

Funktioniert bei Burgern und PV-Anlagen

Die Enerix GmbH will mit dem Franchise-Konzept im Photovoltaik-Markt durchstarten

Das Konzept des „Franchise“, zu Deutsch Lizenzvergabe, ist in Deutschland vor allem über die Fastfood-Kette McDonalds bekannt. Der Lizenznehmer bekommt als selbstständiger Unternehmer das Recht, ein Restaurant unter dem bekannten Namen McDonalds zu führen, wird in die Kunst des Hamburgerbratens eingeweiht und profitiert von günstigen weil massenhaft eingekauften Burgerzutaten und Restaurantinterieur. Im Gegenzug muss der Restaurantbetreiber die McDonalds-Standards einhalten und natürlich vertraglich geregelte Abgaben leisten.

Das Erfolgsrezept für Hamburger – auch für die Photovoltaikbranche einsetzbar? Die Regensburger Enerix GmbH & Co. KG meint ja. Das Unternehmen wurde Anfang 2007 von Peter Knuth und Stefan Jakob, beide bereits mehrere Jahre in der Solarbranche tätig, gegründet und ist eine Mischung aus Großhandel und überregional tätigem Photovoltaikfachbetrieb. „Das neue an der Geschäftsidee von Enerix ist nicht das Produkt ‚Photovoltaikanlage‘, sondern der ganzheitliche Service, den die Firma ihren Kunden bietet“, beschreibt Geschäftsführer Peter Knuth seine Firmenphilosophie. Sein Unternehmen vergibt die Lizenz zur Photovoltaik-Beratung unter dem Namen „Enerix Alternative Energietechnik“. Der Lizenzpartner übernimmt als selbstständiger Unternehmer in seinem fest zugeteilten Gebiet die Beratung und Vermarktung – er trägt dabei das kaufmännische Risiko. Das entsprechende Know-how, ob Marketing, Finanzierung oder Versicherung, vermittelt die Enerix GmbH. Sie übernimmt auch den Part der Montage. Bei Problemen mit der Anlage können sich die Kunden an eine zentrale Hotline wenden.

Neben der Wissensvermittlung profitiert der Lizenznehmer von den festen Einkaufsvereinbarungen für die Komponenten der Solaranlage. „Keine Billigkomponenten“, wie Knuth betont. Im Gegenzug verpflichtet sich der Partner, eine bestimmte Menge Kunden im Jahr zu akquirieren. Die feste Bindung ist die Krux eines Franchise-Unternehmens. Auch die S.A.G Solarstrom AG hatte einst eine so genannte Abteilung „Franchise“. Tatsächlich entsprach sie jedoch einem „lockeren Partnermodell“, wie Pressesprecherin Jutta Lorberg erklärt. Das Problem: Das Unternehmen steckte viel Aufwand in die Schulung der Partner, die jedoch im Ge-

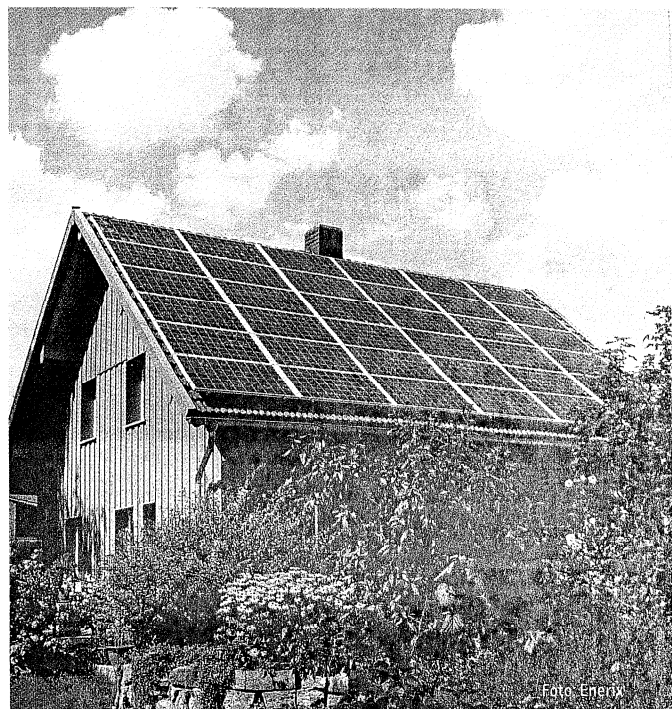
genzug nicht verpflichtet waren mit Produkten von S.A.G Solarstrom zu arbeiten. Heute pflegt das Unternehmen deswegen einen Partnervertrieb. Die Installationsbetriebe, zumeist Betriebe für die PV nur ein Standbein von mehreren ist, mit besonders enger Bindung zu S.A.G, erhalten auch besonders günstige Einkaufskonditionen.

„Uns wundert, dass wir aus dem Zukunftsbereich erneuerbare Energien noch kein Mitglied haben“, sagt Pascale Taube vom Deutschen Franchise-Verband (DFV). Etwa 300 der rund 900 deutschen Franchisegeber sind im Verband organisiert. Eine übergreifende Gesetzgebung für Franchise gibt es nicht – diese Lücke will der Verband mit seinem Ethik-Kodex für einen nachhaltigen Umgang der Vertragspartner füllen. Ziel des Verbands ist es auch, dass in Zukunft alle Franchise-Systeme, die DFV-Mitglied sind, alle drei Jahre einen System-Check für Franchise-Systeme durchlaufen. Bei diesem „Tüv“ fürs Franchising werden die Lizenznehmer nach der Zufriedenheit mit dem Lizenzgeber befragt. „Unzufriedenheit entsteht beispielsweise, wenn keine kontinuierlichen Schulungen angeboten werden oder wenn die Einzugsgebiete der Lizenznehmer falsch bemessen sind“, sagt Taube. Oder wenn der Lizenzgeber seine Hauptaufgabe nicht wahrnimmt: die Marke als Alleinstellungsmerkmal zu pflegen.

Trends frühzeitig erkennen

Dazu muss er rechtzeitig Trends erkennen, um die Zukunftsausrichtung des Unternehmens entsprechend anzupassen. Beim Beispiel McDonalds wären das Maßnahmen wie die über Jahre hinweg erfolgte Anpassung des Interieurs, neue Angebote wie das McCafé oder die Bemühungen der Fastfoodkette sich einen ökologischen Anstrich zu verpassen.

Eine weiteres Ziel des Verbandes ist, Qualität sicherzustellen. Auch für Enerix, noch kein DFV-Mitglied, ist dies erfolgsentscheidend. Die Eignung der Lizenznehmer werde genau geprüft: „Wir definieren uns nicht über die Zahl, sondern die Qualität der Partner“, sagt Knuth. Die technische Affinität eines potenziellen Partners gilt als wichtige Voraussetzung, denn schließlich muss später nicht nur



der Endkunde vom Vorteil einer eigenen PV-Anlage überzeugt, sondern auch die Anlage geplant, gezeichnet und ausgelegt werden. Ein Projekt, das der Qualitätssicherung bei Enerix dienen soll, ist bereits in Arbeit. Um mit fachlich gut ausgebildeten Technikern arbeiten zu können, wird mit den Eckert-Schulen ein neues Ausbildungsmodell entwickelt.

Potenzial im Osten

„Bislang ist die Akzeptanz im Westen Deutschlands größer“, sagt Knuth über die bundesweite Verteilung der Lizenznehmer. „Im Osten gibt es noch großes Potenzial; das Einzugsgebiet ist dort größer und Selbstständige finden gute Verhältnisse vor.“ Die Gesamtsumme, die im Startjahr von einem neuen Partner investiert werden muss, liegt unter 20.000 €. Darin enthalten ist die Lizenzgebühr, Kosten für EDV, Büromaterial und Werbemittel.

Photovoltaik ist derzeit ein lukratives Geschäft. Der Bundesverband Solarwirtschaft meldet im letzten Quartal einen signifikanten Anstieg der installierten Anlagen. Doch 2010 sinkt die Einspeisevergütung, möglicherweise noch über die bis dato gesetzlich vorgesehene Degression zwischen neun und elf Prozent – es bleibt abzuwarten, wie die Verbraucher darauf reagieren. Auch ein Grund, weswegen es allein bei Photovoltaik für Enerix nicht bleiben soll. „Wir wollen weitere Produkte aus dem Bereich erneuerbare Energien ins Portfolio aufnehmen. Damit wollen wir für uns und unsere Franchisenehmer ein zweites Standbein schaffen“, sagt Knuth. Peter Knuth blickt optimistisch in die Zukunft, dass die Förderung erneuerbarer Energien auch weiterhin so gestaltet wird, dass der Ausbau anhält. Für 2010 plant Enerix deshalb zu den bestehenden 13 Franchisepartnern zehn weitere aufzunehmen.

DANIELA BECKER
www.franchise-photovoltaik.de