

Franchisegeber/in

Berufsbeschreibung

Durch ihre spezifischen Kenntnisse und Fähigkeiten, Hobbys etc. haben der Franchisegeber und die Franchisegeberin sich auf die Lösung eines bestimmten Problems für eine bestimmte Zielgruppe spezialisiert und auch schon bewährt. Sie haben ein Produkt oder eine Dienstleistung entwickelt wie z. B. eine Sprachschule wie Inlingua oder Berlitz, ein Restaurant wie Möwenpick oder eine Rückenschule mit Krafttraining wie Kieser-Training.

Franchisegeber und Franchisegeberin 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. Franchiseunternehmern) zur Nutzung zu überlassen. So kommt es zu einer langfristigen, guten Zusammenarbeit, von der beide Parteien (Franchisegeber und Franchiseunternehmer) wirtschaftlich – und oft auch persönlich – profitieren.

Anforderung

Zu diesem Beruf kann man sehr unterschiedlich kommen. Eine Handwerkslehre oder eine kaufmännische Ausbildung (oder beides) sind sicher eine solide Basis.

Drang zur Selbständigkeit, Probleme analysieren und erkennen, Erfindergeist, eigenständiges, systematisches Denken, Qualitätsbewusstsein, Übersicht, Bereitschaft zu ständiger Weiterbildung, gute kaufmännische Fähigkeiten, Gespür für Marktentwicklung, Engagement für eine Idee - keine ausschließliche Geldorientierung, komplexes Denken, Prioritäten setzen, Führungsqualitäten.

Ausbildung

Meist Autodidakt/in; hilfreich für potenzielle 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 Franchiseunternehmer durch Überzeugen und den Erfolg der bisherigen Franchisekette, Verbreiten der Idee (Produkt, Dienstleistung, Linie) durch Publikationen und Interviews, Öffnung der betriebseigenen Ausbildungsstätte für jeden Interessierten, Gewinnen von öffentlichen Persönlichkeiten der Forschung, des Sports, der Politik, Marktführer national und international.