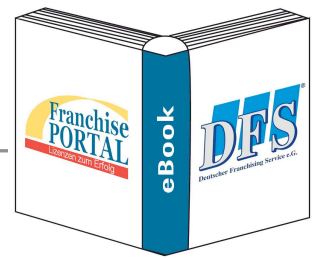
Nicht selten wird im letzten Augenblick noch versucht, die eine oder andere Vertragsänderung zu bewirken. Aus diesem Grund sollte an diesem Tag eine Person aus der Franchise-Zentrale anwesend sein, die zur Unterzeichnung von Franchise-Verträgen berechtigt ist.

Ist dies nicht der Fall, so sollten an diesem Tage keine Vertragsveränderungen vorgenommen werden und auch keine mündlichen Zusagen gemacht werden, die ggf. wieder zurückgezogen werden müssen. Hier kann das ungeübte Franchise-Management kurz vor dem Durchlaufen der Ziellinie noch entscheidende Fehler machen.

Sollten alle Fragen aus dem Franchise-Vertrag jedoch geklärt worden sein, so ist zu prüfen, ob der angehende Franchise-Nehmer als Verbraucher im Sinne des Verbraucherschutzrechts anzusehen ist. In diesem Fall hat der Franchise-Geber diesen auf seine Rechte hinzuweisen, die sich insbesondere in der Widerrufs- und ggf. in der Rückgabebelehrung niederschlagen. Sollte der Franchise-Geber vor der Rechtsgültigkeit eines Franchise-Vertrages dem Franchise-Nehmer keine dinglichen Werte wie z.B. Handbücher oder Starter-Kit übergeben, so kann die Rückgabebelehrung entfallen.

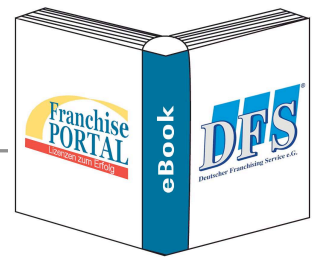
Der Gesetzgeber hat mittlerweile (ab 11.06.2010) eine vorformulierte Widerrufs- und Rückgabebelehrung entwickelt, die die Rechtssicherheit für beide Parteien verbessern soll. Sämtliche anderen Formulierungen einer Widerrufsbelehrung entsprechen ab diesem Tage nicht mehr der gültigen Rechtsvorschrift.

Es ist ein Gebot des Anstands und der gegenseitigen Fairness, dass man dem Franchise-Interessenten im Vorhinein darauf hinweist, dass er am heutigen Tage nicht nur den Vertrag unterzeichnet, sondern auch die vom Franchise-Geber durchgeführte Widerrufsbelehrung schriftlich zu quittieren hat. In der Regel erfolgte hierzu ein erster Hinweis im Erstgespräch und in den vorvertraglichen Systeminformationen.



8.2 Übersicht

Ablaufdiagramm				
V	D	I	Franchise-Verträge abschließen	Bemerkungen / Dokumente
			<p>Professioneller Ablauf für die FN-Gewinnung ist vorhanden</p> <p>↓</p> <p>Klärung noch ausstehender Fragen</p> <p>↓</p> <p>Hinweis auf etwaige Verbraucherschutzrechte</p> <p>↓</p> <p>Franchise-Vertrag unterzeichnen</p> <p>↓</p> <p>Unterzeichnete Vertragsausfertigungen an FN aushändigen</p> <p>↓</p> <p>Widerrufs / Rückgabebelehrung durchführen</p> <p>↓</p> <p>Quittung vom FN über durchgeführte Belehrungen erhalten</p> <p>↓</p> <p>Franchise-Vertrag ist abgeschlossen</p>	
FG FN	FG FN			
FG	FG Berat.			Neue (ab 11.06.20110) Regelungen beachten
FG	FG Berat.			
FG	FG RA			
FG	FG Berat.			
FG	FG Berat.			
FG FI	FG FI			
V = verantwortlich D = durchführende(r) I = zu informieren			FG = Franchise-Geber, FN = Franchise-Nehmer, Berat.. = Berater, RA = Rechtsanwalt, FI = Franchise-Interessent	



AUTOR



Stefan Neumann ist Geschäftsführer der CUP-Neumann und berät klein- und mittelständische Unternehmen bei der Optimierung ihrer Geschäftsprozesse und dem Aufbau von Franchise-Systemen. Zugleich ist er als Vorstandsvorsitzender des bundesweiten Beraternetzwerkes Deutscher Franchising Service e.G. (DFS) tätig.

<http://www.dfs-franchising.de>

Bearbeitet von Verena Iking und Sebastian Kessler