

Modulbezeichnung:	Franchise-Systeme	
Modulnummer: DLBFOFS	Semester: --	Dauer: Minimaldauer 1 Semester
Modultyp: Pflicht		Regulär angeboten im: WS, SS
Workload: 150 h		ECTS Punkte: 5
Zugangsvoraussetzungen: keine		Unterrichtssprache: Deutsch
Kurse im Modul: <ul style="list-style-type: none">• Franchise-Systeme (DLBFOFS01)		Workload: Selbststudium: 110 h Selbstüberprüfung: 20 h Tutorien: 20 h
Kurskoordinatoren/Tutoren:: Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System		Modulverantwortliche(r):
Bezüge zu anderen Programmen:		Bezüge zu anderen Modulen im Programm:
Qualifikations- und Lernziele des Moduls: Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> • den Franchisemarkt in Deutschland zu beschreiben. • eigene Ideen mit Hilfe von Businessplänen zielgerichtet zu initiieren. • den Weg zum eigenen Franchiseprodukt theoretisch fundiert in die Praxis umzusetzen. • die beiden Perspektiven des Franchisegebers und -nehmers zu erläutern. • eigenständig themenspezifische Literatur zu recherchieren und diese zielgerichtet auszuwerten. • wichtige Eigenschaften, Zusammenhänge und Erkenntnisse in Form einer Ausarbeitung zu verschriftlichen. 		
Lehrinhalt des Moduls: <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Franchisings • Elemente des Franchise-Systems • Vor- und Nachteile von Franchising • Franchising in der Praxis • Praktische Relevanz des Franchisings in der Fitnessindustrie 		
Lehrmethoden:	Siehe Kursbeschreibung	
Literatur:	Siehe Literaturliste der vorliegenden Kursbeschreibung	

Anteil der Modulnote an der Gesamtabschlussnote des Programms: --	Prüfungszulassungsvoraussetzung:	Abschlussprüfungen:
	Siehe Kursbeschreibung	DLBFOFS01: Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie (100 %)

Kursnummer: DLBFOFS01	Kursname: Franchise-Systeme	Gesamtstunden: 150 h
		ECTS Punkte: 5 ECTS
Kurstyp: Pflicht Kursangebot: Kursdauer: Minimaldauer 1 Semester	Zugangsvoraussetzungen: keine	
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System	Bezüge zu anderen Modulen: Siehe Modulbeschreibung	

Beschreibung des Kurses:

Im Rahmen des Seminars „Franchise Systeme“ erstellen die Studierenden zu einem ausgewählten praktischen Thema eine Fallstudie und präsentieren ihre Ergebnisse. Die Studierenden stellen so unter Beweis, dass sie in der Lage sind, sich selbstständig in das Themengebiet des Franchisings und allen Ausprägungen einzuarbeiten und die gewonnenen Erkenntnisse strukturiert zu dokumentieren und zu präsentieren.

Kursziele:

Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses sind die Studierenden in der Lage,

- den Franchisemarkt in Deutschland zu beschreiben.
- eigene Ideen mit Hilfe von Businessplänen zielgerichtet zu initiieren.
- den Weg zum eigenen Franchiseprodukt theoretisch fundiert in die Praxis umzusetzen.
- die beiden Perspektiven des Franchisegebers und -nehmers zu erläutern.
- eigenständig themenspezifische Literatur zu recherchieren und diese zielgerichtet auszuwerten.
- wichtige Eigenschaften, Zusammenhänge und Erkenntnisse in Form einer Ausarbeitung zu verschriftlichen.

Lehrmethoden:

Die Lehrmaterialien enthalten Leitfäden, Video-Präsentationen, (Online-)Tutorien und Foren. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.

Inhalte des Kurses:

1. Grundlagen des Franchisings

- 1.1 Definition von Franchising
- 1.2 Historische Entwicklung des Franchisings

2. Elemente des Franchise-Systems

- 2.1 Franchisegeber
- 2.2 Franchisenehmer
- 2.3 Kunden
- 2.4 Interaktion der Elemente

3. Vor- und Nachteile von Franchising

- 3.1 Aus Sicht des Franchisegebers
- 3.2 Aus Sicht des Franchisenehmers

4. Franchising in der Praxis

- 4.1 Ausgewählte Franchisemodelle
- 4.2 Entwicklung des Franchisemarktes
- 4.3 Franchisevertrag
- 4.4 Gründung eines Franchiseunternehmens

5. Praktische Relevanz des Franchisings in der Fitnessindustrie

- 5.1 Ausgewählte Beispiele aus der Fitnessbranche
- 5.2 Die Zukunft des Franchising in der Fitnessbranche

Literatur:

- Belonne, V./Matla, T. (2010): Praxisbuch Franchising. Konzeptaufbau und Markenführung. Mi-Wirtschaftsbuch, München.
- Brinkel, G. (2015): Erfolgreiches Franchise-System-Management. Eine empirische Untersuchung anhand der deutschen Franchise-Wirtschaft. Springer, Wiesbaden.
- Martius, W. (2018): Erfolgreiche Rekrutierung von Franchisenehmern. Wie Sie Engpässe in der Akquise überwinden und die richtigen Partner auswählen. Springer, Wiesbaden.
- Nagl, A. (2018): Der Businessplan. Geschäftspläne professionell erstellen. Mit Checklisten und Fallbeispielen. Springer, Wiesbaden.
- Riedl, H./Niklas, M. (2017): Der Franchisevertrag. Fallstricke, Hilfestellungen und Organisationen. Springer, Wiesbaden.
- Riedl, H. (2018): Praxisleitfaden Franchising. Strategien und Werkzeuge für Franchisegeber und -nehmer. Springer, Wiesbaden.

Eine aktuelle Liste mit kursspezifischer Pflichtlektüre sowie Hinweisen zu weiterführender Literatur ist im Learning Management System hinterlegt.

Prüfungsleistung:

Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

Zeitaufwand Studierende (in Std.): 150

Selbststudium (in Std.): 110

Selbstüberprüfung (in Std.): 20

Tutorien (in Std.): 20