

Für wen ist ein Franchise-Modell interessant?

Am Beispiel der Dogstyler Soest GmbH erläutern Produktmanager Michael Gierschewski und Franchise-Experte Dirk Vogelsang im Gespräch mit der ZooFach-Trend die Voraussetzungen für ein erfolgreiches Franchise-Modell.

Was muss ein potenzieller Franchisenehmer mitbringen, um beispielsweise eine Dogstyler-Filiale führen zu können – an fachlichem Know-how, menschlich oder als Hundefreund?

Dirk Vogelsang: Im Idealfall bringt er Einzelhandelserfahrung mit, aber das ist keineswegs Voraussetzung. Unverzichtbar sind für uns hingegen die sozialen Skills. Ein Handelspartner muss vor allem pffigig sein und bereit, sich das Geschäftsgebaren und alle Bereiche des Einzelhandels-Metiers anzueignen – schließlich betreibt ein Franchisenehmer sein Geschäft in Eigenverantwortung. Er muss auch nicht Hundehalter, -trainer oder sonst irgendwie hundeauffin sein, aber offen für alle Themen rund um den Hund, um seine Kunden kompetent beraten zu können. Wenn ein Interessent entspannt, freundlich und engagiert ist, zu uns passt und wilens ist die Dogstyler-Philosophie zu seiner eigenen zu machen, dann darf er herzlich gern als Quereinsteiger zu uns kommen. Auch unternehmensintern setzen wir auf die kreative Kraft

der persönlichen Entfaltung mit sehr durchlässigen Hierarchie- und Kompetenz-Ebenen.

Und finanziell?

Michael Gierschewski: Der Eigenkapitalbedarf bemisst sich an der Größe einer Ladenfläche. Wir empfehlen, Eigenkapital in Höhe von 30.000 bis 50.000 Euro mitzubringen. Im Erstgespräch mit einem Interessenten stellen wir das Investitionsvolumen im Detail dar.

Wie sieht ein optimales Filialnetz aus? Welche Standorte sind interessant?

Dirk Vogelsang: Ganz oben auf unserer Wunschliste stehen Großstädte wie Hamburg, Berlin, Bremen, München... Unser Fokus richtet sich aktuell auf den Norden, denn hier verzeichnen wir zwar genauso viele Kunden wie in anderen Regionen, haben aber noch keine Stores.

Innenstadt oder Randgebiet? Was braucht ein Standort?

Dirk Vogelsang: Wir hätten natürlich gern zentral gelegene Stores in der Innenstadt. Fußgängerzonen fallen jedoch aus, denn direkt angeschlossene Parkplätze sind für uns unverzichtbar, da man unsere wichtigste Produktgruppe, Hundetransportsysteme für den Pkw, praktisch am Fahrzeug besprechen und Einbau und Aussehen ausprobieren können sollte. Ansonsten hängt eine Standortbewertung stark von den individuellen regionalen Gegebenheiten ab, der Kaufkraft, der Anzahl der gemeldeten Hunde eines Gebiets, u.ä.. Bei unserem neuen Store in Saalfelden schlug zum Beispiel positiv zu Buche, dass viele Touristen mit Hunden in diese Urlaubsregion reisen...

Produktmanager Michael Gierschewski und Franchise-Experte Dirk Vogelsang von Dogstyler.



DOGSTYLER ist die Marke für hochqualitative, stylische und hochspezialisierte Produkte, die Hund und Mensch gleichermaßen ansprechen. Moderne Liege- und Schlafstätten in herausragenden Designs und Materialien für große und kleine Hunde sowie Transportsysteme zählen zu den Kernprodukten. Die DOGSTYLER-Kollektionen werden aktuell über Shop-in-Shops, sechs Flagship-Stores in Deutschland und Österreich und den Online-Shop verkauft. Produziert werden die stylishen Premium-Produkte für ein entspanntes Leben mit dem Hund vorwiegend in Handarbeit und ausschließlich in Europa. www.dogstyler.de