

Das Franchise-Training

VBC bietet Vertriebsmitarbeitern Verkaufstrainings und seinen Franchise-Partnern ein äußerst professionelles Franchise-System.



Foto: Zoe Fotografie

Kerstin Wagner-Stieglmayr, VBC-Partnerin: „Ich bin super zufrieden damit, mein eigener Herr zu sein.“

VON THOMAS WILHELM

► Kerstin Wagner-Stieglmayr, 34, hatte ihr ganzes Berufsleben lang viel mit Menschen zu tun, zuletzt etwa als Human-Resources-Managerin bei einem internationalen Brauereikonzern. „Im Rahmen der Weiterentwicklung der Verkaufsmannschaft kam ich mit VBC in Kontakt“, erzählt die Oberösterreicherin, in deren Hinterkopf immer schon der Gedanke an Selbstständigkeit ge-

wesen war, wie sie sagt. Als im April 2015 eine VBC-Franchise-Lizenz frei wurde, schlug sie zu. „Mit der bewährten Marke VBC wollte ich die Gelegenheit beim Schopf packen.“

Ausgiebiges Kennenlernen

Was spontan klingt, war zunächst ein gründliches gegenseitiges Kennenlernen. In vielen Gesprächen wurde abgeklärt, ob man überhaupt zueinander passt. Das in Österreich und Deutschland erfolgreiche Franchise-System VBC, das Trainings für Verkäuferinnen und Verkäufer entwickelt und organisiert, wählt seine Partner nämlich sehr genau aus. Und das dauert.

Es war schon Juli, als Wagner-Stieglmayr den Franchise-Vertrag unterschrieb

und damit dem VBC-Netzwerk beitrug. Umfangreiche Schulungen folgten. „Verkäuferische, technische und vor allem Telefontrainings“, erzählt Wagner-Stieglmayr. Denn auch Verkaufstrainer müssen erst lernen, ihre Dienstleistung zu verkaufen. Zu diesem Zweck ist es unter

anderem üblich, dass arrivierte Franchise-Nehmer den neuen zur Seite stehen und zu den ersten Kundenterminen mitkommen.

Die Suche nach einem Büro war hingegen eine leichte Übung. Wagner-Stieglmayr: „Ich habe mir mein Büro in meinem Haus in Haag am Hausruck eingerichtet, der Platz war ohnehin vorhanden.“ Seminarräume umfasst ihr Büro nicht. Das ist aber auch gar nicht nötig, weil die Trainings entweder bei den Kunden oder in angemieteten Räumlichkeiten stattfinden. Ihr Arbeitspensum bewältigt Wagner-Stieglmayr mit einer Teilzeitkraft.

Trainings von zertifizierten Trainern

Dass die frisch gebackene Franchise-Nehmerin bereits so viel zu tun hat, ist kein Zufall: „Ich habe Kunden und Aufträge von meinem Vorgänger übernommen.“ Die Aufträge, die Wagner-Stieglmayr meint, bestehen übrigens nicht daraus, selbst Trainings abzuhalten, sondern selbige ihren Kunden schmackhaft zu machen und anschließend zu organisieren.

Durchgeführt werden die Trainings von hauptberuflichen Trainern. „Etwa 40

GEWINN-Bewertung: VBC

Preis/Leistung: ●●●●●●
 Ausgereiftheit: ●●●●●●
 Marktchancen: ●●●●●●

Fakten VBC

Lizenz-Gebühr: VBC – Academia Gesellschaft für Erwachsenenbildung GmbH, Enzersdorfer Straße 12a, 2340 Mödling, Alexandra Tripolt, E-Mail: alexandra.tripolt@vbc.at, Tel. 0676/8411 4117
Gesucht: Franchise-Partner in Wien, Vorarlberg, Tirol, Deutschland und der Schweiz mit großem Interesse an den Themen „Verkauf“ und „Training“
Einstiegsgebühr: 37.400 Euro
Startinvestitionen: mindestens 45.000 Euro Eigenkapital, um die persönlichen Fixkosten für ein Jahr finanzieren zu können
Monatliche Franchise-Gebühr: 14,7 Prozent
Werbegebühr: drei Prozent
Vertragslaufzeit: fünf Jahre



Foto: Zoe-Fotografie

Mit seinen selbst entwickelten Methoden ist VBC sehr erfolgreich

zertifizierte Trainer befinden sich im VBC-Trainerpool. Sie arbeiten ausschließlich für VBC und werden von den Franchise-Nehmern nach Bedarf gebucht“, erklärt Wagner-Stieglmayr, deren Kunden sich hauptsächlich in Oberösterreich und Salzburg befinden. Was aber nicht bedeutet, dass VBC Gebietschutz gewährt. „Bei uns gibt es keinen Gebiets-, sondern einen Kundenschutz. Das heißt, dass meine Kunden von keinem anderen Partner kontaktiert werden dürfen.“ Die Trainings, die den Kunden angeboten werden, sollen keine einzelnen Ereignisse, sondern langfristige Projekte sein. „Zwölf Monate Minimum, bis zu drei Jahre.“ Das sei notwendig, denn schließlich gehe es um Verhaltensänderung. „Nach einem Training ist die Motivation hoch, sinkt aber oft bald ab“, weiß Wagner-Stieglmayr. Ein Tutor, der die Kunden begleitet, sowie Selbstlern-einheiten im e-Learning helfen, dem entgegenzuwirken.

Viel Kundenkontakt, gute Umsätze

Über Umsätze kann Wagner-Stieglmayr nach wenigen Monaten als Franchise-Nehmerin naturgemäß wenig sagen. „Mein Ziel sind im ersten Jahr 200.000 Euro, später sollte es das Doppelte werden.“ Neben den Kosten für

ihr kleines Heimbüro, die Halbtagskraft und die Franchise-Gebühren muss sie davon noch die Trainer und Tutoren sowie die Lernunterlagen für ihre Kunden bezahlen. „30 bis 40 Prozent vom Umsatz kommen dadurch weg, schätze ich.“ Was die Jung-Franchise-Nehmerin allerdings sagen kann, ist, dass sie ihren Schritt nicht bereut hat. „Ich bin super zufrieden damit, mein eigener Herr zu sein. Die Materie taugt mir und ich habe viel Kundenkontakt.“ Man müsse allerdings die richtige Einstellung mitbringen, es sei viel Selbstorganisation gefragt. Allein sei man aber trotzdem nicht: „Die Zentrale ist sehr hilfreich.“

VBC bietet Personalentwicklungsprogramme für Verkäuferinnen und Verkäufer an und hat dafür eigene Methoden entwickelt. Das Unternehmen wurde 1997 in Wien gegründet und wird seit 2001 als Franchise-System geführt. In Österreich und Deutschland zählt das System aktuell jeweils sechs Franchise-Partner, weitere werden gesucht. Neue Partner sollten die Bereitschaft für ein mindestens sechsmonatiges Ausbildungsprogramm mitbringen. Dieses umfasst die drei Kompetenzbereiche „UnternehmerIn“, „Verkauf“ und „TrainerIn“. Nach der Einschulung gibt es Unterstützung durch eine moderne IT-Lösung, interne Logistik mit reibungsloser Belieferung der Kunden mit Lehrmitteln durch einen Logistikpartner, permanente Qualitätssicherung, Trainingsentwicklung, gemeinsames Marketing und vieles mehr.

GEWINN-Fazit

VBC besticht durch beeindruckende Leistungen und

So rechnet sich VBC

Die Berechnung des Mindestumsatzes erfolgte unter folgenden Annahmen*:

Der Franchise-Nehmer gründet ein Einzelunternehmen und möchte rund 2.500 Euro netto pro Monat entnehmen. Das Büro wird in einem Gemeinschaftsbüro angemietet. Inklusive der Mitbenutzung der Infrastruktur fallen monatliche Kosten in Höhe 500 Euro an. Für das Büro wird eine Mitarbeiterin in Teilzeit aufgenommen. Die Trainings werden von externen Trainern abgehalten, das Honorar für die Trainer beträgt 40 Prozent des Gesamtumsatzes. Für Einstiegsgebühr und Ausstattung wurden 41.000 Euro veranschlagt, finanziert zur Gänze mit Eigenmitteln. Laut Franchise-Geber sollten auf jeden Fall die privaten Fixkosten für ein Jahr als finanzieller Polster vorhanden sein, im Rechenbeispiel wären das rund 30.000 Euro.

Erfolgsrechnung	Break-even	in %
Umsatzerlöse netto	200.000,-	100,0%
Trainer	80.000,-	40,0%
Franchise- und Werbegebühr	35.400,-	17,7%
= Summe variable Kosten	115.400,-	57,7%
Rohertrag	84.600,-	42,3%
Abschreibung	800,-	0,4%
Personal	20.100,-	10,1%
Miete inkl. Strom	6.000,-	3,0%
Kfz & Reise	4.200,-	2,1%
Werbeaufwand	3.000,-	1,5%
Buchhaltung & Beratung	3.100,-	1,6%
Telefon, Spesen, Zinsen etc.	2.800,-	1,4%
= Summe Aufwand	40.000,-	20,0%
Ergebnis vor SVA und Steuer	44.600,-	22,3%
- SVA**	-10.500,-	
- Einkommenssteuer**	-4.400,-	
= Nettoeinkommen	29.700,-	14,9%

*] SVA und Steuer werden erst mit der Einkommensteuererklärung vorgeschrieben, sollten aber angespart werden. Die Rechnung zeigt das Jahr, wenn die Vorauszahlungen den tatsächlichen Abgaben entsprechen.

Die Gewinnschwelle wird bei einem Nettoumsatz von 200.000 Euro erreicht, was einem Monatsumsatz von 16.667 Euro entspricht. Bei einem Tagessatz von 1.800 Euro wären das genau 111 Seminartage im Jahr.

*] Die Berechnung wurde von Unternehmensberater Peter Lindenhofner (www.lindenhofner.co.at) erstellt und dient lediglich zur Orientierung. Sie ersetzt keinesfalls eine eigene Kalkulation.

hat in der Branche einen sehr guten Namen, wodurch die Franchise-Gebühren gerechtfertigt erscheinen. Die umfassende Schulung der Partner sowie die ständige Weiterentwicklung der Lerninhalte in Zusammenarbeit

mit externen Experten stellen eine Leistung dar, die Einzelkämpfer so niemals erbringen könnten. Genau diese Art von hochprofessioneller Know-how-Vermittlung ist es, die gutes Franchising so attraktiv macht.