



Ohne Prozesse läuft nichts – wie Franchiseunternehmen funktionieren

TORBEN L. BRODERSEN



Agenda

1

Franchise – die Konstruktion.

2

Prozesse – mehr als Arbeitsgrundlage.

3

Die Praxis.

4

Essenz für das Franchisemanagement.

1. Franchise – die Konstruktion.

Kooperation. Arbeitsteilung. Marke.

- Vertikale Struktur als Basis dieser Unternehmenskooperation.
- Im Fokus: Klar definierte Arbeitsteilung zwischen Franchisegeber und Franchisenehmern.
 - Bildet Rahmen: Rechtliches “Dauerschuldverhältnis”
 - Prinzip: Leistung und Gegenleistung (Gebührenstruktur)

Was bedeutet die Arbeitsteilung?

- Standardisierte und festgelegte Abläufe, einheitlicher Auftritt am Markt
- Vorteil: Alle Beteiligten wissen, woran sie sind

OBERSTES ZIEL
Skalierung, Marke stärken, Wiedererkennung.



2. Prozesse – mehr als Arbeitsgrundlage.

„Ordnung ist das halbe Leben“

- Sicherstellung der Einheitlichkeit ist Aufgabe des Franchisegebers. Prozesse dienen als Anleitung und Grundlage.
- Im Franchise wird (fast) nichts dem Zufall überlassen.

Prozesse bestimmen interne und externe Abläufe

- Handbücher dokumentieren Abläufe und legen Auftritt fest
- Je nach Branche wird jedes Detail festgelegt bzw. standardisiert (z.B. Gastronomie)
- Einheitlichkeit nützt dem Branding

Ist das Franchisesystem ein starres Gerüst oder ein lebendiges Modell?

3. Die Praxis.

“1x denken, 100x machen?”

Konformität schafft Wiedererkennung und Prozesse bilden hierfür die Grundlage.

Was ist geregelt?

- Checklisten
- Qualitätsmanagement (Produkt/Dienstleitung)
- Gestaltung des POS
- Marketingaktivitäten
- Etc

Prozesse bestimmen interne und externe Abläufe

- Handbücher dokumentieren Abläufe und legen Auftritt fest
- Je nach Branche wird jedes Detail festgelegt bzw. standardisiert (z.B. Gastronomie)
- Einheitlichkeit nützt dem Branding



**Während der Multiplikation:
Niemals aufhören, zu denken.**

3. Die Praxis.

Der Spagat.

- Systemstandards müssen laufend angepasst werden, gleichzeitig muss Einheitlichkeit gewährleistet bleiben
- Managamentaufgabe: Konformität “à jour” halten, Franchisepartner unterstützen und System weiterentwickeln

Was bedeutet das für die Praxis?

- Kompetenz vorhalten (in- und extern)
- Enge Kommunikation sicherstellen
- (Digitale) Tools verwenden
- Franchisepartner einbinden

Am Ende steht ein Mix aus Top-down- und Bottom-up-Strukturen.
Das Franchisesystem steht niemals still.

3. Die Praxis.



Konformität sicherstellen.

Leistung des Franchisegebers. Als Unterstützung gegenüber den Partnern und zur Stärkung der Marke.

Was konkret wird gemacht?

- Enge Vor-Ort-Betreuung (Außendienst)
- Schulungen
- Warenwirtschaft
- Betriebswirtschaftliche Unterstützung
- Monitoring der Marketing-Aktivitäten

**Der Spagat kann dann bewältigt werden,
wenn Prozesse und Standards konsequent eingehalten werden.**

4. Essenz für das Franchisemanagement.

It's the Branding stupid.

WorkFlow-Management ist eine grundlegende Herausforderung mit erheblichen Chancen über Wiedererkennung am Markt.

Komplexität des permanenten Zusammenwirkens der unterschiedlichen Ebenen:

- Im Blick behalten: Tagesgeschäft, strategische “einheitliche Linie” und Innovationen
- Partizipation von Franchisepartnern seit Jahren intensiviert.



**Nutzen schaffen, ausbauen und Bindung beibehalten.
Einheitlichkeit schafft Wettbewerbsvorteile und damit Kundennutzen.**

4. Essenz für das Franchisemanagement.

Warum ohne Prozesse nichts läuft.

**Einheitlichkeit schafft Stabilität und Resilienz.
Und eine starke Marke.**

**Arbeitsteilige Prozesse sind Grundlage für
Funktionsfähigkeit:**

- Sie sind Leitplanken und müssen transparent dokumentiert sein.
- Sie sind bindend.
- WorkFlow muss durch professionelles Management gewährleistet werden.
- Optimierung der Abläufe sollte in der DNA des Systems implementiert sein.

JEDE STARKE FRANCHISEMARKE
IST AUF PROZESSEN AUFGEBAUT.

IHRE IMPLEMENTIERUNG UND
WEITERENTWICKLUNG WIRD ZUM

**ERFOLGS- UND
QUALITÄTSMERKMAL.**