

Die Persönlichkeit des “idealen” Franchise-Partners

Die Chinesen sagen „wer nicht lächeln kann, sollte keinen Laden eröffnen“. Die Fähigkeit und die Freude am Vertrieb sind wichtige Charaktereigenschaften auf dem Weg zum Erfolg mit Franchising. Gleichzeitig braucht es auch den viel zitierten Unternehmergeist, die Bereitschaft zur aktiven Umsetzung des Franchise-Konzeptes, um als Franchise-Partner erfolgreich werden zu können.

Die Rekrutierung neuer Franchise-Partner ist eine von vier Phasen einer Franchise-Partnerschaft. Nicht nur, weil die Rekrutierung am Anfang steht, sondern weil sie die gesamte Partnerschaft prägt, ist die „Minus Eins-Phase“ hierbei von immenser Bedeutung.

Die drei weiteren Phasen sind:

- Systemintegration
- Laufende Partnerschaft
- De-Rekrutierung

In der „Minus Eins-Phase“ spielen folgende Punkte eine wesentliche Rolle:

- Die Vorvertragliche Aufklärung ist ein Muss und darf nicht nur als „lästige Pflicht“ empfunden werden. (Richtlinien dazu finden Sie auf den Webseiten der Verbände DFV und ÖFV)
- Der erste Eindruck prägt die Qualität der Partnerschaft.
- Versprechen müssen gehalten werden.
- Diese „Phase“ prägt den Umgang und das Verhalten der Partner auch langfristig.
- Der potentielle Franchise-Partner ist ein „leeres Glas“, in das der Franchise-Geber seine Philosophie einfließen lassen kann.
- Ab dem Zeitpunkt der „Eröffnung“ ist der Franchise-Partner nicht mehr so aufnahmebereit.
- Der professionelle Umgang in dieser Phase verlängert die Dauer der Franchise-Partnerschaft erheblich.

Die folgenden Themen sollten daher bei der Suche nach der „idealen“ Franchise-Partner-Persönlichkeit“ professionell durchdacht, vorbereitet und umgesetzt werden:

- Anforderungsprofil
- Zielgruppen
- Wege und Instrumente
- Rekrutierungsprozess

Nachfolgend sollen der Weg zum Anforderungsprofil und die Zielgruppen herausgegriffen werden.

Anforderungsprofil

Potentielle Franchise-Partner haben unterschiedliche Erwartungen an ihre neue Existenz. Sie wollen durch eigene Initiative erfolgreich werden, sie machen sich selbstständig „unterm Regenschirm“, manche erhalten Zugang zu fremden Branchen oder „alte Hasen“ suchen Sicherheit.

Das Anforderungsprofil für alle Branchen unterteilt sich in drei Kernbereiche:

- Persönliche Anforderungen
- Fachliche Anforderungen
- Finanzielle Anforderungen

Nicht zufällig stehen die persönlichen Anforderungen an erster Stelle. Die besten Experten oder Fachleute brauchen bestimmte persönliche Eigenschaften, die sie zu erfolgreichen Teamplayern machen. Franchising ist ein „Gruppensport“, in dem klassische Einzelkämpfer nicht bestehen. Teamfähigkeit und soziale Kompetenz sind mindestens genauso wichtig wie fachliche und finanzielle Faktoren.

Natürlich müssen fachliche und finanzielle Voraussetzungen für das jeweilige System klar definiert und formuliert sein. Diese Voraussetzungen sind naturgemäß für jedes Franchise-System unterschiedlich und extra zu entwickeln und stellen einen ersten „Raster“ dar. Gleichzeitig sind die persönlichen Qualitäten des Franchise-Interessenten entscheidend für die Rekrutierung bzw. den Schritt neue Franchise-Partner in das Franchise-System aufzunehmen.

Für die Führungskräfte bzw. die diesbezüglichen Entscheider der Franchise-Zentralen ist dies eine ständige und große Herausforderung.

Und es ist zu beachten, dass sich das Anforderungsprofil mit der Weiterentwicklung eines Franchise-Systems ändern kann. Vor allem am Anfang - beim Aufbau eines neuen Franchise-Systems - ist das Anforderungsprofil an die neuen Franchise-Partner entscheidend und muss konsequent im Fokus stehen. Da man natürlich rasch wachsen will, ist die Fehleranfälligkeit besonders groß und ernsthafte Interessenten abzulehnen, fällt extrem schwer. Auch deshalb hilft ein klares Anforderungsprofil, folgenschwere Fehlentscheidungen zu vermeiden.

Nicht selten trennen sich Franchise-Systeme von ihren ersten Franchise-Partnern nach einiger Zeit (auch einvernehmlich und im Guten) und betrachten die gemeinsame Zeit wertschätzend als wichtige Phase in ihrem Leben.

Zielgruppen

Ist das Anforderungsprofil an die „ideale“ Franchise-Partner-Persönlichkeit erstellt, wird es relativ leicht erfolgsversprechende Zielgruppen für die Rekrutierung neuer Franchise-Partner zu definieren.



Bedenken Sie: Ihre Franchise-Partner sind alle schon auf der Welt! Viele davon haben wahrscheinlich Gemeinsamkeiten, gehören vielleicht typischen oder ähnlichen Gruppen an, haben ein vergleichbares soziales Umfeld - sei es beruflich oder privat. Die Analyse bestehender erfolgreicher Franchise-Partner kann dabei ein wertvolles Instrument sein.

Wer Gemeinsamkeiten herausfiltern und so die Zielgruppe für zukünftige Franchise-Partner klar definieren kann, für den wird die Rekrutierung neuer Franchise-Partner nicht nur einfacher, sondern auch kostengünstiger!

