

WEITERBILDUNG

Franchise macht Schule

Mit Fortbildungen, eigenen Akademien und IHK-Zertifikaten wollen immer mehr Franchise-Unternehmen die Ausbildung der stationären Partner optimieren.

Fast 850 Franchise-Geber versprechen Existenzgründern in Deutschland eine blendende unternehmerische Zukunft. Doch auch bewährte Konzepte und etablierte Marken wie McDonald's, Kamps oder Obi können betriebswirtschaftliche und fachliche Kenntnisse nicht ersetzen. Die Franchise-Zentralen kümmern sich deshalb verstärkt um die Qualifizierung der stationären Partner: Die Branche hat die Weiterbildung entdeckt – und nimmt sie auch selbst in die Hand.

Zum Beispiel Kamps: Der Backwarenspezialist gründete als eines der ersten Systeme eine eigene Akademie. Sie dient der Ausbildung der Fran-

chise-Nehmer, aber auch der Partnerwahl. „Von 100 Bewerbern bestehen nur zehn die Auswahlphase“, berichtet Jens Wallmeier, bei Kamps für die Rekrutierung neuer Franchise-Nehmer zuständig. Neben einem dreiwöchigen „Training on the Job“ lernen die künftigen Backshop-Betreiber in Gruppen von zehn bis 15 Personen eine Woche lang theoretische Grundkenntnisse wie die Auswertung betriebswirtschaftlicher Zahlen.

Kooperation mit IHK

Auch Tee Gschwendner setzt auf qualifizierte Partner: Im April 2006 sollen die ersten Teilnehmer das IHK-Zertifikat „Fachmann/Fachfrau Einzelhandelsmanagement“ erhalten. Der Lehrgang wurde von der Tee-Gschwendner-Akademie und der IHK Bonn/Rhein-Sieg gemeinsam initiiert. „Die Anforderungen im Einzelhandel haben sich in den vergangenen Jahren erheblich gewandelt“, betont Akademieleiterin Karen Gajewski. „Nur wer

sich permanent weiterentwickelt, ist auch in Zukunft den Herausforderungen des Marktes gewachsen.“

Eine ähnliche Strategie verfolgt der Massivhausanbieter Town & Country mit der „Weiterbildung zum zertifizierten Hausverkäufer“. Gemeinsam mit der IHK Erfurt und der Europäischen Kommunikations-Akademie für Bildung, Beratung und Projekte entwickelte das Franchise-Unternehmen ein Schulungsprogramm, das neben dem Basiswissen für Hausverkäufer auch Lektionen in Finanzierungsberatung und Verkauf bietet. Die ersten 30 Absolventen erhielten Ende 2005 die Qualifizierung – und bieten ihren Kunden nunmehr ein Plus an Sicherheit. „Wir beobachten immer wieder, dass Bauprojekte durch mangelhafte Beratung, insbesondere bei der Finanzierung, scheitern. Deshalb schaffen wir einen einheitlichen Qualitätsstandard, der auch dem Schutz der Bauherren dient“, erklärt IHK-Abteilungsleiter Karl-Heinz Pfündner.



In vier Semestern zum Franchise-Manager

Franchise-Spezialisten, die sich system-unabhängig weiterqualifizieren möchten, bietet die Wilhelm-Knapp-Schule (WKS) in Weilburg/Lahn interessante Perspektiven. Als erste Weiterbildungseinrichtung in ganz Deutschland kann dort ab August 2006 der Studienschwerpunkt Franchising belegt werden. Die neue, staatlich geförderte Qualifizierungsmaßnahme zum „Franchise-Betriebswirt“ soll eine Ausbildungslücke schließen und die Absolventen innerhalb von vier Semestern für leitende Tätigkeiten im Rahmen eines Franchise-Systems qualifizieren.

Kontakt:

Wilhelm-Knapp-Schule,
Telefon 06471 2071,

www.fachschule-wirtschaft.de

Barockes Lernen

Das ABC des erfolgreichen Verkaufens, geschickter Warenpräsentation und perfekter Tischkultur lernen die Franchise-Nehmer des Lifestyle-Anbieters Villeroy & Boch im barocken Interieur der Alten Abtei Mettlach. Fein wie das Ambiente ist auch das Produktpotfolio des Unternehmens: Porzellan, Kristalle, Bestecke und andere Artikel rund um Küche und Tischkultur.

Die verkaufsfördernde Präsentation in den Franchise-Shops ist ebenso Seminarthema wie Konfliktmanagement oder Mitarbeiterführung. „Bei Workshops zu Themen wie Warenwirtschaftssysteme, Produktwissen, Verkaufstraining oder Unternehmensführung können wir auf eigene Trainer zurückgreifen. Sie stehen interessierten Franchise-Partnern auch nach den Seminarterminen zur Verfügung“, beschreibt Thaddäus Anton, Leiter der Global Academy von Villeroy & Boch, das Bildungsangebot der Unternehmen.



v.l.n.r.: Albert Gschwendner, Karen Gajewski, zertifizierte Seminarteilnehmer, Otto Brandenburg von der IHK Bonn/Rhein-Sieg (hinten).

däre Gründer des Franchise-Systems McDonald's. Bereits in den 50er-Jahren versorgte er seine Geschäftspartner nicht nur mit dem Rezept für die inzwischen weltbekannten Frikadellen, sondern lieferte auch gleich das passende Ambiente, die Qualitätsüberwachung sowie das komplette Know-how mit. Nach dem Prinzip der 1961 in Illinois eröffneten „Hamburger University“ bietet die größte Franchise-Kette der Welt (zirka 31.000 Betriebe in 119 Ländern) auch hier zu Lande seinen Führungskräften und Franchise-Nehmern „akademische Lehrstunden“. Fast 90 Kurse umfasst das aktuelle „Vorlesungsverzeichnis“ der Münchener „Hochschule“, großzügig ausgestattet mit Auditorium und Testküche auf 1.800 Quadratmetern.

Beste Voraussetzungen für alle Franchise-Nehmern, an dem Schulungsangebot Geschmack zu finden.

➤ Um die Servicequalität sicherzustellen, bietet auch das westfälische Kaffee-Unternehmen Cup&Cino umfangreiche Trainings in einer Coffee-Akademie. Auf dem Lehrplan stehen Kommunikation, EDV, Produktschulungen und weitere Unterrichtsinhalte, die zur Führung eines Coffee-Houses notwendig sind. Besonderen Wert legt

Geschäftsführer Frank Epping auf Dozenten mit Systemkenntnissen: „Nur Spezialisten, die Geschäftsidee und Philosophie aus dem Effeff beherrschen, können unsere Wettbewerbsvorteile optimal vermitteln.“

Nur gut geschulte Partner bringen eine Geschäftsidee auf Dauer voran – das wusste schon Ray Kroc, der legen-

Andreas Brenneke <