

Franchising – quo vadis?

Eine Momentaufnahme

Waltraud Martius & Carina Dworak



International Franchise Consultants

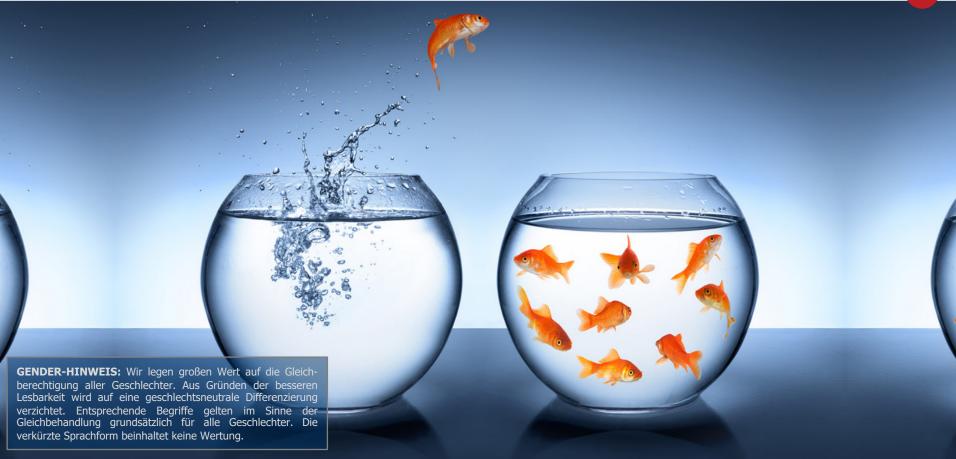














Wie schaut's aus mit Franchising

- Franchising hat die "Corona-Feuertaufe" / Stresstest sehr gut bestanden
- Franchising ist nicht nur ein Schönwetterprogramm
- Gelebte Partnerschaft, Innovationen, gegenseitige Unterstützung
- Auch Skeptiker erkennen den Wert von Franchising
- Franchisesysteme sind zusammengewachsen
- Franchisesysteme sind in der Krise gewachsen
- Mitgliederanzahl in den Franchiseverbänden ist gestiegen
- Viele neue Franchisesysteme entstehen
- Franchising boomt
- Presse berichtet über die Erfolgsgeschichte des Franchising



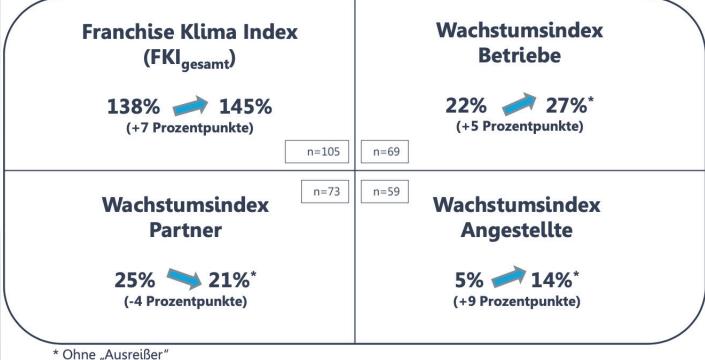


Der Franchise Klima Index – FKI

- Stimmungsbarometer der Franchisebranche
- 2x jährlich extern erhoben
- Zeigt strukturelle Franchiseentwicklungen auf
- Fragt die derzeitige und zukünftige Geschäftslage der Franchisesysteme ab
- 100% ist die neutrale Sicht der Fragen
- 4 große Bereiche werden abgefragt
 - Allgemeine Stimmungslage
 - FP-Gewinnung
 - Betriebsanzahl
 - MA-Gewinnung



FKI Franchise Klima Index - Übersicht





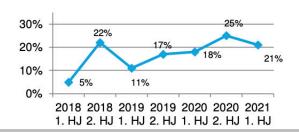


FKI Franchise Klima Index - Entwicklung

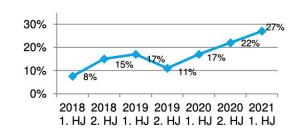




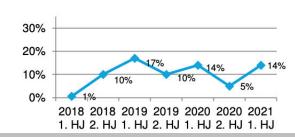
Wachstumsindex Partner



Wachstumsindex Betriebe



Wachstumsindex Angestellte







Der Franchise Klima Index – Kernaussagen

- Geschäftsklima mit 145 auf Vor-Corona-Wert
- 93% bestätigen dem Franchisemodell Krisentauglichkeit
- 60% nehmen die Pandemie-Auswirkungen kaum oder positiv wahr
- Franchisemodell beweist sich im Corona-Stresstest
- Stabile Stimmungslage bei FG und FPs
- Die gelebte Partnerschaft hat funktioniert und funktioniert besser denn je
- Franchisesysteme sind stabil und belastbar
- Auswirkungen sind natürlich branchenabhängig
- Franchisesysteme haben Widerstandskraft und Innovationskraft





Muster Franchisepaket

Franchisepartner	Produkte / Dienstleistungen	Standort / Betrieb	Marketingservices	Managementservices	Trainingsservices	Systemschutz
Anforderungsprofile	Produktportfolio	Anforderungsprofil	Internationale Marke	Wirtschaftsplanung	Grundausbildung in Theorie und Praxis für Franchisepartner und Mitarbeiter	Schutzrechte
Zielgruppen	Dienstleistungs- philosophie	Standortanalyse	Corporate Identity	Finanzierungsmodell		Markenschutz —
Auswahlprozess	Preis- und Konditionenpolitik	Einrichtung und Ausstattung	Kunden-Zielgruppen	Controlling und Benchmarking	Weiterführende Trainings	Gebietsschutz
Partnermanagement	Einkaufspolitik	Schlüsselfertige Planung und Ausführung	Marketing- / Vertriebsinstrumente	IT-gestützte Standort-/ Betriebsorganisation	verpflichtend	Kundenschutz
Beirat	Forschung und Entwicklung	Corporate Design	durch Franchisezentrale –	Mitarbeiter	freiwillig	Buch der Partnerschaft
Notfallkonzept			durch Franchisepartner	Rahmenverträge	Trainingskonzepte für Mitarbeiter vor Ort	Intranet syncONE®
Expansion			Werbe- und Verkaufs- förderungsmittel	Interne Kommunikation	Trainingstools	Franchisevertrag
Nachfolgeregelung			Marketing- und Vertriebsplanung			Franchisegebühren
			Strategische Netzwerke			Qualitätsstandards und Instrumente zur Qualitätssicherung
						Compliance





Franchisepartner:

- Expansionskriterien f
 ür Multi-Unit-Franchising
- Notfallkonzepte
- Nachfolgeregelungen

Produkte und Dienstleistungen:

- Einbindung der FP in den online Vertrieb (z.B. click&collect)
- Verpflichtende Aktionspolitik (Produkte/Preise)
- Verpflichtende Umsetzung der Innovationen und Finanzierung





Standort/Betrieb:

- FG ist Hauptmieter
- Pachtsysteme
- Verpflichtende Instandhaltung und Weiterentwicklung für den FP

Marketing / Vertrieb:

- Erweiterung der Zuordnungen zum Marketingpool
- Verpflichtende Aktionen
- Erschließung neuer Zielgruppen
- KeyAccount durch FG und FP





Aus- und Weiterbildung:

- Wesentlich mehr verpflichtende Trainings für FP und deren Mitarbeiter
- MicroLearning
- Verstärkte Verantwortung der MA-Ausbildung beim FP

Management-Services:

- Erfüllung der Wirtschaftspläne
- Offenes Benchmarking
- Verpflichtende, standardisierte IT-Lösungen / IT-Gebühr





Mitarbeiter:

- Stärkere Unterstützung durch FG
- Employer Branding
- Verpflichtende Elemente der Mitarbeiterführung (z.B. Abschlussgespräch)

Systemschutz:

- Markenverfolgung durch FG
- Online Know-how-Dokumentation
- Kein passiver Gebietsschutz mehr, Kundenschutz nur bei aktiver Bearbeitung
- Compliance





Nachhaltigkeit in Franchisesystemen





Sustainable Development Goals

Am 25. September 2015 wurde die Agenda 2030 für Nachhaltige Entwicklung von der Generalversammlung der Vereinten Nationen von allen 193 Mitgliedstaaten verabschiedet. Diese enthält die 17 Ziele für Nachhaltige Entwicklung, welche soziale, ökologische und ökonomische Aspekte umfassen und nichts Geringeres als die "Transformation unserer Welt" zum Ziel haben.

Im Wesentlichen sollen die 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung: Armut und Hunger beenden und Ungleichheiten bekämpfen. Selbstbestimmung der Menschen stärken, Geschlechtergerechtigkeit und ein gutes und gesundes Leben für alle sichern. Wohlstand für alle fördern und Lebensweisen weltweit nachhaltig gestalten.









































"nachhaltiger" Austausch

3er Gruppen:

- Was habt ihr bereits umgesetzt? PINs
- Wie wird es (nach Außen) kommuniziert?
- Welche Bedeutung hat nachhaltiges Engagement für die Gewinnung von neuen FranchisepartnerInnen?

Pinsammlung und kurzes Gruppenstatement





UMFRAGE: Nachhaltigkeit in Franchisesystemen

Das Thema Nachhaltigkeit ist in aller Munde und auch in der Franchisewirtschaft von entscheidender Bedeutung. Erstmals soll nun versucht werden, das Thema Nachhaltigkeit im Franchising statistisch genauer zu betrachten.

Wir ersuchen Sie an dieser anonymen Umfrage teilzunehmen. Von den Ergebnissen werden wir alle lernen und profitieren können.



www.umfrageonline.com/s/diznyui



syncon-franchise.com





