

Franchise-Geber



Markenfranchise

(c) Peckert 2006

Marke

Kundenwelt

Unternehmerwelt

Markenunternehmer



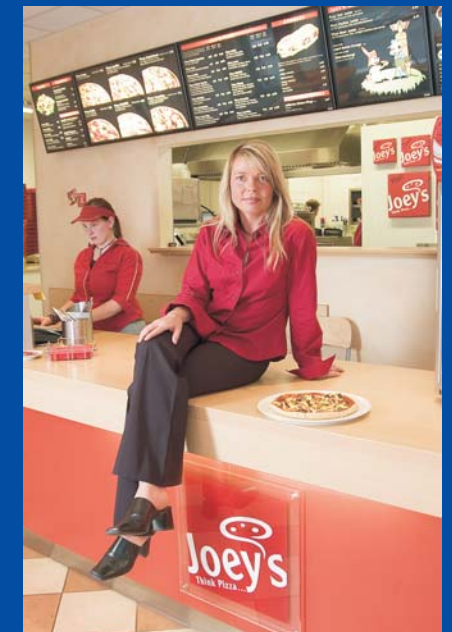
+



+



=



# 1

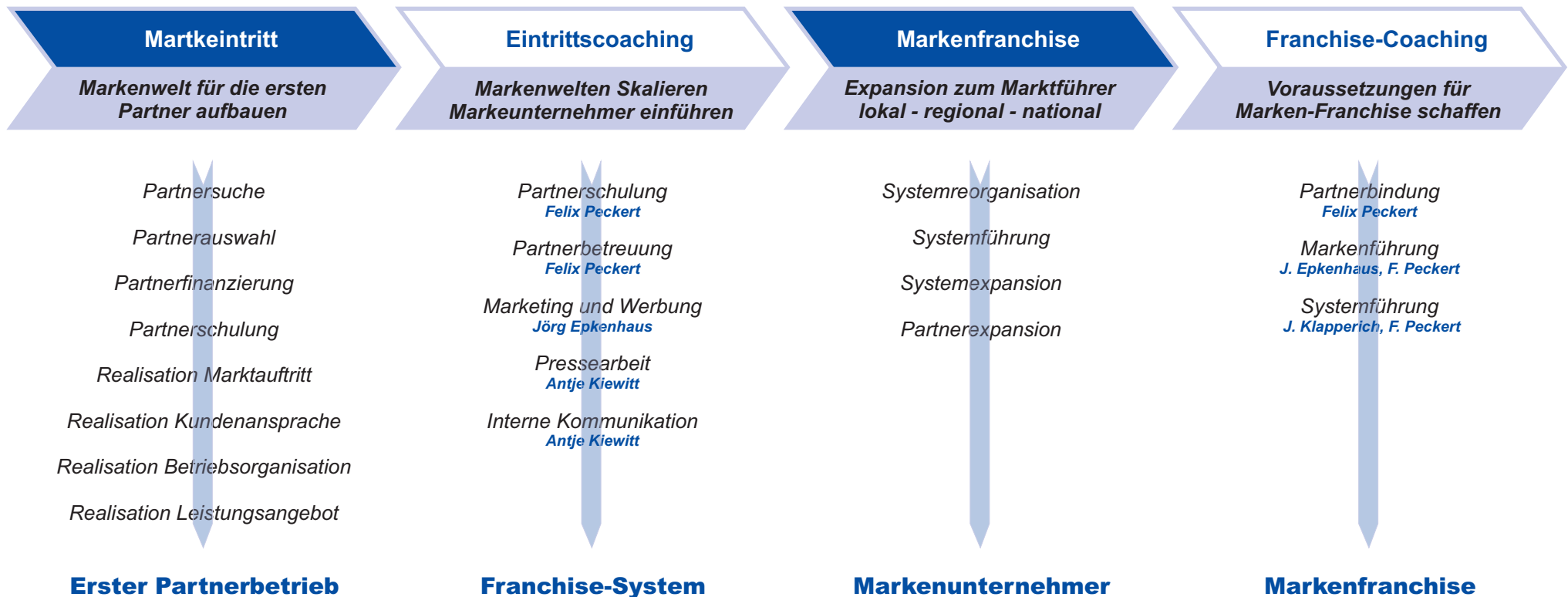
## Erste Schritte

### Markenfranchise



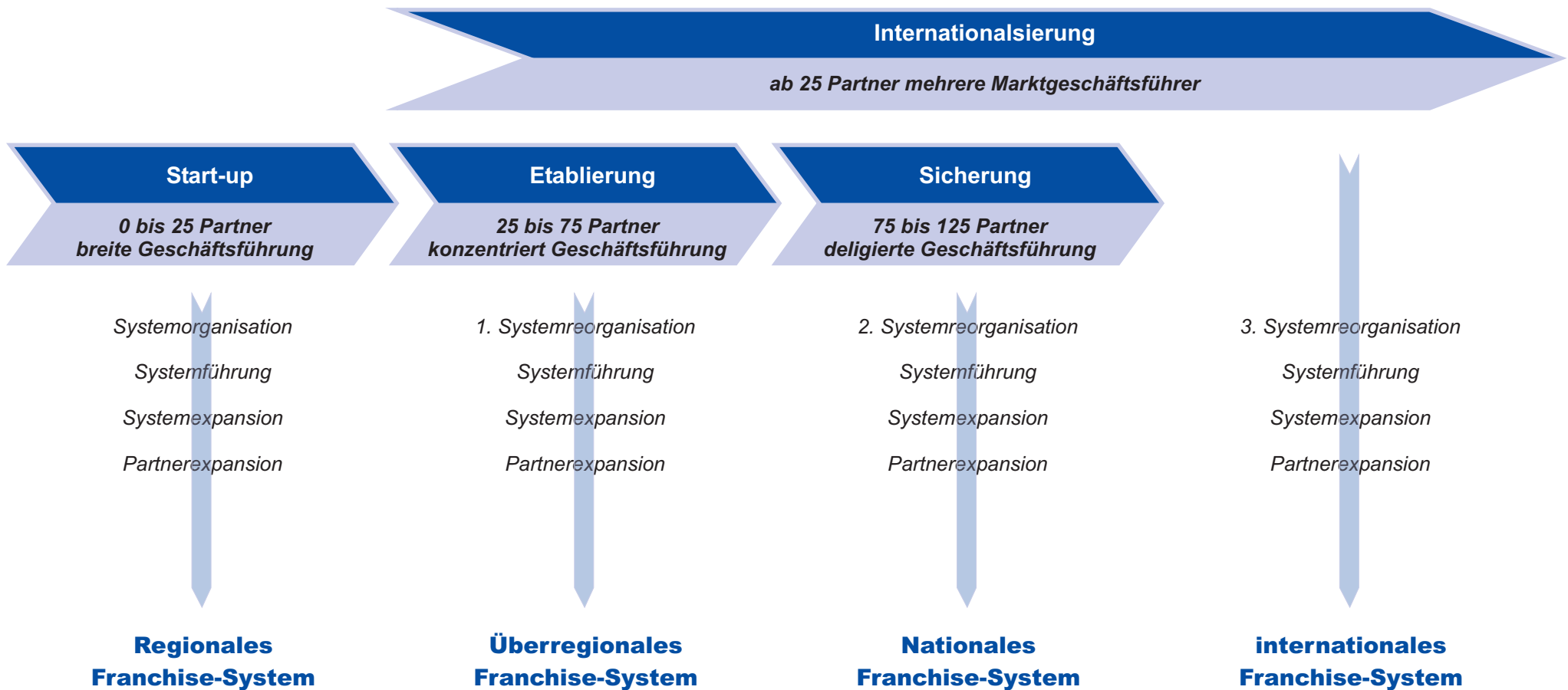
# 2 Marktphase

## Markenfranchise



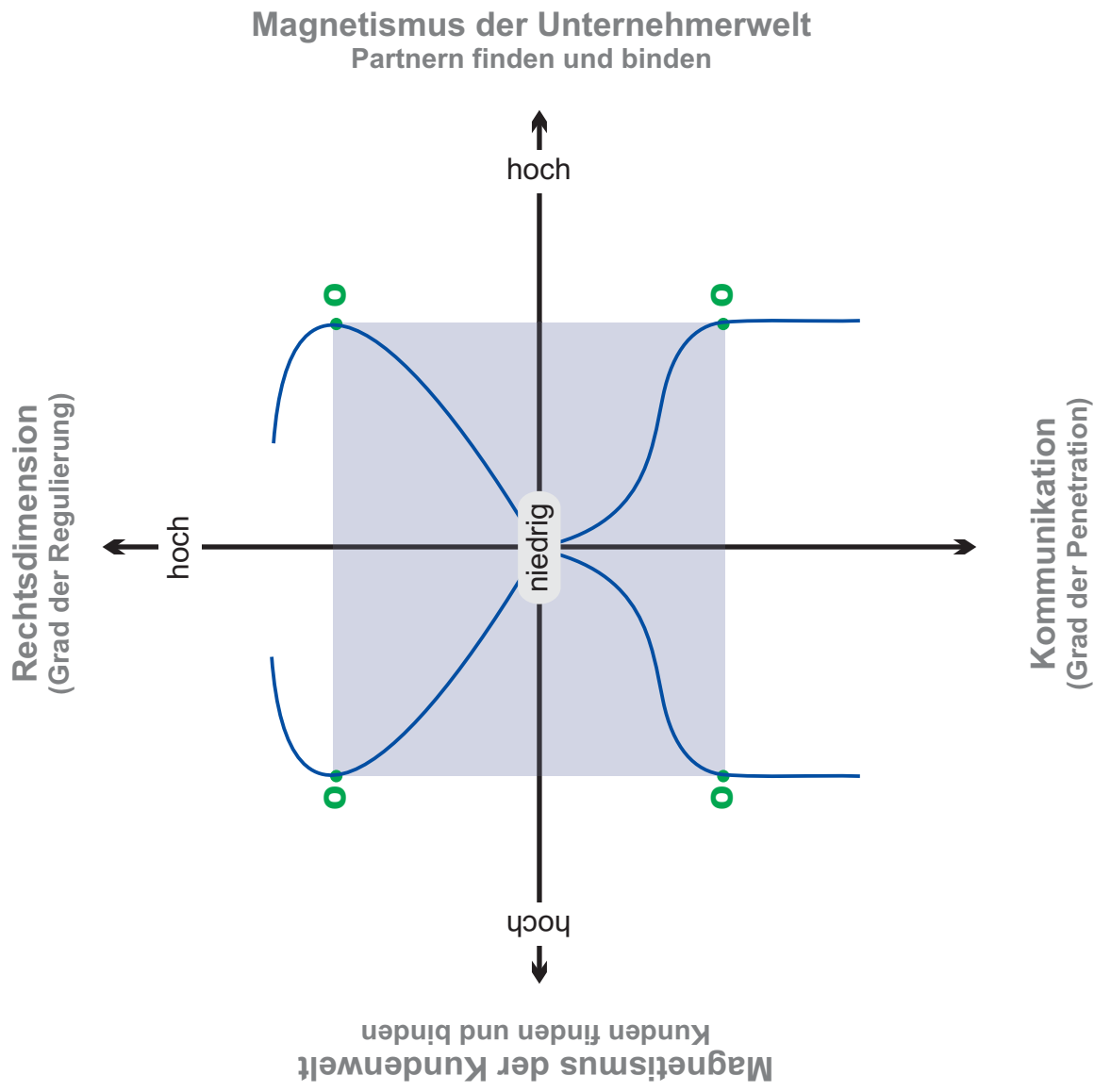
# 3 Expansion

**Markenfranchise**

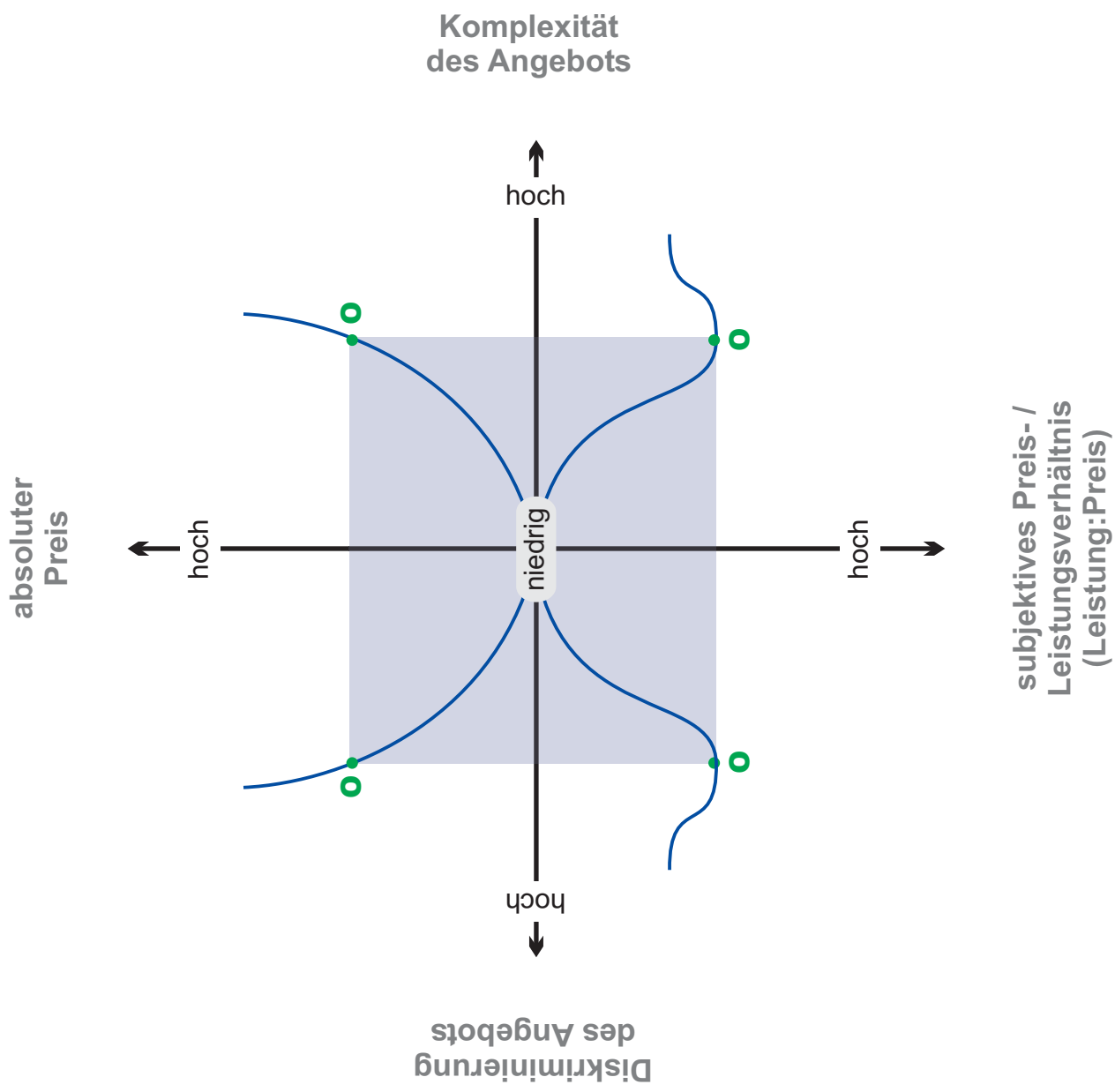


# Markenfranchise / Markenunternehmer

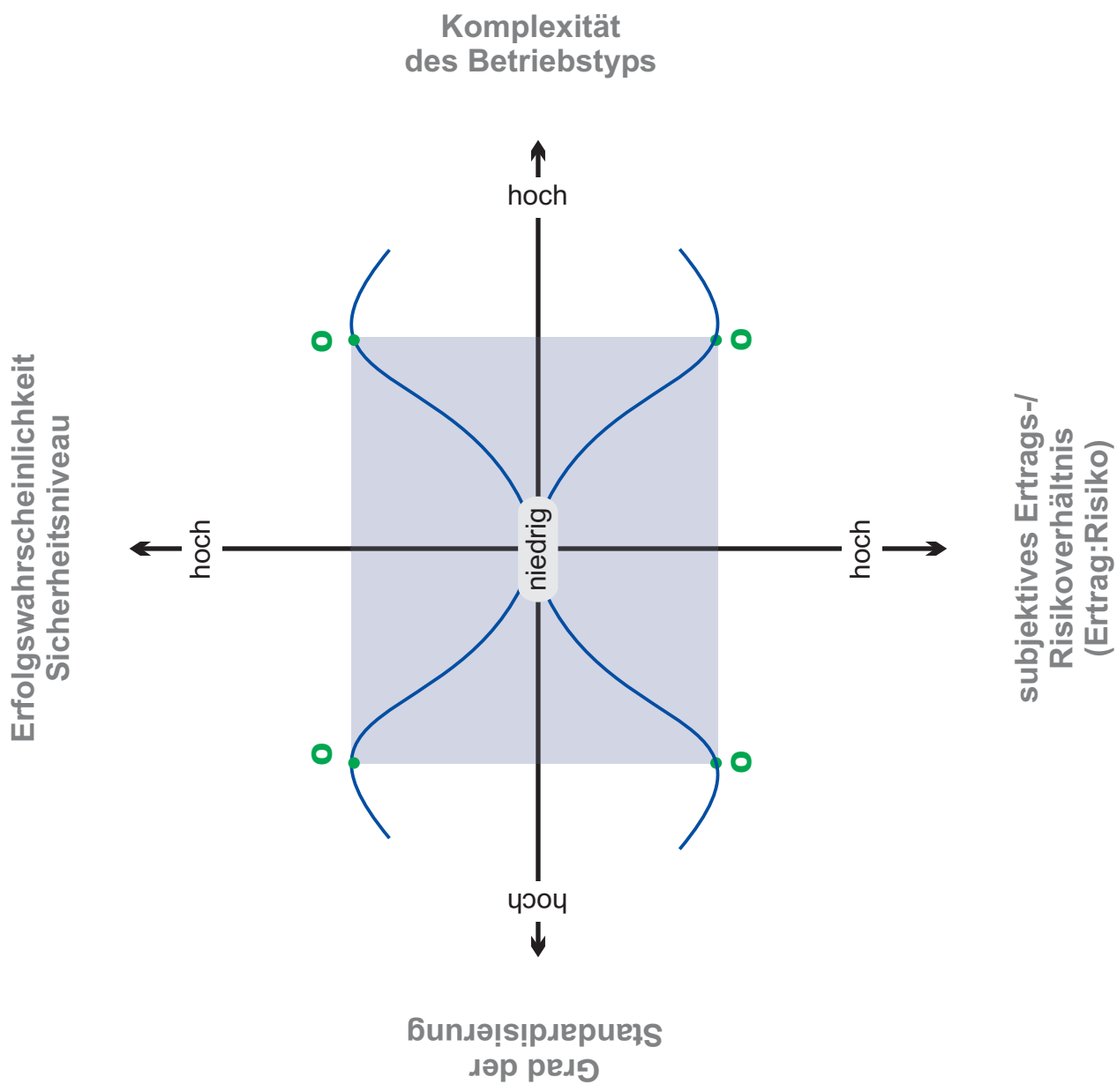
## Übersicht



# Magnetismus der Kundenwelt (im Verhältnis zum Wettbewerb)

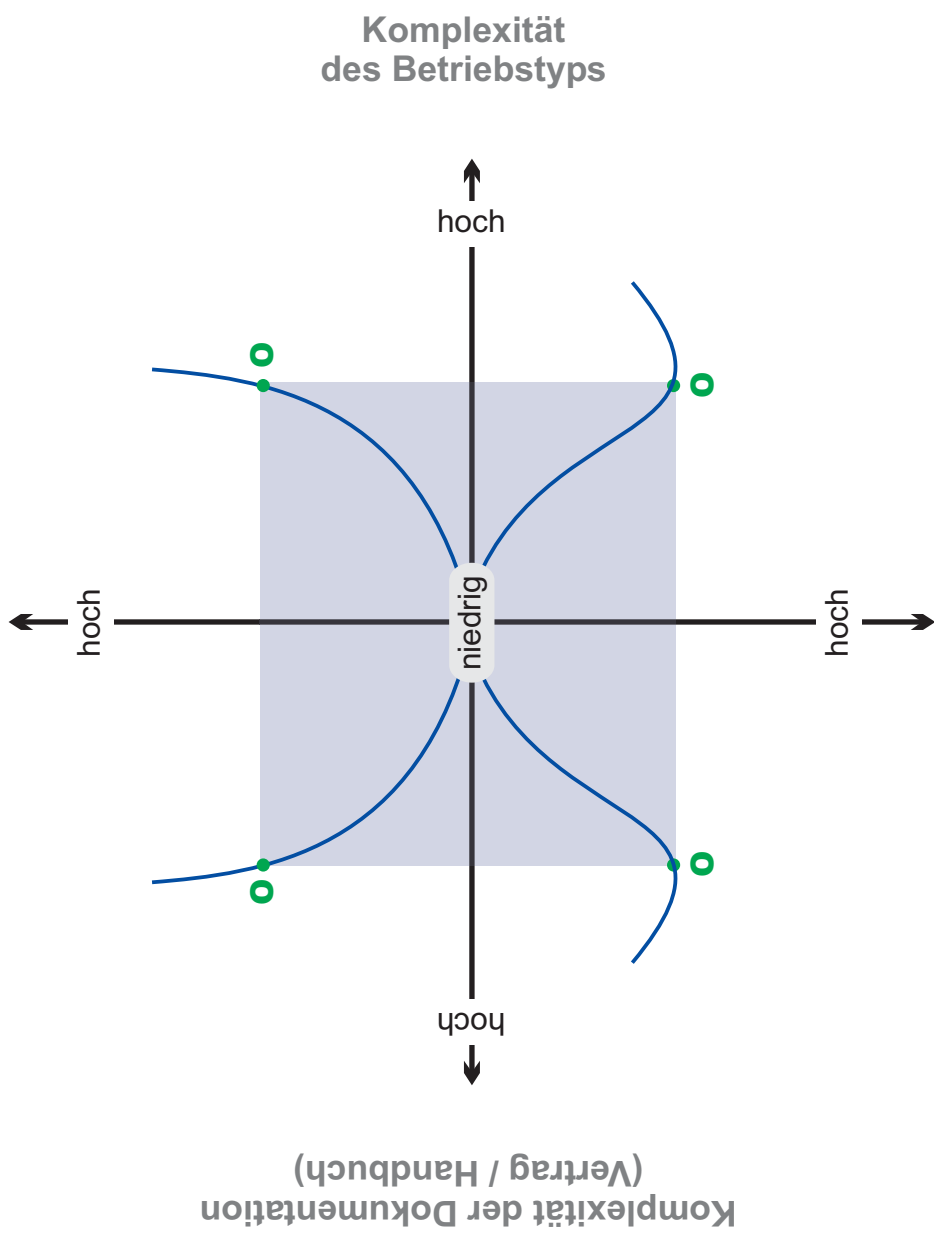


# Magnetismus der Unternehmerwelt (im Verhältnis zum Wettbewerb)



## Rechtliche Dimension (Transparenz / Partnerschaft)

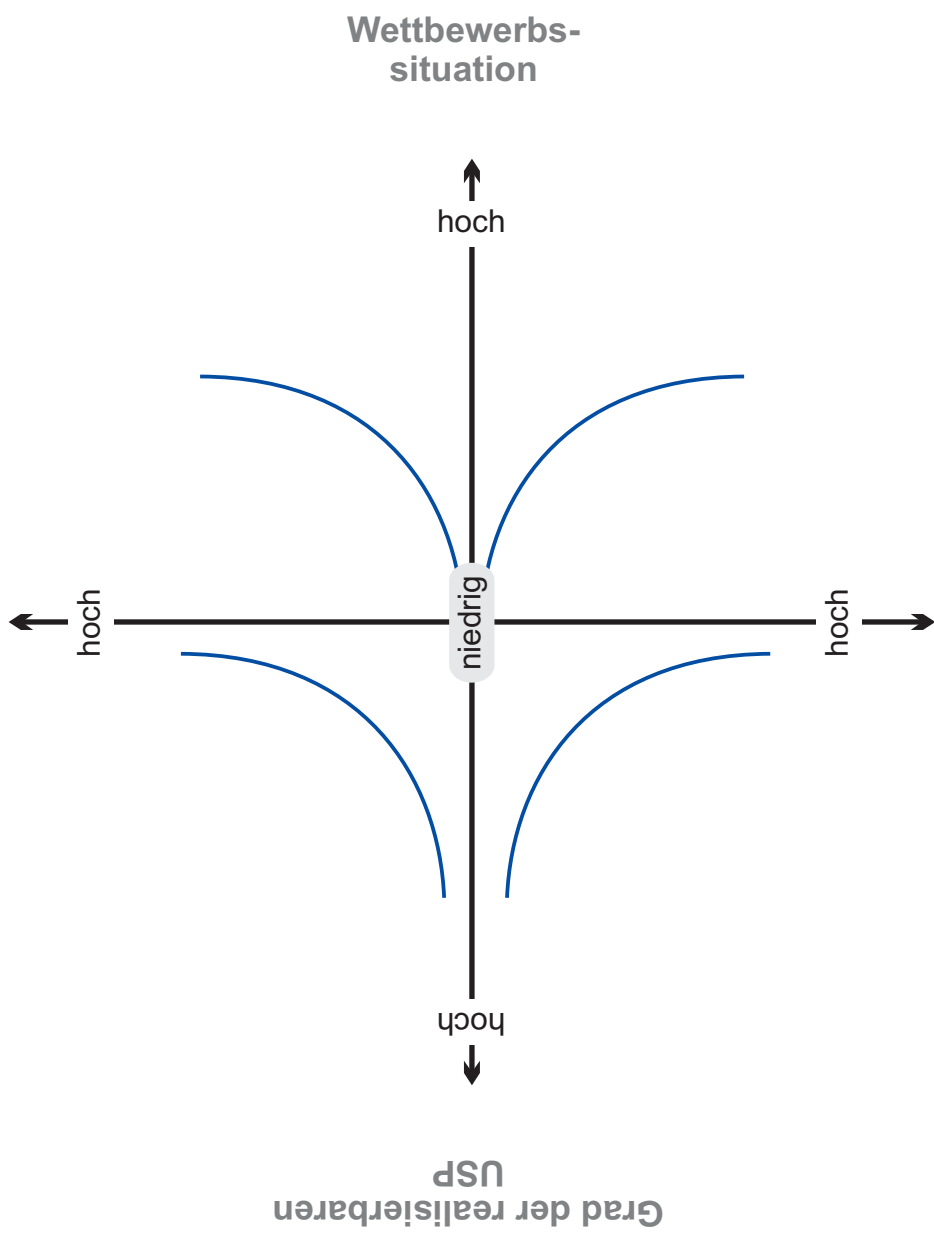
Intensität des Wissenstransfers  
(Schulung / Betreuung)



Grad des realisierten Wissenstransfers  
(Umsetzungsgrad der Standards)

# Kommunikative Dimension (Verbreitung / Bekanntheit)

Umsetzung nationaler Maßnahmen  
(Zentrales Marketing)



Umsetzung lokaler Maßnahmen  
(regionales Marketing)