

Checkliste Franchise-Paket

Das Franchise-Paket ist zumeist ein grafischer Raster, der das gesamte Leistungspaket eines Franchise-Systems darstellt. Hier wird – im Modulsystem - genau aufgelistet, welchen Support der Franchise-Nehmer durch die Franchise-Zentrale erhält, genauso wie rechtliche Bedingungen (Franchise-Vertrag, Schutzrechte und ähnliches) sowie auch Anforderungen an den Franchise-Nehmer.

Das **Modulsystem** des Franchise-Paketes:

- Franchise-Nehmer
- Produkte und Dienstleistungen
- Standort / Betrieb
- Marketing-Services
- Management-Services
- Trainings-Services
- Systemschutz

Die einzelnen Module werden je nach den Anforderungen eines Franchise-Systems zusammengesetzt, die meisten sind optional zu sehen, nur wenige werden rechtlich vorgeschrieben, sind jedoch als Indikatoren für seriöses Franchising zu beurteilen:

Rechtlich verpflichtende Module	Module als Indikatoren für seriöses Franchising
<p>Modul Systemschutz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Schutzrechte (Markenschutz, Gebiets- und Kundenschutz) • Franchise-Gebühren • Franchise-Handbuch • Franchise-Vertrag 	<p>Modul Standort / Betrieb</p> <ul style="list-style-type: none"> • Standortanalyse • Einrichtungs- und Ausstattungskonzept • Anforderungsprofil Modul Marketing-Services <ul style="list-style-type: none"> • Marketingplanung • Instrumente und Konzepte für lokales, regionales und überregionales Marketing Modul Management-Services <ul style="list-style-type: none"> • Controlling / Planung • Finanzierungsmodelle / Investitionsplanung • EDV Modul Franchise-Nehmer <ul style="list-style-type: none"> • Laufende Beratung und Betreuung Modul Trainings-Services <ul style="list-style-type: none"> • Grundschulung und laufende Weiterbildung

Alle anderen Module des Franchise-Paketes können frei wählbar – vergleichbar einem „Baukasten-System“ – vom Franchise-Geber zusammengestellt werden.

Das Franchise-Paket ist sozusagen die „Essenz“ eines Franchise-Systems und jeder Franchise-Geber ist stolz auf die Leistungen für seine Partner. Natürlich wird das Franchise-Paket auch zur Franchise-Nehmer-Gewinnung als Rekrutierungsinstrument eingesetzt.

Nachfolgend eine Auflistung der wichtigsten Module und ihrer möglichen Inhalte, wobei jedes Modul speziell für das zu entwickelnde Franchise-System konzipiert wird. Diese Auflistung ist nur als Raster zur Orientierung zu verstehen und stellt keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

Modul 1: Franchise-Nehmer

- **Anforderungsprofil / Zielgruppen:** Das Anforderungsprofil definiert den idealen Franchise-Nehmer. Hier sind die Zielgruppen beschrieben, damit sich die Franchise-Nehmer hier wiederfinden.
- **Rekrutierung:** Hier ist aufgelistet, welche Instrumente der Rekrutierung eingesetzt werden; insbesondere Hinweis auf das Prinzip „member gets member“. Die Franchise-Nehmer werden dadurch aufgefordert, Mitglieder für das Franchise-System zu werben; wichtig dabei ist, dem Franchise-Nehmer klar zu machen, dass die Aufnahme weiterer Franchise-Nehmer das gesamte Netzwerk stärkt und die Marke am Markt etabliert. Stichwort: Marktpräsenz.
- **Laufende Beratung und Betreuung:** Die Partner werden vom Partnermanager laufend beraten und betreut – nicht nur im Hinblick auf Produkte, Dienstleistungen sondern mit den gesamten Leistungen der Franchise-Zentrale.
- **Expansionskriterien:** Die Franchise-Nehmer haben die Möglichkeit einen 2. oder 3. Standort zu bekommen; für diese Expansion sind genaue Expansionskriterien zu erstellen.

Modul 2: Produkte und Dienstleistungen

- **Sortimentspolitik:** Beschreibung der Eigen- bzw. Fremdware, die im Franchise-System vertrieben wird; bzw. Beschreibung der Dienstleistungen, die die Franchise-Nehmer anbieten werden.
- **Einkaufspolitik / Preispolitik:** Die Franchise-Zentrale unterstützt die Franchise-Nehmer mit eigens verhandelten Einkaufspreisen, empfiehlt ihren Partnern Verkaufspreise (im Franchising ist eine Preisbindung rechtlich unzulässig) und regelt zentral die gemeinsame Einkaufspolitik aller im System Beteiligten.
- **Qualitätsstandards:** Jedes Franchise-System hat klar definierte Qualitätsstandards für den Umgang mit der Ware bzw. für die Erbringung von Dienstleistungen und für die Qualität der Zusammenarbeit aller Partner innerhalb des Systems.
- **Innovation:** Hier ist beschrieben was die Franchise-Zentrale für die Weiterentwicklung der Dienstleistungen und der Produkte tut.

Modul 3: Standort / Betrieb

- **Anforderungsprofil** an den Standort: Ein genaues Anforderungsprofil ist zu definieren; wichtig sind: Lage, Größe und Umgebung.
- **Einrichtungs- und Ausstattungskonzeption:** Meist gibt es ein fertiges Einrichtungs- und Ausstattungskonzept mit Richtlinien für den Franchise-Nehmer; die Franchise-Zentrale gibt dazu Lieferanten-Empfehlungen – nicht verpflichtend. Entwicklung einer Checkliste für die Ausstattung (PCs, u.s.w.).
- **Kennzeichnungselemente:** Es gibt neben dieser Einrichtung und Ausstattung sogenannte Kennzeichnungselemente, zum Beispiel Schilder, diese werden dem Franchise-Nehmer für die Dauer der Partnerschaft kostenlos zur Verfügung gestellt.
- **Finanzierungsmodelle:** Die Franchise-Zentrale stellt dem Franchise-Partner Finanzierungsmodelle (Leasing, Versicherungsanstalten, u.s.w.) für die Einrichtung und Ausstattung seines Standortes zur Verfügung. In besonderen Fällen ist der Franchise-Geber bereit die Einrichtung und Ausstattung des Standortes vorzufinanzieren.

Modul 4: Marketing-Services

- **Internationale Marke:** Der Schutz der Marke international (in den gewünschten Ländern) und der Domäne ist zu beantragen. Die Marke ist abzubilden.
- **Corporate Identity:** Die CI des Franchise-Systems ist hier zu beschreiben; und die Instrumente dieses einheitlichen Auftritts sind abzubilden (zum Beispiel: Briefpapier, Warenauszeichnung u.s.w.).
- **Vertriebskonzeption und -instrumente:** In diesem Punkt ist niederzuschreiben, wie die Kundenfindung (Akquisition) und die Kundenbindung ablaufen. Aufzuzeigen sind auch die Instrumente und Mittel (Folder, Prospekt, Video u.s.w.) bzw. sind diese abzubilden.
- **Überregionales Marketing:** Das überregionale Marketing erfolgt durch die Franchise-Zentrale und wird eventuell über einen Beitrag zum Marketing-Pool finanziert. Dieser Pool finanziert auch die Konzeption der Instrumente, die der Franchise-Nehmer erhält. (Der Beirat hat oftmals für die Verwendung dieses Marketing-Pools ein Mitspracherecht.)
- **Regionale Werbung, Verkaufsförderung und PR:** Dem Franchise-Nehmer stehen für die Bearbeitung seines regionalen Marktes Instrumente zur Verfügung. Diese Instrumente stehen entweder kostenlos oder zu Selbstkosten zur Verfügung. Diese Mittel und Instrumente sind im Handbuch abzubilden.
- **Verkaufshilfen und Werbemittel:** Dem Franchise-Nehmer stehen eine Reihe an Werbe- und Verkaufsförderungsmittel zur Verfügung, die er zum Einsatz vor Ort erhält. Die zentrale Bestellung dieser Mittel führt zur Synergie. Zum Beispiel: Kataloge u.s.w. Diese Mittel werden zu Selbstkosten dem Franchise-Nehmer zur Verfügung gestellt.
- **Marketingplanung:** Um die Synergie im Netz zu erreichen ist es notwendig jährlich eine gemeinsame Marketingplanung zu erstellen. Die Einhaltung dieser Marketingplanung ist die Verpflichtung zur aktiven Marktbearbeitung und eine Gegenleistung für den Gebietsschutz.

- **Interne Kommunikation:** Die Franchise-Zentrale muss sicherstellen, dass sämtliche Informationen zwischen der Franchise-Zentrale und den Partnern regelmäßig ausgetauscht werden können. Entsprechende Instrumente hierfür sind zu erarbeiten, wie zum Beispiel: Partner-News, Jahres- und Regional-Tagungen, Intranet, Partnermanager u.s.w. Aufgabe der internen Kommunikation ist der lückenlose Transfer aller Informationen im System zur Sicherstellung der Motivation und des systemkonformen Verhaltens aller Partner.

Modul 5: Management-Services

- **Wirtschaftsplanung:** Als eine Art Musterrechnung ist eine Wirtschaftsplanung für einen festgelegten Zeitraum – etwa für drei Jahre - zu erstellen (Umsatz, Kosten, Rentabilität). Der Franchise-Nehmer muss daraus seine Kosten und Erlöse sehen können. Der Wirtschaftsplan soll aufzeigen, welche Verdienstmöglichkeiten der Franchise-Nehmer hat. Dieses Tool soll so semi-standardisiert sein, dass es als Musterplanung gezeigt werden kann, aber auch zur Berechnung einer individuellen Standortplanung herangezogen werden kann. Wichtig: Der Franchise-Geber übernimmt für das Eintreten dieser Wirtschaftsplanung keine Haftung!
- **Controlling / Erfolgssicherungssystem:** Der Franchise-Geber hat das Recht und die Verpflichtung – gemeinsam mit dem Franchise-Nehmer – monatlich Einblick zu nehmen in die finanzielle Entwicklung des Standortes: wie etwa in Kosten, Umsätze bzw. Verluste des Franchise-Nehmers. Mit diesem Zahlenmaterial erstellt die Franchise-Zentrale Vergleiche mit anderen Standorten, um Trends und Veränderungen am Markt beobachten zu können und darauf zu reagieren. Diese „Steuerung“ (= wortwörtliche Übersetzung von Controlling) ist eine Supportleistung der Franchise-Zentrale und dient zur Entlastung der Franchise-Partner. Es ist festzulegen, wie die dafür notwendigen Daten von den Franchise-Nehmern an die Zentrale geliefert werden.
- **EDV-gestütztes Warenwirtschaftssystem:** Hier wird beschrieben, wie der Warenfluss innerhalb des Franchise-Systems abläuft und wie die Partner Lagerbestände abrufen können, Waren bestellen oder retournieren können. Meist ist dieses interne Warenwirtschaftssystem EDV-gestützt, automatisiert und online.

- **Mitarbeiter:** Die Franchise-Zentrale gibt den Franchise-Partnern Vorgaben an die Hand, für die Auswahl, die Einstellung, das Arbeitsverhältnis und den Umgang mit ihren Mitarbeitern, um sie in diesem wichtigen Prozess der Mitarbeiterauswahl und –führung zu unterstützen.
- **Finanzierungsmodelle:** Die Franchise-Nehmer erhalten Berechnungsmodelle für die Finanzierung ihres Standortes, die ihnen bei der Investitionsplanung helfen.
- **Rahmenverträge / Versicherungen:** Die Franchise-Zentrale hat für ihre Franchise-Nehmer diverse günstige Rahmenverträge (Auto, Handy u.s.w.) und Versicherungen ausgehandelt, die allen Partnern im System zur Verfügung gestellt werden.

Modul 6: Trainings-Services

- **Grundausbildung in Theorie und Praxis:** Zu Beginn der Partnerschaft erhalten die Franchise-Nehmer eine Ausbildung „zum Franchise-Nehmer“, d.h. sie lernen alle wesentlichen Inhalte des Franchise-Systems kennen und lernen mit den Produkten und Dienstleistungen umzugehen – Inhalte sind zum Beispiel: Handbuch, Unternehmensphilosophie, Vertrieb, Verkauf, Ideologie, Produkte, Dienstleistungen, Qualitätsstandards u.s.w.
- **Weiterbildungsmaßnahmen:** Weiterbildung ist wichtig in Franchise-Systemen – die Partner müssen „up to date“ sein und alle in etwa den gleichen Ausbildungsstand haben. Zumeist sind die Franchise-Nehmer zu dieser Weiterbildung vertraglich verpflichtet.

Modul 7: Systemschutz

- **Schutzrechte:** In diesem Kapitel sind die Schutzrechte beschrieben; wie etwa: Kundenschutz, Gebietsschutz und Markenschutz.
- **Franchise-Handbuch:** Die neue Gruppenfreistellungsverordnung der EU für vertikale Vertriebsbindungen (gültig seit 01.01.2000) regelt klar, dass nur Franchise-Systeme, die ein vollständiges bzw. ausreichend dokumentiertes Franchise-Handbuch vorweisen können, auch als Franchise-Systeme eingestuft werden. Damit erhält das Franchise-Handbuch – neben dem Franchise-Vertrag – zentrale Bedeutung für ein Franchise-System.
- **Franchise-Vertrag:** Verweis auf den Rechtsanwalt, der den Vertrag erstellt hat und Beschreibung daß der Vertrag ein sogenannter „Sternvertrag“ ist.
- **Franchise-Gebühren:** Hier sind die Arten der Franchise-Gebühren aufgelistet: Einstiegsgebühr und laufende Franchise-Gebühr.

Nachfolgend ein Muster eines Franchise-Paketes zur Veranschaulichung.

Franchise-Paket

