

## Im Gespräch

### Veronika Bellone im Gespräch mit Daniel Oberbeck, regionaler Franchise-partner von Gymboree

**Veronika Bellone:** Sie sind regionaler Franchisepartner von Gymboree (amerikanisches Franchisesystem für frühkindliche Förderkurse) in Basel. Es ist eine Herausforderung, ein Konzept mit einem gänzlich anderen kulturellen Hintergrund zu übernehmen. Was war bei Ihnen der Antrieb?



**Daniel Oberbeck:** Von den weltweit über 600 Gymboree Filialen liegt mehr als die Hälfte nicht im Ursprungsland Amerika. Entsprechend hat sich das Konzept auch in Ländern mit den verschiedensten kulturellen Hintergründen behaupten können. In der Schweiz liegt die Herausforderung sicherlich darin, dass man gegenüber neuen Dienstleistungen noch immer eher kritisch eingestellt ist. Förderung von Kleinkindern wird oft mit „privilegiert und elitär“ assoziiert. Denken Sie zum Beispiel an Babyschwimmkurse; heute redet niemand mehr von übertriebenem Ehrgeiz, wenn man mit dem Kind einen solchen Kurs besucht.

**Veronika Bellone:** Halten Sie in Ihrem Fall die kulturellen Unterschiede im Konzeptinhalt eher für einen Wettbewerbsvorteil?

**Daniel Oberbeck:** Da wir wenig Wettbewerb haben und Gymboree der weltweite Marktführer in diesem Segment ist, kann man von Wettbewerbsvorteilen sprechen. Jedoch muss man hierzulande noch Überzeugungsarbeit leisten, warum man das Kind überhaupt auf spielerische Weise fördern soll. In anderen Ländern, in welchen

Bildung kein selbstverständliches Gut ist, sind solche grundsätzlichen Diskussionen leider nur einer gewissen Einkommenschicht vorbehalten. Von unseren 300 Kunden sind etwa 1/3 Schweizer, die restlichen stammen aus ca. 40 verschiedenen Ländern.

**Veronika Bellone:** Inwieweit dürfen Sie Anpassungen im Dienstleistungspaket vornehmen, um den hiesigen Bedürfnissen gerecht zu werden?



**Daniel Oberbeck:** Wir genießen einen gewissen Handlungsspielraum; mit über 30 Jahren Erfahrung und weltweiter Präsenz können wir uns aber auf pädagogisch erstklassige Kurse verlassen. Das mögliche Dienstleistungsspektrum von Gymboree (Bewegungs-, Musik, Kunst, Ballett, Yoga-klassen etc.) ist so umfangreich, dass es für den einzelnen Franchisepartner bereits eine Herausforderung darstellt, sämtliche Lektionen qualitativ hochwertig anbieten zu können. Ein riesiges Potenzial sehen wir in der Schweiz in zweisprachigen Spielgruppen (2½ bis 5 Jahre). Da denke ich an meine 4 jährige Tochter: Sie geht seit knapp 2 Jahren in unsere zweisprachige Spielgruppe „Global Kids“ (Deutsch/Englisch) und hat spielerisch und natürlich fast eine zweite Muttersprache mitbekommen.

**Veronika Bellone:** Wie intensiv ist bei Ihnen die Zusammenarbeit mit dem Franchisegeber?

**Daniel Oberbeck:** Die Schweiz ist dem Masterfranchisor von Deutschland/Österreich/Schweiz unterstellt. Es gibt regelmäßige Treffen und Ausbildungsanlässe für das Lehrpersonal. Da wir noch eine relativ junge Organisation sind, ist die Zusammenarbeit vor allem auf ein gemeinsames Lernen von einander „best practice“ ausgerichtet. Da wir über eine webbasierte Software verfügen, sind somit auch sämtliche Informationen online immer zur Verfügung. Ein Mal im Jahr besucht uns jemand vom Headoffice San Francisco.

**Veronika Bellone:** Dass die Förderung von Klein(st)kindern viele Möglichkeiten für späteres Lernen freisetzen kann, wird erst heute so recht erkannt. Wie ist Ihre Erfahrung? Welche Effekte können erzielt werden mit den Gymboree-Dienstleistungen?

**Daniel Oberbeck:** Teilweise fühlen wir uns wie Pioniere in einem wachsenden Geschäftsfeld. Während man sich in der Schweiz noch darüber streitet, ob man eine zweite Sprache mit acht oder neun Jahren erlernen soll, sind die einfachsten Lernpotenziale bereits vergangen. Niemand von uns will die Kinder überfordern oder in ein Raster stecken. Im Gegenteil: Wir wollen die Kinder gezielt in ihrem Selbstbewusstsein stärken und sie auf dem Weg als geistig gesunde und neugierige Menschen begleiten. Plakativ gesprochen: Heute werden für Hundebesitzer und ihre Vierbeiner Welpenkurse, Erziehungskurse etc. angeboten. Wir Eltern sind auch auf Hintergrundinformationen zur Entwicklung unserer Kinder angewiesen und freuen uns über Anregungen, was unsere Kinder momentan beschäftigt oder welche Spiele ihre Sinneswahrnehmungen unterstützen. Wie soll ich als Vater beispielsweise wissen, dass mein Kind momentan extrem auf Farben



reagiert. Und macht es nicht mehr Freude, mit anderen zusammen zu singen als immer stets das selbe Gute Nacht-Lied?

**Veronika Bellone:** Welche Ziele haben Sie als Franchisepartner?

**Daniel Oberbeck:** Wir als Eltern haben einen Ort gesucht, an dem wir gemeinsam mit unserem Baby und den Kindern „Quality Time“ verbringen, also etwas erleben können, während alle profitieren. Wir sind keine Vereinsmenschen, wollten stattdessen eine hochwertige Institution mit professionellem Personal. Gleichzeitig habe ich in meinen vorherigen Tätigkeiten bei internationalen Firmen erkannt, wie einsam die PartnerInnen der „Expats“ sind, welche nicht wie der/die berufstätige Ehemann/frau ein Netzwerk am Arbeitsort aufbauen können und somit eine Plattform suchen, auf freiwilliger Basis Menschen in ähnlichen Lebenssituationen kennenzulernen.

Um auf Ihre Frage zurückzukommen: Ich hatte bisher noch nie eine so klare Marktlücke mit einem solchen Potenzial entdeckt und entsprechend den Schritt in die Selbstständigkeit gewagt. Durch die Leidenschaft für das Geschäftsmodell waren bis heute konkrete Ziele gar nie im Vordergrund. Aber natürlich macht es Spaß, wenn man dabei noch Geld verdienen und vielen Familien einen vielfältigeren Alltag und darum vielleicht sogar eine bessere Welt bieten kann.

**Veronika Bellone:** Vielen Dank für das interessante Gespräch. ■