

Gerd Garmaier

Wirtschaftsethische Aspekte des Franchisings

Die erfolgreiche Überwindung
von Dilemmastrukturen

Mit einem Geleitwort von Torben L. Brodersen,
Geschäftsführer Deutscher Franchiseverband e.V.



RESEARCH

Inhalt

1. Kapitel: Das Konzept des Franchisings	1
1.1 Historischer Hintergrund	1
1.2 Definition	2
1.3 Abgrenzung zu verwandten Systemen	6
1.3.1 Freiwillige Ketten	6
1.3.2 Vertragshändler	7
1.3.3 Lizenzvertrag	8
1.3.4 Agentur	8
1.3.5 Filialsystem	9
1.3.6 Übersicht der Merkmalsausprägungen	10
1.4 Wesen des Franchisings	10
1.4.1 Grundtypen des Franchisings	10
1.4.1.1 Vertriebs-Franchising	11
1.4.1.2 Dienstleistungs-Franchising	11
1.4.1.3 Produkt-Franchising	11
1.4.2 Mischformen	12
1.5 Typische Inhalte von Franchiseverträgen	12
1.5.1 Der Franchisevertrag als Institution	12
1.5.2 Langfristigkeit	13
1.5.3 Vertragliche Pflichten des Franchisegebers	13
1.5.4 Vertragliche Pflichten des Franchisenehmers	14
1.5.5 Schutzrechte	15
1.5.6 Gebietsschutz	16
1.5.7 Gebühren	16
1.5.8 Vertragliche Grundkonzeption	17
1.6 Entwicklung der Franchisewirtschaft in Deutschland	18
1.7 Zusammenfassung	21
2. Kapitel: Die Modellierung von Dilemmastrukturen	23
2.1 Das Modell von Hobbes	23
2.1.1 Einführung	23
2.1.1.1 Persönliche Daten	24
2.1.1.2 Historischer Kontext	25
2.1.1.3 Die Geometrie Euklids	28
2.1.1.4 Zusammenfassung	28
2.1.2 Der Naturzustand	29
2.1.3 Der Vertrag und die Einsetzung des Souveräns	33
2.1.4 Rechte und Pflichten des Souveräns	35
2.1.5 Die natürlichen Gesetze	37
2.1.6 Zusammenfassung: Das Titelblatt des Leviathan	38
2.1.7 Ethische Würdigung	40
2.1.7.1 Aristoteles - Hobbes	40
2.1.7.2 Der Kant'sche Antagonismus	42
2.2 Definition	43

2.3 Zusammenfassung	48
3. Kapitel: Die Entstehung von Kooperation	51
3.1 Spieltheoretische Analyse	51
3.1.1 Die Goldene Regel	52
3.1.2 Der kategorische Imperativ	53
3.1.3 Tit for Tat	53
3.2 Mikroökonomische Analyse	55
3.2.1 Tauschtheorie	55
3.2.2 Neue Mikroökonomie	57
3.3 Interaktionsökonomischer Ansatz	61
3.3.1 Abschied vom klassischen Homo oeconomicus	61
3.3.2 Grundlagen der Interaktionsökonomik	65
3.3.3 Institutionen	67
3.3.4 Abgrenzung zur Mikroökonomie	68
3.3.5 Abgrenzung zur Spieltheorie	70
3.4 Zusammenfassung	70
4. Kapitel: Positive Analyse - Kausalität zwischen Dilemmastrukturen und Franchising	73
4.1 Interessen der Franchisegeber	73
4.1.1 Franchisegeber als Anbieter	74
4.1.1.1 Konfligierende Interessen im Wettbewerb	74
4.1.1.2 Konfligierende Interessen in der Distribution	77
4.1.2 Franchisegeber als Nachfrager	85
4.1.2.1 Konfligierende Interessen auf dem Kapitalmarkt	85
4.1.2.2 Konfligierende Interessen auf dem Arbeitsmarkt	89
4.1.3 Übersicht: Paradigmatische Dilemmastrukturen	93
4.2 Interessen der Franchisenehmer	94
4.2.1 Franchisenehmer als Anbieter	95
4.2.1.1 Konfligierende Interessen bei abhängiger Beschäftigung	96
4.2.1.2 Konfligierende Interessen bei selbstständiger Tätigkeit	102
4.2.1.3 Franchisenehmer als Anbieter von Kapital	107
4.2.2 Franchisenehmer als Nachfrager	108
4.2.2.1 Konfligierende Interessen auf dem Kapitalmarkt	108
4.2.2.2 Konfligierende Interessen auf dem Arbeitsmarkt	111
4.2.2.3 Konfligierende Interessen auf dem Gütermarkt	112
4.2.3 Übersicht: Paradigmatische Dilemmastrukturen	114
4.2.4 Empirische Untersuchungsergebnisse	115
4.3 Dilemmastrukturen in Franchisesystemen	121
4.3.1 Beispiele	121
4.3.2 Instrumente zur Gegensteuerung	124
4.4 Zusammenfassung	126

5. Kapitel: Normative Analyse - Ethische Würdigung	129
5.1 Konsensethik als Maßstab	129
5.1.1 Grundbegriffe der Ethik	129
5.1.1.1 Deontologische Ethik	129
5.1.1.2 Teleologische Ethik	131
5.1.2 Ausgewählte ethische Ansätze und ihre Beiträge zur Konsensethik	133
5.1.2.1 Ausgangspunkt	133
5.1.2.2 Mängelwesentheorie: Die Fähigkeit zur Beratung und Vergesellschaftung	135
5.1.2.3 Aristoteles: Tauschgerechtigkeit	138
5.1.2.4 Hobbes: Das Konfliktmodell	138
5.1.2.5 Locke: Die Vertragsgemeinschaft	139
5.1.2.6 Hume: Egoismus und Sympathie im Konsens	141
5.1.2.7 Kant: Prinzip der Autonomie	145
5.1.2.8 Buchanan: Designer der Vertragstheorie	146
5.1.2.9 Rawls: Gerechtigkeit	148
5.1.2.10 Habermas: Der Konsens im Diskurs	151
5.1.3 Charakteristika der Konsensethik	152
5.2 Franchising als Institution	156
5.2.1 Beteiligte	157
5.2.1.1 Sicherheit der Verfügungsrechte	158
5.2.1.2 Reduktion der Transaktionskosten	159
5.2.1.3 Reduktion der Schutzkosten	160
5.2.1.4 Ausweitung der Tauschmöglichkeiten	160
5.2.1.5 Arbeitsteilung	161
5.2.1.6 Risiko-Reduzierung	161
5.2.2 Betroffene auf verschiedenen Märkten	162
5.2.2.1 Absatzmarkt	163
5.2.2.2 Arbeitsmarkt	168
5.2.2.3 Kapitalmarkt	169
5.2.2.4 Beschaffungsmarkt	169
5.3 Zusammenfassung	170
6. Kapitel: Ergebnisse und Ausblick	173
Literaturverzeichnis	179
Hinweise zur Zitierweise	200