



IT- und TK-Unternehmen als Franchise-Systeme

Sicherer Aufstieg

Firma gründen und sofort über hohen Bekanntheitsgrad verfügen. Damit locken Franchise-Geber ihre künftigen Partner. Tatsächlich starten Franchise-Nehmer ihre Selbstständigkeit mit einem bewährtem Firmenkonzept und überschaubaren Investitionen.

mwurm@crn.de, wkuehn@crn.de

McDonald's macht es und Obi auch. Ebenso Foto Quelle, TUI/First und Vergölst-Pneus Expert: Sie alle und mehr als 800 weitere Firmen in Deutschland vereint das Absatzkonzept Franchising. Hinter diesem Begriff verbirgt sich eine einfache Idee: Statt eigener Niederlassungen oder Filialen mit angestellten Mitarbeitern überlässt ein Franchise-Geber sein Geschäftsmodell gegen Gebühr anderen Selbstständigen. Diese Franchise-Nehmer erhalten nicht nur die Erlaubnis, das Geschäftsmodell auf die eigene Firma zu übertragen, sondern werden auch bei der Firmengründung bis hin zur Firmeneinrichtung, laufenden Marketingmaßnahmen und notwendigen Schulungen unterstützt. Die Franchise-Geber wiederum können ihr Unternehmenskonzept, ihre Waren oder Dienstleistungen und natürlich ihren Firmennamen auf diese Weise günstig verbreiten.

In Deutschland bauen mittlerweile knapp 40.000 Franchise-Nehmer mit mehr als 360.000 Beschäftigten auf diese Unternehmensform. Tendenz steigend. Oder wie Bernd-Rüdiger Faßbender, Präsident des Franchise-Nehmerverbandes in Bonn, knapp feststellt: »Franchising ist die Zukunft. Dabei sieht er als Lobbyist der Franchise-Nehmer auch die Stolperfallen dieser Systeme. »Wer glaubt, er kann sich für lau ins gemachte Nest setzen, wird ganz schnell in ei-

ner Pleite enden«, rückt er die Träume von schnellem Reichtum mancher Jungunternehmer gerade. Auch Leif Brodersen, Geschäftsführer des Deutschen Franchise-Verbandes in Berlin, kann vor zu viel Euphorie nur warnen: »Franchise-Nehmer brauchen Selbstvertrauen, um Rückschläge wegstecken zu können, dürfen sich nicht vor viel und langer Arbeit scheuen und benötigen den Rückhalt durch die Familie.«

Wie leistungsstark die Franchise-Nehmer sind, beweist das Umsatzvolumen von mehr als 25 Milliarden Euro, das diese Unternehmer im vergangenen Jahr erwirtschaftet haben. Außerdem sind diese Betriebe weniger insolvenzanfällig.

Franchising ist nicht immer die richtige Lösung für expansionswillige Unternehmen. Aber immer häufiger bietet es sich als Alternative an. Dabei spielt die Größe des Franchise-Systems keine Rolle. Während beispielsweise Foto Quelle mit 1.235 Betrieben der Spitzenreiter unter den Franchise-Gebern ist, gibt es auch Systeme, die kaum mehr als zehn Partner haben.

Neben den bekannten Wirtschaftsbranchen wie Baumärkte, Schulungsunternehmen oder auch Autovermietungen, setzt sich auch in der IT- und TK-Branche Franchising langsam durch. Die Beispiele reichen von großen, bundesweiten Systemen wie Vobis, PC-Spezialist oder Mobilcom

bis Kleinst-Servicediensten mit nur einer Handvoll Franchise-Partnern. Neben Vertriebsfranchising, dem Verkauf von Waren in einem Franchise-Geschäft, gibt es eine wachsende Zahl von Dienstleistungsfranchising-Systemen. Gerade im ITK-Bereich haben sich in den vergangenen Jahren eine Reihe von Computer- oder Handyreparaturdiensten, wie das PC-Service-Netz oder der Handyreparaturservice Quips, etabliert. Auch im Schulungsbereich sind eine Reihe von Franchisesystemen entstanden.

Mobilcom

Als einziger Telekommunikationsbetreiber setzt Mobilcom neben dem Fachhandelsvertrieb über die Tochtergesellschaft Cellway und einem eigenen Filialnetz auf ein Netz von Mobilcom-Shops nach dem Franchise-System mit derzeit 159 Betrieben. Die Entscheidung für ein Franchise-System sei in den Anfangsjahren gefallen, erinnert sich Firmensprecher Thorsten Kollande. »Franchiser sind unternehmerisch denkende Menschen, die in der Regel mehr Engagement und Risikobereitschaft mitbringen als ein Filialist, der wie ein Festangestellter bezahlt wird.« Die Kosten für ein Franchisenez seien zudem deutlich geringer als für den Aufbau einer Filialkette.

Überblick

22 Franchise Systeme

ITK-Handelsbetriebe und Dienstleister bieten ihr Geschäftsmodell im Franchising an.

26 Interview

Torben Leif Brodersen, Präsident des Deutschen Franchise-Verbandes: Bei Franchise-Nehmern gibt es weniger Pleiten.

28 Interview

Bernd-R. Faßbender, Präsident des Deutschen Franchise-Nehmerverbandes: Franchising ist die Zukunft für Absatzsysteme.

Wer am Mobilcom Franchise-Programm »Start NOW! teilnehmen will, »soll vor dem Unterschrift des Vertrages in die Zentrale kommen und Mobilcom eine Woche lang kennenlernen.« erklärt Martin Alof, Leiter Vertrieb Mobilcom Shop. Darüber hinaus macht jeder Franchise-Partner etwa einen Monat »Trainee on the Shop« bei einem erfahrenen Franchise-Partner. Die Partner müssen weder Einstiegs-, Franchise- noch Werbegebühren bezahlen. Auch die bisher übliche Bankbürgschaft in Höhe von 25.000 Euro entfällt. Mobilcom zahlt die Shop-Einrichtung und übernimmt maximal bis zu einem Jahr auch die Shop-Miete sowie 50 Prozent der Marketing-Eröffnungskosten.

PC-Spezialist

Seit mehr als zwölf Jahren betreibt PC-Spezialist in Bielefeld das Franchise-Geschäft. Mit etwa 900 Franchise-Nehmerbetrieben zählt das System zu den Großen der Branche. Die Partner, so PC-Spezialist-Vorstand Frank Koebers, brauchen vor allem »extrovertiertes Auftreten, kaufmännisches Grundverständnis und persönliches Engagement«. Der Franchise-Nehmer trägt die komplette Fi-



nanzierung seines Stores. Das kostet bei einer Ladenfläche von 100 Quadratmetern bis zu 160.000 Euro. »Darin enthalten ist der Erstwarenbestand, das Eröffnungsmarketing, der Ladenbau, die technische Ausstattung, die Außenwerbung, die Gründung der GmbH und die Aufnahmegebühr in Höhe von 15.000 Euro, zählt Koebers auf. Außerdem müssen die Franchise-Nehmer eine monatliche Lizenzgebühr von mindestens 1,5 Prozent des Umsatzes und eine nach Größe gestufte monatliche Marketingpauschale zwischen 1.200 und 2.200 Euro zahlen.

Für den PC-Spezialist-Vorstand sind diese Investitionen der Franchise-Nehmer zugleich auch ein Beweis, wie ernst es den Partnern mit der Gründung eines Stores ist. Für die Zukunft sieht Koebers für PC-konzentrierte Handelsketten schwarz. »Außerhalb des Franchising wird es bereits in einigen Jahren keine PC-Handelsketten mehr geben. Discounter und Fach-Discounter werden in den nächsten Jahren einen Marktanteil im PC-Bereich von annähernd 50 Prozent erreichen. Bei der verbleibenden Hälfte werden Franchise-Systeme und leistungsstarke Kooperationen eine dominierende Stellung einnehmen, ist er überzeugt. Demzufolge würden in etwa zehn Jahren nur noch maximal zehn Prozent des nicht-discountierten Handels nicht-franchisiert oder nicht-kooperiert sein.

PC-Service-Netz

Ein Beispiel für Dienstleistungs-Franchise ist das 2001 gegründete PC-Service-Netz, eine Abteilung des Ettlinger Distributors Megatec. »Als BTO-Anbieter muss Megatec für seine Rechner eine Vor-Ort-Garantie gewähren. Dafür braucht er ein eigenes Service-Netz,« erläutert PC-Service-Netz-Koordinator Ulrich Schappach die Entstehung des Franchise-Systems. Die Partner sollen neben dem Service für Megatec auch Ser-

vive für weitere Kooperationspartner abwickeln und darüber hinaus eigene Aufträge generieren können. Sechs Franchise-Nehmer, »Enterprise-Partner« genannt, hat das PC-Service-Netz derzeit. Da das für ein flächendeckendes Angebot nicht reicht, gibt es noch rund 35 so genannte »freie Partner«. Sie zahlen lediglich einen Marketingbeitrag von 50 Euro, erhalten dafür aber auch deutlich weniger Unterstützung als die Franchise-Partner.

»Franchise-Nehmer sollten über technische Fachwissen verfügen, möglichst den MCSE-Schein (Microsoft Certified Software Engineer) haben und über kaufmännisches Basiswissen verfügen,« erklärt Schappach. Das Ziel bestehe darin, den Partner zu einer Art kleinem Systemhaus zu machen, mit dem deutlich mehr Marge als mit Hardware zu erzielen ist.

Als Startgebühr fallen 2.500 Euro an. Außerdem ist eine monatliche Marketing-Gebühr von 250 Euro zu zahlen. Die PC-Service-Netz-Partner übernehmen vor Ort nicht nur den Service für die Megatec BTO-Produkte, sondern bekommen auch Aufträge der Kooperationspartner. Außerdem müssen sie selbst auch Aufträge generieren.

PC-Feuerwehr Computer Service GmbH

Ebenfalls im Dienstleistungssektor angesiedelt ist die PC-Feuerwehr in Hamburg. Das 1996 als One-Man-Show von dem damaligen Informatik-Studenten Michael Kittlitz gegründete Unternehmen bietet einen mobilen 24-Stunden-Reparaturdienst für Computer, Internet und Telefon, der laut Unternehmen die komplette IT-Dienstleistungspalette abdeckt. Das Angebot reicht von Beratung über Entwicklung von Hard- und Softwarelösungen bis zum Betrieb von Anwendungssystemen, Rechenzentren, Netzen und Desktop Services. Schwerpunkt liegt auf Beratung, Aufbau und Support von Komplettanlagen für Unternehmenskunden.

Eignung als Franchise-Nehmer

Das ist zu beachten, bevor Sie sich für ein System entscheiden:

- Kann ich die Vorgaben für das System einhalten?
- Will ich mich auf Verkauf, Kundenbetreuung, Markterschließung und Personalführung konzentrieren?
- Bin ich teamorientiert – kann ich motivieren und führen?
- Steht meine Familie hinter der Entscheidung?
- Kann ich Rückschläge wegstecken?
- Bin ich bereit, mehr als zehn Stunden am Tag zu arbeiten?
- Bin ich bereit, mich in neues Branchen-Know-how einzuarbeiten?
- Bin ich bereit, mich permanent weiterzubilden?

Quelle: gofranchise, Franchise-Institut für die deutsche Wirtschaft GmbH

Auswahl Franchise-Systeme

Die wichtigsten Kriterien zur Auswahl des richtigen Franchise-Systems:

- Seit wann gibt es das Franchise-System?
- Wie viele Franchise-Nehmer sind erfolgreich – wie hoch ist die Fluktuation?
- Gibt es ein oder mehrere Pilotbetriebe (Testgeschäfte)?
- Worin bestehen die (Wettbewerbs-)Vorteile des Konzeptes?
- Gibt es Daten zum Markt und Wettbewerb?
- Existiert ein ausführliches Handbuch für das Geschäftsmodell?
- Welche Leistungen bietet der Franchise-Geber im einzelnen?
- Gibt es im System Beiräte, Erfahrungsaustauschgruppen und ähnliches?
- Gibt es eine Liste der bestehenden Franchise-Nehmer?
- Kann der Nehmer einen Mustervertrag vom Anwalt prüfen lassen?
- Besteht ein umfassendes Schulungskonzept?
- Prüft der Franchise-Geber regelmäßig die Zufriedenheit der Partner?
- Ist der Franchise-Geber Mitglied im Deutschen Franchise-Verband?

Quelle: gofranchise, Franchise-Institut für die deutsche Wirtschaft GmbH





Die Hamburger Filiale betreibt Franchise-Geber Michael Kittlitz auch heute noch selbst. Derzeit gibt es je einen Partner in Berlin, Lübeck und im Sauerland. Die Partner sollen vom Wiedererkennungswert der bundesweit eingeführten Marke mit dem auffälligen PC-Feuerwehr-Firmenwagen und vor allem von Synergieeffekten profitieren. Ein Franchise-Nehmer muss keine Einstiegsgebühr zahlen und für die ersten beiden Jahre werden auch keine Franchisegebühren erhoben. Sie werden erst nach zwei Jahren oder beim Überschreiten eines vorher ver-

einbarten Mindestumsatzes fällig und liegen dann zwischen sieben und zehn Prozent. Für den Partner fallen zunächst nur Marketingkosten in Höhe von 150 bis 200 Euro pro Monat an sowie eine Monatsgebühr von 150 Euro für die Service-Nummer.

Vorhanden sein muss eine eigene Werkstatt und ein Firmenwagen. Investitionen sind für das nötige Werkzeug und die Ersatzteile fällig. Dafür kalkuliert Kittlitz Kosten in Höhe von ungefähr 3.500 Euro. Für die Beschriftung des Autos noch mal rund 2.500 Euro.

Vobis

Ebenfalls zu den altbekanntesten Franchising-Systemen gehört Vobis. Die Kette hatte im März vergangenen Jahres 20, seit Februar dieses Jahres 25 Franchise-Nehmer. Ende 2003 sollen es 35 Partner sein. Besonderen Wert legt Vobis-Vorstand Jürgen Rakow auf Franchise-Nehmer mit kaufmännischer und technischer Ausbildung, damit sie das Laden- und Servicegeschäft erfolgreich vorantreiben können.

Wichtig sind auch finanzielle Sicherheiten. So wird von den Franchise-Nehmern eine Eintritsgebühr von 15.000 Euro verlangt. Dazu kommen, abhängig vom Umsatz, monatliche Franchisegebühren zwischen 1.500 und 3.500 Euro. Zusätzlich fallen variable Gebühren für Logistik, Systemmanagement und Werbung an, jeweils zwischen 1,5 und 2,5 Prozent vom Wareneinsatz der über Vobis bezogenen Waren.

Der Franchise-Nehmer startet direkt von Null auf 100 im Geschäft – durch die bekannte Marke und die flächendeckende Vobis-Denkzettel-Werbung, schreibt Rakow die Vorteile, die ein Franchise-System bietet. Dafür erwartet er von seinen Part-

nern einen Umsatz von etwa einer bis 1,5 Millionen Euro im Jahr. Bei besonders dienstleistungsstarken Betrieben kann er auch darunter liegen. Wichtig ist, dass ein ordentlicher Ertrag erwirtschaftet wird, fügt er hinzu. Unterstützt werden die künftigen Ladenbetreiber von der Zentrale unter anderem bei der Standortsuche, der kompletten Einrichtung für das Ladenlokal, Marketingmaßnahmen und bei der Eröffnung. **F**

Modulcom AG
Hübenerstraße 126, D-34762 Bielefeld
Tel. 04331 69-0, Fax 04331 69-2888
www.modulcom.de
PC-Feuerwehr Computer Service GmbH
Alter Teichweg 7-6, D-22081 Hamburg
Tel. 040 20941 9112, Fax 040 20941 129
www.pc-feuerwehr.de
PC-Service-Netz
Megatec Informationssysteme GmbH
Sonnenstraße 17, D-96275 Eitzingen
Tel. 01805 133212, Fax 07245 3773-77
www.pc-service-netz.de
PC-Spezialist Franchise AG
Eckendorferstraße 2, D-31609 Bleckede
Tel. 0521 9596-397, Fax 0521 9596-296
www.pc-specialist.de
Vobis Microcomputer AG
Rutter Bruch 32-34, D-52066 Aachen
Tel. 0241 909-1090, Fax 0241 909-1071
www.vobis.de

Interview

»Franchise-Nehmer bleiben ihr eigener Chef«

Für Franchise-Nehmer lauert auf dem Weg in die Selbstständigkeit einige Stolperfallen. Wie Interessenten schwarze Schafe unter den Anbietern erkennen können, erläutert Torben Leif Brodersen, Geschäftsführer des Deutschen Franchise-Verbandes, im Gespräch mit CRN-Redakteurin Dr. Michaela Wurm.

CRN: Welche Vorteile haben Unternehmen, wenn sie ein Franchise-System aufbauen?

Brodersen: Die Dynamik des Franchising beruht darauf, die Stärken eines Geschäftsmodells mit den Stärken engagierter Partner zu kombinieren. Das ist ein multiplizierbares Geschäftsmodell, das sich über ein multiplizierbares Geschäftsmodell verbreiten kann. Durch Franchise-Partner überregional präsent sein, einen größeren Absatzmarkt und eine bessere Marktdurchdringung erreichen.

CRN: Welche Vorteile haben Franchise-Nehmer?

Brodersen: Franchising eröffnet einen sicheren Einstieg in die Selbstständigkeit. Im Gegensatz zu anderen Unternehmensgründungen fangen Franchise-Nehmer nicht bei Null an, sondern können auf eine erprobte Geschäftsidee und ein funktionierendes System zurückgreifen. Weil sie vom Franchise-Geber von der Standortsuche über die Finanzierung bis zu Schulungen, Marketing und Buchhal-

tung unterstützt werden, können sie sich bereits in der Startphase auf ihr tägliches Geschäft konzentrieren. Trotzdem bleiben Franchise-Nehmer ihr eigener Chef.

CRN: Die Zahl der Geschäftsaufgaben soll bei Franchise-Nehmern deutlich niedriger sein als bei anderen Selbstständigen.

Brodersen: Zahlen des deutschen Industrie- und Handelskammergeschehen belegen, dass innerhalb der ersten fünf Jahre zwischen 40 und 50 Prozent der Existenzgründer aufgeben. Bei Franchise-Nehmern sind es dagegen nur acht Prozent. Die Gründe liegen im System, das die Franchiser in jeder Phase auch finanziell unterstützen. Dadurch sind konventionelle Unternehmensgründer auf sich selbst gestellt.

CRN: Haben Franchise-Nehmer auch bei der Finanzierung Vorteile gegenüber anderen Unternehmensgründern?

Brodersen: Grundsätzlich ja, allerdings besteht hier noch deutlicher Handlungsbedarf. Wir sehen eine Hauptaufgabe un-



Torben Leif Brodersen, Geschäftsführer Deutscher Franchise-Verband

terer Arbeit darin, eine bessere Förderung von Franchise-Existenzgründungen zu erreichen. Derzeit erhalten Franchise-Nehmer bereits Fördergelder von der deutschen Ausgleichsbank (DTA).

CRN: Wie erkennt man schwarze Schafe bei den Franchise-Gebern?

Brodersen: Wichtig ist, dass das Franchise-System transparent organisiert ist. Ein Franchise-Geber muss Zahlen vorlegen können und auch Forecasts machen für das erste Jahr. Er muss bei der Standortsuche helfen und andere Franchisenehmer als Referenzen nennen. Vor allem muss er ein Handbuch vorweisen können, in dem das

Know-how niedergelegt ist. Er darf den Interessenten nicht unter Zeitdruck setzen. Dieser sollte den Vertrag auch von einem Anwalt prüfen lassen.

CRN: Welche Laufzeiten sollten seriöse Franchiseverträge haben?

Brodersen: Üblich sind zwischen fünf und zehn Jahre.

CRN: Was zeichnet ein gutes Franchise-System aus?

Brodersen: Es muss ein partnerschaftliches Verhältnis bestehen und ein permanenter Erfahrungsaustausch zwischen Franchise-Geber und -Nehmer stattfinden. Der Franchiser muss permanente Unterstützung vom Geber, nicht nur bei der Finanzierung sondern unter anderem auch beim Marketing, erhalten, und nicht nur in der Anfangsphase. **F**