

Veronika Bellone | Thomas Matla

Praxisbuch Franchising

Konzeptaufbau und Markenführung



Inhalt

Geleitwort von Torben L. Brodersen: Franchising – der moderne Mittelstand	7
Geleitwort von Christoph Wildhaber: Franchising – eine Erfolgsgeschichte auch in der Schweiz	9
Einleitung	11
1 Franchising – was ist das?	13
1.1 Business-Format-Franchising	15
1.2 Marke – was ist das?	15
1.3 Brand-Franchising.....	18
1.4 Neue Herausforderungen im Franchising.....	21
1.5 Wohin entwickelt sich Franchising?.....	24
2 Die acht Wahrheiten im Franchising	35
2.1 Franchising eignet sich für gesunde Unternehmen.....	36
2.2 Franchising ist eine strategische Entscheidung	59
2.3 Franchising braucht Vorsprungsmerkmale	73
2.4 Franchising braucht Persönlichkeit.....	86
2.5 Franchising heißt Interaktion, Innovation und Reflexion.....	125
2.6 Franchising erfordert Denken in Konsequenzen	142
2.7 Franchising ist eine Kulturleistung	171
2.8 Franchising bedeutet stetige Effizienzverbesserung.....	181
3 Franchise-Denkwerkzeuge	193
Anmerkungen	214
Literatur	215
Websites	217
Register	218
Autoreninformation	219