

Franchise-Konzepte werden in Zukunft einen zunehmenden Stellenwert in der Wirtschaft und am Arbeitsmarkt einnehmen. Hierbei gilt die Internationale Franchise-Messe in Frankfurt am Main als eine positive Messlatte für die Entwicklung des Franchising in Deutschland. Die Messe jährte sich 1999 zum zehnten Mal und es wurde ein starker Anstieg ausländischer Besucher konstatiert, welche sich für deutsche Franchisesysteme interessierten. Vielversprechende Zukunftsthemen sind Computer, Gesundheit, Bildung, Telekommunikation, Reise/Freizeit. Der Dienstleistungssektor bleibt mit knapp 40 % der Motor des Franchising, wobei der Handel, das Handwerk, die Systemgastronomie und Nischensegmente (Fitness, Unterhaltungselektronik, Umwelt etc.) kräftig aufholen.

Überwiegend gelten als Hemmnisse bei der weiteren Franchiseentwicklung in Deutschland die Finanzierung, das bestehende Arbeits- und Sozialrecht, der immer noch zu geringe Bekanntheitsgrad des Franchising und die Franchisenehmergewinnung. In diesem Beitrag möchten wir uns der Suche nach den geeigneten Franchisenehmern zuwenden.

Die meisten Franchisegeber verfügen bei der Suche nach neuen Partnern über keine eindeutige Strategie, keine zielgerichtete Vorgehensweise und setzen zudem meist kein ausreichendes Budget ein. Das sind die Gründe, warum über 75% der Franchisesysteme maximal jährlich zehn neue Franchisenehmer akquirieren.

### **Wo sind für das jeweilige System die zukünftig erfolgreichen Franchisenehmer?**

#### **Wie spreche ich den potenziellen Franchisenehmer erfolgreich an?**

- **Ansprache von Mitarbeitern in Franchiseunternehmen**

Die bei Franchisenehmern tätigen Mitarbeiter, worunter auch die Aushilfen zählen, haben durch ihre Kenntnis von firmeninternen Arbeitsabläufen und Funktionsweisen einen besonderen Zugang zum Franchisesystem. Sie fühlen sich nicht nur, sondern sind auch in der Realität durch ihr erworbenes Know-How im Vorteil, ein gleiches Franchiseunternehmen aufzubauen und zu führen. Somit sollten die nach Partnern suchenden Franchisegeber zunächst in den eigenen Reihen nach motivierten Mitarbeitern Ausschau halten und geeignete Partner ansprechen.

- **Übernahme von Einzelunternehmen sowie von Franchiseunternehmen eines anderen Systems aus derselben Branche**

Eine persönliche Ansprache des Unternehmers ist insbesondere sinnvoll und erfolgsversprechend, wenn dieser mit seinem Franchisegeber, also mit dem Konkurrenzsystem unzufrieden ist.

- **Präsenz in Suchsystemen**

- Internet Börsen (z.B. Focus-online, T-Online Forum "Geschäftsidee" vom Norman Rentrop Verlag, franchise-net)
- Anzeigenschaltung in den Suchsystemen (SIS) der regionalen Arbeitsämter
- Existenzgründungsbörsen
- Unternehmensbörse und virtuelles Gründerzentrum der Deutschen Ausgleichsbank

- **Anzeigenschaltung in branchenbezogenen bzw. zielgruppenorientierten Printmedien**

Sinnvoll sind nicht einmalige, sehr auffällige Insertionen, vielmehr sollte in regelmäßigen Abständen eine aussagekräftige Anzeige erscheinen.

- **Präsenz auf Franchise-Messen und Fachmessen**

Professionelle Darstellung des Standes und gut gestaltetes Werbematerial sowie gutinformiertes Standpersonal sind hierbei unabdingbar.

- **Informationsveranstaltungen**

Voraussetzung für ein derartiges Vorhaben sind eine professionelle Durchführung und geeignete Systemunterlagen. Es ist ratsam, auf die Infoveranstaltungen in regionalen Tageszeitungen und Sonntagsblättern aufmerksam zu machen. Möglich ist es, eine Insertion auch als redaktionelle Mitteilung zu platzieren.

Sicherlich gilt für die Suche nach den geeigneten Systempartnern einen längeren Atem zu haben, da die Interessierten oftmals nicht aktiv auf der Suche nach einer beruflichen Veränderung sind. Vielmehr befindet man sich häufig in Arbeitsverhältnissen und informiert sich sporadisch, ohne gezielt vorzugehen.

Bei einer Entscheidung für ein Franchisesystem ist der Sprung in eine völlig neue Branche keine Ausnahme, denn der Reiz der Selbstständigkeit und die Möglichkeit der Einkommenssteigerung ist meistens der Motor für das Tun. Dass ein Franchise-System überzeugt, liegt letztendlich natürlich immer an seiner Qualität, welche auch aus seiner Nachfrage am Markt und einem guten Vertrauensverhältnis zwischen Franchisegeber und -nehmer besteht. Aufgrund der von uns gemachten Erfahrungen bei der Suche nach geeigneten Franchisenehmern wurden insbesondere Unternehmer aus dem eigenen Franchisesystem geworben.

[zurück](#)