

Eintritt in neue Märkte – aber wie?

INTERNATIONALISIERUNG Obwohl weltweit Angleichungen im Verständnis von Franchising und der grundsätzlichen rechtlichen Umsetzung ersichtlich sind – die Unterschiede in den Zielmärkten sind oft doch grösser als angenommen. Sei es in der konzeptionellen Umsetzung, der Partnerführung und im weiteren täglichen Geschäft. Nachfolgend ein Einblick in die Erfahrungen des international tätigen Franchisesystems Vom Fass AG.

DR. CHRISTOPH WILDHABER*

■ Mit welchen Fragen kann man bei einer Internationalisierung konfrontiert werden:

■ Passen Marketingkonzepte und im Heimmarkt erprobte Kommunikationsformen zu möglichen Markt- und Mentalitätsunterschieden im Zielmarkt?

■ Sind Übersetzungen der Systemunterlagen erforderlich?

■ Passen die Sortimente mit Bezug auf Kundenakzeptanz und Zulässigkeit im Zielmarkt?

■ Ist die Logistikkette möglicherweise neu aufzusetzen?

■ An welchen Standorten will man präsent sein?

■ Wer soll Franchisepartner werden und welches Profil (abhängig von der gewählten Franchisestrategie) muss er erfüllen?

■ Passen die erprobten Geschäftsabläufe und wie soll die praktische Zusammenarbeit gelebt werden (angesichts von Zeitunterschied und Distanz)?

■ Sind die eingesetzten technischen Systeme tauglich und zulässig (Stichwort Datenschutz)?

Dies sind nur einige der Themen, die bei einer Internationalisierung rechtzeitig in Angriff genommen werden sollten. Chancen und Herausforderungen sind abzuwägen.

Die konkreten Erfahrungen der Vom Fass AG

Johannes Kiderlen, Gründer des Franchiseunternehmens Vom Fass AG, gibt Auskunft über seine Erfahrungen beim Eintritt in den schweizerischen Markt. Vom Fass AG ist neu Mitglied im Schweizer Franchise Verband. Das deutsche Franchiseunternehmen ist schon länger auch international erfolgreich tätig.

SFV Die Schweiz ist für viele internationale Franchiseunternehmen ein attraktiver Markt. Vom Fass ist bereits seit längerem in der Schweiz an verschiedenen Standorten tätig. Jetzt sollen mit einer Expansionsinitiative weitere Standorte erschlossen werden. Aus welchen Gründen wer-

den die Expansionsbemühungen im Schweizer Markt verstärkt?

JOHANNES KIDERLEN Die Schweizer legen sehr viel Wert auf qualitativ hochwertige Lebensmittel. Aus diesem Grund ist Vom Fass in der Schweiz schon weit verbreitet und auch sehr erfolgreich. Trotzdem sehen wir weitere Möglichkeiten zu wachsen. In einigen Städten sind wir noch nicht vertreten und in anderen Städten sehen wir Potenzial für einen weiteren Standort.

SFV Welche Lehren konnte man aus den vergangenen Erfahrungen in der Schweiz ziehen?

KIDERLEN Ein Franchisesystem lebt von der Partnerschaft. Mit den Schweizer Partnern ist die Zusammenarbeit sehr professionell. Wir schätzen unsere teils langjährigen Schweizer Partner sehr. Die Anregungen, die wir erhalten, sind fundiert und durchdacht.

SFV Die Schweiz ist geprägt durch Vielsprachigkeit und zuweilen unterschiedliche Mentalitäten in den verschiedenen Regionen der Schweiz. Kann man daraus auch etwas für die weitere Internationalisierung lernen?

KIDERLEN Jeder Markt ist regional. Er wird geprägt von den Menschen und den Gegebenheiten vor Ort. Deshalb sollten unsere Franchisepartner die Menschen vor Ort verstehen. Und das in jeglicher Hinsicht. Nur wenn man seine Kunden genau kennt, wird man erfolgreich sein. Wir haben hier in unserer 25-jährigen Firmengeschichte schon die eine oder andere lehrreiche Erfahrung machen müssen. Heute prüfen wir unsere Bewerber in dieser Hinsicht sehr genau.

SFV Ist bei der künftigen Entwicklung mit konzeptionellen Anpassungen zu rechnen? Wenn ja, mit welchen?

KIDERLEN Wir arbeiten im Detailhandel und dieser befindet sich in stetiger Veränderung. Momentan ist diese Veränderung deutlich



Johannes Kiderlen, Gründer des Franchiseunternehmens Vom Fass AG, äussert sich im Interview zu Fragen rund um das Franchising in neuen Märkten.

stärker. Vom Fass verbindet schon heute die mediale Welt mit dem stationären Detailhandel. Auf unserer Internetseite finden sich viele Empfehlungen und Rezepte für den Umgang mit unseren Produkten. Die Kunden informieren sich im Internet, das Hintergrundwissen zu den Produkten ist immer tiefer. Der Kunde entscheidet, ob er vor Ort oder im Internet einkaufen möchte, deshalb werden wir weiter an der Entwicklung von Multi-Channel-Vertriebsmodellen arbeiten.

Vom Fass ist seit Jahren nicht nur Einkaufsort, sondern bietet ein Genusserlebnis. Bei uns tauchen Kunden in eine Genusswelt ein; sie erhalten eine intensive Beratung und können die empfohlenen Produkte verkosten. Den Bereich «Tastings und Veranstaltungen» rund um unsere Produkte werden wir weiter verstärken.

Wir wissen um die begrenzte Verfügbarkeit natürlicher Ressourcen. Unser Vertriebsmodell ist nachhaltig, die Vom-Fass-Flaschen können Kunden immer wieder auffüllen, dadurch reduzieren wir den Verbrauch an Verpackungsmüll. Wir verzichten bei der Verpackung auf Plastik und tragen damit zum Erhalt unserer Umwelt bei.

SFV Ist die Zusammenarbeit mit Schweizer Franchisenehmern eine andere als in anderen Märkten, die Vom Fass bedient? Wenn ja, worauf ist besonders zu achten?

KIDERLEN Die Zusammenarbeit mit verschiedenen Märkten ist immer anders und deshalb auch immer gleich. Die Schweiz hat beispielsweise besondere Gesetze, was den Verkauf von alkoholischen Produkten angeht. Diese Regelungen müssen wir kennen und unsere Partner darin schulen. Die regionalen Unterschiede in der Schweiz prägen die Menschen. Ein Franchisesystem lebt von der Zusammenarbeit und vom Miteinander. In der Schweiz müssen wir stärker als in anderen Regionen das Miteinander leben und stärken. In der Vergangenheit ist uns das stets sehr gut gelungen.

SFV Welches sind die besonderen Chancen und Herausforderungen, denen sich Vom Fass auch weiterhin in der Schweiz wird stellen müssen?

KIDERLEN Vom Fass war in der Schweiz immer sehr erfolgreich. Um diese Erfolgsgeschichte weiter schreiben zu können, müssen wir die richtigen Menschen für den richtigen Standort finden. Das ist für beide Seiten ein nicht immer leichter Prozess. Gerade wenn wir auch einmal einen Partner ablehnen, geschieht das mit Respekt vor der Person, aber zum Schutz vor Misserfolg für beide Seiten. Die Vom-Fass-Partnerschaft ist eine Partnerschaft mit dem gemeinsamen Ziel, Erfolg zu haben. Dafür sind viele einzelne Faktoren notwendig. Bei aller Bescheidenheit: Wir haben die Erfahrung, sehr gut zu sein und blicken optimistisch in die Zukunft. ■



*Dr. Christoph Wildhaber ist Geschäftsführer des Schweizer Franchise Verbands und Partner bei Streichenberg Rechtsanwälte, Zürich. Er ist Mitglied bei EuroFranchise Lawyers.