

Peter G. Jurgeleit

Moderne Partnerschaften im Know-how- und Lizenzgeschäft

Manche nennen es auch
Franchising

Rudolf Haufe Verlag
Freiburg im Breisgau

INHALT

	Seite
Geleitwort	5
Vorwort	9
I. Ein deutsches Tabu?	11
II. Die kurze Geschichte und was Franchise überhaupt ist	20
III. Die Entwicklung des Systems	26
1. Die Null-Serie — oder: war es schon ein System?	26
2. Die erste Franchise-Generation	31
3. Die zweite Franchise-Generation	48
IV. Die Standards (I)	50
1. Alt-Ketten- und Gründungs-Franchising	50
2. Franchise-Bezeichnungen	54
Der Vertragshändler-Vertrag	56
Der Know-how-Vertrag	57
Der Lizenz-Vertrag	58
3. Was beabsichtigen die beiden Vertragspartner?	59
4. Das Know-how und der Einstand	61
5. Die Zahlungsmodi des Einstandes	73
6. Die Höhe des Einstandes	77
7. Der Rücktritt vom Vertrag	80
V. Die Standards (II)	85
1. Umsatzanteile — sicher nicht das Schlechteste	85
2. Die ständige Beratung	89
3. Der Kursus, das Training	89
4. Die Einrichtung des Zweigbetriebes	95
5. Gebietsschutz	96
6. Die „Garantie“, ein äußerst heikles Kapitel	96
7. Die Notwendigkeit des Stammbetriebes	99
8. Hilfsbereitschaft der Partnerbetriebe untereinander	103
9. Gemeinsamer Name, Geschäftsverbindungen, Preise	104
10. Individuelle Kundenpflege	106
11. Buchführungs- u. Inkasso-Hilfe, zentrale Buchhaltung	108
12. Versicherungen, Rechts- und Steuerberatung	110
13. Verbundgerechtes Auftreten in der Öffentlichkeit	113
14. Neuentwicklungen und freiwillige Übernahme von Erprobungs- und Entwicklungsaufträgen	116
15. Der persönliche Kontakt	117
16. Allgemeine Information und Erweiterungsangebote	119
17. Laufende Kontrolle und das betriebliche Berichtswesen	120

18. Fairer Interessenausgleich bei Beendigung einer Franchise-Partnerschaft	121
19. Der Schiedsmann	124
20. Vertragsmuster	126
VI. Der folgerichtige Aufbau eines Gründungs-Ketten-Verbundes	131
1. Nahtlose Planung und plangerechte Durchführung	131
a) Phasenplanung	132
b) Planung des Schwankungsausgleichs	133
c) Die Finanzplanung	138
2. Erste Entwicklungsphase	141
3. Zweite Entwicklungsphase	145
4. Dritte Entwicklungsphase	150
5. Vierte Entwicklungsphase	154
6. Fünfte Phase (oder auch 1. Ausbauphase)	160
7. Sechste Phase (oder auch 2. Ausbauphase)	167
VII. Eine Umsatzhochrechnung der vier Entwicklungsphasen	169
1. Die prospektiven Gewinne des Franchise-Gebers	177
2. Der Gewinn des Franchise-Nehmers	179
VIII. Wer mischt mit im Franchise-Business und wer verpaßt vielleicht eine Chance?	181
1. Der Unternehmer	182
2. Der franchise-orientierte Mitarbeiter	193
3. Der System-Berater	196
4. Der Repräsentant	203
5. Der Trainingsleiter	209
6. Der Partner als Neu-Unternehmer	211
7. Die Kapitalinvestoren	215
8. Der Kunde im Franchise-Geschäft	220
IX. 50 Gefahrenquellen für Verbunde	223
10 Fehler von Franchise-Gebern	224
10 Gefahrenpunkte durch Führungskräfte	229
10 Diversionsakte von Franchise-Nehmern	234
10 Gefahrenpunkte für Franchise-Nehmer	240
10 Angriffe von außen	245
X. Ausblick	252
XI. Literatur-Empfehlungen	257
Stichwortverzeichnis	258