

- Dies ist nur die Druck-Version. Der original Newsletter wird per E-Mail verschickt-



Aktuell – Fachinformationen für Franchise-Unternehmen

2. Quartal 2010 / Ausgabe 2 / 18.Jahrgang

Guten Tag!

Heute möchten wir Ihnen, bevor wir Sie der Lektüre der mal wieder sehr interessanten „Aktuell“-Beiträge überlassen, ein neues -druckfrisches- Buch vorstellen:

Der britische Verlag „Globe Law and Business“ hat in Zusammenarbeit mit mehreren internationalen Partnern und unter dem Consulting Editor Marco Hero von TIGGES Rechtsanwälten aus Düsseldorf, das Buch „International Franchising – A Practitioner’s Guide“ herausgegeben. Das englischsprachige, 376 Seiten umfassende Werk enthält Fachaufsätze von und für Franchise-Experten aus aller Welt.

So gibt es zum Beispiel einen Beitrag über die Unterschiede im Franchise-Gesetz in den verschiedensten Ländern, oder über die zu bedenkenden kulturellen Hintergründe im Bezug zu internationalem Franchise. Verschiedene branchenspezifische Beiträge, wie z.B. das Thema Finanzierung, runden die internationale Sicht ab.

Herr Jörg Eckhold, Geschäftsführer der Eckhold & Klinger Unternehmensberatung GmbH (BDU) wurde von dem Verlag beauftragt, einen Beitrag unter dem Titel „Financing – the German perspective“ beizusteuern. Auch die auf Franchise spezialisierten Rechtsanwälte der TIGGES Rechtsanwälte in Düsseldorf waren maßgeblich an dem Buch beteiligt.

Weitere Informationen sowie natürlich die Möglichkeit, das Buch zu einem Preis von 130,-£ (entspricht ca. 156,-€) zu bestellen, gibt es direkt beim Verlag unter www.gbplawbooks.com jetzt wünschen wir Ihnen erst einmal viel Vergnügen beim Lesen unseres Newsletters. Sollten Sie Fragen zu den Beiträgen oder den Autoren haben, stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Aber jetzt wünschen wir Ihnen erstmal viel Vergnügen beim Lesen unseres Newsletters. Sollten Sie Fragen zu den Beiträgen oder den Autoren haben, stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Ihr Franchise-Team der Consultants House GmbH
franchiseteam@consultants-house.de

Inhalt:

- Seite 2: Gesetzliche Grundlagen der Businessplanung**
(von Jörg T. Eckhold, Eckhold & Klinger Unternehmensberatung GmbH (BDU))
- Seite 3: Vorsteuerabzug bei Bonuszahlungen gefährdet**
(von Julia Schoepp und Marco Hero, TIGGES Rechtsanwälte)

Seite 3: KfW bezuschusst Gründercoaching
(von Holger Schwabe, KfW Bankengruppe)

Seite 5: Software-Module für Franchisesysteme
(von Lars von Glahn, C1-Solutions GmbH)

Seite 7: Franchise bei YTONG
(von Andreas Grupe, YTONG Bausatzhaus GmbH)

Ihr Franchise-Team der
Consultants House GmbH
franchiseteam@consultants-house.de



Gesetzliche Grundlagen der Businessplanung
(von Jörg T. Eckhold, Eckhold & Klinger Unternehmensberatung GmbH (BDU))

Im Die Integration neuer Franchise-Partner in bestehende Systeme ist in jedem Fall eine interessante Herausforderung. Die Recruitingabläufe stimmen, die Trainingsabläufe greifen und das Anfangsmarketing zeigt die ersten Erfolge.

Doch stellt sich immer wieder die Frage, erreicht der neue Partner die abgebildeten Umsätze gemäß der Businessplanung? Letztendlich hängt der Erfolg des Franchise-Nehmers von seinem eigenen Handeln als selbständiger Kaufmann ab.

Dennoch kommt es immer häufiger zur außergerichtlichen wie aber auch gerichtlichen Auseinandersetzungen zwischen Franchise-Geber und –Nehmer unter Bezug auf das Thema der falschen Businessplanung.

Seit 2007 existieren die Grundsätze ordnungsgemäßer Planung (GoP), herausgegeben vom Institut der Unternehmensberater IDU im Bundesverband Deutscher Unternehmensberater BDU e.V..

In der Version 2.1, 3.Auflage 2009 haben diese Grundsätze Eingang in den IDW-Standart S6 (Institut der Wirtschaftsprüfer) gefunden.

Damit wird die Anwendung der Grundsätze zu einem MUSS bei der Gründung von neuen Franchise-Nehmern. Franchise-Geber, die für die Gründung ihrer zukünftigen Franchise-Nehmer eine Businessplanung mit Hilfe des Leitfadens durchführen, können somit mehr Rechtssicherheit erlangen.

Durch die angewandte Unternehmensplanung (Existenzgründungsplanung) wurden die Planungsschritte Zielsetzung, Planung, Durchführung, Kontrolle und Steuerung dargestellt.

Diese Darstellung betrachtet innerhalb des Planungszeitrahmens alle Schritte der Franchise-Nehmer. Hierdurch lässt sich folgern, dass der Existenzgründer vor der Aufnahme seiner selbständigen Tätigkeit sehr genau über sein Vorhaben aufgeklärt wird.

Erst durch diese gesetzlichen Grundlagen und Grundsätze lassen sich gesicherte und bewährte betriebswirtschaftliche Erkenntnisse und Grundsätze berücksichtigen.

Aber nicht nur ein neuer Franchise-Nehmer hat vor Aufnahme seiner selbständigen Tätigkeit eine Businessplanung durchzuführen, auch bestehende Franchise-Systemgeber müssen gemäß Basel II operative Planungen gegenüber ihren Banken abgeben.

Die GoP dienen einer Vielzahl von Anlässen, wie z.B. auch der strategischen Neuplanung (Expansion), der Restrukturierung oder der Unternehmensnachfolge.

Die GoP können von unserer Internetseite www.eckhold-klinger.de herunter geladen werden. Für ausführliche Beratung in diesem Zusammenhang steht Ihnen unser Team gerne zur Verfügung.

Jörg T. Eckhold
Eckhold & Klinger Unternehmensberatung GmbH (BDU)
Tel.: 0 21 56 - 4 91 91-10
Fax: 0 21 56 - 4 91 91-20
Mail: joerg.eckhold@eckhold-klinger.de



Vorsteuerabzug bei Bonuszahlungen gefährdet (von Julia Schoepp und Marco Hero, TIGGES Rechtsanwälte)

Viele Franchise-Geber erhalten Rückvergütungen von Ihren Lieferanten, die als Bonus auf Einkäufe entweder der System-Zentrale oder einzelnen Franchise-Nehmern gewährt werden. Die steuerliche Einordnung solcher „Kick-Backs“ hat sich durch eine Entscheidung der Finanzgerichte geändert und sollte von jedem betroffenen Franchise-Geber berücksichtigt werden.

Einkäufer aus Branchen jeglicher Art, so auch Franchise-Geber, werden sich in der Regel um gute Einkaufskonditionen bemühen, zu denen auch die Vereinbarung von Preisnachlässen gehört. Wer bei der Kontrolle der Eingangsrechnungen jedoch nicht aufpasst, riskiert den Verlust des Vorsteuerabzuges und macht damit am Ende u.U. seinen Einkauf um 19 % teurer.

Vereinbaren Franchise-Geber und Verkäufer Boni, Skonti, Rabatte oder sonstige Entgeltminderungen, muss diese Vereinbarung in der Rechnung nach Ansicht des Finanzgerichtes Münster nämlich auch dann vermerkt werden, wenn der Bonus sich auf die konkrete Rechnung gar nicht ausgewirkt hat. In dem entschiedenen Fall ging es um einen Jahresbonus in Höhe von 0,5% bei Abnahme einer bestimmten Mindestmenge an Kopierpapier. Obwohl die Mindestmenge nicht erreicht wurde, versagte das Finanzamt dem Käufer den Vorsteuerabzug aus der Rechnung mit dem Argument, es hätte dennoch ein Hinweis auf den vereinbarten Jahresbonus in die Rechnung aufgenommen werden müssen. Gegen die Entscheidung legte der Steuerpflichtige Revision zum BFH (Az. XI R 3/09) ein.

Der Ausgang des vorbezeichneten Verfahrens ist für alle Franchise-Geber von Relevanz, deren Einkaufskonditionen Entgeltminderungen vorsehen. Wer seinen Vorsteuerabzug trotz des schwebenden Verfahrens vor dem BFH aktuell schon nicht gefährden möchte, sollte darauf achten, dass entsprechende Vereinbarungen in den Eingangsrechnungen Erwähnung finden.

Weitere Auskünfte erteilen:

Julia Schoepp und Marco Hero
TIGGES Rechtsanwälte
Tel.: 0211 / 86 87-120
Fax: 0211 / 86 87-235
E-Mail: schoepp@tigges-info.de



KfW bezuschusst Gründercoaching (von Holger Schwabe, KfW Bankengruppe)

Interview mit Luise Thomas, Referentin Vertrieb der KfW Bankengruppe

Frage: An wen richtet sich das Gründercoaching?

Antwort: Das Gründercoaching Deutschland (GCD) richtet sich an Existenzgründerinnen und -gründer in den ersten 5 Jahren nach dem Start ihres Unternehmens. Gerade in dieser sensiblen Phase haben Jungunternehmer oftmals noch einen hohen Bedarf an Unterstützung durch Experten. Das Gründercoaching ist eine gute Möglichkeit, diesem Beratungsbedarf zu entsprechen und so die Bestandsfestigkeit von Existenzgründungen zu erhöhen. Für Gründerinnen und Gründer aus

Arbeitslosigkeit besteht im ersten Jahr nach der Existenzgründung sogar die Möglichkeit einer erhöhten Förderung, sofern sie Leistungen nach dem Sozialgesetzbuch II oder III erhalten.

Frage: Worin besteht die Unterstützung genau?

Antwort: Die KfW vergibt im Auftrag des Europäischen Sozialfonds (ESF) einen Zuschuss zu den Kosten der Beratung. Die Höhe der Unterstützung richtet sich nach dem Sitz des Unternehmens: in den alten Ländern und Berlin können 50% des Beraterhonorars bis zu einer maximalen Bemessungsgrenze von 6.000 Euro gefördert werden, d.h. dass der Gründer einen maximalen Zuschuss von 3.000 Euro erhalten kann. Die anderen 50% an den Beratungskosten sowie evtl. anfallende Nebenkosten der Rechnung und die Mehrwertsteuer muss der Gründer als Eigenanteil erbringen. In den neuen Bundesländern beträgt die Förderung sogar 75% des Beraterhonorars, hier muss der Gründer somit nur 25% der Beratungskosten selbst finanzieren. Der maximale Zuschussbetrag in den neuen Ländern beträgt somit 4.500 Euro. Gründerinnen und Gründer, die aus der Arbeitslosigkeit heraus gründen, erhalten im gesamten Bundesgebiet eine besonders hohe Förderung von 90% der Beratungskosten, d.h. dass diese nur einen Eigenanteil von 10% erbringen müssen, um ein Coaching in Anspruch nehmen zu können. Die maximale Bemessungsgrenze beträgt hierbei 4.000 Euro, der Zuschussbetrag somit bis zu 3.600 Euro.

Frage: An wen muss sich der interessierte Unternehmer wenden, um in den Genuss des Coachings zu gelangen?

Antwort: Der Gründer kann ganz einfach seinen Antrag für einen Zuschuss im Internet unter www.gruender-coaching-deutschland.de online erfassen. Die erfassten Daten werden automatisch in ein PDF-Antragsformular übertragen, das anschließend ausgedruckt werden kann. Dieses ausgedruckte und rechtsverbindlich unterschriebene Antragsformular bildet die Grundlage für die Antragstellung bei dem zuständigen Regionalpartner vor Ort. Dies kann die Industrie- und Handelskammer, die Handwerkskammer oder auch eine Wirtschaftsfördergesellschaft sein. Der für die jeweilige Region zuständige Regionalpartner ist im Internet unter www.rp-suche.de zu finden. Der Regionalpartner prüft, ob die Voraussetzungen für die Förderung im Gründercoaching gegeben sind und sendet die Unterlagen zusammen mit seinem Votum an die KfW weiter.

Frage: Wer sucht den Berater aus, welchen Standards muss er genügen?

Antwort: Die Gründerinnen und Gründer können selbst entscheiden, welchen Berater sie beauftragen möchten. Einzige Bedingung: der Berater muss in der KfW-Beraterbörse (www.kfw-beraterboerse.de) gelistet und für Beratungen im Gründercoaching Deutschland zugelassen sein.

Frage: Zu welchen Themen kann die Beratung erfolgen?

Antwort: Grundsätzlich kann das Coaching zu allen wirtschaftlichen, finanziellen und organisatorischen Fragen der Betriebsführung durchgeführt werden. So kann bspw. die Erstellung eines Marketingkonzeptes für das Unternehmen, die Vorbereitung auf Finanzierungsgespräche bei der Hausbank oder auch die Verbesserung der betrieblichen Abläufe Gegenstand der Beratung sein. Nicht gefördert werden Beratungen, die überwiegend steuerliche oder rechtliche Themen zum Inhalt haben.

Frage: Was passiert, wenn es im Prozess des Coachings zu Differenzen zwischen Coach und Unternehmer kommt?

Antwort: Über die Durchführung des Coachings wird zwischen Gründer und Berater ein Vertrag abgeschlossen. Die KfW empfiehlt, in diesen Vertrag auch eine beiderseitige Kündigungsregel aufzunehmen, damit im Falle von Differenzen keine rechtlichen Schwierigkeiten entstehen. Einen Mustervertrag stellen wir gerne zur Verfügung. Sollte ein Coaching vor Beendigung abgebrochen werden, kann auch mit einem anderen Berater ein neuer Vertrag über die Fortführung des Coachings vereinbart werden, sofern die maximale Bemessungsgrenze von 6.000 bzw. 4.000 Euro noch nicht ausgeschöpft wurde. Die bereits geleisteten Beratungstage können natürlich bei der KfW abgerechnet werden.

Frage: Wie kommt der Unternehmer - nach Abschluss des Coachings - in den Genuss des Zuschusses?

Antwort: Nach Abschluss des Coachings reicht der Gründer seine Abrechnungsunterlagen bei seinem Regionalpartner ein. Hierzu zählt u.a. die Rechnung des Beraters, der Abschlussbericht und der Kontoauszug als Nachweis darüber, dass der Eigenanteil vom Gründer gezahlt wurde. Liegen alle Unterlagen vollständig vor, zahlt die KfW den Zuschuss an dem Beraterhonorar an den Gründer aus. Wenn es gewünscht wird, kann der Zuschuss auch direkt an den Berater ausgezahlt werden.

Holger Schwabe
KfW-Bankengruppe
Tel.: 030 / 20 26 4-5830
Fax: 030 / 20 26 4-5891
Mail: holger.schwabe@kfw.de



Software-Module für Franchisesysteme (von Lars von Glahn, C1-Solutions GmbH)

Die häufigste Fragestellung, die sich bei der Errichtung einer IT-Struktur stellt, ist:

Wie kann eine Franchisemarke am wirkungsvollsten, effizientesten und sichersten durch IT unterstützt und von ihr begleitet werden?

Ein Franchise-Unternehmer garantiert, dass alle Lizenznehmer zuverlässig und ohne Ausnahme die definierten Qualitätsstandards einhalten. Alle Produkte oder Services müssen überall in der gleichen Beschaffenheit angeboten und vom Kunden identisch wahrgenommen werden. Davon hängt der Erfolg des Unternehmens ab.

Hieraus ergeben sich hohe Anforderungen an die Steuerung und das Management der Vertragspartner.

Schon von Anbeginn sollte die Minimierung von Abläufen bedacht werden und die Unterstützung durch IT geprüft werden. Ziele sind der Aufbau einer gezielten Unterstützung der eigenen Mitarbeiter durch IT-Systeme als steuernde Basis des Franchisesystems. Aber auch dem Endkunden mit einer stets gleich bleibenden Außendarstellung entgegen zu treten, wird von einer gut geplanten und durchdachten Lösung unterstützt.

Besonderes Augenmerk liegt auf der permanenten Bereitstellung der relevanten Kunden- und Umsatzdaten und zugehöriger Kennzahlen. Auf dieser Grundlage können Analysen und Auswertungen (Systemcontrolling) erfolgen, die zur Steuerung des Geschäfts notwendig sind. Auch die Präsentation des Franchisesystems über eine informative und interaktive bzw. sehr anwenderfreundliche Homepage ist ein wichtiges Qualitätsmerkmal für das Franchisesystem. Gerade die Verfügbarkeit eines Systems, wie z.B. die Durchführung einer Bestellung durch den Kunden über das Internet ist ein wesentlicher Qualitätsbaustein des Systems.

Aber auch bei bestehenden Franchisesystemen ist ein kontinuierliches Monitoring der Systeme notwendig. Dies betrifft insbesondere den regelmäßigen Check, ob die bestehenden Lösungen auch weiterhin dem künftigen Expansionsweg standhalten. Hierzu ein Beispiel aus der jüngsten Praxis der C1 Solutions:

Egal ob es darum geht, etwas zu verkaufen oder eine Dienstleistung anzubieten: Wer die Dienste eines Franchiseunternehmens in Anspruch nimmt, erwartet einen perfekten Service. Dazu gehören Vertrauenswürdigkeit, verlässliche und umfassende Informationen, zuverlässige und kompetente Beratung, professionelle, zügige und fehlerfreie Abwicklung des Geschäfts. Kaum ein Kunde ahnt, welche komplexen Anforderungen ein weltweit einheitlicher Qualitätsstandard an die IT-Systeme stellt. Der Kunde der C1 Solutions hat deshalb schon vor zwei Jahren damit begonnen, die gesamte IT-Infrastruktur des Unternehmens einer gründlichen Revision zu unterziehen. Das Hamburger Software-Unternehmen C1 Solutions, das schon den Ausschreibungsprozess und die Einführung des neuen ERP-Systems (Enterprise Resource Planning) begleitete, hat unterdessen mehrere Projekte für den Franchisegeber abgewickelt und berät als strategischer Partner das Management bei der Neuausrichtung der IT-Infrastruktur.

Nach Evaluierung mehrerer Alternativsysteme war bei dem Kunden die Entscheidung auf SAP R/3 gefallen. Vor allem im Hinblick auf das zukünftige Wachstum, aber auch, um Kostenrechnung und Unternehmenssteuerung der Franchise-Gruppe zu verbessern, erwies sich SAP R/3 als am besten geeignet. Speziell durch die Franchisestruktur bestand vor der SAP R/3-Migration eine bunte Landschaft unterschiedlicher Finanzbuchhaltungs- und Fakturierungssysteme. Die Debitoren-

Konsolidierung für das Forderungsmanagement war nur mit ungeheurem Aufwand zu erreichen. Zudem setzten die verschiedenen Programme auf jeweils eigenen Stammdaten auf – im Laufe der Zeit kam es deshalb zwangsweise zu Inkonsistenzen und Abweichungen.

Datenqualität gilt heute zu Recht als einer der entscheidenden Faktoren für den Unternehmenserfolg, weil die Stammdaten eines Unternehmens für die Abwicklung integrierter Geschäftsprozesse von zentraler Bedeutung sind. Deshalb hat C1 Solutions dem Kunden ein Projekt zur Einführung eines Master-Data-Managements empfohlen.

Um beim Kunden die Entwicklungskosten möglichst gering zu halten, wurde die Programmierung komplett durch einen C1-Nearshore-Partner durchgeführt. Die neue Webapplikation bietet den weltweit verteilten Franchise-Nehmern jetzt eine zuverlässige Plattform, um die Umsätze zu erfassen. Früher gingen die Meldungen per standardisierte Excel-Tabellen via E-Mail in der Firmenzentrale ein. Dieses Verfahren hatte ausgedient. Eine Nutzung des Excel-Systems war durchaus praktikabel beim Kunden; aber es war im Hinblick auf zukünftiges Wachstum nicht hinreichend skalierbar.

Früher mussten die einzelnen Umsatzmeldungen für die Fakturierung per Hand in das Buchhaltungssystem übertragen werden, die Tabellen vom Controlling manuell in Master-Tabellen für den wöchentlichen Umsatzbericht konsolidiert werden. Zudem stieß die Analyse der Daten nach unterschiedlichen Kriterien, wichtige Grundlage für die zukünftige Planung, schnell an die Grenzen der Möglichkeiten eines Tabellenkalkulationssystems.

Das neue System beseitigte die Probleme mit einem Schlag: Als weltweit einheitliche Web-Applikation ist es beliebig erweiterbar, Plausibilitätsprüfungen schon bei der Eingabe minimieren die Fehleranfälligkeit und sorgen für verlässliche Zahlen. Das macht es für die Franchise-Partner einfacher, aber vor allem in der Hamburger Zentrale sind die Abläufe dadurch transparenter und sicherer geworden. Mit der automatisierten Übergabe der Fakturierungsdaten an das neue SAP R/3-System wurde eine weitere fehlerträchtige manuelle Schnittstelle beseitigt. Der entscheidende Vorteil aber sind die nahezu unbegrenzten Analyse- und Auswertungsmöglichkeiten.

Ein durchgängiges Informationssystem ist für Franchise-Systeme essentiell. Es dient nicht nur der korrekten Berechnung der Franchise-Gebühren, sondern gibt gleichzeitig Auskunft über die gesamtwirtschaftliche Situation und liefert valide Informationen für Management-Entscheidungen. Mit der zentralen MS-SQL-Datenbank, in die die Umsatzdaten der angeschlossenen Franchisenehmer einfließen, hat der Franchisegeber die Grundlage für ein Business-Intelligence-System (BI) geschaffen. Darauf aufsetzend sorgt das BI-Tool Qlikview sowohl Standardberichte als auch durch differenzierte Datenauswertungen für Transparenz. Das Analyse-Tool des schwedischen Software-Anbieters QlikTech gilt wegen seiner intuitiv bedienbaren Nutzeroberfläche als besonders nutzerfreundlich und einfach handhabbar. Mit Qlikview können unter anderem komplexe Sachverhalte durch Dashboards übersichtlich dargestellt werden. Drill-Up- beziehungsweise Drill-Down-Funktionen erlauben auch komplexe Analysen und vielfältige Perspektiven auf die zugrunde liegenden Daten. Aber es sind nicht nur die neuen Auswertungsmöglichkeiten, die das Controlling des Franchisegebers erfreuen. Auch schnellere, effizientere und qualitativ verbesserte Prozesse und eine verringerte Risikoanfälligkeit sind wesentliche Erfolgsfaktoren der IT-Reorganisation.

Der Kunde will beim bisher Erreichten nicht stehen bleiben und denkt schon weiter: Für die Zukunft scheint ihm der Ausbau der BI-Lösung besonders reizvoll. Denn bisher setzt QlikView nur auf das Umsatz-Tool auf. Wenn weitere Verknüpfungen, auch mit Daten aus dem SAP R/3-System erstellt werden, wären Auswertungen bis auf die Ebene einzelner Transaktionen möglich. Das wird dem Kunden eine ganz neue Dimension des Betriebscontrollings eröffnen. Technisch gäbe es keine Probleme. Die neue IT-Infrastruktur basiert auf Standards und ist so offen und skalierbar, dass Erweiterungen in alle denkbaren Richtungen jederzeit möglich sind.

Lars von Glahn
C1-Solutions GmbH
Tel.: 040 / 52 38 84 50
Fax: 040 / 52 38 81 00
Mail: lglahn@c1-solutions.com



Franchise bei YTONG (von Andreas Grupe, YTONG Bausatzhaus GmbH)

Bei Ytong Bausatzhaus erfährt das Thema Franchise eine neue Interpretation: Die Xella Tochter nutzt das Geschäftsmodell, als zusätzlichen Vertriebskanal und um aktuelle Trends und Entwicklungen aufzugreifen und ihre Markttauglichkeit zu testen. Sie übernimmt so im Unternehmen eine Vorreiterrolle für den Einfamilienhausbau.

Franchise-Systeme erfreuen sich wachsender Beliebtheit. Mittlerweile gibt es kaum eine Branche, in der die Idee dieses auf der Partnerschaft selbstständiger Unternehmer basierenden Managementsystems des gegenseitigen Gebens und Nehmens nicht vertreten ist. Dass mit dem Geschäftskonzept noch ganz andere Ziele verfolgt und umgesetzt werden können, zeigt die Ytong Bausatzhaus GmbH: 1997 als Antwort auf die hohen Zuwachsraten im Markt für Selberbauer gegründet, hat sich die Tochter des Duisburger Baustoffherstellers Ytong schnell zum Marktführer im Segment „Organisierter Selbstbau“ entwickelt. Doch während bei klassischen Franchise-Systemen beide Partner durch mehr Sicherheit und höhere Gewinne profitieren, sieht man hier zusätzliche Vorteile des Systems vor allem in der Möglichkeit, neue Wege und Trends aufzugreifen und auszuprobieren und damit eine gewisse Vorreiterrolle für den Einfamilienhausbau übernehmen zu können.

„Im Vordergrund,“ beschreibt Ytong Bausatzhaus Geschäftsführer Andreas Grupe die Rolle der Ytong Tochter, „steht für uns dabei der Zusatznutzen in der Markenkommunikation. Unser imaginärer Gewinn ist die Marketingleistung, die von unseren Franchisenehmern erbracht und durch deren Gebühren finanziert wird. Und natürlich der Absatz von Steinen.“

Die gezielte Ansprache privater Endkunden, war für den Porenbeton-Marktführer Anlass zur Gründung des Franchise-Systems. „Für einen Konzern,“ so Grupe, „der normalerweise im B2B-Bereich tätig ist, ist die klassische Endverbraucherkommunikation nur mit hohem Aufwand zu leisten. Für die Marke Ytong boten sich uns damit neue und sinnvolle Kommunikationswege und ein zusätzlicher Vertriebskanal, um andere Zielgruppen zu erreichen.“

Mittlerweile vertreiben rund 55 Franchise-Partner in ganz Deutschland Produktangebot und Dienstleistung des Unternehmens. Erste Versuche, das System im deutschsprachigen Ausland zu etablieren sind gerade in der Schweiz und Österreich gestartet. Durchschnittlich erfüllen sich über 500 Bauherren pro Jahr durch Eigenleistung und unter der Organisation des Bauablaufs durch einen Ytong Bausatzhaus-Partner den Traum von den eigenen vier Wänden.

Aufgaben der Franchise-Nehmer

Der Ytong Bausatzhaus-Partner unterstützt seine Kunden von der ersten Planungsüberlegung bis hin zur vollständigen Fertigstellung ihres Hauses. Er plant den gesamten Bauablauf, erstellt die Statik und übernimmt die Bauleitung, erledigt alle Behördengänge, besorgt Handwerker für professionelle Gewerke und sorgt schließlich dafür, dass alle Baustoffe termingerecht auf die Baustelle geliefert werden. Vor, während und nach der Bauphase steht den Bauherren damit ein zuverlässiger und kompetenter Bau-Partner zur Verfügung. Auch der ungeübte Bauherr kann so sein Haus ohne Qualitätsverlust selbst bauen und zudem durch Eigenleistung bis zu 50.000 € sparen. Geld, das im Übrigen in der Regel für Zusatzkomfort am Haus ausgegeben wird.

Hohe Sicherheit bietet dem Bauherrn dabei ein Bausystem, das speziell auf den Selbstbau ausgelegt ist. Kern des Systems ist der ökologische Marken-Baustoff Ytong. Damit ist es möglich, das ganze Haus – vom Keller bis zum Dach – einheitlich aus einem Baustoff zu errichten. Das ganze System wird ergänzt durch Bauteile von bekannten Markenfirmen, die auf den Grundbaustoff Ytong abgestimmt sind und die vor ihrer Auswahl auf ihre Selbstbaufreundlichkeit hin getestet wurden.

Das bundesweit flächendeckende Partnernetz garantiert eine hohe Frequenz von Beteiligungen auf regionalen Messen. So sind das Unternehmen und damit die Marke pro Jahr im Schnitt auf 80 Messen vertreten, was nach Grupe in dieser Menge nur über die klassischen Marketingwege kaum zu leisten ist. Genauso wenig wie die regelmäßige Präsenz in allen regionalen Tages- und Wochenzeitungen sowie Anzeigenblättchen. Das Franchise-System Ytong Bausatzhaus wird damit zu einem Marketing-

und Vertriebsinstrument: „Und das,“ bestätigt Geschäftsführer Grupe, „funktioniert wunderbar. Die Menschen registrieren nur die Marke Ytong. Sie behalten in Erinnerung, dass Ytong die Marke des Jahrhunderts ist und damit zur Spitzengruppe herausragender Produkte aus Deutschland gehört.“

Die Bauzeiten im organisierten Selbstbau von rund einem Jahr bieten außerdem eine gute Möglichkeit zum Test neuer Produkte oder Logistik-Konzepte. Während der enge zeitliche Rahmen von Profi-Baustellen eine reibungslose und termingerechte Anlieferung der Baustoffe erfordert, bieten die Selbstbau-Baustellen hier mehr Spielraum für Experimente.

Auch in kommunikativer Hinsicht übernimmt Ytong Bausatzhaus eine Vorreiterrolle für die Xella Gruppe. „Durch die Nutzung neuer Formen der Online-Kommunikation,“ erklärt Grupe, „ist es uns gelungen, in kürzester Zeit unser Adress-Potential zu verdoppeln. Mittlerweile meldet sich im Durchschnitt pro Jahr jeder 5. Bauwillige bei uns.“ Erste Erfahrungen im Bereich Social-Media werden derzeit gesammelt.

Andreas Grupe
YTONG Bausatzhaus GmbH
Tel.: 02 03 / 80 69 22 2
Fax: 02 03 / 80 69 54 0
Mail: andreas.grupe@xella.com

Consultants House Newsletter Aktuell wird unterstützt von:



Herausgeber:
Consultants House GmbH

Gut Groß-Lind · Kehner Weg 144
D-47918 Tönisvorst

Fon: +49 (0) 21 56 - 4 91 91 - 0
Fax: +49 (0) 21 56 - 4 91 91 - 60
Mail: franchiseteam@consultants-house.de