

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
<b>Einleitung</b> .....	<b>11</b>
<b>1 Franchising – was ist das?</b> .....	<b>13</b>
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
<b>2 Die acht Wahrheiten im Franchising</b> .....	<b>35</b>
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
<b>3 Franchise-Denkwerkzeuge</b> .....	<b>193</b>
<b>Anmerkungen</b> .....	<b>214</b>
<b>Literatur</b> .....	<b>215</b>
<b>Websites</b> .....	<b>217</b>
<b>Register</b> .....	<b>218</b>
<b>Autoreninformation</b> .....	<b>219</b>