

Franchisegeber/in

Berufsbeschreibung

Durch ihre spezifischen Kenntnisse und Fähigkeiten, Liebhabereien etc. haben der Franchisegeber und die Franchisegeberin sich auf die Lösung eines bestimmten Problems für eine bestimmte Zielgruppe spezialisiert und bewährt. Sie haben ein Produkt oder eine Dienstleistung entwickelt wie z.B. eine Sprachschule wie Inlingua oder Berlitz, ein Restaurant wie Möwenpick oder ein Krafttraining wie KieserTraining. Franchisegeber und Franchisegeberinnen garantieren die Qualität und Verkaufbarkeit ihres Produkts. Davon überzeugen sie Menschen, die sich eine eigenständige Existenz aufbauen wollen, aber weder Zeit noch Kosten (evtl. auch keine Idee) für die Entwicklung eines eigenen Produktes aufbringen können. Sie sind aber gewillt, das bewährte Produkt gegen eine Abgabe anderen (= den sog. Franchisenehmern) zur Nutzung zu überlassen. So kommt es zu einer langfristigen, guten Zusammenarbeit, von der beide Parteien (Franchisegeber und Franchisenehmer) wirtschaftlich – und oft auch persönlich – profitieren.

Anforderung

Zu diesem Beruf kann man auf verschiedenste Weise kommen. Eine Handwerkslehre oder eine kaufmännische Ausbildung (oder beides) sind sicher eine günstige Basis.

Drang zur Selbständigkeit, Fähigkeit, Probleme zu erkennen, Erfindungsgeist, eigenständiges, systematisches Denken, Qualitätsbewusstsein, Übersicht, Bereitschaft zu ständiger Weiterbildung, gute kaufmännische Fähigkeiten, Gespür für Marktentwicklung, Engagement für eine Idee – keine ausschliessliche Geldorientierung, Denken in komplexen Vernetzungen, Fähigkeit, Prioritäten zu setzen, Führungsqualitäten.

Ausbildung

Meist Autodidakt/in; hilfreich für potentielle Franchisegeber ist die Zugehörigkeit zum Franchiseverband (Wissen über Handbücher, Know-how, Kurse) und das Studium der Publikationen erfolgreicher Franchisegeber. Bewährt haben sich auch Strategielehren (z.B. EKS von Mewes) oder Arbeitsmethodikseminare wie HRI (begründet durch G. Grossmann).

Entwicklungsmöglichkeiten

Gewinnen immer weiterer Franchisenehmer durch Überzeugen und den Erfolg der bisherigen Franchisekette; Verbreiten der Idee durch Publikationen und Interviews, Öffnung der betriebseigenen Ausbildungsstätte für jeden Interessierten; Gewinnen von öffentlichen Persönlichkeiten der Forschung, des Sports, der Politik; nationaler Marktführer; internationaler Marktführer.