

**Nicole Kindt**, Franchise-Nehmerin bei Plameco, schätzt vor allem den offenen Erfahrungsaustausch unter den Partnern.

# NEUE ZIMMERDECKEN kreativ vermarktet

Die Wünsche der Kunden und Ideen der Partner entwickeln das etablierte Plameco-Spanndeckensystem stetig weiter. Dazu kurbeln witzige Werbespots die Vermarktung kräftig an.

Autorin **Lisa Brandes** Fotografin **Angelika Klein**

**D**en Unterschied zwischen einem Handwerksbetrieb, der keine Werbung macht, und einer Franchise-Partnerschaft kennt Nicole Kindt sehr gut. 2001 kam der Stuckateurbetrieb ihres damaligen Mannes zu Plameco. Weil sich alles gut entwickelte, kauften sie ein zweites Plameco-Gebiet im Saarland. Als sich das Paar 2006 trennte, übernahm jeder ein Gebiet. „Als Neustarter fühlten wir uns damals gut aufgehoben“, blickt die heute 54-Jährige zurück.

Die Schulungen in den Niederlanden für Monteure, die systematische Auftragsannahme mit Musterkoffer für den Beratungstermin bei den Kunden, Beispielfotos auf dem Laptop, die voraus-

## Die **Konditionen**

<b>Einstiegsgebühr</b>	15.000 Euro
<b>Monatl. Grundgebühr</b>	keine
<b>Werbegebühr</b>	keine
<b>Nettoumsatz im 1. Jahr</b>	180.000 Euro <sup>1)</sup>
<b>Vertragsdauer</b>	5 Jahre
<b>Startinvestitionen</b>	circa 25.000 Euro
<b>Franchise-Nehmer</b>	131 (Deutschland)
<b>Voraussetzungen</b>	Spaß am vertriebsorientierten Denken und Handeln in der Kommunikation mit den Kunden, handwerkliches Geschick
<b>Internetadresse</b>	plameco.de

1) Durchschnitt

schauende Werbepanung mit der Umsatzplanung für das Folgejahr – all das findet sie nach wie vor sehr positiv. „Und das System entwickelt sich laufend weiter“, sagt die gelernte Industriekauffrau.

## **WERBESPOTS STEIGERN BEKANNTHEIT**

Die Beleuchtung und die LED-Lichtbänder, die sich nun in die Decken integrieren lassen, und die Modernisierung der Marke mit lockeren Werbespots – „das war eine tolle Präsentation“, erinnert sich Nicole Kindt. Die Kampagne habe die Marke Plameco für Spanndecken insgesamt bekannter gemacht, die Auftragsbücher sind nach wie vor gut gefüllt.

kerstin.meier@handwerk-magazin.de

hm

## Eigenschaften Was neue Partner brauchen

- # VERTRIEBSORIENTIERUNG UND SPASS AN DER KOMMUNIKATION MIT KUNDEN
- # HANDWERKLICHES VERSTÄNDNIS FÜR DIE ARBEIT
- # ZIELSTREBIGKEIT ZUR UMSETZUNG DER VEREINBARTEN PLÄNE
- # OFFENHEIT FÜR DEN AUSTAUSCH MIT KOLLEGEN
- # BESTEHENDER BETRIEB UND/ODER FINANZIELLE ABSICHERUNG

Trotz der umfangreichen Schulungen durch die Zentrale: Wer mit Plameco in die Selbstständigkeit startet, sollte auf jeden Fall über grundlegende handwerkliche Erfahrungen aus Montage und Renovierung verfügen. Aber auch als zweites Standbein zu einem bestehenden Handwerksbetrieb ist der Einstieg bei Plameco denkbar. Plameco-Gründer Jo Spanjers selbst startete 1982 mit den Spanndecken als zweites Standbein zu seinem Tischlerbetrieb. An eines der lukrativen Vertriebsgebiete dieses etablierten Systems kommen Neueinsteiger am besten über den Einstieg bei einem langjährigen Partner und eine spätere Unternehmensnachfolge.

## Alleinstellung Auf diese Erfolgsfaktoren setzt das System

# 1

### Eine bekannte Marke trotz Nischenprodukt

Nationale Werbung versprechen mittlerweile sehr viele Franchise-Geber in ihren Akquiseunterlagen. Die Mehrheit überlässt jedoch ihren Partnern vor Ort das Marketing. Anders bei Plameco. Auch wenn das System nicht in der Umsatzliga von McDonald's & Co. spielt, die Franchise-Zentrale investiert seit einigen Jahren in die Markenbekanntheit mit professionellen Werbespots.

# 2

### Renommiertes Patent mit Weiterentwicklung

Schon vor knapp 30 Jahren hat sich Plameco den Einbau seiner Spanndeckensysteme innerhalb eines Tages bei den Kunden vor Ort patentieren lassen. Neue Materialien ermöglichen es seit 2006, nahtlose Spanndecken bis zu einer Breite von fünf Metern herzustellen und auch größere Räume neu zu gestalten. Seit dem Jahr 2007 gibt es sowohl die Fotodecke als auch ein Click-in-System für Beleuchtung.

# 3

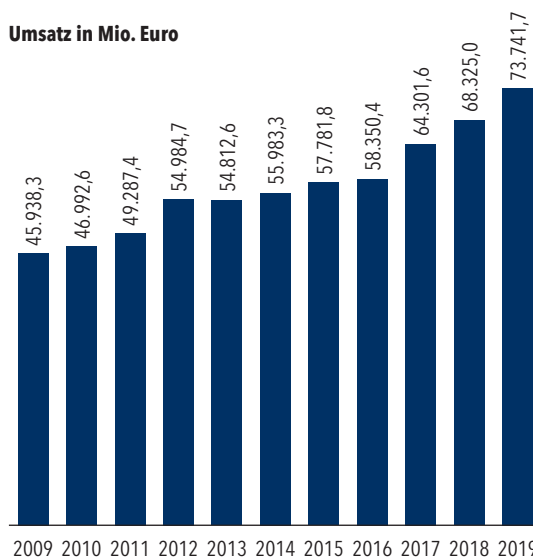
### Wachsender Bedarf bei immer mehr Kunden

Die Gesellschaft altert und mit ihr in vielen Fällen auch die Bausubstanz. Plameco setzt auf investitionsfreudige ältere Privatkunden, die es sich in den eigenen vier Wänden noch einmal schön machen wollen. Die bundesweit ausgestrahlten lockeren Werbespots in der Primetime haben vor allem auch die Bekanntheit der Marke bei der jüngeren Zielgruppe deutlich verbessert.

## Markt Aufwärtstrend im Ausbaugewerbe hält an

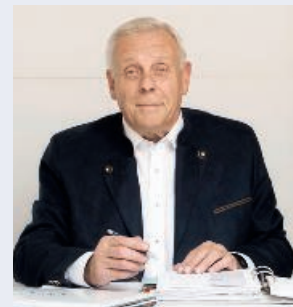
Nach überstandener Finanzkrise 2009 kennt der Umsatz in den Ausbaugewerken nur eine Richtung: nach oben! Das belegen die Ergebnisse der jährlichen Betriebserhebungen durch das Statistische Bundesamt in Wiesbaden. Obwohl die Zahlen für 2020 bis zum Redaktionsschluss leider noch nicht verfügbar waren, lässt der durch die Coronakrise zusätzlich befeuerte Trend zum Cocooning (darunter verstehen die Wissenschaftler den Rückzug der Kunden in die eigenen vier Wände) vermuten, dass der Wachstumskurs auch 2020 und 2021 – eventuell in einer leicht abgeschwächten Form – anhalten wird.

Umsatz in Mio. Euro



Quelle: Statistisches Bundesamt, jährliche Betriebserhebungen vom 12. März 2020

## DOESERS URTEIL



Unser Bewerter:

Rechtsanwalt Thomas Döser

## Enge Vorgaben für den Erfolg!

Die Spanndecken des niederländischen Franchise-Systems Plameco sind ein gutes Beispiel für eine Marktnische mit einer klar umrissenen Problemlösung für Endkunden. Der Vertrag ist mit 96 Seiten umfangreich. Er bildet ein Konzept ab, das hohe Anforderungen an Franchise-Partner stellt. Plameco bietet exklusive Werkzeuge sowie Ausstattung an und gibt die Materialien vor, die ein Franchise-Nehmer per 100-prozentiger Bezugsbindung beim Franchise-Geber kaufen muss. Auch das Werbematerial unterliegt der kompletten Bezugsbindung. Die Vorgaben des Vertrags greifen stark in die unternehmerische Freiheit des Franchise-Nehmers ein. Entsprechend groß ist daher die Verpflichtung des Franchise-Gebers für den wirtschaftlichen Erfolg der Partner.

Das nachvertragliche Wettbewerbsverbot ist in seiner derzeitigen Fassung allerdings nicht wirksam. Dies müsste der Franchise-Geber nacharbeiten lassen. In jedem Fall sollten sich Interessenten im Vorfeld erkundigen, welche Erfolgsaussichten der Franchise-Geber konkret für ein bestimmtes Vertragsgebiet sieht.



Bessere Preise, schlankere Prozesse, effektiveres Marketing – der Einstieg ins System hat auch im Handwerk viele Vorteile. [franchiseverband.com](http://franchiseverband.com)