

Gabriele Stein

Franchisingnetzwerke im Dienstleistungsbereich

Management und Erfolgsfaktoren

Mit einem Geleitwort
von Prof. Dr. Arnold Picot

DeutscherUniversitäts Verlag

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	V
Vorwort	VII
Abbildungsverzeichnis	XIII
Tabellenverzeichnis	XV
Abkürzungsverzeichnis	XVII
1. Einführung	1
1.1. Problemstellung und Zielsetzung	1
1.2. Vorgehensweise	5
1.3. Empirische Methodik	6
2. Untersuchungsgegenstand	12
2.1. Franchisingnetzwerke im Dienstleistungsbereich	12
2.1.1. Begriff und Typologie des Franchising	12
2.1.2. Franchisingssysteme als strategische Netzwerke	16
2.1.3. Erklärungsalternativen für die Evolution von Franchising-systemen	18
2.1.4. Besonderheitendes Dienstleistungsfranchising	27
2.1.5. Zusammenfassende Definition	29
2.2. Stand der Forschung	30
2.2.1. Identifikation relevanter Studien	31
2.2.2. Untersuchungsansatz und Methodik	32
2.2.3. Ergebnisse	33
2.2.4. Implikationen für die vorliegende Untersuchung	43
3. Theoretisches Managementmodell von Franchisingnetzwerken	45
3.1. Managementtheorien	45
3.1.1. Interorganisationstheorien	47
3.1.2. Führungstheorien	50
3.1.3. Zusammenfassung	54

3.2. Managementdimensionen	55
3.2.1. Interorganisation	55
3.2.1.1. Netzwerkstruktur	56
3.2.1.2. Netzwerkkultur	64
3.2.1.3. Zusammenfassung	66
3.2.2. Zwischenbetriebliche Führung	67
3.3. Managementeffizienz	75
3.3.1. Netzwerkeffizienz	75
3.3.2. Individualeffizienz	76
3.4. Managementkontingenz	77
3.4.1. Dienstleistungstyp	78
3.4.2. Netzwerkprofil	82
3.5. Aggregierte Modelldarstellung	86
4. Analyse der managementrelevanten Kontextfaktoren	88
4.1. Dienstleistungstyp	89
4.2. Absolute Kontingenzen	91
4.2.1. Franchisegeberprofil	91
4.2.2. Franchisenehmerprofil	95
4.3. Relationale Kontingenzen	96
4.3.1. Zielbeziehungen	96
4.3.2. Rollenbeziehungen	99
4.3.3. Beziehungsaggregate	109
4.4. Zusammenfassung	111
5. Gestaltung des Franchising-Managements	113
5.1. Interorganisation als Managementdimension	113
5.1.1. Netzwerkstruktur	113
5.1.1.1. Koordination der Netzwerkpartner	114
5.1.1.2. Formalisierung der Zusammenarbeit	122
5.1.1.3. Macht	127
5.1.1.4. Kommunikationsstruktur	133
5.1.1.5. Kontrollstruktur	136
5.1.1.6. Netzwerktypen auf Basis der Netzwerkstrukturparameter	139

5.1.2. Netzwerkkultur	142
5.1.2.1. Gestaltungsparameter der Netzwerkkultur	142
5.1.2.2. Identifizierte Netzwerkkulturtypen	147
5.2. Zwischenbetriebliche Führung als Managementdimension	150
5.2.1. Führungsbedarf	150
5.2.1.1. Interaktionskomplexität	151
5.2.1.2. Interaktionsintensität	152
5.2.1.3. Kontextabhängigkeit des Führungsbedarfs	154
5.2.2. Führungsinstrumente	156
5.2.2.1. Information als Führungsinstrument	156
5.2.2.2. Motivation als Führungsinstrument	160
5.2.3. Konflikte als Führungsproblem	163
5.2.4. Anforderungen an einen "Netzwerkführer"	168
5.2.5. Netzwerkführungskategorien als zusammenfassendes Ergebnis	170
5.3. Konsistenz zwischen Interorganisation und Führung	172
5.3.1. Darstellung von Abhängigkeiten	172
5.3.2. Identifikation von Realtypen	173
6. Effizienz des Franchising-Managements	177
6.1. Netzwerkeffizienz	177
6.2. Individualeffizienz	181
7. Schlußbetrachtung	186
Anhang	189
Anhang 1: Franchisegeber-Gesprächsleitfaden	190
Anhang 2: Franchisenehmer-Fragebogen	203
Anhang 3: Zusammenstellung der analysierten Studien	213
Literaturverzeichnis	217
Stichwortverzeichnis	239