

# Franchising als Chance für KMU, Start-ups und Unternehmer

*„Im Jahre 2010 wird Franchising die  
erfolgreichste Vertriebsform sein.“ J.Naisbitt, Zukunftsforscher*

von Dr. Franz J. Beeler\*

Der Siegeszug des Franchising als effiziente Marktexpansions-Methode ist weltweit ungebremst. Dieser wird mit der fortschreitenden Globalisierung und den neuen Informations- und Kommunikationstechnologien nachhaltig unterstützt. Franchising wird mittlerweile selbst in den modernen Wirtschaftszweigen wie Telekommunikation, Informationstechnologie und Internet mit Erfolg eingesetzt. Während die amerikanische Wirtschaft bereits zu 40% franchisiert ist, haben Europa und insbesondere die Schweiz Nachholbedarf. Franchising eröffnet für KMU, Start-ups und Unternehmer völlig neue Chancen! Diese werden heute noch zu wenig erkannt und genutzt.

## Megatrend Franchising

Immer häufiger wird bei Neugründungen von Unternehmen die aus den USA stammende Idee des "Franchising" angewandt. Franchise-Unternehmen sind im Vergleich zu anderen Neugründungen überdurchschnittlich erfolgreich und erweisen sich gerade in schwierigen Wirtschaftszeiten als krisenresistent.

Beim Franchising wird eine auf dem Markt bereits gut bekannten Handelsmarke und eines in der Industrie oder im Handel getestetes Geschäftskonzept an einen Unternehmensgründer übertragen. Dieser wird Franchise-Nehmer genannt, tritt als selbständiger Unternehmer in die Kette des Franchise-Gebers ein und eröffnet dessen lokalen Markt. Er fabriziert oder vermarktet gegen ein Entgelt die lizenzierten Produkte bzw. Dienstleistungen und stellt sich unter das einheitliche Erscheinungsbild der Franchise-Organisation.

## Franchising – ein Wachstumsmarkt

Das weltweite jährliche Wachstum des Franchising-Marktes wird auf 20% geschätzt. Über 40% der amerikanischen Wirtschaft ist heute bereits franchisiert. Tendenz stark steigend. Europa und die übrigen Staaten haben im Franchising beträchtlichen Nachholbedarf und damit ein überdurchschnittlich hohes Wachstumspotential! Franchising wird fälschlicherweise häufig auf Geschäftsmodelle im Sinne von McDonalds reduziert. Faktum ist jedoch, dass Franchising selbst in neue und moderne Wirtschaftszweige wie Telekommunikation, Informationstechnologie und Internet Einzug gefunden hat.

## Königsweg zur Selbständigkeit

Franchising gilt als Königsweg zur Selbständigkeit: Denn während 85% aller Einzelunternehmer vor dem 5. Jahr nach der Gründung des eigenen Geschäfts scheitern, sind 92% aller franchisierten Existenzgründungen (Franchise-Nehmer) erfolgreich (Gallup Institut, Princeton, N.J.). Dies ist mitunter auch der Grund, warum nach dem Zusammenbruch der New Economy und dem Scheitern namhafter Neufirmen die Existenzgründung auf der Grundlage bewährter Franchise-Systeme sehr beliebt ist.

## Unternehmer werden ohne eigene Geschäftsidee

Viele Leute haben keine eigene Geschäftsidee und möchten dennoch selbständig werden. Franchising bietet hier eine Lösung. Der Franchisenehmer übernimmt ein bereits mehrfach getestetes und nachweislich erfolgreiches Geschäftsmodell und wird damit selbständiger Unternehmer. Das Risiko ist dabei sehr gering und die Vorteile im Vergleich zum "Einzelkämpfer" sind klar gegeben:

- Wettbewerbsvorteil: Der Franchisenehmer startet mit einem nachweislich erfolgreichen Geschäftsmodell und erhält vom Franchisegeber ein komplettes Leistungspaket.
- Marketing: Der Franchisenehmer wird als Partner beim Aufbau einer Marke und eines guten Images vom Franchisegeber unterstützt.
- Gebietsschutz: Aufgrund des vertraglich gesicherten Gebietsschutzes kann kein Wettbewerber mit demselben Geschäftskonzept den Franchisenehmer konkurrenzieren.
- Risiko: Da das Geschäftskonzept bereits geprüft wurde und sich als positiv erwiesen hat, ist das unternehmerische Risiko für den Franchisenehmer gering.
- Markteffizienz: Da das Franchisesystem bereits bekannt und etabliert ist, kann der Franchisenehmer schnell im Markt Fuss fassen.
- Finanzierung: Da Franchising als Königsweg zur Selbständigkeit bei den Banken und Kredit-Instituten bekannt ist, genießt der Franchisenehmer eine höhere Kreditwürdigkeit.
- Selbständigkeit: Trotz Übernahme des Geschäftskonzeptes vom Franchisegeber agiert der Franchisenehmer als selbständiger Unternehmer.
- Wettbewerbsdruck: Der Franchisenehmer hat von Beginn an einen Marktvorsprung und kann auf die Erfahrungen des Franchisegebers zurückgreifen.

## Unternehmer als Franchisegeber

Der Begriff Franchising wird fälschlicherweise oft allein auf die Unternehmensgründung als Franchisenehmer reduziert. Franchising kann aber auch zur Gründung eines Unternehmens mit eigener Geschäftsidee hilfreich sein kann. Dies ist insbesondere dann der Fall, wenn das Business-Konzept franchisierbar ist und somit der Unternehmensgründer als Franchisegeber auftritt. Start-ups mit franchisierbarem Geschäftsmodell sind gut beraten, von Beginn an die Nutzung

der Franchise-Expansion einzuplanen und den Investoren einen Franchise-Geber Business-Plan vorzustellen!

### **Start-up Chance Franchising**

Start-up Firmen bzw. Neugründungen haben einen grossen Vorteil: Sie sind noch völlig frei in der Wahl des Markt- und Vertriebskonzeptes! Wenn das Geschäftsmodell franchisierbar ist, sollte die Marktexpansions-Methode des Franchising uneingeschränkt genutzt werden! Wesentlich ist, dass nicht bereits im Frühstadium des Jungunternehmens Vertriebspartnerschaften eingegangen werden, welche die Franchise-Expansion verhindern. Denn viele bestehende KMU wären nämlich im Prinzip franchisierbar und könnten weltweite Märkte bedienen, sind jedoch heute bereits vertraglich an Vertriebspartner gebunden und damit nicht mehr zugänglich für die Marktexpansion durch Franchising! Als Start-up sollten Sie sich also sehr gut überlegen, welche Form von Vertriebs-Partnerschaften Sie eingehen wollen! Jungfirmen und Start-ups mit Franchise-Vertrieb haben denn auch bei Venture Capital Firmen weit bessere Chancen auf Risikokapital! Denn Franchising ist ein Partner-Modell, bei welchem das unternehmerische Risiko auf viele Schultern verteilt wird und deshalb gegenüber anderen Vertriebskonzepten deutliche Vorteile aufweist.

### **KMU-Chance Franchising: Von der Kleinfirma zum Weltunternehmen!**

Viele KMU mit überzeugenden Produkten oder Dienstleistungen begnügen sich damit, einen lokal begrenzten Markt zu bedienen. Falls die Produkte oder Dienstleistungen auch ausserhalb dieses lokal begrenzten Marktgebietes auf ein reales Marktbedürfnis stossen würden, wird damit eine reale Chance verpasst. Viele KMU-Unternehmer gehen nämlich damit bewusst oder unbewusst an einem beträchtlichen Markt vorbei! Warum nicht gleich wie McDonalds und Co. die Chance nutzen und den weltweiten Markt aufbauen? Das Schlüsselwort heisst Franchising. Falls das Geschäftsmodell franchisierbar ist, bietet sich mittels Franchising die Möglichkeit, die Kleinfirma zu einem weltumspannenden Grossunternehmen zu entwickeln.

### **Spin-off Chance Franchising**

Nicht selten besitzt ein Unternehmen innerhalb seiner Angebotspalette ein Produkt oder eine Dienstleistung mit hervorragenden Marktchancen. Häufig fehlen aber die nötigen finanziellen Mittel zur Weiterentwicklung und zur Vermarktung. Wenn die Vermarktung mittels Franchising möglich ist, erweist sich häufig eine Spin-off Abspaltung vom Unternehmen als hervorragende Lösung: Die Spin-off Abspaltung wird dann als Neugründung aufgebaut und mittels Venture Capital finanziert. Dies ist insbesondere dann eine elegante Lösung, wenn das Spin-off Produkt ausserhalb des eigentlichen Kerngeschäftes des Unternehmens liegt.

## **Franchising und Internet: Mit doppeltem Hebeleffekt zum Erfolg!**

Von ganz besonderer Relevanz sind Business-Modelle, welche die Vorteile des Franchising und des Internets gleichzeitig nutzen und damit vom doppelten Hebeleffekt profitieren. Unternehmen, deren Vertriebsmodell die beiden Vorteile Franchising und Internet in integrierter Form beinhalten, sind natürlich von besonderem Interesse für Investoren.

Ein Beispiel eines Geschäftsmodells, welches die Vorteile von Franchising und Internet vereinigt, ist das WSI-Franchisesystem. WSI ist heute das Nr.1 schnellstwachsende Internet-Franchisesystem der Welt!

## **Chancen und Gefahren für KMU**

Der Siegeszug des Franchising wird nachhaltig unterstützt durch die fortschreitende Globalisierung und die neuen Informations- und Kommunikationstechnologien, welche äusserst flexible Organisations-, Arbeits- und Vertriebsformen ermöglichen. Da die Globalisierungswelle nun auch zunehmend die KMU erfasst, ergeben sich damit sowohl neue Chancen als auch Gefahren.

So sehen sich KMU als lokale Anbieter eines bisher vorwiegend regionalen Marktes zunehmend einer global agierenden Konkurrenz ausgesetzt. Die neuen internetbasierten Möglichkeiten (E-Business) in Verbindung mit Franchise-Expansionstechniken ermöglichen es dem global tätigen Anbieter, die „Economy of Scales“ voll zu nutzen und die lokale Konkurrenz zu verdrängen. Andererseits können KMU selbst die Marktexpansion auf der Grundlage des Franchising vorantreiben und damit die Chancen nutzen. Klar ist einzig, dass wer im Stillstand verharrt, wohl als Verlierer aus dem Rennen geht.

## **Franchising als Grundlage der "Glokalisierung" - Megatrend neues Millennium**

Für die erfolgreiche Marktstrategie wird das gleichzeitige Nebeneinander von Globalisierung (weltweite Marktdurchdringung) und Lokalisierung (lokale Marktpräsenz und –Akzeptanz) unter dem neuen Begriff „Glokalisierung“ als Megatrend des neuen Millenniums bezeichnet.

Damit erhält Franchising als Instrument zur weltweiten Marktexpansion unter kalkulierbarem Risiko und hoher Erfolgsquote zunehmende Bedeutung: Der Franchisegeber stellt den expandierenden und globalen, der Franchisenehmer den lokal umsetzenden Faktor dar.

## **Franchising als Grundlage des Megatrends "New Work"**

Franchising unterstützt aber auch die mit der Globalisierung verbundene Veränderung der Arbeitswelt: neue Arbeitsformen und Berufe, Wunsch nach Selbstbestimmung in der Arbeit, dezentrale Strukturen, forcierte Selbständigkeit, Trend weg vom Angestellten hin zum Unternehmer, bis hin zum Lebensunternehmer („Life-Entrepreneur“). Diese Entwicklung wird unter dem weiteren Megatrend des 3. Jahrtausend „New Work“ zusammengefasst.

**Fazit:**

*Das Erfolgsgeheimnis von Franchising als effiziente Markt-Expansionstechnik liegt darin, dass die lokale Marktverantwortung voll beim Franchisenehmer liegt, welcher als selbständiger Unternehmer agiert. Dies ist der wesentliche Unterschied zu Vertriebsleuten im Angestelltenverhältnis. Franchising eröffnet zwei Arten von Unternehmertum: als Franchisenehmer und als Franchisegeber. Der Franchisenehmer übernimmt ein bereits getestetes und nachweislich erfolgreiches Geschäftsmodell und tritt als selbständiger Unternehmer in die Kette des Franchisegebers ein. Die zweite Möglichkeit des Unternehmertums als Franchisegeber liegt dann vor, wenn das Business-Konzept eines Start-up Unternehmens franchisierbar ist und die Markt-Expansion auf der Grundlage des Franchising erfolgt. KMU, Jungfirmen und Start-ups mit Franchise-Vertrieb haben denn auch bei Venture Capital Firmen weit bessere Chancen auf Risikokapital! Denn Franchising ist ein Partner-Modell, bei welchem das unternehmerische Risiko auf viele Schultern verteilt wird und deshalb gegenüber anderen Vertriebskonzepten deutliche Vorteile aufweist.*

**Der Autor\*)**

Dr. Franz J. Beeler ist geschäftsführender Inhaber von Dr. Franz Beeler & Partner und Urheber der KMU-Plattform <http://www.kmuinnovation.com>, selbst Unternehmer, Manager & Consultant für Innovation & Venture Management und Unternehmens-Finanzierungen. Er hat 20 Jahre Industrie- & Management-Erfahrung in internationaler Forschung & Entwicklung, Technologie-Transfer, Technologie-Management, Technologie-Assessment, Technologie-Marketing, Patentmanagement und Management von Innovationsprozessen. Vormalig Head of Technology Management, Chief Technology Officer (CTO), und General Manager von internationalen Grosskonzernen, Technologie-Firmen und KMUs.

Dr. Franz Beeler & Partner unterstützt KMUs in allen Fragen zum Innovation & Venture Management inkl. Aufbau von High-Tech Niederlassungen in der Schweiz.

Die Plattform <http://www.kmuinnovation.com> ist eine Dienstleistung von Dr. Franz Beeler & Partner, beschreibt neue Wege und Konzepte im Innovationsmanagement des 21. Jahrhunderts und richtet sich an innovative KMUs, Jungfirmen und Start-ups.

Kontaktperson:

Dr. Franz J. Beeler  
Geschäftsführer  
Innovation & Venture Management  
Aeschi  
CH-6410 Goldau  
Tel.: +41 41 855 62 92  
Fax: +41 41 855 62 91  
E-Mail: [info@kmuinnovation.com](mailto:info@kmuinnovation.com)  
Internet: <http://www.kmuinnovation.com>