

# Partnerschaftliche Führung in einem Franchisesystem

**FÜHRUNG** In der Ausgabe 8/15 ist der Autor auf die gemeinsamen Werte eingegangen, die sich Franchisenehmer und Franchisegeber im Idealfall teilen. Gemeinsame Werte gehören auch zum Erfolgsrezept der tuck-tuck (Schweiz) AG, wie das folgende Interview mit Geschäftsführer Stephan Di Gallo zeigt.

VON DR. CHRISTOPH WILDHABER\*

■ Erfolgreichen Franchisesystemen gelingt es, die unternehmerische Kraft eines Franchisenehmers freizusetzen und dessen Leistung für den eigenen Betrieb auch im Sinne des Systems nutzbar zu machen. Dies bedingt einen im Kern partnerschaftlichen Ansatz.

Auch wenn der Franchisegeber in vielerlei Hinsicht einen Vorsprung hat (Erfahrung in der bisherigen Tätigkeit, Know-how, wie ein Betrieb zu führen ist), gilt es, diese Erfolgselemente motivierend und nicht hierarchisch zu vermitteln. Dennoch dürfen die wesentlichen Aspekte eines qualitativ einheitlichen und homogenen Markenauftritts nicht vernachlässigt werden. In jedem Fall gilt es, die Reputation des Franchisesystems als Ganzes zu wahren. Die persönlichen Interessen des Franchisenehmers haben dort in den Hintergrund zu rücken.

Im nachfolgenden Interview gibt Stephan Di Gallo von tuck-tuck (Schweiz) AG Einblick in die gelebte Partnerschaft mit seinen Franchisenehmern. tuck-tuck.ch steht für «Food on the move», einen innovativen Catering-Service mit ganz eigenem Charme.

**SFV** Gibt es in Ihrem Franchisesystem besondere Werte/Aussagen, die ein Franchisenehmer, «weil er will», annimmt und durch die sich die Tätigkeit eines «tuck-tuck» auszeichnet?

**STEPHAN DI GALLO** Wir haben doppeltes Glück: Einerseits, weil wir ein Produkt haben, bei dem wir stets direktes Feedback erhalten,



Stephan Di Gallo ist Geschäftsführer von tuck-tuck (Schweiz) AG, Fällanden, und Initiator des tuck-tuck-Catering-systems.

und andererseits, weil die Kunden und ihre Gäste es «cool» finden, was wir machen. Unser System ist im Wesentlichen auf drei Säulen aufgebaut: Auftritt (Smart-Auto mit Anhängerküche), Qualität (Essen und Logistik) und Service. Beim «Service» wird der Franchisenehmer zu einem Teil des gesamten Produkts und kann sich selber einbringen. Die Erfahrungen zeigen, dass sich die Franchisenehmer sehr stark mit tuck-tuck.ch identifizieren, gerade wegen des positiven Feedbacks des Umfelds und weil sie selber ein Teil des Produkts davon sind.

**SFV** Wie stellen Sie sicher, dass die Partner «im Sinne des Systems» agieren, ohne dass Sie als Franchisegeber «Mikromanagement» betreiben müssen?

**DI GALLO** Alle Hinweise und Beschreibungen sollen sich nahtlos in einen Prozess einfügen – im Sinne von: «Wenn man es so macht, funktioniert es, die Kunden schätzen es, und am Schluss verdient man sogar noch was daran.» Es geht um Hilfestellungen für den Franchisenehmer, und nicht um Befehle. An

einem Strick kann man bekanntlich nicht stossen, wenn man etwas bewegen möchte. Die Frage ist daher: Wie stelle ich es als Franchisegeber an, dass die Leute (Franchisenehmer, Kunden, Lieferanten) einem den Strick zuwerfen, damit man daran ziehen kann. Bei uns geht es vor allem um Hunger, Hunger nach Essen, nach Verdienst, nach Anerkennung. Wenn man Lösungen für diese Bedürfnisse anbietet, werden einem die Stricke automatisch zugeworfen.

Ein weiterer wesentlicher Aspekt ist es, die Franchisenehmer nach den richtigen Gesichtspunkten zu rekrutieren. Zum Beispiel machte es für uns keinen Sinn, Köche als Franchisenehmer zu suchen, da alle unsere Rezepte vorgegeben sind und keinen Spielraum für Kreativität offenlassen. Ein Betriebsleiter eines Restaurants ist jedoch ein idealer Franchisenehmer, da er seine Kernkompetenz in den Bereichen Gästebetreuung, Mitarbeiterführung und Organisation hat.

**SFV** Wie ist Ihr Franchisesystem vom Formalen her aufgebaut, und

welche Themen werden abgedeckt?

**DI GALLO** Unsere gesamten Arbeitsschritte sind auf unserer E-Learning-Plattform «tuck-tuck-academy» dokumentiert mit Texten, Fotos, Videos und Kalkulationstools. Wir legen grossen Wert darauf, dass ein neuer Franchisenehmer seine ersten Erfahrungen mit tuck-tuck-Anlässen im Betrieb des Franchisegebers macht. Danach werden seine ersten Anlässe von uns betreut, und er erhält permanente Unterstützung im Aufbau seiner Firma. Dazu ein kleines Beispiel: Fingerfood servieren ist nicht gleich Fingerfood servieren. Sie können die Speisen einfach hinstellen und die Gäste sich selber überlassen. Oder Sie können mit den Köstlichkeiten unter die Gäste gehen, eine Verbindung zu diesen aufbauen und sie vom Alltagsstress zum gemütlichen Beisammensein führen. Und genau diese Sachen lernen die Franchisenehmer über die Academy und das Training.

**SFV** Wie organisieren Sie stetigen innovationsbezogenen Austausch zwischen Ihnen als Franchisegeber und Ihren Franchisenehmern?

**DI GALLO** Wir treffen uns zwei bis drei Mal im Jahr, um Erfahrungen auszutauschen und unser Produkt zu optimieren. Was sich bewährt hat, wird eingeführt. Erst kürzlich hat unser Franchisenehmer aus Luzern die Idee eingebracht, beim Projekt «WasserfuerWasser.ch» mitzumachen, was in allen oben erwähnten Bereichen zu einer Win-win-Situation führte.

**SFV** Welche Anreize werden Ihren Franchisenehmern geboten, sich im tuck-tuck-System weiterentwickeln zu können?

**DI GALLO** Der Franchisenehmer ist ein Teil des Produkts und daher intrinsisch motiviert, sich selber weiterzuentwickeln, da er ja für diesen Part die volle Verantwortung selber übernehmen muss und an niemanden abschieben kann. Dazu kommt, dass wir als Netzwerk funktionieren und uns gegenseitig aushelfen bei Kapazitätsengpässen. Jeder ist mal auf die anderen angewiesen – dies fördert eine ausgeglichene Denkweise. ■

## ■ Cateringunternehmen

tuck-tuck.ch ist ein Cateringunternehmen, das in der Ausserhaus-Verpflegung seit 2004 tätig ist. Das Konzept basiert auf Know-how aus der Airline-Cateringbranche. Anstelle von Flugzeugen kommen jedoch Smart-Autos und zu Küchen ausgebaute Anhänger zum Einsatz. Das Vollcateringsystem spricht sowohl Privat- als auch Firmenkunden für Anlässe ab 20 und bis weit über 1000 Gäste an – und dies sowohl in- wie auch outdoor.

## ■ Kursangebot

Ein Franchisesystem aufbauen, führen und weiterentwickeln? Im Kurs des Schweizer Franchise Verbands ab 11. November 2015 erhalten Sie das Rüstzeug. Weitere Infos finden Sie auf [www.franchiseverband.ch](http://www.franchiseverband.ch).



\*Dr. Christoph Wildhaber, Geschäftsführer Schweizer Franchise Verband und Partner bei Streichenberg Rechtsanwälte, Zürich.