

## Buchrezension Praxisleitfaden Franchising: Systemaufbau von A bis Z (http://www.franchise-treff.de/leitartikel/praxisleitfaden-franchising/)

**Juli 28, 2015**  [Franchise-Treff](http://www.franchise-treff.de/author/franchise-treff/) (http://www.franchise-treff.de/author/franchise-treff/)  [Schreibe einen Kommentar](http://www.franchise-treff.de/leitartikel/praxisleitfaden-franchising/#disqus_thread) (http://www.franchise-treff.de/leitartikel/praxisleitfaden-franchising/#disqus\_thread)



(http://www.franchise-treff.de/wp-content/uploads/2015/07/2015-0728-praxisleitfaden-franchising-mockup.jpg)

Neues Fachbuch: Praxisleitfaden Franchising

**Ein Fachbuch mit viel mehr als nur Theorie: Der Leitfaden von Hermann Riedl und Christian Schwenken nimmt den Begriff Praxis wörtlich. Mit seinen vielen Praxistools und Mustervorlagen gibt er Unternehmern eine Art Gebrauchsanweisung an die Hand.**

Praxisleitfaden Franchising (http://www.amazon.de/Praxisleitfaden-Franchising-Strategien-Werkzeuge-Franchisegeber/dp/3658046961/ref=sr\_1\_1?ie=UTF8&qid=1438082084&sr=8-1&

keywords=praxisleitfaden+franchising) – so funktional der Titel klingt, so logisch ist das Buch aufgebaut. Es holt die Leser beim Wunsch oder dem Plan zum **Aufbau eines Franchiseunternehmens** ab. Danach führt es sie Schritt

für Schritt wie an einem roten Faden bis hin zur Realisierung. Grundsätzliche Fragen à la „Wie funktioniert Franchising“ beantworten sich ganz nebenbei wie von selbst. Doch nicht nur zukünftige Interessenten, sondern auch erfahrene Franchisegeber sowie -nehmer werden aus dieser Quelle viele Erkenntnisse schöpfen.

Den Lesern wird plastisch vor Augen geführt, mit welchen Mitteln Franchise-Systeme effizienter als viele große Konzerne arbeiten. Hermann Riedl und Christian Schwenken erklären dies anhand von **Beispielen und Best-Practices**. Sie ersparen dem Leser aber auch nicht die Gegenbeispiele und legen die Schwachstellen frei, an welchen Franchisesysteme am häufigsten scheitern.

### Sichere Qualität – global wie lokal?

Worin liegen die Vor- und Nachteile des Franchisings als Vertriebsform? Wie lassen sich die Franchise-Varianten objektiv bewerten? Zunächst beschäftigt sich der Praxisleitfaden mit diesen **Grundlagen**. Was aber unterscheidet Riedls und Schwenkens Werk von vielen „Franchise-Bibeln“? Es ist die Klarheit, mit der sie Fragen beantworten, die sich eigentlich jeder Franchiser stellen müsste: Was macht ein Produkt überhaupt erst franchisefähig? Welche Änderungen müssen an Marke und Führungsstil vorgenommen werden, wenn ein Betrieb reproduzierbar sein soll? Die Autoren nehmen sich insbesondere **Global Player zum Vorbild** und erläutern, wie diese ihr Konzept auf fremde Märkte anpassen, ohne Qualität und Markenwahrnehmung zu verändern.

Welche Rolle spielen Franchiseverträge und Administrationsregeln? Was gehört unverzichtbar hinein – und in welcher Gewichtung? Ausführlich behandelt das Buch alle Regeln für eine **faire Zusammenarbeit zwischen**

**Zentrale und Partnern.** Besonders die umfangreichen Checklisten helfen Franchise-Interessierten, mögliche Risiken vor Vertragsabschluss zu analysieren. Danach widmen sich die Autoren eingehend dem Aufbau und der **Handhabung von Systemhandbüchern.** Dieses Kapitel zeigt, wie Franchise-Unternehmen ihre Produktionsprozesse oder Verkaufsvorgänge selbst für Kurzeitkräfte alltagstauglich machen.

## Investment, Personal, Marketing und Benchmarks

Oft schrecken Franchise-Interessierte vor den finanziellen Hürden eines Systemeinstiegs und -betriebes ab. Riedl und Schwenken beschreiben daher eingehend nicht nur die üblichen **Finanzierungspläne mit Eigen- und Fremdkapital**, sondern auch alternative Investitionsmodelle. Plus die Mechanismen, mit denen Franchisenehmer ihre finanziellen Einsätze schützen.

In den Kapiteln über Recruitment, Personalstruktur und Training verdeutlichen die Autoren u.a., wie sehr **erfolgreiche Expansionen vom Personalmanagement abhängig** sind und wie Franchisepartner durch klare Regeln in Einkauf und Qualitätssicherung ihre Marke schützen. Die Leser erfahren dabei alles über die sinnvollsten Varianten der Aufgabenteilung zwischen den Franchisepartnern.

Besonders aufschlussreich für Franchisepartner sind die Ausführungen über die sinnvollsten **Marketingtools und -pläne zur Gewinnung und Bindung von Kunden.** Ebenso eindringlich erklärt das Buch die Wichtigkeit der Vergleichs- und Kennzahlen innerhalb von Franchisesystemen. Plus Benchmarks und Lösungsansätzen für die „schwächeren Glieder“ einer Franchisekette anhand plausibler Beispiele. Tipps zu **Fallstricken im Franchiserecht** sowie die Beispiele der häufigsten Konflikte zwischen Franchisegebern und -nehmern runden die Lektüre ab. Last but not least widmet sich der Praxisleitfaden auch dem FranchisePORTAL als Informations- und Vermittlungsquelle für Geschäftskontakte (<http://www.franchiseportal.de/virtuelle-franchise-messe/franchise-komfort-suche.htm>) sowie den Unterstützungsleistungen durch den Deutschen Franchise-Verband (DFV). Ein Glossar erklärt abschließend die rund 200 wichtigsten Fachbegriffe.

## Tabellarisch aufgelistet: alle wichtigen System-Tools

Eine Besonderheit am „**Praxisleitfaden Franchising**“ ist die Geschlossenheit jedes Kapitels in sich. Wer sich beispielsweise zuerst für Einkauf und Qualitätssicherung bei Franchisesystemen interessiert, kann das entsprechende Kapitel aufschlagen, ohne die vorherigen gelesen zu haben.

Einzigartig unter allen aktuellen Franchise-Büchern aber erscheint die **Fülle an Werkzeugen, Checklisten und Tabellen** zu Franchiseverträgen, Systemhandbüchern, Management-Organigrammen, Marketingplänen, Verkaufsanalysen oder Betriebsvergleichen. Sie machen einen großen Teil der rund 200 Buchseiten aus. Mit ihnen kann jeder Franchiser die Angebote seines eigenen Systems vergleichen. Ganz sicher wird es für viele Interessierte als eine Grundlage zum eigenen Systemaufbau dienen oder dazu, das System ihres potenziellen Lizenzgebers zu analysieren.

### Über die Autoren:

*Hermann Riedl begleitete Top Positionen für Franchise und Operative u.a. bei PepsiCo, Pizza Hut oder KFC sowie Handels- & Retailunternehmen. Bei McDonalds Deutschland verantwortet er die Position Director Operations, bei McDonalds International/Partnerbrands die Position eines Managing Director für Systementwicklung. 2009 gründete er RiedlConsult mit der Expertise u.a. strategische Ausrichtung von Franchiseunternehmen für Gastro-, Handels- & Retail. Christian Schwenken blickt auf über 30 Jahre als Rechtsanwalt mit nationaler und internationaler Franchise-Erfahrung zurück. Er ist Aufsichtsratsvorsitzender und Kapitaleigner der MasterScout Schwenken Rechtsanwalts AG. Schwerpunkt: Wirtschafts-, Banken- und Kapitalmarktrecht.*

 TWEET ([HTTPS://TWITTER.COM/INTENT/TWEET?TEXT=BUCHREZENSION PRAXISLEITFADEN FRANCHISING: 0](https://twitter.com/intent/tweet?text=Buchrezension+Praxisleitfaden+Franchising%3A+0)

 SYSTEMAUFBAU ([HTTPS://WWW.FACEBOOK.COM/NDISEREPHDE/HTTPS://WWW.FACEBOOK.COM/NDISEREPHDE/HTTPS://WWW.FACEBOOK.COM/NDISEREPHDE/](https://www.facebook.com/ndiserephde/https://www.facebook.com/ndiserephde/https://www.facebook.com/ndiserephde/))

 +1 ([HTTP://PLUS.GOOGLE.COM/115600262204734921914/POST/115600262204734921914](http://plus.google.com/115600262204734921914/post/115600262204734921914))

[/PRAXISLEITFADEN-FRANCHISING/](http://www.franchise-treff.de/leitartikel/praxisleitfaden-franchising/)

Kategorisiert in: Franchise Aktuell (<http://www.franchise-treff.de/franchise-brennpunkt/>), Top-Story

(<http://www.franchise-treff.de/leitartikel/>)