

Internationale F

Dienstag, 23. Oktober 2001 · Nr. 246 · S/R/D

Sonderseiten der Fra

Wird Franchising bald zur weltweit vorherrschenden Vertriebsform? Airlines, Banken, Sprachschulen und Zahnärzte schaffen „Franchise-freien Zonen“ ab und setzen sie

Von Andreas Brenneke

Nun begeben sich Deutschlands Zahnärzte systematisch auf Partnersuche. „Eine Stärkung der eigenen Position und eine bessere Interessenvertretung in der Öffentlichkeit“, bewegen den promovierten Zahnarzt Ulf Kettner im August des vergangenen Jahres zum Franchise-Start. Der Dentist aus dem norddeutschen Fockbek ist einer von 34 Franchise-Nehmern im weißen Ärztekittel, die sich durch das 1999 etablierte MacDent-Konzept Wettbewerbsvorteile erhoffen: Ob Marketing, Praxismanagement oder Behandlungsmethoden, der Systemgeber versorgt sie mit Know-How – jahrelang erprobt in den beiden Praxen der Gründer Armin Jäckel und Reinhard Sattler. Basis der Franchise-Philosophie ist die Vermarktung eines hohen Qualitätsanspruchs, der auf einem systemspezifischen Behandlungs- und Fortbildungskonzept für Arzt und Team, einem zertifizierten Prozessmanagement sowie jährlichen Kontrollen externer Check-Zahnärzte basiert.

Während sich die *partnership for profit* (kurz: pfp) bei Fast-Food-Lokalen wie McDonald's und Burger King, Baumärkten wie Obi, Fotogeschäften wie Photo Porst und Foto Quelle, Sonnenstudio-Ketten wie AYK und Sunpoint sowie anderen Wirtschaftszweigen bereits tausendfach bewährt hat, galt der Luftverkehr bis zum Start des Team Lufthansa als „franchise-freie Zone“. An Bord dieser „fliegenden Kooperation“ sind fünf Fluggesellschaften: Augsburg Airways, Cimber Air, Cirrus Airlines, Contact Air und Rheintalflug. Die 44 Maschinen mit dem europäischen Sternenkrantz-Logo befördern jährlich 2,2 Millionen Fluggäste. Gemeinsam steuern die „Partner der Lüfte“ seit fünf Jahren vorwiegend Augsburg, Kiel, Mannheim und andere Zielorte in Deutschland an. „Diese Ziele werden von Lufthansa oder Lufthansa CityLine aus wirtschaftlichen oder operationalen Gründen nicht selbst angeboten, weil das Flugzeug mit dem regionalen Passagieraufkommen nicht ausgelastet wäre oder die Start- und Landebahnen an den Flughäfen zu kurz ist“, erläutert Sandra Kraft, Pressesprecherin der Deutschen Lufthansa AG.

Grundlage des Partnerschaftsmodells sind klar strukturierte Zuständigkeiten: Während Cockpit- und Kabinencrew sowie das Flugzeug von der jeweiligen Airline gestellt werden, orientieren sich Servicegestaltung und -abläufe an Bord an dem Einklassenkonzept der CityClass der

Der Franchise-Boom erlebt mit dem Team Lufthansa einen ungeahnten Höhenflug.

Lufthansa CityLine. Eine Arbeitsteilung, die ankommt: „Wir sind mit den Ergebnissen sehr zufrieden“, sagt Pressechefin Kraft. „Weitere Regionalflüge werden mit Sicherheit folgen.“

Ob Bodyguards, Personalvermittler, Nachhilfelehrer, Makler oder Internetspezialisten – immer mehr Dienstleister entscheiden sich für den vereinten Franchise-Auftritt am Markt. Nach Ansicht des amerikanischen Trendforschers John Naisbitt wird sich das Franchising im Jahr 2010 zur weltweit vorherrschenden Vertriebsform entwickeln. Und Zukunftsforscher Jeremy Rifkin wertet Franchi-

sing als folgenreichste Neuorganisation von Geschäftsbeziehungen, die sich seit Ende des 19. Jahrhunderts entwickelt hat. Laut Rifkin wachsen bereits heute die mit Franchising befassten Branchen sechsmal schneller als die Wirtschaft insgesamt.

Kein Wunder, dass auch Bildungsspezialisten wie Berlitz dieses Potenzial zur eigenen Expansion nutzen möchten. 1997 beschloss der Marktführer (mehr als 400 Sprach-Center weltweit), die 49 firmeneigenen Berlitz-Center in Deutschland um 16 Franchise-Betriebe zu ergänzen. „Über diesen Weg können wir unser Know-How

Franchise-Messe

Frankfurter Rundschau

Frankfurter Rundschau · Seite 13

Ertriebsform?

... auf die partnerschaftliche Expansion

DIE MESSE

Öffnungszeiten:

25. Oktober 10 Uhr bis 18 Uhr
26. Oktober 10 Uhr bis 18 Uhr
27. Oktober 10 Uhr bis 18 Uhr
28. Oktober 10 Uhr bis 16 Uhr

Eintrittspreise:

- Tageskarte 62 Mark
inkl. franchise International mit Messekatalog
- Dauerkarte 88 Mark
inkl. franchise International mit Messekatalog
- Ermäßigte Eintrittskarte 42 Mark
Studenten, Arbeitslose und Schwerbeschädigte
inklusive franchise International mit Katalog

FRANCHISING ONLINE

Anregungen, Ideen und Unternehmensnachrichten zum Thema Franchising bietet online das Internet-Portal www.franchise-net.de. Es handelt sich dabei um ein Serviceangebot der Wuppertaler Firma allnet franchise AG. Judith Holländer, lange Zeit Geschäftsführerin eines Franchisesystems, der auf Franchising spezialisierte Wirtschaftsanwalt Helmuth Liesegang sowie muehlhaus & moers kommunikation gmbh, vertreten durch den geschäftsführenden Gesellschafter Karsten Mühlhaus, haben die allnet franchise AG gegründet und stellen ihre jahrzehntelange Franchise-Erfahrung der Branche zur Verfügung.

Auf mehr als 800 Seiten gibt es Wissenswertes zu Geschäftsideen rund um Franchising, Lizenzen und Kooperationen. Ein umfassendes Archiv mit gründungsrelevantem Know-how und nahezu 600 kommentierte Gründerlinks ergänzen das Angebot. Tagesaktuelle Meldungen auf der Leitseite und ein E-Mail-Newsletter informieren regelmäßig über Neues aus der Branche. Verschickt wird das elektronische Nachrichtenmagazin jeden Montag an mehr als 6000 Abonnenten.

Neben Hinweisen auf Neuerungen sowie allgemeinen Nachrichten aus der Welt des Franchising gibt es hier auch eine Job- und Partnerbörse. Hinzu kommen Foren rund ums Thema. Eine integrierte Suchfunktion hilft dem User, die Information zu finden, die er sucht.

CHRISTINA RÖHL

Weitere Internet-Adressen zum Franchising:

www.dfv-franchise.de
www.dfnv.de
www.franchiserecht.de
www.franchise-portal.de
www.franchise-net.de
www.ffs-online.de
www.franchise-messe.de
www.ihk.de
www.dta.de

(Bild: Team Lufthansa)

auch in Gegenden anbieten, in denen wir bisher noch nicht mit eigenen Centern vertreten waren“, erklärt Rita Czorny, Berlitz-Beauftragte in Eschorn, diesen Schritt. Zwei der Partner-Betriebe, die traditionelle Sprachenschule und Einzelhandel verbinden sollen, eröffneten bisher in Augsburg und Rostock. Neben dem breitgefächerten Angebot an Sprachkursen verdienen die Franchise-Nehmer am Übersetzungsservice sowie am Verkauf von Selbstlernprogrammen in Form von Video- und Audiokassetten, Software und Büchern.

Selbst die bisher reservierten Banken öffnen sich ansatzweise dem Franchising.

das zeigt das Beispiel der Citibank in Belgien. Dort sind bereits – neben 35 eigenen Filialen – rund 180 Franchisenehmer, meist ehemalige Bankmitarbeiter, als selbstständige Unternehmer für die Zentrale tätig. Die erfolgreiche Erprobung im Nachbarland schürt Spekulationen über eine Nachahmung in Deutschland. Doch „zurzeit gibt es keine entsprechenden Pläne“, versichert Citibank-Sprecher Christian Kroos im Gespräch mit der *Frankfurter Rundschau*, schränkt jedoch ein: „Viel leicht später einmal.“

Autor Andreas Brenneke ist freier Journalist.