



Sehr geehrte Damen und Herren,

endlich ist er da - der lang ersehnte Frühling. Die Tage werden wieder länger, die Sonne kitzelt das Pflanzenreich und sorgt für eine erhöhte Endorphinausschüttung. Macht sich auch bei Ihnen der Tatendrang breit? Dann kann es losgehen! Das Angebot die persönliche Kompetenz zu stärken und zu erweitern, erhalten Sie heute in Ihrem DFI-Frühlingsnewsletter.

Viel Inspiration für Ihre Pläne und eine freudige Osterzeit wünscht Ihnen
Ihre Stefanie Funk

Lesen Sie heute:

1. [Fairplay-Franchising: Neun Spielregeln für den partnerschaftlichen Erfolg - Mag. Waltraud Martius](#)
2. [Schule des Franchising](#)
3. [Veranstaltungshinweise](#)
4. [Impressum](#)

Fairplay-Franchising: Neun Spielregeln für den partnerschaftlichen Erfolg



Franchising ist ein zukunftsweisendes Modell: Wer bereit ist, Verantwortung zu übernehmen, findet im Franchising neue Chancen für sich selbst. Franchising bedeutet zuerst und zuletzt die Pflege der Partnerschaft: Geld kann in so einem System nur verdienen, wer sich gegenseitig als Partner achtet, wer miteinander und auch füreinander arbeitet. Wer einen wertschätzenden, achtsamen Umgang pflegt. Wer sich bewusst ist, dass Fachwissen und Know-how ohne diese Qualitäten ganz leicht verderbliche Waren sind.

Darin liegt das wahre Potential des Franchising: Es bietet ein klares Konzept, von dem jene profitieren können, die im Wirtschaftsleben mit anderen wirklich zusammenarbeiten wollen. Mein Credo: Ein klares Konzept, ein funktionierender Betriebstyp allein genügen nicht. Vertrauen schaffen, Sicherheiten bieten, für Geborgenheit sorgen – diese weichen Faktoren sind in Franchise-Systemen wie in modernen Unternehmen wichtiger denn je. Denn nur wer seine Partner achtet, wird auf Dauer erfolgreich sein.

In meinem neuesten Buch Fairplay-Franchising (www.fairplay-franchising.com) beschäftige ich mich im Detail und als erste in der Szene mit den weichen Faktoren im Franchising. Wir interessieren uns nicht per se für die Softfaktoren des Franchising. Der Sinn steht uns nicht nach Sozialromantik. Es geht uns allen in erster Linie darum, mit unserer Arbeit Geld zu verdienen. Die Basis dafür sind ein wertschätzender Umgang und sozial verantwortungsvolles Handeln. Aus meiner Sicht existieren hierzu 9 Faktoren, auf die ich in meinem Buch im Detail eingehe und hier nun zusammenfasse:

1. Wer die Kuh melken will, muss sie auch füttern
2. Wertschöpfung kommt von Wertschätzung
3. Erfolg braucht partnerschaftliche Führung
4. Franchising ist eine emotionale Heimat
5. Das Potenzial der Soft-Faktoren ist stärker als man glaubt
6. Erfolg und Wachstum bringen auch Risiken mit sich
7. Systemführerschaft und Denken in Netzwerken schaffen Vorsprung
8. Jeder Erfolg hat Spielregeln
9. Konsequenz ist wichtiger als Strenge

Spielregel 1: Wer die Kuh melken will, muss sie auch füttern

Franchising erfordert langfristiges Denken und verantwortliches Investieren in den gemeinsamen Erfolg. Um nachhaltig Geld zu verdienen, muss ein System fertig entwickelt und profitabel sein. Franchising ermöglicht dem Franchise-Nehmer eine schlüsselfertige Existenz – das Produktversprechen des Franchise-Gebers ist eine Kombination aus überdurchschnittlichem Gewinn, langfristiger Sicherheit und sozialem Ansehen.

Ein Franchise-Geber muss von Beginn an verstehen, dass er die Kuh füttern muss, bevor er sie melken kann. Ein System muss ganzheitlich entwickelt sein, um nachhaltig Geld damit zu verdienen. Ein Franchise-Nehmer hat das Recht ein fertiges und bereits erprobtes System zu kaufen, deshalb sind nur jene Franchise-Systeme erfolgreich, welche bereit sind, vorab Zeit, Geld und Energie in deren Aufbau zu investieren. Nur wenn der Franchise-Geber das „Produktversprechen“ auch einhält, werden Franchise-Nehmer auf Dauer bereit sein, ihn am

wirtschaftlichen Erfolg zu beteiligen, ihn also via Franchise-Gebühr für das Bereitstellen eines fertigen Geschäftsmodells und die zugehörigen Serviceleistungen zu bezahlen. Nur eine langfristige Franchise-Partnerschaft ist für einen Franchise-Geber wirklich profitabel.

Die Zauberformel für die Zusammenarbeit heißt Vertrauen: ein Franchise-Nehmer vertraut dem Franchise-Geber, dass dieser ihm ein fertiges Konzept zur Verfügung stellt. Und der Franchise-Geber hat die moralische Verpflichtung, dieses Vertrauen nicht zu missbrauchen.

Spielregel 2: Wertschöpfung kommt von Wertschätzung

Franchising ist people management und basiert auf starken persönlichen Bindungen. Menschen wollen und müssen Ernst genommen werden – Wertschätzung ist ein zentraler Begriff im Franchising und engagiertes Partnermanagement eines der wichtigsten Werkzeuge. Franchise-Systeme sind Schicksalsgemeinschaften, eine Synthese aus den Egoismen der beteiligten Partner, die zum gemeinsamen Erfolg führen soll. Das Übernehmen von Sozialer Verantwortung ist unabdingbar für die Wertschöpfung.

Einer der wesentlichsten Erfolgsfaktoren im Franchising ist die Arbeitsteilung. Jeder im System macht genau das, was er am besten kann. Arbeitsteilung bedeutet aber auch, dass sich jeder auf das Tun des anderen verlassen muss und vertrauen kann. Vertrauen gestaltet die Erfolgspotentiale in Franchise-Systemen. Hohes Vertrauen motiviert Menschen, das in sie gesetzte Vertrauen nicht zu enttäuschen. Sie fühlen sich ernst genommen und in ihrer Individualität respektiert. Das steigert die Verantwortlichkeit – die Basis für eine partnerschaftliche Zusammenarbeit. Diese Vertrauensbasis ist nur tragfähig, wenn der Mensch im Mittelpunkt steht, wenn eine Partnerschaft auf gleicher Augenhöhe gelebt wird.

Anerkennung und Wertschätzung führen dazu, dass die Bindung zu den Franchise-Partnern intensiver wird und damit die Umsetzung des Franchise-Konzeptes besser gelingt. Wo Anerkennung und Wertschätzung professionell gelebt werden, wird dies auch betriebswirtschaftlich spürbar – längere Laufzeiten der Partnerschaften, geringere Fluktuation, geringere Betreuungsintensität bzw. Partner-Management auf einer anderen Ebene.

Der Samen der Wertschätzung wird lange vor dem Abschluss eines Franchise-Vertrages eingesetzt. Erwachsen soll daraus später ein wertschätzender Umgang in allen Lebenslagen des Franchising: wertschätzende Aspekte sind in der Vertragsgestaltung, in der Formulierung der Handbücher, im Partnermanagement ebenso wichtig wie später im Umgang mit Krisen und Notfällen.

Spielregel 3: Erfolg braucht partnerschaftliche Führung

In einem Franchise-System geht es nicht um Unterordnung sondern um Einordnung. Deshalb sind strikte Hierarchien weniger effektiv als partnerschaftliche Führung. Ein Franchise-Nehmer nimmt ein System an, er ordnet sich diesem nicht unter – eine Partnerschaft auf gleicher Augenhöhe. Im Ethik-Kodex des Europäischen Franchise-Verbandes werden „die Prinzipien „der Partnerschaft und der Zusammenarbeit auf gleicher Augenhöhe“ ausdrücklich betont.

Wenn das Franchise-Konzept klar definiert ist, wenn der Betriebstyp fertig entwickelt ist, und wenn die Spielregeln der Partnerschaft klar sind, dann sollte sich im Franchise-System eine Art Basisdemokratie entwickeln. Es geht um Einbindung und Beteiligung der Partner – um

Partizipation und Empowerment (Bevollmächtigung). Dass dies kein Schönwetter-Programm ist, versteht sich von selbst: der Wert einer Partnerschaft erweist sich in schwierigen Situationen. Wer in guten Zeiten gelernt hat, offen, tolerant, ehrlich und gerecht mit seinen Partnern umzugehen, der hat gute Chancen, auch in Krisensituationen zu bestehen.

Eine wesentliche Rolle spielt der Franchise-Beirat, die Funktion einer Gesprächsplattform und eventuell auch einer Schlichtungsstelle kann vom Beirat wahrgenommen werden. Der Beirat ist das Bindeglied zwischen Franchise-Geber und Franchise-Nehmer. Für den Franchise-Geber ist er eine Informationsquelle und Kommunikations-Schnittstelle. Für die Franchise-Nehmer ist er die Anlaufstelle für Anregungen, Verbesserungsvorschläge und Beschwerden.

Das zweite wichtige Werkzeug der partnerschaftlichen Führung sind die Jahrestagungen. Die Jahrestagung ist ein Spiegel und meist ist schon zu Beginn einer Jahrestagung zu erkennen, wie die Stimmung im System das Jahr über wirklich ist, ob also die Chemie stimmt. Jahrestagungen haben einerseits die Funktion, dass der Franchise-Geber informiert und andererseits dienen diese dem informellen Austausch, welcher mindestens ebenso wichtig ist. Mindestens 50 Prozent der Zeit und der Ressourcen sollten diesem informellen Teil gewidmet sein.

Neben diesen beiden wichtigen Institutionen (Beirat und Jahrestagung) gibt es noch ein Reihe weiterer Tools: eine partnerschaftliche Führung, ein gut funktionierendes Kommunikationssystem, eine ebenso gut funktionierende Informationspolitik und ein perfekt geführtes und gepflegtes Intranet bzw. andere Wissensdatenbanken. Zudem ist ein professionelles Partnermanagement unumgänglich.

Die Spielregeln 4, 5 und 6 finden Sie in unserem Newsletter Ausgabe 38, April 2010, die Spielregeln 7, 8 und 9 in unserem Newsletter Ausgabe 39, Mai 2010.

Die Schule des Franchising

Bereits zum 45. Mal laden wir Sie zur "Schule des Franchising" ein. Sie erhalten komplette Franchise-Know-how kompakt, praxisnah und in bewährter Qualität. Diesmal vom **14. Juni 2010** bis zum **17. Juni 2010** in Nürnberg im Holiday Inn Nürnberg City Centre. Sichern Sie sich noch heute Ihren Seminarplatz! [Weitere Details...](#)

Sehr geehrter Herr Fischer, hier noch einige Veranstaltungshinweise für Sie!

Trainer/In	Seminarthema	Datum	Ort
Ralph E. Hartleben	Marketingstrategie	12. - 14. April	Rottach-Egern/Tegernsee
Rolf H. Rühleder	Brillante Rhetorik und Körpersprache	19. - 21. April	Bad Harzburg
Heike Bühler	Erfolgreiche Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	20. - 21. April	Stuttgart
Manfred Leisenberg	Web 2.0 gekonnt für das Marketing einsetzen	22. - 23. April	Frankfurt/M.
Annette Hentschel	Führung für Nachwuchsführungskräfte	26. - 28. April	Frankfurt/M./Oberursel
Ralph E. Hartleben	Marketing-Controlling	26. - 27. April	Köln
Wolfgang Steffen	Überzeugen und Verkaufen am Telefon	27. - 28. April	Berlin
Wolfgang Steffen	Verhandlungs- und Verkaufsrhetorik	05. - 06. Mai	Köln
Michael Edinger	Betriebswirtschaft kompakt - Bilanz, GuV, Kennz...	05. - 06. Mai	Frankfurt/M.
Rainer H. Großklaus	Positionierung und USP	19. - 20. Mai	Frankfurt/M.
Annette Hentschel	Frauen führen anders	19. - 21. Mai	Frankfurt/M./Oberursel
Michael Edinger	Betriebswirtschaft kompakt - Strategie, Investition..	10. - 11. Juni	Frankfurt/M.
Wolfgang Steffen	Vertriebstraining	14. - 15. Juni	Nürnberg
Ralph E. Hartleben	Marketing Grundlagentraining	14. - 16. Juni	Nürnberg
Horst Becker, Dr. Hubertus Boehm et.al.	DIE SCHULE DES FRANCHISING	14. - 17. Juni	Nürnberg

Verantwortlich im Sinne des Presserechts:
DEUTSCHES FRANCHISE INSTITUT (DFI) GmbH
Peter Karg, Geschäftsführer
Erlenstegenstraße 7
90491 Nürnberg
Telefon: ++49.911.32003-0