

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**