

# **MAKE or BUY**

## **Die Entwicklung eines eigenen Franchise-Systems oder Kauf eines fertigen Franchise-Systems**

Mag.<sup>a</sup> Waltraud Martius



**SYNCON**<sup>®</sup>

International Franchise Consultants

SYNCON Österreich  
Josef-Mayburger-Kai 82 . A 5020 Salzburg  
Tel +43 662 8742450 . Fax +43 662 8742455  
office@syncon.at . www.syncon.at

SYNCON Deutschland  
Nördliche Auffahrtsallee 25 . D 80638 München  
Tel +49 89 15916633 . Fax +49 89 15916634  
kontakt@syncon.de . www.syncon.de

## Die Franchise-Faktoren für den Erfolg

Franchising steht für ...



## Definition & Merkmale

Ein Franchise-System ist ein vertikal-kooperativ organisiertes Absatzsystem rechtlich selbstständiger Unternehmen auf der Basis eines vertraglichen Dauerschuldverhältnisses, das am Markt einheitlich auftritt und geprägt wird durch das arbeitsteilige Leistungsprogramm der Systempartner, sowie durch ein Weisungs- und Kontrollsystem zur Sicherung eines systemkonformen Verhaltens.

## Definition & Merkmale

Das Leistungspaket des Franchise-Gebers ist das Franchise-Paket. Es besteht aus einem Beschaffungs-, Absatz- und Organisationskonzept, der Nutzung von Schutzrechten, der Ausbildung des Franchise-Nehmers und der Verpflichtung des Franchise-Gebers, den Franchise-Nehmer aktiv und laufend zu unterstützen, sowie das Konzept ständig weiterzuentwickeln.

## Definition & Merkmale

Der Franchise-Nehmer ist im eigenen Namen und für eigene Rechnung tätig. Er hat das Recht und die Pflicht, das Franchise-Paket gegen Entgelt zu nutzen. Als Leistungsbeitrag liefert er darüber hinaus Arbeit, Kapital und Informationen.

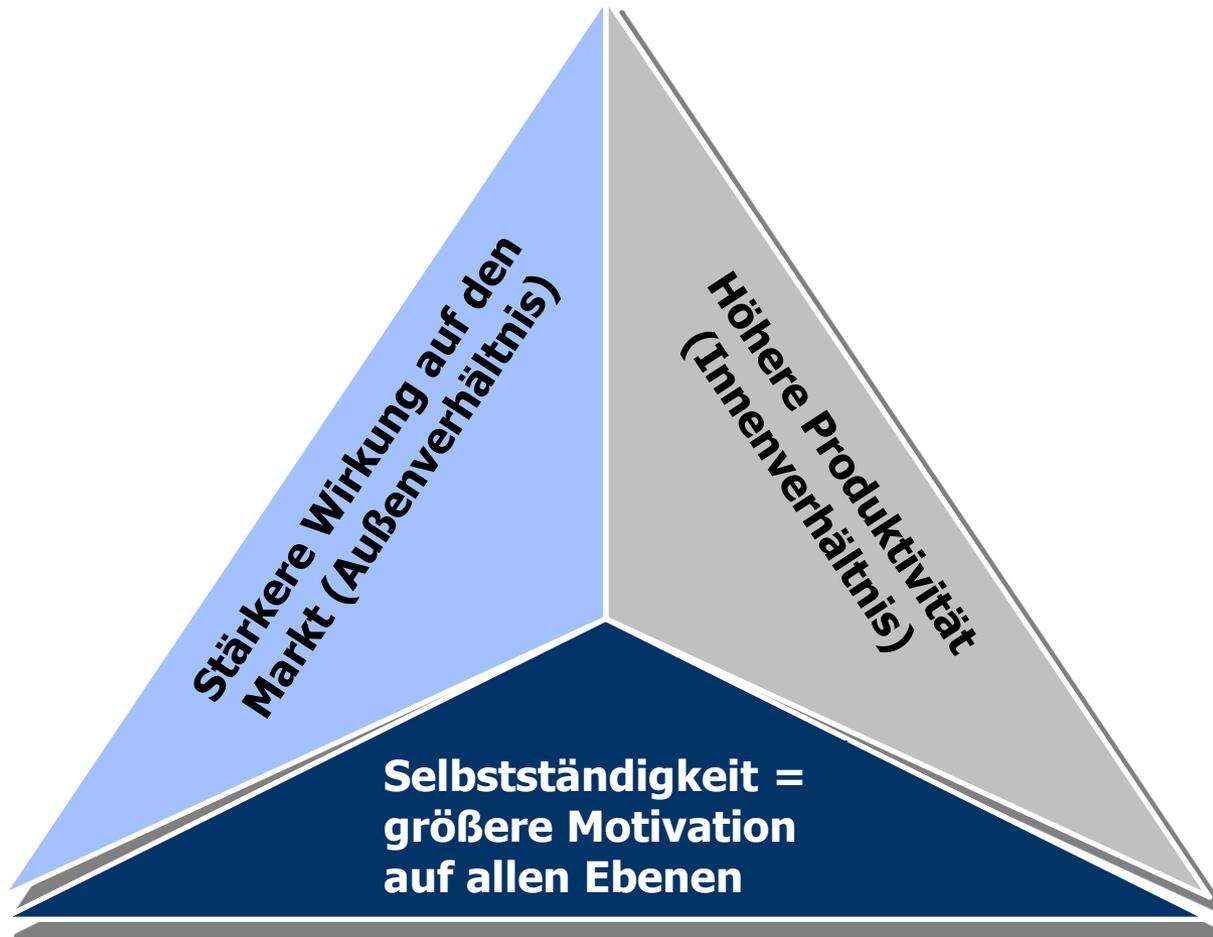
## Die Franchise-Faktoren für den Erfolg

### Das gemeinsame Ziel der Franchise-Partner

Franchise-Geber und Franchise-Nehmer  
haben dieselben Ziele:  
> höherer Gewinn  
> mehr Sicherheit

Zwei Ansatzpunkte:  
> Wettbewerbsvorsprung  
> Kostenvorsprung

## Die Franchise-Faktoren für den Erfolg Die Quellen des Erfolgs sind...



## Die Franchise-Faktoren für den Erfolg

### Marktvorsprung

z.B. durch professionelle Marketing-Instrumente

### Kostenvorsprung

z.B. durch gemeinsame Ausbildung

### Die Synergie vieler kleiner Vorteile



### Informationsvorsprung

z.B. durch die Weiterentwicklung des Angebotes

### Motivationsvorsprung

z.B. durch Erfahrungsaustausch

## Make or Buy?

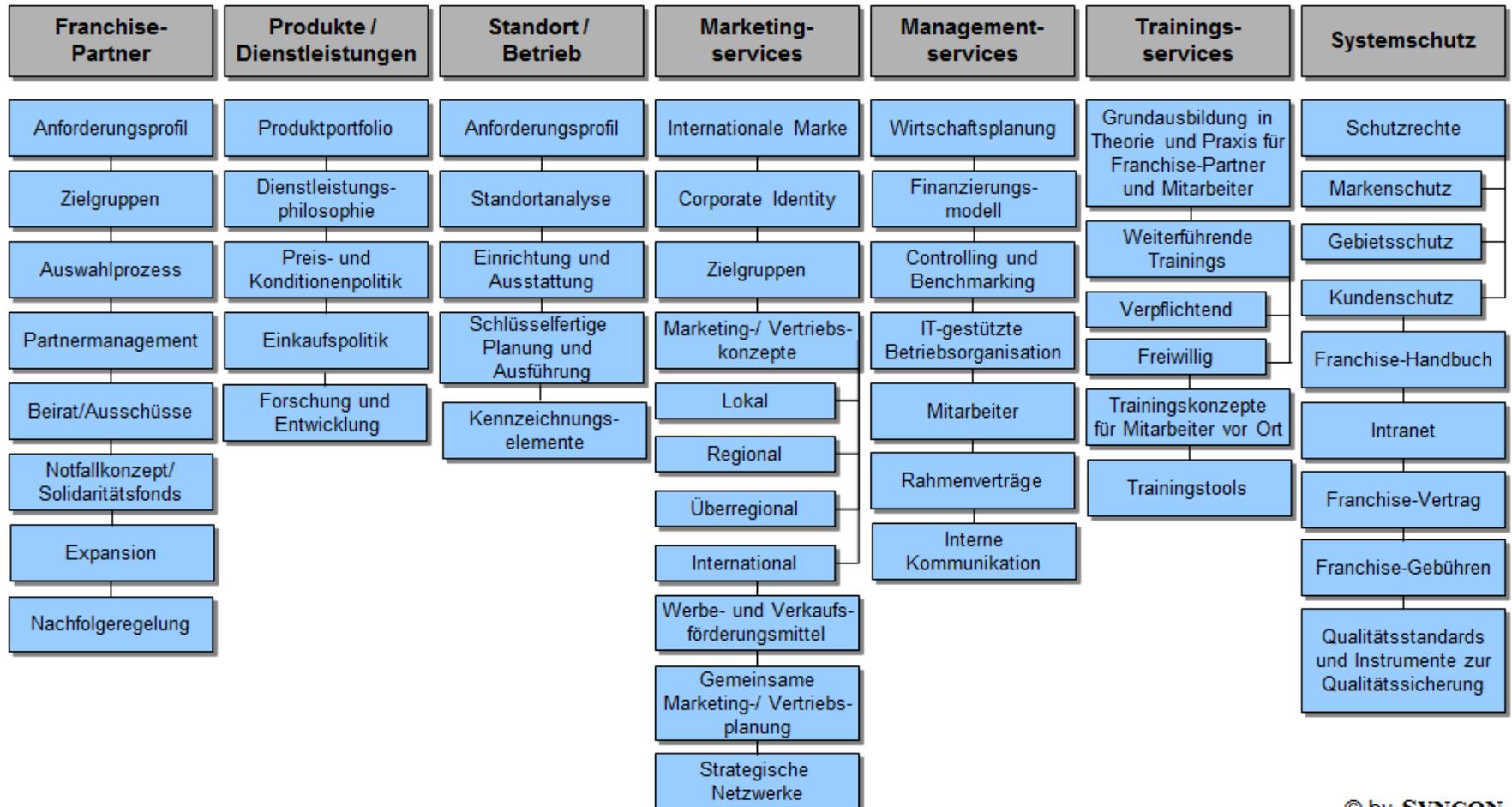
**Ein System selbst entwickeln**

**Franchise-Nehmer / Master-Franchise-Nehmer  
eines Systems werden**

## Entscheidung ob make or buy?

- Welche Strategie verfolgen wir national / international?
- Wie sieht unser jetziges Geschäftsmodell aus?
- Kennen wir das „Ablaufdatum“ unseres Geschäftsmodells?
- Ist unsere Organisation fähig neue Konzepte umzusetzen / zu entwickeln?

## Muster Franchise-Paket



## MAKE / BUY

### Make

- **eigenes Produkt / eigene Dienstleistung**
- **USP**
- **erprobte Marktfähigkeit**
- **Zeit vorhanden**
- **Wunsch nach Unabhängigkeit**
- **Internationalisierung**

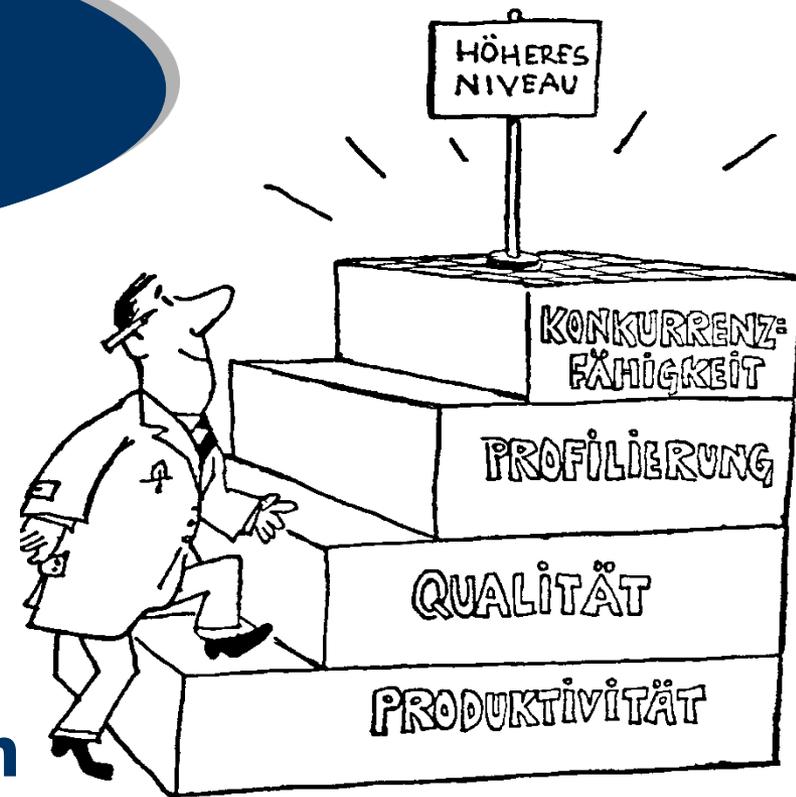
### Buy

- **Erprobtes Produkt / erprobte Dienstleistung**
- **Wettbewerbsfähigkeit**
- **kein Bedürfnis das Rad neu zu erfinden**
- **perfektes Franchise-System**
- **erprobte Bausteine im Franchise-Paket**
- **Zeit nicht vorhanden**
- **Diversifikation**

## Das professionelle Systemmanagement

**1 x gedacht  
100 x gemacht**

**Arbeitsteilung  
Spezialisierung  
Konzentration auf die Stärken**





**None of us is as good  
as all of us!**

Ray Kroc, Gründer

## Video:

