

Partnerbefragungen in Unternehmens- netzwerken

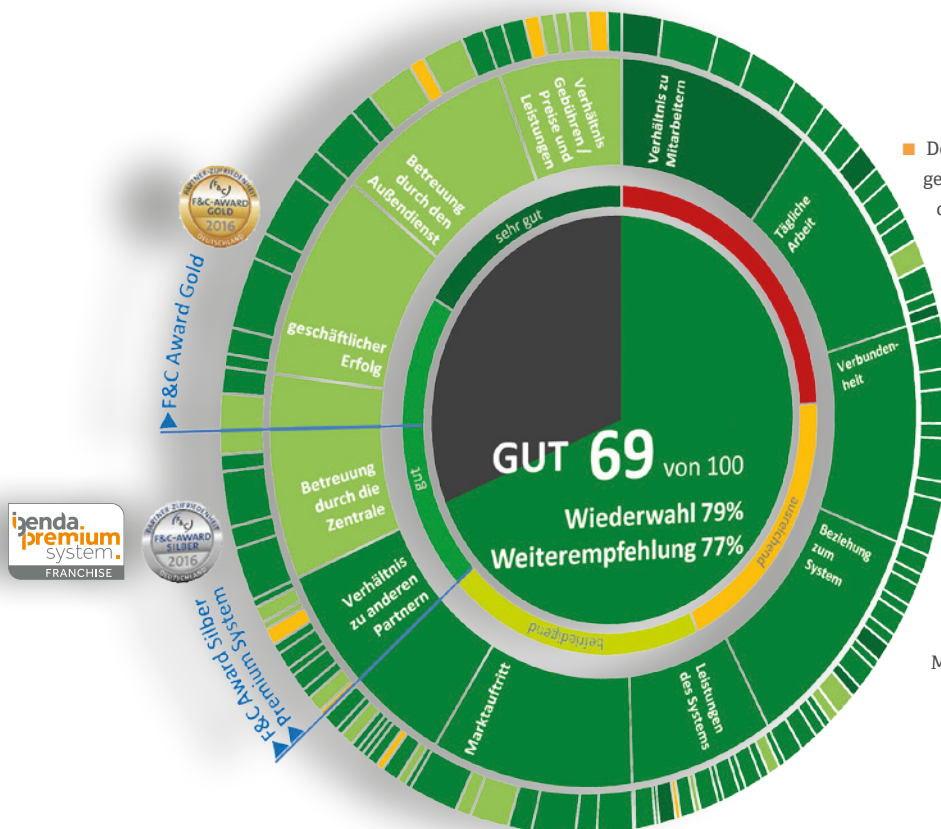


Für eine effiziente Unternehmensentwicklung

Dr. Martin Ahlert

Für die Weiterentwicklung von Unternehmensnetzwerken ist es unerlässlich Partnerbefragungen durchzuführen. Im Rahmen der Mitgliedschaft im Deutschen und Österreichischen Franchiserverband sind diese bereits seit vielen Jahren Pflichtbestandteil im Rahmen des sogenannten System-Checks. Die meisten Systeme nutzen die F&C Partnerbefragung – unabhängig von der Zertifizierung – als Instrument der Unternehmensentwicklung und führen jährlich oder mindestens alle zwei Jahre die Befragung durch. Für die Systeme ergeben sich durch die Auswertungen zahlreiche

Handlungsempfehlungen – eine Umsetzung von Verbesserungsmaßnahmen kann so wesentlich zielgerichteter erfolgen und dies auf Basis der Erkenntnisse und Rückmeldungen aller Partner im Unternehmensnetzwerk. Die Befragung und insbesondere auch die Diagnostik werden stetig weiterentwickelt. Zudem haben die Zentralen viele Möglichkeiten, die Befragung auf ihre individuellen Bedürfnisse anzupassen. Mit der ersten Ausgabe unseres Fachmagazins unter der Marke igenda möchten wir Ihnen einen aktuellen Eindruck von den Möglichkeiten der Partnerbefragung geben.



Der Erfolgskreis zeigt direkt das Gesamtergebnis, hier das „GUT“ mit 69 Punkten, und die Struktur der Befragung. Im Bereich des Kreises der Teilzufriedenheiten (Verhältnis zu Mitarbeitern, etc.) zeigt sich in der Farbe die Zufriedenheit und in der Größe des Segments die Bedeutung für die Gesamtzufriedenheit der Partner. Zu jeder Teilzufriedenheit werden weitere Aspekte abgefragt, auch hier sind im äußeren Kreis diese Teilaspekte wieder durch die Farbe und Größe bestimmt. Stärken und Schwächen im Netzwerk können hier auf einen Blick identifiziert werden. Über weitere Detaildarstellungen erfolgen dann weitergehende Analysen und Empfehlungen für Maßnahmen.

HINWEIS

Alle in den Darstellungen genannten Zahlen basieren auf fiktiven Daten, die Darstellungen sollen lediglich beispielhaft einen inhaltlichen und optischen Eindruck geben. Sie sind nur in Teilen dargestellt und die Systemzentrale erhält noch eine Vielzahl weiterer Darstellungen mit hohem Detailgrad. Zudem sind die Analysen immer individuell auf die Wünsche jedes Unternehmensnetzwerkes angepasst und können nach Bedarf in hohem Detailgrad aufbereitet werden.

1 Die Standardübersicht zu den Fragen stellt neben den Mittelwerten (auf einer 7er Skala von 1, sehr zufrieden, bis 7, sehr unzufrieden) direkt eine Note inkl. Farbgebung dar. Dies ermöglicht eine schnelle Erfassung der Ergebnisse. Innerhalb der Frageblöcke werden die Ergebnisse sortiert dargestellt, starke Bereiche und schwache Bereiche sind somit sofort erkennbar. Der Wert 3,2 wird von uns empfohlen als Zielwert (noch „gut“), auch dies dient der Visualisierung der Ergebnisse.

Die TOP 3-Boxen geben auf einen Blick einen Eindruck von der Streuung der Antworten. Hier sehen Sie sofort, welcher Anteil der Partner mindestens mindestens zufrieden ist. So werden in Einzelfällen Hinweise auf Schwachstellen gegeben, die ein Mittelwert nicht direkt aufzeigt. Selbstverständlich ist für jedes System der Vergleich zu vorherigen Befragungen wichtig – wo hat man sich verbessert, wo verschlechtert? Jedes Jahr führen wir eine Vielzahl von Befragungen in Unternehmensnetzwerken durch, als Benchmark bieten wir in den Systemen einen Vergleich zum Mittelwert aller Systeme über die vergangenen zwei Jahre an.

Für die Bewertung einzelner Aspekte und insbesondere für die Priorisierung von Maßnahmen ist die Bedeutung der Teilzufriedenheit zur Gesamtzufriedenheit oder auch von einzelnen Teilaspekten für die jeweilige Teilzufriedenheit entscheidend. Auch hier visualisieren wir diese Bedeutung in Form von Balken, die sofort den Führungskräften zeigen, „nicht grün und starke Bedeutung“ gleich dringende Handlungsempfehlung!

2 Viele Systeme haben Interesse an den Ergebnissen in bestimmten Teilgruppen. Das können regionale Gebiete sein, die zum Beispiel über verschiedene Personen betreut werden, aber auch verschiedene Arten von Lizenzpartnern/Gesellschaftern/Mitgliedern/Franchisepartnern. Unterschiede bei bestimmten Aspekten werden auch hier schnell erkennbar.

3 Nach der Gesamtbeurteilung und der Beurteilung von Teilbereichen werden weitere Aspekte in den Teilbereichen abgefragt. Wir empfehlen den Zentralen eine regelmäßige Befragung ihrer Partner (alle 12-18 Monate). Damit ist gewährleistet, dass die Effektivität von Veränderungen direkt gemessen werden kann, aber auch schon frühzeitig Schwachstellen erkannt werden. Als besonderes Mittel dafür bieten wir Systemen ein Tracking an. Wir markieren bereits in der Auswertung die Fragen, die wir für ein kurzes Zwischentracking empfehlen, hier die Fragen 5.6 und 5.7. Die Partner brauchen für die Beantwortung der F&C-Befragung ca. 25 Minuten, das Tracking wird von den Partnern meist in einer Zeit von weniger als 5 Minuten durchgeführt und es fokussiert auf die wichtigsten und kritischen Bereiche innerhalb des Unternehmensnetzwerkes.

4 Die Analyse bietet den Unternehmen Informationen darüber, in welchen Bereichen die Unzufriedenen besonders unzufrieden sind und welche dieser Bereiche dabei eine besondere Bedeutung haben. Manchmal ergeben sich hier überraschende Erkenntnisse, die den Unternehmen durch einfache (und kostengünstige) Maßnahmen eine deutliche Verbesserung der Gesamtzufriedenheit ermöglichen.

3. Teilzufriedenheiten (GZ: 3)						Ø 2,7	Wert zu 3,2	TOP3	Wichtigkeit zur GZ	Mittelwert 2013	Benchmark
	Verhältnis zu Mitarbeitern	gut (+)	2,2	86%					2,0	2,0	
3.2	Tägliche Arbeit	gut	2,5	88%					2,0	1,9	
3.1	Verhältnis zu anderen Partnern	gut	2,5	88%					2,6	2,5	
3.6	Beziehung zu Ihrem Franchisegeber	gut	2,5	83%					2,5	2,3	
3.5	geschäftlicher Erfolg	gut	2,7	79%					2,9	2,7	
3.3	Leistungen des Franchisegebers	gut	2,8	76%					3,0	2,7	
3.7	Betreuung durch die Franchisezentrale	gut (-)	2,8	78%					3,8	3,0	
3.8	Verhältnis Gebühren / Preise und Leistungen	gut (-)	2,8	74%					4,1	3,6	
3.10	Betreuung durch den Außendienst / der Betreuung durch die Franchisezentrale vor Ort?	gut (-)	2,9	78%					3,6	2,6	
3.9	Marktauftritt	befriedigend (+)	2,9	66%					2,7	2,9	
3.4			3,2								

7. Geschäftlicher Erfolg (TZ: 2,7)						Ø 3,3	Wert zu 3,2	TOP3	Nord 15	Süd 14
7.7	Erfolgsbeurteilung durch den FG im Vergleich zum Durchschnitt	gut (-)	3,0	68%					2,9	3,2
7.3	Umsatz im Vergleich zur Branche	gut (-)	3,1	71%					3,1	3,1
7.2	Umsatz im Vergleich zu Zielen	befriedigend (+)	3,5	56%					3,1	4,0
7.4	Einkommen im Vergleich zu Erwartungen	befriedigend (+)	3,6	53%					3,1	4,1
7.6	Wirtschaftliche Sicherheit im Vergleich zu einer anderen Tätigkeit	befriedigend	3,8	49%					3,7	4,0

5. Tägliche Arbeit (TZ: 2,5)						Ø 2,5	Wert zu 3,2	TOP3
5.9	Ich reagiere schnell und flexibel auf Kundenwünsche.	gut (+)	2,1	88%				
5.8	Meine Kunden vertrauen meinen Empfehlungen.	gut (+)	2,1	88%				
5.7	Die Vorgaben meines Franchisegebers unterstützen mich bei der täglichen Arbeit.	gut	2,8	79%				
5.6	Ich muss meine gesamten Fähigkeiten einsetzen.	gut (-)	2,8	71%				
5.4	Mein Privatleben leidet wenig unter meiner Arbeit.	gut (-)	3,2	64%				

8. Marktauftritt (TZ: 3,2)						Ø 2,8	Wert zu 3,2	TOP3	GZ aff/kog bis 3	GZ aff/kog ab 3,5
8.2	Der Marktauftritt meines Franchisesystems unterscheidet sich positiv von dem der Konkurrenz.	gut (+)	2,4	88%					2,0	3,3
8.6	Der Ruf meines Franchisesystems bei den Verbrauchern ist sehr gut.	gut	2,5	83%					2,2	3,6
8.7	Mein Franchisesystem zählt zu den führenden Anbietern in der Branche.	gut (-)	2,9	76%					2,7	3,8
8.5	Mein Franchisesystem hat einen hohen Bekanntheitsgrad bei den Verbrauchern.	befriedigend (+)	3,5	60%					3,1	4,2

10. Beziehung zum Franchisegeber (TZ: 2,5)

Item	Bewertung	Wert	Wert zu TOP3	Umsatz negativ	Umsatz positiv
10.16 Informationen erhalte ich von meinem Franchisegeber rechtzeitig.	gut	2,7	76%	3,7	2,9
10.12 Mein Franchisegeber sucht bei Konflikten nach Kompromissen.	gut (-)	2,8	78%	2,3	2,1
10.10 Ich werde von meinem Franchisegeber im erforderlichen Maße unterstützt.	gut (-)	3,2	69%	3,0	3,4
10.13 Mein Franchisegeber beteiligt mich an seinen langfristigen Planungen.	befriedigend (+)	3,3	62%	2,0	3,6

12. Leistungen des Franchisegebers (TZ: 2,8)

Item	Bewertung	Wert	Wert zu TOP3	Wichtigkeit zur TZ
12.15 Schulungen / Trainings	gut	2,5	88%	■
12.4 Warenwirtschaftssystem	gut (-)	3,1	74%	■
12.6 Buchhaltung / Jahresabschluss	gut (-)	3,1	72%	■
12.8 Controlling	gut (-)	3,2	69%	■
12.18 Unterstützung in Personalfragen	befriedigend (+)	3,3	68%	■
12.7 Jahres- / Investitionsplanung	befriedigend (+)	3,4	63%	■
12.10 Betriebswirtschaftliche Beratung	befriedigend (+)	3,4	63%	■
12.14 Wettbewerbsbeobachtung / Marktforschung	befriedigend (+)	3,5	63%	■
12.12 Werbung	befriedigend	3,6	56%	■
12.2 Einkauf	befriedigend	3,7	56%	■

21. Umsatzentwicklung

21.1 Umsatzentwicklung von 2012 auf 2013	50% positive Entwicklung
21.2 Umsatzentwicklung von 2013 auf 2014	70% positive Entwicklung
21.3 Umsatzentwicklung von 2014 auf 2015	73% positive Entwicklung
21.4 Umsatzentwicklung von 2015 auf 2016 (geplant)	92% positive Entwicklung
21.5 Umsatzentwicklung von 2016 auf 2017 (geplant)	89% positive Entwicklung

22. Statistik

22.1 Führen Sie mehrere Franchisebetriebe?	JA	5 Systemnehmer
22.2 Wenn ja: Anzahl		1 Antworten
22.3 Würden Sie gerne einen weiteren Betrieb eröffnen?	JA	10 Systemnehmer

2. Gründung im System

Item	Bewertung	Wert	Wert zu TOP3
2.1 Sind Sie in den letzten 12 Monaten neuer Franchisepartner des Systems geworden?	JA	4 Systemnehmer	
2.2 Wie sind Sie auf Ihren Franchisegeber aufmerksam geworden?		3 Antworten	
2.2 Wo haben Sie sich über ihr Franchisesystem informiert? (z.B. Wo haben Sie sich über ihr Franchisesystem informiert? (z.B. Presse, als Kunde, Internetauftritt, Portale...))	sehr gut (-)	1,9	92%
2.3 Meine Erwartungen hinsichtlich der Unterstützung vor der Eröffnungsphase wurden voll und ganz erfüllt.	sehr gut (-)	1,8	100%
2.4 Meine Erwartungen hinsichtlich der Unterstützung während der Eröffnungsphase wurden voll und ganz erfüllt.	gut	2,7	100%
2.5 Meine Erwartungen hinsichtlich der Unterstützung nach der Eröffnungsphase wurden voll und ganz erfüllt.			
2.6			

5 ■ Welchen Einfluss hat die Wahrnehmung des eigenen Umsatzes des Partners auf seine Zufriedenheit? Welche Aspekte sind sehr stark umsatzabhängig und müssen unter diesem Aspekt zumindest mit bewertet werden? Die Partner unterliegen als eigenständige Unternehmer immer auch Existenzsorgen oder Zukunftsangst – besonders in Bereichen, wo zum Beispiel Geschäftsbereiche durch sehr große Unternehmen (Stichwort Digitalisierung) angegriffen werden.

6 ■ Bei der Beurteilung konkreter Leistungen der Zentrale für die Partner werden Schwachstellen schnell offengelegt. Aber auch hier ist die relative Bedeutung der Einzelzufriedenheiten aus Sicht der Partner wichtig. Denn eine Zentrale hat meist keine Ressourcen, direkt alle schwächeren Bereiche anzugehen. Handlungsempfehlungen, sich auf bestimmte Bereiche zunächst zu konzentrieren, helfen den Systemen bei der Umsetzung (Effizienz).

7 ■ Jede Zentrale sollte regelmäßig eine Einschätzung der Partner bzgl. ihres Umsatzes abfragen. Der Umsatz hat fast immer Einfluss auf die Aspekte der Zufriedenheit (und umgekehrt). Hier ist dann auch weniger eine betriebswirtschaftliche Auswertung relevant als die persönliche Wahrnehmung des Partners.

8 ■ In Zeiten von Fachkräftemangel wird es für die Systeme immer schwieriger, neue Franchisenehmer zu gewinnen. Die Skalierung des Systems erfolgt schon bei vielen Franchisesystemen deswegen über die Anzahl der Standorte eines Franchisepartners. Wir greifen diesen Aspekt auf und liefern der Zentrale direkte Informationen über die Bereitschaft ihrer Partner, weitere Standorte zu eröffnen.

9 ■ Gerade die Zeit direkt nach der Gründungsphase ist entscheidend für eine langjährige gute Zusammenarbeit zwischen Zentrale und Partner. Systeme investieren hier zu Recht sehr viel, wir empfehlen im Rahmen der Befragung, diese Gründer auch direkt nach ihren Erfahrungen zu befragen – so bekommt die Zentrale direkt ein Controlling zum „Starterpaket“ im System.

24. Feedback Dienstleister (TZ: 3) Ø 2,7 Wert zu 3,2 TOP3

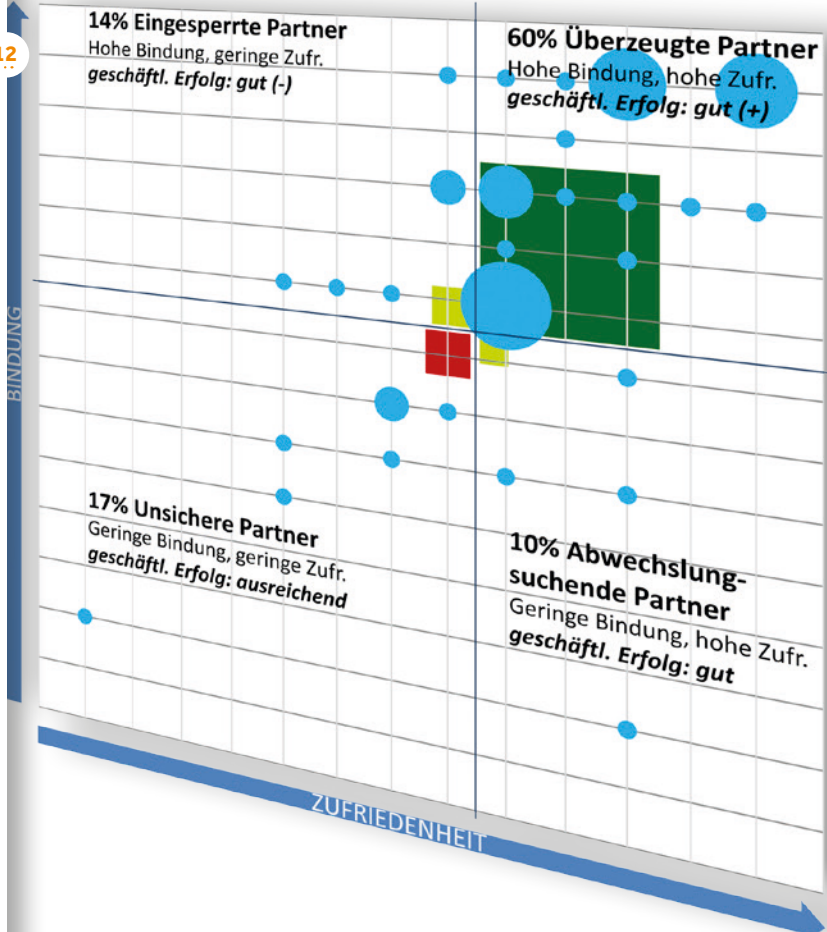
24.1	Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit der Software zur Warenwirtschaft?	gut	2,8	82%
24.2	Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit dem Logistikpartner?	gut	2,7	83%

10 ■ Natürlich haben die Systemzentralen die Möglichkeit, um auch die Zufriedenheit mit externen Dienstleistern abzufragen. So können Sie im Bedarfsfall frühzeitig reagieren und auf die Dienstleister zugehen.

11 ■ Für Systeme ab ca. 50 Franchisepartnern analysieren wir die Zufriedenheit in allen Bereichen nach soziodemografischen Merkmalen. Auch hier ist schnell erkennbar, ob man zum Beispiel eigentlich sehr loyale langjährige Partner im Bereich der zu schnellen Digitalisierung von Prozessen „verliert“ oder auch, ob das System wirklich gut aufgestellt ist im Bereich des Multi-Franchisings.

Marktauftritt		Franchisenehmer	Note im Ø	Der Marktauftritt meines Franchisesystems unterscheidet sich	Mein Franchisegeber entwickelt regelmäßig neue Ideen, um den	Das Produktprogramm meines Franchisegebers ist im Vergleich zur	Mein Franchisesystem hat einen hohen Bekanntheitsgrad bei den	Der Ruf meines Franchisesystems bei den Verbrauchern ist sehr gut.	Mein Franchisesystem zählt zu den führenden Anbietern in der Branche.	Die anderen Franchisenehmer tragen zu einem markenkonformen	Die Zahl der Partner sollte hinsichtlich einer sinnvollen Größenordnung noch
Franchisenehmer	43	2,7	gut	2,4	2,9	2,7	3,5	2,5	2,9	2,5	2,5
Alter:											
39 und jünger	8	2,4	gut	↑	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
40-59	22	2,7	gut	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
60 und älter	7	3,8	befriedigend	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
Zugehörigkeit seit:											
2000 und früher	2	2,5	gut	↑	↓	↑	↓	↑	↓	↑	↓
2001-2010	21	2,9	gut (-)	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
2011 und später	13	2,9	gut (-)	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
PLZ Gebiet:											
0... 1... 2...	12	2,1	gut (+)	↓	↑	↑	↑	↓	↓	↓	↓
3... 4... 5... 6...	21	3,3	befriedigend (+)	↑	↑	↓	↓	↓	↓	↓	↓
7... 8... 9...	2	2,6	gut	↑	↑	↓	↓	↓	↓	↓	↓
Anzahl Betriebe:											
1	32	2,5	gut	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
2 und mehr	5	3,9	befriedigend	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓

12 ■ Zufriedenheit und Bindung der Partner – die zentrale Herausforderung für Unternehmensnetzwerke. Ist beides hoch, ist meist auch der geschäftliche Erfolg höher. Wird ein Aspekt schwächer, entstehen schnell Konflikte oder Umsätze sinken. Zu vermeiden sind unzufriedene Partner mit geringer Bindung, sie schwächen durch ihre Kommunikation in ihrem Umfeld die Markenstärke des Systems statt sie zu stärken, wie dies die Partner mit hoher Zufriedenheit und hoher Bindung tun.



FAZIT

Die Darstellungen sollen Ihnen einen kurzen Eindruck vermitteln, viel spannender ist dies natürlich, wenn sie auf einer Befragung Ihrer Partner basieren. Handlungsempfehlungen erarbeiten wir individuell je nach den Besonderheiten des Systems und den Ergebnissen.

Weitergehende Analysen, die ökonomische Daten, die Selbsteinschätzung der Zentralen oder weitere Befragungen (Mitarbeiter, Kunden) beinhalten, sind ebenfalls möglich.

Weitere Informationen unter igenda.de