

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|------------|
| Vorwort | V |
| Abbildungsverzeichnis | XII |
| Tabellenverzeichnis | XIV |
| Abkürzungsverzeichnis | XVI |
| 1 Einleitung | 1 |
| 1.1 Motivation | 1 |
| 1.1.1 Aktuelle wirtschaftliche Rahmenbedingungen in Deutschland | 1 |
| 1.1.2 Franchising als Wettbewerbsinstrument und Gründungsform | 3 |
| 1.2 Problemstellung und Zielsetzung | 5 |
| 1.2.1 Problemstellung | 5 |
| 1.2.2 Zielsetzung und Forschungsfragen | 8 |
| 1.2.3 Forschungsmethodische Einordnung | 9 |
| 1.3 Vorgehensweise | 11 |
| 2 Franchise-Systeme als Untersuchungsgegenstand | 15 |
| 2.1 Praktische Einordnung..... | 15 |
| 2.1.1 Historische Entwicklung und Franchise-Begriff | 15 |
| 2.1.2 Grundformen des Franchising | 18 |
| 2.1.3 Merkmale von Business-Format-Franchising | 23 |
| 2.1.4 Kritische Würdigung aus Sicht der Akteure | 25 |
| 2.1.5 Abgrenzung zu verwandten Konzepten..... | 32 |
| 2.1.6 Weiterführende Systematisierung von Franchise-Systemen..... | 35 |
| 2.1.7 Entwicklung von Franchise-Systemen..... | 38 |
| 2.2 Theoretische Einordnung..... | 41 |
| 2.2.1 Überblick zu relevanten Theorien | 42 |
| 2.2.2 Resource-Scarcity-Ansatz | 43 |
| 2.2.3 Transaktionskostenansatz | 45 |
| 2.2.3.1 Allgemein | 45 |

| | | |
|----------|---|-----------|
| 2.2.3.2 | Bezug zum Franchising | 49 |
| 2.2.4 | Prinzipal-Agenten-Theorie | 50 |
| 2.2.4.1 | Allgemein | 50 |
| 2.2.4.2 | Bezug zum Franchising | 51 |
| 2.2.5 | Resource-Dependence-Theory | 56 |
| 2.2.5.1 | Allgemein | 56 |
| 2.2.5.2 | Bezug zum Franchising | 57 |
| 2.2.6 | Anreiz-Beitrags-Theorie | 59 |
| 2.2.6.1 | Allgemein | 59 |
| 2.2.6.2 | Bezug zum Franchising | 62 |
| 2.3 | Zusammenfassung | 64 |
| 3 | Erfolgsfaktoren im Franchising: Literaturüberblick, Methodik und Forschungsdesign..... | 67 |
| 3.1 | Literaturüberblick zur Erfolgsforschung im Franchising | 67 |
| 3.1.1 | Erfolg als abhängige Variable in der Franchise-Forschung..... | 67 |
| 3.1.2 | Überblick zu den Bestimmungsfaktoren des Erfolgs | 70 |
| 3.2 | Einführung zur Methodik der Erfolgsfaktorenforschung..... | 74 |
| 3.2.1 | Erfolg, Erfolgsfaktoren und Erfolgsfaktorenforschung | 74 |
| 3.2.2 | Methoden zur Bestimmung von Erfolgsfaktoren..... | 76 |
| 3.2.3 | Methoden der Erfolgsmessung | 78 |
| 3.2.4 | Kritik am Konzept der Erfolgsfaktorenforschung | 80 |
| 3.2.4.1 | Methodische Kritik | 80 |
| 3.2.4.2 | Inhaltliche Kritik..... | 86 |
| 3.3 | Ableitung des empirischen Vorgehens..... | 87 |
| 3.3.1 | Darlegung des Forschungsbedarfs..... | 88 |
| 3.3.2 | Inhaltlicher Bezugsrahmen | 89 |
| 3.3.3 | Zusammenfassung der inhaltlichen und methodischen Vorüberlegungen..... | 92 |
| 3.3.4 | Ziele der qualitativen Untersuchung und Auswahl des Forschungsdesigns | 93 |
| 3.4 | Zusammenfassung | 94 |
| 4 | Qualitative empirische Untersuchung | 95 |

| | |
|---|------------|
| 4.1 Studiendesign..... | 95 |
| 4.1.1 Vorüberlegungen | 95 |
| 4.1.2 Diskussion der Ausgestaltungsmöglichkeiten | 96 |
| 4.2 Datenerhebung..... | 98 |
| 4.2.1 Vorbereitungen | 98 |
| 4.2.2 Datenerhebung | 99 |
| 4.2.3 Datenauswertung..... | 101 |
| 4.2.4 Güte 102 | |
| 4.3 Ergebnisse | 103 |
| 4.3.1 Ziele von Franchise-Systemen | 104 |
| 4.3.2 Einflussfaktoren auf franchisespezifische Risiken..... | 105 |
| 4.3.2.1 Einflussfaktoren in der Konzeptionsphase | 105 |
| 4.3.2.2 Einflussfaktoren in der Markteintrittsphase | 107 |
| 4.3.2.3 Einflussfaktoren in der Etablierungsphase | 107 |
| 4.4 Zusammenfassung und weiteres Vorgehen..... | 110 |
| 5 Quantitative empirische Untersuchung..... | 113 |
| 5.1 Vorbereitung der Datenerhebung..... | 113 |
| 5.1.1 Erstellung des Erhebungsinstruments | 113 |
| 5.1.2 Festlegung der Zielgruppe und des Untersuchungsfeldes | 117 |
| 5.2 Definition der Variablen | 119 |
| 5.2.1 Abhängige Variablen..... | 119 |
| 5.2.2 Unabhängige Variablen | 123 |
| 5.2.3 Kontrollvariablen | 123 |
| 5.3 Datenerhebung und -auswertung..... | 125 |
| 5.3.1 Datenerhebung | 125 |
| 5.3.2 Charakteristika der Stichprobe | 127 |
| 5.3.3 Datenauswertung..... | 134 |
| 5.3.4 Test auf Normalverteilung..... | 137 |

| | |
|--|-----|
| 5.4 Explorative Faktorenanalysen..... | 140 |
| 5.4.1 Einführung zur Methodik..... | 140 |
| 5.4.2 Voraussetzungen..... | 141 |
| 5.4.3 Durchführung..... | 142 |
| 5.4.4 Ergebnisse..... | 145 |
| 5.4.5 Interpretation der Faktoren..... | 150 |
| 5.4.6 Zusammenfassung..... | 153 |
| 5.5 Univariate Analysen..... | 155 |
| 5.5.1 Einführung zur Methodik..... | 155 |
| 5.5.2 Vorgehen bei der einfaktoriellen Varianzanalyse..... | 155 |
| 5.5.3 Ergebnisse..... | 156 |
| 5.5.4 Vorgehen bei der einfachen linearen Regression..... | 162 |
| 5.5.5 Ergebnisse..... | 163 |
| 5.5.6 Zusammenfassung..... | 168 |
| 5.6 Multiple Regression..... | 169 |
| 5.6.1 Spezifizierung der Analysemethode..... | 170 |
| 5.6.2 Bewertung der Erfolgsindikatoren..... | 172 |
| 5.6.3 Bildung eines Ausgangsmodells..... | 177 |
| 5.6.4 Modellerweiterung mittels Moderatoranalyse..... | 178 |
| 5.6.4.1 Vorgehen bei der Moderatoranalyse und Ergebnis..... | 178 |
| 5.6.4.2 Detailanalyse des ermittelten Interaktionseffekts..... | 180 |
| 5.6.4.3 Bildung des erweiterten Modells..... | 182 |
| 5.6.5 Güteprüfung..... | 183 |
| 5.6.5.1 Analyse der Ausreißer..... | 183 |
| 5.6.5.2 Prämissenprüfung..... | 185 |
| 5.6.5.3 Externe Validität und partielle Effektstärken..... | 189 |
| 5.6.6 Diskussion des erweiterten Erfolgsmodells..... | 193 |
| 5.6.6.1 Diskussion der signifikanten Befunde..... | 193 |
| 5.6.6.2 Diskussion der nicht-signifikanten Befunde..... | 209 |
| 5.6.6.3 Zusammenfassung der Diskussion..... | 218 |

| | |
|---|------------|
| 5.7 Zusammenfassung | 220 |
| 6 Schlussbetrachtung | 221 |
| 6.1 Wesentliche Erkenntnisse | 221 |
| 6.1.1 Erkenntnisse der konzeptionellen Analyse | 222 |
| 6.1.2 Erkenntnisse der qualitativen Untersuchung | 223 |
| 6.1.3 Erkenntnisse der quantitativen Untersuchung | 224 |
| 6.2 Limitationen und weitere Forschungsansätze | 227 |
| 6.3 Implikationen für Theorie und Praxis..... | 233 |
| 6.3.1 Praktische Implikationen..... | 233 |
| 6.3.2 Theoretische Implikationen..... | 238 |
| Literaturverzeichnis | 237 |
| Anhang | 263 |