

Dieter Mankel

Entwicklung einer Franchisekonzeption im Lebensmitteleinzelhandel

Dargestellt am Partnerschaftsmodell der REWE-ZAG

Diplomarbeit

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 1996 Diplom.de
ISBN: 9783832413354

Dieter Mankel

Entwicklung einer Franchisekonzeption im Lebensmitteleinzelhandel

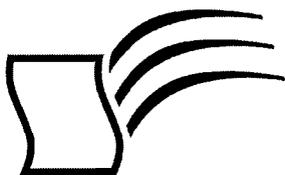
Dargestellt am Partnerschaftsmodell der REWE-ZAG

Dieter Mankel

Entwicklung einer Franchisekonzeption im Lebensmitteleinzelhandel

Dargestellt am Partnerschaftsmodell der REWE-ZAG

Diplomarbeit
an der Verwaltungs- und Wirtschaftsakademie Kassel
September 1996 Abgabe



Diplomarbeiten Agentur
Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey
Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke
und Guido Meyer GbR

Hermannstal 119 k
22119 Hamburg

agentur@diplom.de
www.diplom.de

ID 1335

Mankel, Dieter: Entwicklung einer Franchisekonzeption im Lebensmitteleinzelhandel:
Dargestellt am Partnerschaftsmodell der REWE-ZAG / Dieter Mankel –
Hamburg: Diplomarbeiten Agentur, 1999
Zugl.: Kassel, Verwaltungs- und Wirtschaftsakademie, Diplom, 1996

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, daß solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey, Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke & Guido Meyer GbR
Diplomarbeiten Agentur, <http://www.diplom.de>, Hamburg
Printed in Germany



Diplomarbeiten Agentur

Wissensquellen gewinnbringend nutzen

Qualität, Praxisrelevanz und Aktualität zeichnen unsere Studien aus. Wir bieten Ihnen im Auftrag unserer Autorinnen und Autoren Wirtschaftsstudien und wissenschaftliche Abschlussarbeiten – Dissertationen, Diplomarbeiten, Magisterarbeiten, Staatsexamensarbeiten und Studienarbeiten zum Kauf. Sie wurden an deutschen Universitäten, Fachhochschulen, Akademien oder vergleichbaren Institutionen der Europäischen Union geschrieben. Der Notendurchschnitt liegt bei 1,5.

Wettbewerbsvorteile verschaffen – Vergleichen Sie den Preis unserer Studien mit den Honoraren externer Berater. Um dieses Wissen selbst zusammenzutragen, müssten Sie viel Zeit und Geld aufbringen.

<http://www.diplom.de> bietet Ihnen unser vollständiges Lieferprogramm mit mehreren tausend Studien im Internet. Neben dem Online-Katalog und der Online-Suchmaschine für Ihre Recherche steht Ihnen auch eine Online-Bestellfunktion zur Verfügung. Inhaltliche Zusammenfassungen und Inhaltsverzeichnisse zu jeder Studie sind im Internet einsehbar.

Individueller Service – Gerne senden wir Ihnen auch unseren Papierkatalog zu. Bitte fordern Sie Ihr individuelles Exemplar bei uns an. Für Fragen, Anregungen und individuelle Anfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung. Wir freuen uns auf eine gute Zusammenarbeit

Ihr Team der *Diplomarbeiten Agentur*

Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey –
Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke —
und Guido Meyer GbR —————

Hermannstal 119 k —————
22119 Hamburg —————

Fon: 040 / 655 99 20 —————
Fax: 040 / 655 99 222 —————

agentur@diplom.de —————
www.diplom.de —————

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	I
Inhaltsverzeichnis	III
Abkürzungsverzeichnis	VI
A Einleitung	1
B Begriffliche und Systematische Grundlagen	
I. <u>Definition und Abgrenzung des Franchising</u>	
1. Begriff und Definition des Franchising	5
2. Systemmerkmale des Franchising	
a.) Die Kriterien des Franchising	7
b.) Das Leistungspaket des Franchisegebers	9
c.) Rechte und Pflichten des Franchisenehmers	10
d.) Die Franchise-Gebühr	11
e.) Der Franchise-Vertrag	13
3. Abgrenzung zu anderen Vertriebskonzepten	14
a.) Vertragshändler-System	15
b.) Lizenz- und Know-how-Verträge	16
c.) Agentur-System	16
d.) Filial-System	17
e.) Joint Ventures und Gemeinschaftsunternehmen	18

f.) Genossenschaften und Handelsketten	18
g.) Quasi-Franchise-Systeme, unechte Franchise-Systeme und franchisenahe Vertriebs- Sytsteme	20
II. <u>Entwicklung und gegenwärtige Bedeutung des Franchising</u>	
1. Zur Historie des Franchising	22
2. Die Entwicklung in Deutschland	24
3. Die Situation im Lebensmittelhandel	27
C Das Partnerschaftsmodell der REWE-ZAG	
I. Die REWE-Handelsgruppe	30
II. Entwicklung des Partnerschaftsmodells	33
III. Das Leistungspaket der REWE	36
IV. Die Gesellschaftsform der Partnerschaft	38
V. Die Partnerschaftsverträge	39
VI. Vorteile und Chancen der Partnerschaft	
1. Aus Sicht der Franchise-Nehmer	42
2. Aus Sicht des Franchise-Gebers	45
VII. Nachteile und Risiken der Partnerschaft	
1. Aus Sicht der Franchise-Nehmer	47
2. Aus Sicht des Franchise-Gebers	48
VIII. Ursachen für Konflikte und das Scheitern von Partner-Gesellschaften	49

Anhang

- Eidesstattliche Erklärung	VII
- Quellenverzeichnis	VIII
- Abbildungsverzeichnis	IX
- Literaturliste Franchising	X
- Checkliste Franchising	XI
- Ehrenkodex des Deutschen- Franchise-Verbands (DFV)	XII

Vorwort:

Ziel dieser Arbeit ist es, den an der Kooperationsform "Franchising" interessierten Lesern einen ersten Überblick über die Entwicklung und den heutigen Stand des Franchising zu vermitteln.

Darüber hinaus soll den Partnerschafts-kaufleuten und Mitarbeitern der REWE, die mit und in diesem System arbeiten, das Konzept näher gebracht, Chancen und Risiken, Vor- und Nachteile erläutert, anfallende Fragen, kritische Aspekte und systemimmanente Konflikte diskutiert werden.

Ich hoffe, daß die vorgegebene Eingrenzung der Arbeit auf vierzig Seiten und der (berufsbegleitenden) Bearbeitungszeit auf zehn Wochen nicht zu Lasten der Lesefreundlichkeit und Verständlichkeit der Arbeit geht.

Für den potentiellen Franchise-Nehmer befindet sich im Anhang eine Literaturliste Franchising sowie der "Ehrenkodex des deutschen Franchise-Verbandes"

und eine Checkliste zur Bewertung eines Franchisegebers bzw. Franchise-Systems.

An dieser Stelle möchte ich es nicht versäumen, mich bei Herrn Prof. Dr. Hans Knoblich für die Betreuung der Arbeit zu bedanken. Ein weiterer Dank gilt der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit der REWE-Zentrale in Köln, insbesondere Herrn Szlak für die Überlassung von Zahlenmaterial und Literatur, Herrn Hornik von der Niederlassung Hungen für das Anfertigen von Graphiken und dem Verkaufsleiter der Region Kassel, Herrn Roland Kaiser, für das bereitwillige Beantworten von Fragen zur Entstehung des Partnerschaftsmodells der REWE-Hungen.

Lohfelden, im August 1996

Dieter Mankel

A b k ü r z u n g s v e r z e i c h n i s :

Abb.	Abbildung
Abs.	Absatz
a.a.O.	am angegebenen Ort
AG	Aktiengesellschaft
Aufl.	Auflage
DFV	Deutscher Franchise-Verband
e.G.	eingetragene Genossenschaft
ebenda	am angegebenen Ort
EG	Europäische Gemeinschaft
FG	Franchise-Geber
FN	Franchise-Nehmer
GmbH	Gesellschaft mit be- schränkter Haftung
Hrsg.	Herausgeber
hrsg.	herausgegeben
KG	Kommanditgesellschaft
LZ	Lebensmittel-Zeitung
o.g.	oben genannten
OHG	Offene Handelsgesellschaft
o.D.	ohne Datum
o.V.	ohne Verfasser