

Nackt Gitarre spielen!



Sowohl der Geschäftsinhalt von Franchisesystemen wie die Erfolgsfaktoren des Partnermarketing werden zukünftig an der Möglichkeit der persönlichen Entwicklung und gesellschaftlichen Verantwortung gemessen. Recruitainment, als Zusammenwirken von Recruitment und Entertainment, prägt auch die Akquisition von Franchisepartnern. So werden Onlinegames und Talentplattformen, wie sie heute bereits u.a. von Unternehmen wie Nike, Allianz und Bayer für die Mitarbeiterrekrutierung eingesetzt werden, auch für das Matching von Franchisegeber/innen und Franchiseanwärtern wichtig sein. Spielerische Formen, die es erlauben, das Franchisesystem, dessen Mission und Werthaltung und die Aufgabengebiete kennenzulernen und den eigenen Einsatz als Franchisenehmer/innen simulieren zu können.

Eine spielerische Form der anderen Art hat der Franchisegeber „The Naked Cowboy“ alias Robert Burck gefunden. Hier müssen die Bewerber in der Lage sein, in Unterwäsche auf der Strasse Gitarre zu spielen. Elf franchisierte Strassenmusiker hat Burck bereits gewonnen, die in New York, Venice und anderen, vor allem warmen Orten, die Aufmerksamkeit auf sich ziehen. Robert Burck selbst verdient bis zu 1.000 Dollar an einem Tag. Es bleibt wohl das Land der unbegrenzten Möglichkeiten.

Von der Party zur Bar

Ebenfalls mit einer ungewöhnlichen Story warten auch die LCN NAILBARS auf, deren Entstehung von einer LCN Trainerin ausging, die den Bedarf dieser Dienstleistungen erkannt und unkompliziert gelöst hatte. So entstand aus einem zunächst lösungsorientierten „Notfalleinsatz“ ein interessantes Geschäftskonzept (siehe auch www.lcnailbar.ch/our story). Der zur WildeGroup gehörende Beauty-Brand LCN ist seither sehr erfolgreich mit dem Franchisekonzept der LCN NAILBARS unterwegs. Seit November 2015 auch in der Schweiz. Mit Daniel Oberbeck konnte das Unternehmen einen franchiseerfahrenen Masterpartner gewinnen. Seine anfänglichen Erfahrungen, Herausforderungen und Einstellungen zum Franchising lesen Sie im folgenden Interview.

Viel Spass beim Lesen

Ihre Veronika Bellone

Geschäftsführerin und Inhaberin Bellone FRANCHISE CONSULTING GmbH
Professorin für Marketing an der Hochschule für Wirtschaft Nordwestschweiz

Zur Person: Prof. Veronika Bellone ist seit 1986 im Franchisebusiness tätig. Sie startete als Franchisemanagerin bei der Cosy-Wasch-Autowaschanlagen GmbH in Berlin. 1991 gründete sie ihre eigene Franchiseberatung, die sie seither in der Schweiz führt. Zu ihren Referenzkunden zählen u.a. Fleurop, Mövenpick, Sara Lee, Schweizer Post, ACCOR, SPAR, Valora, MIGROS und Warner Bros. Sie ist zudem als Professorin an der Hochschule für Wirtschaft in der Nordwestschweiz im Fachbereich Marketing tätig und anderen Hochschulen mit Franchising in den Bereichen Entrepreneurship und Dienstleistungsmarketing. Als Autorin widmet sie sich in zahlreichen Publikationen den Themen Franchising, Marketing und Trends wie z.B. im „Praxisbuch Franchising – Konzeptaufbau und Markenführung“ (Veronika Bellone & Thomas Matla), 3. Auflage 2013 im MVG Verlag/mi-Wirtschaftsbuch, ISBN: 978-3-86880-119-4 und „Green Franchising“ (Veronika Bellone & Thomas Matla) Erstauflage Oktober 2012 im MVG Verlag/mi-Wirtschaftsbuch, ISBN 978-3-86880-137-8.

Interview

TAKE IT EASY & TAKE CARE

So lauten die Maximen der LCN NAILBARS. Wie diese von Daniel Oberbeck (DO), dem schweiz. Masterpartner, gelebt werden lesen Sie im folgendem Interview mit Prof. Veronika Bellone (VB).

Veronika Bellone: Was hat Sie bewogen, sich für die Masterpartnerschaft von LCN Nailbars zu entscheiden?



Daniel Oberbeck: Durch meine bisherige Erfahrung im Franchising (Franchisenehmer von Gymbo-ree, Franchisegeber bei Buckles&Belts, Beratermandate im Franchising, Nachdiplomstudium in

Deutschland als Franchise Mgr) bin ich gut vernetzt in der Branche und suche immer wieder nach interessanten Konzepten. Obwohl ich keine Erfahrung im Nagelbusiness habe, sah ich sofort die Chance, diese Dienstleistung in den Shopping Malls einzuführen. Es ist erstaunlich, dass eine Dienstleistung, welche man seit Jahren weltweit in Shopping Malls findet, in der Schweiz noch nicht eingeführt ist. Nach Gesprächen mit Mall-Betreibern wurde mir klar, dass der Markt bereit dafür ist. Nachdem ich auch die Marke LCN näher kennengelernt und die Marktchancen mit Bellone Franchise Consulting – speziell mit Ihnen – besprochen hatte, übernahm ich die Masterlizenz für die Schweiz im Oktober 2015.

Veronika Bellone: Eine erste Eröffnung ist bereits erfolgt. Welche konzeptspezifischen Erfahrungen haben Sie gemacht bezüglich Adaption, Relevanz und Akzeptanz?

Daniel Oberbeck: Da die LCN Nailbar bereits in Deutschland, Österreich, Schweden und Norwegen eingeführt wurde, sind die



„Kinderkrankheiten“ zum grossen Teil ausgemerzt. Ich war mir lediglich nicht ganz sicher, ob auch die Schweizer/innen sich an eine Bar setzen, um sich die Nägel in der Öffentlichkeit machen zu lassen. Es hätte ja sein können, dass die Kunden nur ein Kosmetik- respektive Nagelstudio für diese Dienstleistung aufsuchen wollen. Aber es trifft den heutigen Zeitgeist, sich spontan und in ungezwungenem Bar-Ambiente verschönern zu lassen.

Veronika Bellone: Worin wurden Ihre Erwartungen übertroffen bzw. wo haben sie sich nicht erfüllt?

Daniel Oberbeck: Ich kann heute klar sagen, dass die Erwartungen bei weitem übertroffen wurden. Nachdem die erste LCN Nailbar im Shoppi Tivoli geliefert wurde, standen die Kunden schon Schlange und wir nahmen gleichzeitig Reservierungen entgegen. Die grosse Herausforderung sehe ich derzeit in der Gewinnung von erfahrenen Mitarbeiterinnen. Ich habe es unterschätzt, welche handwerklichen Fertigkeiten eine Nail-Designerin mitbringen muss.

Veronika Bellone: Neben der Herausforderung, geeignetes Personal zu finden. Was müssen die Franchisepartner/innen ansonsten einbringen?

Daniel Oberbeck: Von den Franchisepartner/innen erwarte ich in erster Linie eine Begeisterung für das Konzept und viel Engagement, täglich ein perfektes Kundenerlebnis zu leisten. Gleichzeitig ist es mir wichtig, dass „Chemie“ und Einstellung der Leute stimmen, mit denen ich täglich arbeite. Ein Franchise-Konzept lebt davon, Erfahrungen (gute und schlechte) zu teilen und sich positiv und mit Verständnis und Respekt für die jeweilige Partei einzubringen. Ich habe keine Lust, mich mit „Nörglern und Zauderis“ herumzuschlagen. Grundsätzlich gibt es bei der LCN Nailbar keinen idealtypischen Franchisenehmer.

Veronika Bellone: Welche Zielsetzungen haben Sie mit LCN Nailbars auf dem Schweizer Markt?



Daniel Oberbeck: 100 LCN Nailbars! Bereits nach einem Monat ist der erste Franchisepartner in der Planung für einen zweiten Standort. Grundsätzlich planen wir für 2016 mindestens zehn neue Standorte. Die LCN Nailbar soll für jedermann ein Begriff für professionelle Nagelpflege schweizweit werden.

Veronika Bellone: Sie haben vielfältige Franchiseerfahrung. Was reizt Sie persönlich am Franchising und womit haben Sie eher Mühe?

Daniel Oberbeck: Am Franchising begeistert mich in erster Linie, dass die Interessen der Franchisenehmer- und geber grundsätzlich dieselben sind. Nur wenn meine Franchisenehmer erfolgreich und zufrieden sind, kann ich gesund wachsen und finde neue Partner. Wenn die Franchisepartner unzufrieden sind, habe ich einen mühsamen Alltag und verdiene erst noch kein Geld dabei.

Am Franchising bereitet mir Mühe, dass viele Franchisegeber nicht viel von Franchising verstehen und unausgereifte Konzept-

te am Markt lancieren. Genau aus diesem Grunde ist leider der Ruf der Franchisewirtschaft nicht immer der Beste.

Veronika Bellone: Können Sie uns zum – noch jungen – Jahr 2016 eine Empfehlung für potenzielle (Master-)Franchisenehmer/innen geben.

Daniel Oberbeck: Nehmen sie sich Zeit, ein Konzept genau zu evaluieren und fragen sie sich immer, wo potenzielle Flaschenhälse sind: Mitarbeiter, Standorte, Produkte etc.?

Wenn sie zur Überzeugung gelangt sind, dass dieses Konzept eine Chance hat und für sie persönlich stimmt, starten Sie mit vollem Elan in die Selbständigkeit und geniessen es, den Erfolgsschlüssel selber in der Hand zu haben. Denken sie in erster Linie nicht ans Reichwerden: Geld kommt von alleine, wenn sie die richtige Einstellung und das richtige Konzept gewählt haben.

Veronika Bellone: Herzlichen Dank für das offene Gespräch.