

Peter Meierhofer: Franchising

# Der Marketingleiter steht nicht auf der Gehaltsliste

## Beispiel eines Dienstleistungsnetzes auf Franchise-Basis

<b>Leserfokus</b>	Unternehmer, Geschäftsleiter und Firmengründer, die sich mit Franchising beschäftigen
<b>Thema</b>	Franchisesysteme für hochwertige Dienstleistungen
<b>Nutzen</b>	Sie entdecken, wie hochwertige Dienstleistungen multipliziert werden können
<b>Vertiefung</b>	Nehmen Sie an der Offenen Werkstatt und am ersten Franchise-Forum der Schweiz teil



**Peter Meierhofer** ist Inhaber, Franchisegeber und Geschäftsleiter der Netmarketing Group, des ersten international tätigen Schweizer Unternehmens für Marketingbegleitung von KMU.

Die Netmarketing Group ist als Franchising-Netzwerk aufgebaut und eröffnete innerhalb von 15 Monaten fünf Geschäftsstellen in Bern, Zürich und der Nordostschweiz

In der offenen Werkstatt vom 19. Oktober erhalten Sie Einblicke in ein faszinierendes neues Geschäftskonzept: Die Multiplikation von Dienstleistungen durch Franchising. Mail: pmeierhofer@netmarketing.ch

**E**s ist Freitag Nachmittag. Der Inhaber eines Elektronik-Unternehmens will handeln. Soeben hat er von seinem Entwicklungsleiter die frohe Nachricht erhalten dass sein neues Gerät produktionsreif ist. Doch wie wird der Markt reagieren? Wie kann das Produkt rasch und erfolgreich eingeführt werden?

### Professionelle Produkteinführung

In wenigen Minuten beginnt die Geschäftsleitungssitzung. Der Leiter Marketing kommt aus der Region. Er kennt das Unternehmen. Allein – er steht nicht auf der Gehaltsliste. Er nimmt seine Aufgabe als externer, selbständiger Dienstleister wahr und bringt zu diesem Zweck seine Leute mit. Es gilt, keine Zeit zu verlieren.

Bereits am Montag ist der Marschplan abgesteckt. Die Budgets sind genehmigt, die Aufgaben ver-

teilt. Eine flächendeckende Marketing-Organisation hilft mit, das neue Produkt rasch und professionell einzuführen, zu einem Preis-/Leistungsverhältnis, das seinesgleichen sucht. Für wenig Geld steht ein Marketingfachmann vor Ort zur Verfügung, der dank seiner Kompetenz, und seiner Vernetzung die Verantwortung auch für hochgesteckte Marketingziele übernehmen kann. Die Lösung ist einfach und heisst:

### Auslagerung von Dienstleistungen

Wie die rasante Entwicklung der Netmarketing Group zeigt, delegieren immer mehr Firmen für den Unternehmenserfolg wichtige Tätigkeiten an externe Spezialisten. Diese erbringen die anstehenden Aufgaben besser, rascher und kostengünstiger. Ein wesentlicher Erfolgsfaktor für die Multiplikation hochwertiger Dienstleistungen ist das Geschäftskonzept im Rahmen des Franchising.

Sowohl in Deutschland als auch in der Schweiz gehören bereits heute

rund 40 Prozent aller Franchisesysteme der Dienstleistungsbranche an. Tendenz steigend. Doch innerhalb der zu erbringenden Dienstleistungen gibt es grosse Unterschiede.

Das klassische, sehr erfolgreiche Business-Format Franchisesystem zeichnet sich durch straffe Organisation, Integration sowie durch ein umfassendes obligatorisches Servicepaket aus. Die dem System entsprechende Kooperationsform verträgt sich indes nicht mit allen Anforderungen, die heute an hochwertige Dienstleister gestellt werden.

### Imagination und soziale Kompetenz

Werfen wir einen Blick auf das Netmarketing-Leistungsprogramm: Professionelle Marketingbegleitung von Unternehmen kann nicht im gleichen Masse standardisiert werden wie eine Dienstleistung im Bereich der Business Services. Zudem unterliegen die Kundenprioritäten einem steten Wandel: Im Bereich der Marketingberatung verliert beispielsweise

se die methodische Kompetenz fühlbar an Bedeutung. Dafür wird vermehrt Imagination und soziale Kompetenz gefordert.

### Offenere Strukturen

Partner, die diese neuen Kompetenzen in ein Franchisesystem einbringen, können ihr Know-how nur dann voll entfalten, wenn die Kooperationsform im Franchisesystem freizügiger und offener gehandhabt wird.

Franchise-Geber sehen sich deshalb mit der Herausforderung konfrontiert, auf der einen Seite systematisch Mehrwerte für Partner und Kunden zu generieren und auf der anderen Seite durch die Schaffung offenerer Strukturen die Erbringung von Höchstleistungen zu ermöglichen. Doch auch in den Reihen der potenzieller Franchise-Nehmer tut sich was.

### Selbständigkeit ist 'in'

Die berufliche Selbständigkeit als Ausdruck der Persönlichkeit wird mehr und mehr zum Trend. Die Partner von Netmarketing rekrutieren sich mehrheitlich aus Grossunternehmen wie Microsoft, Sulzer, Swisscom, Swiss Dairy Foods. Sie haben in ihrer Funktion als Manager schon viel erreicht und entziehen sich sozusagen der Willkür des Arbeitgebers, um sich eine eigene Existenz aufzubauen.

Diese neuen, hochqualifizierten Franchisees suchen ein System, das es ihnen ermöglicht, auf der Grundlage ihrer spezifischen Fähigkeiten ein eigenes Unternehmen aufzubauen. Sie schätzen die Vorteile, die sich aus einem einheitlichen Auftritt unter einer Marke bieten und verzichten bewusst auf einen eigenen visuellen Auftritt.

### Mehrwerte aus der kollektiven Vernetzung

Gleichzeitig fordern sie aber auch klare Mehrwerte aus der kollektiven

### Netzwerk als Wirtschaftsform des 21. Jahrhunderts

Das virtuelle vernetzte Zusammenarbeiten ist die Antwort auf die Dynamisierung der Arbeitswelt. Obwohl die Franchise-Partner von Netmarketing gemeinsam Projekte ausführen, sind sie auf die ganze Schweiz verteilt und arbeiten räumlich voneinander getrennt. Für Kommunikation und Wissenstransfer setzt Netmarketing auf die modernen Kommunikationsmittel wie Internet, Intranet und E-Mail.

Die Erfahrungen aus neuen Technologien, die Netmarketing zusammen mit hochqualifizierten IT-Firmen einsetzt und testet, werden an die Kunden weitergegeben. IT-Unternehmen erhalten wiederum im Gegenzug marketingtechnische Unterstützung bei der Vermarktung ihrer Produkte und Dienstleistungen.

<http://www.netmarketing.ch>

Vernetzung. In diesem Sinne lässt sich eine gewisse Abkehr von der Devise 'Ich zeige dir, wie man es macht' beobachten. Die neuen Franchisees sind bereit, das Franchisesystem aktiv mitzugestalten. Nach der Devise 'Wir wollen es gemeinsam machen' bekunden sie eine neue Bereitschaft, auch im Sinne des Kollektivs Verantwortung zu übernehmen. Der neue Franchisor tut gut daran, diese Bereitschaft zu nutzen. Damit lässt sich die Arbeitsteilung verbessern. Zudem passt sich das Franchisesystem laufend den neuen Markterfordernissen an. Doch wie können diese neuen Energien in der Praxis genutzt werden?

### Überlegenes Geschäftskonzept

Netmarketing beispielsweise nutzt das gebündelte Know-how seiner Franchise- und Geschäftspartner durch ein neuartiges Geschäftskonzept. Als virtueller und vernetzter Verbund multipliziert Netmarketing seine Ressourcen nach innen wie nach aussen und schafft so für seine Partner und Kunden bedeutende Mehrwerte:

Professionelle Marketingbegleitung kann gezielter, effektiver und kostengünstiger erbracht werden. Netmarketing bietet somit seinen Kunden eine vorteilhafte Alternative zum Aufbau eigener Marketingressourcen.

### Gezieltes Partnermarketing

In solcherart neuen Franchisesystemen kommt sowohl der systemkonformen Auswahl von Franchisepartnern als auch der fortwährenden Unterstützung und Motivation dieser Partner Bedeutung zu. Hohes individuelles Engagement lässt sich durch entsprechende systematische Förderung in starkem Masse beeinflussen.



### Der Lesetip zum Thema

Das im Frühjahr 1999 erschienene **Franchise-Handbuch** richtet sich an potenzielle Franchisenehmer und bietet nebst einer allgemeinen Einführung ins Franchising auch Erfahrungsberichte, Checklisten und Ratschläge zur rechtlichen Situation und zur Finanzierung.

Veronika Bellone: Das Franchise-Handbuch. 1999 (3. Aufl.) Memorandum Verlag. 98 Seiten, brosch., Fr. 49.-, Best.-Nr. 2628.

### Offene Werkstatt

Peter Meierhofer wird in der Offenen Werkstatt vom 19. Oktober darüber informieren, wie ein Franchisesystem funktioniert, welche Franchisesysteme es gibt, wie ein Franchisesystem aufgebaut wird und schliesslich auf die Problematik der Franchisierung von Dienstleistungen eingehen.

**Zeit/Ort:** 19.10., 17.30 – 20 Uhr, Brasserie Lipp, Uraniastrasse 9, Zürich

**Unkostenbeitrag:** Fr. 30.- (c/o-Mitglieder gratis).

**Anmeldung:** Benützen Sie die grüne Karte hinten im ORGANISATOR.

PS: Wer an der Offenen Werkstatt teilnimmt, erhält das Programm und eine Gratis-Eintrittskarte im Wert von 12 Franken für das erste Schweizer Franchise-Forum vom 29./30. Oktober in Zürich.

### Fax 01-450 78 79

Bücher-Boutique Organisator,  
Postfach, CH-8045 Zürich  
Tel 01-450 78 78  
Mail [buecherboutique@schnyder.org](mailto:buecherboutique@schnyder.org)

Ich bestelle gegen Rechnung,  
zzgl. Versandkostenanteil

**Franchise-Handbuch**  
Nr. 2628, Fr. 49.-

Vorname

Name

Firma

Strasse

PLZ/Ort

Telefon  
10/99