

Interview

Prof. Veronika Bellone, Bellone FRANCHISE CONSULTING GmbH, im Gespräch mit Philipp Scheibli, CEO Zaunteam Franchise AG



Philipp Scheibli

Zaunteam – starke Zäune – starke Partner

Zaunteam gehört heute zu den führenden Unternehmen für Zaun- und Torsysteme in Europa. 1989 in der Schweiz gegründet und seit 1998 als Franchisesystem expandierend, liegt der derzeitige Status (06/2016) bei rund 60 Standorten in Deutschland, 23 in der Schweiz und fünf in Österreich.

Im nachfolgenden Interview mit Philipp Scheibli, CEO Zaunteam Franchise AG und Prof. Veronika Bellone, Bellone Franchise Consulting GmbH, erfahren Sie mehr über die Erfolgsfaktoren, Marktbedingungen und Ziele von Zaunteam.

Veronika Bellone: Die Gründerstory von Walter Hübscher, der seine Idee für das Geschäftskonzept Zaunteam nach einem Aufenthalt in Neuseeland ersann, liest sich sehr interessant. Sie ist von stetiger, marktnaher Weiterentwicklung verbunden mit Veränderungswillen geprägt. Hat sich dieser Spirit im System erhalten?

Philipp Scheibli: Absolut. Der Spirit und die Werte sind ein wichtiger Teil unserer Firmenkultur. Wir leben Zaunteam, und dies spürt man bei jedem Treffen mit unseren Partnern.

Veronika Bellone: Die Nachfrage nach Zaunlösungen ist gross. Welche Angebotsbereiche sind besonders gefragt und welche entwickeln sich neu?

Philipp Scheibli: Wir sind sehr stark im Privatbereich tätig, wo wir vom Kleintierzäun bis zur hochwertigen Einzellösung alles unseren Kunden bieten können. Die Nachfrage im Bereich der Industrieanlagen mit technischen Herausforderungen steigt jährlich. Auch der Bereich der Tierhaltung ist nach wie vor ein Segment, wo wir viele schöne Anlagen erstellen dürfen.

Veronika Bellone: Sie sind mit Ihrem Konzept im D/A/CH-Raum vertreten. Machen Sie grundsätzliche Unterschiede in den Profilen Ihrer Bewerber und Franchisepartner aus?

Philipp Scheibli: Nein, wir machen keine Unterscheidungen in den Profilen der

Interessentensuche. Wir suchen lokal gut vernetzte Personen, die eine praktische Grundausbildung und eine Weiterbildung im kaufmännischen Bereich haben. Wichtig ist, dass die Person in unsere Kultur passt und sehr gerne mit Menschen arbeitet.

Veronika Bellone: Ich möchte hier gleich anschliessen und nach den Erfolgsfaktoren fragen. Welche Eigenschaften sind massgebend für den Erfolg bei Ihnen?

Philipp Scheibli: Überzeugung vom und Freude am Handwerk sind die wichtigsten Erfolgsfaktoren. Der Verkauf an die verschiedenen Kundengruppen ist eine sehr große Herausforderung und zugleich eine große Abwechslung. Wer den Verkauf und die Organisation der Montage im Griff hat, ist in unserem System sehr erfolgreich.

Veronika Bellone: Zaunteam wurde in diesem Jahr erneut der „F&C Award Gold“ für eine „überdurchschnittlich gute Beziehungsqualität zwischen Franchisegeber und Franchisenehmern“ vom Internationalen Centrum für Franchising und Kooperation (F&C) verliehen. Können Sie uns hier

ein paar Tipps für gutes Partnermarketing geben.

Philipp Scheibli: Wir arbeiten mit unseren Partnern auf Augenhöhe, nehmen die unterschiedlichen Bedürfnisse und Anliegen ernst und suchen gemeinsam Strategien für den Weg zum Erfolg. Transparenz und der intensive Kontakt zu jedem einzelnen Franchisenehmer sehe ich als einen großen Teil unseres Erfolgs.

Veronika Bellone: Zaunteam hat vor vier Jahren einen neuen Auftritt lanciert. Ein frisches neues Erscheinungsbild, das die Stärken und die Zielrichtung des Unternehmens symbolisieren soll. Aus eigener Erfahrung in der Beratung weiss ich, wie herausfordernd es ist, alle Franchisepartner vom neuen Design und den Inhalten zu überzeugen. Wie haben Sie das geschafft?

Philipp Scheibli: Dies war für das gesamte Team eine grosse Herausforderung, denn zuerst mussten auch wir vom neuen Auftritt überzeugt sein, damit wir unsere Partner überzeugen konnten. Für die Umstellung haben wir einen intensiven Dialog mit unseren Partnern geführt und uns mit den Bedenken und Ängsten auseinandergesetzt. Das Wichtigste war, dass wir offen kommuniziert haben und die Partner ein volles Jahr vor Einführung der neuen Marke mit ins Boot genommen haben.

Veronika Bellone: Und wohin soll es gemeinsam gehen? Welche quantitativen und qualitativen Ziele haben Sie für die kommenden fünf Jahre gesteckt?

Philipp Scheibli: In den kommenden fünf Jahren fokussieren wir uns auf den deutschen und österreichischen Markt, wo wir uns große Wachstumsziele gesetzt haben. Zudem steht die Qualitätsverbesserung als stetiger Prozess bei uns im Vordergrund.

Veronika Bellone: Herzlichen Dank für das offene Gespräch. Ich wünsche Ihnen weiterhin viel Erfolg. ■

