

Welche Mission haben Sie?



Vor drei Jahren habe ich an dieser Stelle über „Purpose-driven-Companies“ geschrieben. Unternehmen, die soziale, ökologische, kulturelle, gesundheits- oder bildungsbezogene Unzulänglichkeiten in der Gesellschaft zum Anlass nehmen, um mit ihrem Geschäftskonzept zu einer Lösung beizutragen. Sie verfolgen einen Zweck, der nicht rein zahlenorientiert ist, sondern sinnstiftend Kunden und Mitarbeitende wie Franchisenehmende motiviert. Gerade in der heutigen C-Zeit, in der die Sinnsuche viele Menschen an- und umtreibt, gewinnen solche Anbieter an Bedeutung, weil sie kreativ neue respektive alternative Wege gehen. Mit einer wichtigen Mission im Mittelpunkt, lassen sich auch eher Kapitalgeber und Mentoren finden. Ein Beispiel ist „Sirplus, der Rettermarkt für Lebensmittel“. 2017 von Raphael Fellmer und Martin Schott initiiert, konnten die Gründer für ihr Konzept gegen Lebensmittelverschwendung Impact-Investoren überzeugen. Heute haben sie bereits sechs Standorte in Berlin und wachsen, unter anderem Crowdfunding-finanziert, erfolgreich weiter. Die schweizerische

*Stiftung fit4school, mit ihrem gleichnamigen Franchisekonzept, setzt sich für schülergänzende Lernunterstützung und Nachhilfe ein und ist innerhalb von drei Jahren auf 26 Lern- und Coachingcenter angewachsen. Andere (Franchise-) Unternehmen, wie die Outdoormarken VAUDE und Patagonia setzen sich verstärkt für nachhaltiges Wirtschaften ein und beweisen dies auch sehr transparent. Es sind vielfach die Gründer*innen und Geschäftsführer*innen, die für ihre Mission eintreten und offen über die Entwicklung, über Versuch und Irrtum, Erfolge und Misserfolge kommunizieren. Solche authentisch zweckorientierten Unternehmen zeigen sich in Krisenzeiten widerstandsfähiger. Sie übernehmen Verantwortung und inspirieren, ja begeistern, andere. Ein schönes Beispiel dafür ist Miyoko Schinner, eine amerikanische Köchin mit japanischen Wurzeln, Kochbuchautorin und Inhaberin der milchfreien Käsemarke Miyoko's Creamery in Kalifornien, die sie 2014 gründete. Für ihre geschmacklich ausgereiften und innovativen veganen Lebensmittel, die nachhaltig hergestellt werden, hat sie bereits 13 Millionen Dollar von verschiedensten Kapitalgeber*innen einsammeln können und konnte neben Produktentwicklung und -vertrieb diverse gesellschaftsrelevante Projekte ins Leben rufen. Ihr Credo: „Ohne für etwas zu stehen, kann man nicht inspirieren oder führen“ (<https://miyokos.com>).*

Franco Gurgone, mein nachfolgender Interviewpartner, wird Ihnen mit „Körperformen“ ein gesundheitsorientiertes, professionelles EMS Training näherbringen, das den Gesundheitstrend bereits frühzeitig erkannt hat.

Ich wünsche Ihnen viel Anregung beim Lesen und beste Gesundheit

Ihre Veronika Bellone

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, Götti Switzerland und Warner Bros. Germany. Sie ist als Professorin an der Hochschule für Wirtschaft in der Nordwestschweiz im Fachbereich Marketing tätig sowie an weiteren 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. „Green Franchising“, Bellone/Matla, 2012 im MVG Verlag/ mi-Wirtschaftsbuch; „Praxisbuch Trendmarketing“, Bellone/Matla, 2017, Campus Verlag Frankfurt/New York; „Praxisbuch Franchising – Schnelles Wachstum mit System“, Bellone/Matla, 4. Auflage 2018, Redline Verlag; „Praxisbuch Dienstleistungsmarketing“, Bellone/Matla, 2018, Campus Verlag Frankfurt/New York; „Glücklich mit Tiny-Start-ups“, Bellone/Matla, Redline Verlag, 2019; „Es ist nie zu spät, sich selbstständig zu machen“, Bellone/Matla, Redline Verlag, 2020

Interview

Prof. Veronika Bellone, Bellone FRANCHISE CONSULTING GmbH, im Gespräch mit Franco Gurgone, Lizenzpartnerbetreuer Körperformen Schweiz

Customized Concept

Veronika Bellone: Zum Lizenzsystem Körperformen, 2011 gegründet, zählen heute bereits rund 229 Studios im DACH-Raum plus Italien. Worin liegt der USP des EMS-Geschäftskonzeptes Körperformen?

Franco Gurgone: Was das Körperformen Konzept ausmacht ist besonders eines: Es ist ein Lizenzkonzept. Dies bedeutet für die Unternehmer in erster Linie, dass sie viele Entscheidungsfreiheiten haben. Anders als bei einer klassischen Franchise kann jeder Körperformen Partner zum Beispiel das Studio, die Einrichtung und seine Werbung nach eigenen Wünschen gestalten. Die Zentrale achtet dabei darauf, dass der Wiedererkennungswert erhalten bleibt und alle Partner von unserer Markenbekanntheit profitieren. So kann jeder seine Visionen mit Körperformen verwirklichen. Diese Freiheit schätzen alle Partner sehr.

Gleichzeitig profitieren die Partner von der Markenbekanntheit, welche Körperformen mit über 220 Studios mit sich bringt. Viele weitere Serviceleistungen aus der Zentrale machen darüber hinaus den entscheidenden Unterschied. Dazu gehören zum Beispiel die telefonische Betreuung, eine Wissensdatenbank oder ein interner Online Shop. Auch neueste Branchenentwicklungen werden berücksichtigt. Zum Beispiel die Umsetzung der neuen NiSV für maximale Sicherheit in unseren EMS Studios.

Veronika Bellone: Sie sind mit Ihrem System in vier Ländern vertreten. Machen Sie grundsätzliche Unterschiede in den Profilen Ihrer Bewerber*innen und Lizenzpartner*innen aus?

Franco Gurgone: Natürlich passen wir unser Erfolgskonzept den örtlichen Gegeben-



heiten an. Das Basiskonzept bleibt jedoch immer bestehen. Auch im Ausland soll man die Marke Körperformen wiedererkennen können. Dafür sorgen Vertreter wie ich im Ausland, welche sich um die Umsetzung des Konzeptes kümmern. Dementsprechend kann man auch sagen, dass sich die Bewerber nicht stark unterscheiden. Wir heißen alle Interessenten unabhängig von ihrer Vorqualifizierung willkommen. Auch Quereinsteigern ermöglichen wir damit eine Partnerschaft. Diese werden selbstverständlich adäquat von uns geschult. Wir sind der Meinung, dass jeder Interessent mit unserem Schulungskonzept ein erfolgreiches Körperformen leiten kann.

Veronika Bellone: *Dann möchte ich da gleich anschließen und nach den Erfolgsfaktoren fragen. Welche Eigenschaften sind massgebend für den Erfolg bei Ihnen?*

Franco Gurgone: Was für Körperformen wichtig ist, ist die Persönlichkeit der Partner. Wie bereits beschrieben ist es durch das interne und externe Schulungskonzept möglich, auch als Quereinsteiger mit Körperformen durchzustarten. Aber auch wer schon ein EMS Studio oder ein Fitnessstudio besitzt kann profitieren. Viel wichtiger als Vorerfahrungen in der Fitness- oder Gesundheitsbranche sind jedoch Qualifikationen wie: soziale Kompetenz, Dienstleistungsorientierung, unternehmerisches Denken, Führungsfähigkeit und die Leidenschaft, seine Vision umzusetzen. Natürlich sollten neue Partner sich auch für den spannenden EMS Markt und die Trainingsmethode interessieren. Potenzielle Partner sind daher herzlich eingeladen ein Probetraining zu absolvieren.

Veronika Bellone: *Was bieten Sie im Gegenzug den Partner*innen zum Start und als kontinuierliche Unterstützung?*

Franco Gurgone: Jeder Partner erhält von Anfang an die volle Unterstützung für seine Existenzgründung. Wir suchen gemeinsam nach Immobilien, erstellen einen



Franco Gurgone

Foto: © Körperformen

ausführlichen Businessplan, sichern einen internen Gebietsschutz zu und helfen bei Bank- und Mietvertragsgesprächen. Auch nach Eröffnung erhalten alle Partner volle Unterstützung: Körperformen bietet attraktive Kooperationspartner, Hilfe bei der Personalsuche, erprobte Marketingstrategien und vieles mehr. Dabei sind wir persönlich erreichbar und haben ein offenes Ohr für alle Anliegen. Jeder Partner kann sich telefonisch beraten lassen und sogar am Wochenende dank der Wissensdatenbank auf das Know-how und zahlreiche Vorlagen zugreifen.

Veronika Bellone: *Ihr Geschäft lebt von der persönlichen Kundenbetreuung. Wie sind Sie bisher mit den Auswirkungen der Corona-Krise umgegangen?*

Franco Gurgone: Die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen aus der Zentrale in Deutschland haben den Partnern von Anfang an vielfältige Lösungsansätze geliefert. In sol-

chen Zeiten ist es extrem wichtig, dass alle zusammenhalten und niemand zurückgelassen wird.

Es wurde viel Recherche und Aufklärungsarbeit geleistet, um den Partnern so gut wie möglich unter die Arme zu greifen. Der Fokus wurde auf die Erstellung und Erweiterung einer kompletten Unterstützungs-Datenbank und Hilfsangeboten gelegt. Zusätzlich hat jeder Partner mehrmals täglich über einen Newsticker aktuelle Infos und Entwicklungen erhalten, die zuvor für unsere Branche aufbereitet wurden.

Weiterhin gab es die Möglichkeit eines finanziellen Supportes, Vordrucke, Anträge und fertige Kampagnen zur Kundenbindung. Der Austausch funktionierte während dieser Zeit hauptsächlich digital. Es wurden Zoom Calls und Telefonate vereinbart – das klappte wunderbar.

Veronika Bellone: *Welche quantitativen und qualitativen Ziele hat Körperformen für die kommenden fünf Jahre gesteckt?*

Franco Gurgone: Die Körperformen-Zentrale entwickelt laufend neue Konzepte für alle Bereiche der Lizenzpartner Betreuung. Dazu gehören neben neuen Kooperationen und Angeboten, auch die regelmäßige Entwicklung von Marketingstrategien. Die Wissensdatenbank wächst stetig an und bietet den Partnern mehr Antworten als je zuvor. Auch die Schulungsinhalte werden stets nach den Bedürfnissen und Entwicklungen der heutigen Zeit angepasst. Wir versuchen niemals still zu stehen und uns mit einem hohen Anspruch an unser Konzept weiter zu entwickeln.

Der Fokus liegt somit auf den qualitativen Zielen. Als quantitative Ziele haben wir uns vorgenommen die Standorte außerhalb von Deutschland weiter auszubauen. Langfristig möchten wir der Marktführer im Bereich EMS Training werden.

Veronika Bellone: *Danke für das Gespräch und weiterhin viel Erfolg* ■