

Eine erfolgreiche Expansion durch Franchise!



Vom Unternehmen zum Franchisesystem

Entscheidet ein Unternehmer, seine Idee zu multiplizieren, ist Franchise sicherlich eine zukunftsorientierte Vertriebschiene. Der große Vorteil liegt hier in der schnellen Expansion und dem geringem Kapitaleinsatz des Franchisegebers. Franchisenehmer arbeiten selbständig und können durch ihre freie und unabhängige Zeiteinteilung wesentlich mehr Aktivitäten zum Wohle der Marke einbringen, als dieses bei einer eigenen Konzern-Filiallösung der Fall sein würde.

Der Franchisenehmer wird erhebliche eigene Anstrengungen unternehmen, um Erfolge für die Marke und die Franchisefiliale in seiner Region erzielen zu können.

Bei der Expansion eines Franchisemodells steht ein Unternehmer vor einem großen Wandel im Denken und Handeln: Als eigenständiger Unternehmer war er stets selbst aktiv in seinen Standorten tätig und hatte die Personalhoheit über seine eigenen Mitarbeiter. Mit der Veränderung zum Franchisesystem ändert sich der Begriff der Führung von eigenen Mitarbeitern zum Führen von selbständigen Unternehmern, zukünftig genannt Franchisenehmer.

Der Unternehmer verkauft zukünftig seinen Franchisegedanken und gewinnt durch seinen Markenauftritt und dessen Expansion neue Franchisenehmer. Dadurch wird er zum Franchisegeber und er ist nun zukünftig vom Erfolg der Umsetzung der Systemvorgaben durch seine Franchisenehmer abhängig.

Für einen Unternehmer, der Franchiselizenzen vergeben möchte, ist es sehr schwer, die Prioritäten für den Systemausbau richtig zu setzen. Nicht selten werden in der Anfangsphase falsche Prioritäten gesetzt und es wird unnötig Geld verbrannt. Eine klare strategische Ausrichtung der Wandlung sind hilfreich, um in der Anfangsphase die richtigen Teilschritte festzulegen, die im Systemaufbau im Nachhinein mit den Partnern perfektioniert werden können; hiermit kann finanziellen Falsch Ausgaben vorgebeugt und das System auf der Basis von Erfahrungen personalisiert werden.

Viele glauben, für ein Franchisesystem genüge ein Produkt oder eine Idee und schon würden die „Dukaten“ rollen, aber genau das ist nicht der Fall. Die Menschen, die Führungsspitze und die Kultur eines Unternehmens – ihre Begeisterung, ihr Engagement und die Weiterentwicklung der Marke als eine Franchisemarke – sind die Basis für ein erfolgreiches Franchisekonzept.