

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
<b>I. Ein deutsches Tabu?</b> . . . . .	11
<b>II. Die kurze Geschichte und was Franchise überhaupt ist</b> . . . . .	20
<b>III. Die Entwicklung des Systems</b> . . . . .	26
1. Die Null-Serie — oder: war es schon ein System? . . . . .	26
2. Die erste Franchise-Generation . . . . .	31
3. Die zweite Franchise-Generation . . . . .	48
<b>IV. Die Standards (I)</b> . . . . .	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
<b>V. Die Standards (II)</b> . . . . .	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
<b>VI. Der folgerichtige Aufbau eines Gründungs-Ketten-Verbundes</b> . . . . .	<b>131</b>
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
<b>VII. Eine Umsatzhochrechnung der vier Entwicklungsphasen</b> . . . . .	<b>169</b>
1. Die prospektiven Gewinne des Franchise-Gebers . . . . .	177
2. Der Gewinn des Franchise-Nehmers . . . . .	179
<b>VIII. Wer mischt mit im Franchise-Business und wer verpaßt vielleicht eine Chance?</b> . . . . .	<b>181</b>
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
<b>IX. 50 Gefahrenquellen für Verbunde</b> . . . . .	<b>223</b>
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
<b>X. Ausblick</b> . . . . .	<b>252</b>
<b>XI. Literatur-Empfehlungen</b> . . . . .	<b>257</b>
<b>Stichwortverzeichnis</b> . . . . .	<b>258</b>