

Univ. Prof. Dr. Josef Windsperger

Projektmitarbeiter: Ing. Aved Raha, PhD; Ilir Hajdini, PhD
Oskar-Morgenstern-Platz 1
A-1090 Wien
Tel.: +43-1-4277-38180
josef.windsperger@univie.ac.at
<http://im.univie.ac.at/windsperger/>

Wien, 03 .07. 2019

Sehr geehrte Frau Geschäftsführerin/Sehr geehrter Herr Geschäftsführer!

Das Institut für Betriebswirtschaftslehre der Universität Wien führt unter meiner Leitung ein Forschungsprojekt zum Thema „*Strategie und Organisation von Franchisesystemen*“ durch.

Die Untersuchung wird mit Hilfe eines Fragebogens durchgeführt, der allen Franchisegebern übermittelt wird. Die erfolgreiche Durchführung der Fragebogenuntersuchung setzt eine enge Zusammenarbeit zwischen Unternehmenspraxis und Wissenschaft voraus. Die wissenschaftliche Verwertbarkeit der Ergebnisse ist nur dann sichergestellt, wenn eine große Anzahl von Franchisegebern den Fragebogen ausfüllt.

Wir wissen, dass Ihre Unternehmertätigkeit kaum Zeit für zusätzliche Aufgaben lässt. Andererseits ist die Wissenschaft auf eine enge Zusammenarbeit mit der Unternehmenspraxis angewiesen, um neue Forschungsergebnisse zu erzielen, die auch für die Praxis von Relevanz sind.

Wir ersuchen Sie daher höflichst, uns bei dieser wissenschaftlichen Untersuchung zu unterstützen und den Fragebogen auszufüllen. Sie finden den Fragebogen auch unter folgendem Link: http://im.univie.ac.at/Windsperger/news/?no_cache=1. Diesen können sie uns faxen (00431427738174) oder per Post übermitteln.

Ferner können Sie auch eine Online-Version ausfüllen:
<https://www.soscisurvey.de/FranchiseRelationships/?q=UniWien>

Für etwaige Probleme beim Ausfüllen des Fragebogens stehe ich Ihnen gerne persönlich zur Verfügung (Email: josef.windsperger@univie.ac.at oder 00431427738180).

Projektmitarbeiter: Ing. Aved Raha, PhD, aved.raha@univie.ac.at ; Ilir Hajdini, PhD, ilir.hajdini@univie.ac.at .

Als Projektleiter möchte ich mich für Ihre freundliche Unterstützung schon im Voraus recht herzlich bedanken. Die Untersuchungsergebnisse werden im Rahmen eines Workshops an der Universität Wien präsentiert, zu dem Sie eingeladen werden. Natürlich werden wir auch die Ergebnisse der Studie mit Ihnen teilen, sobald wir die Studie beendet haben, damit Sie auch von den Ergebnissen profitieren können.

Mit freundlichen Grüßen,



1. Bitte bewerten Sie, welche der folgenden Aussagen den Bedingungen Ihres Marktes am besten entspricht.

	Stimme überhaupt nicht zu						Stimme vollständig zu
	1	2	3	4	5	6	7
In unserem Geschäftsbereich ändern sich die Produkte im Laufe der Zeit häufig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unsere Kunden tendieren dazu, nach neuen Produkten oder Dienstleistungen zu suchen, um ihre Bedürfnisse zu befriedigen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die Umsatzentwicklung in den lokalen Standorten ist schwer zu prognostizieren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Es ist sehr schwierig, die Marktentwicklung in den lokalen Märkten vorherzusagen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Das wirtschaftliche Umfeld in den lokalen Märkten ändert sich schnell	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die technologische Entwicklung der Produkte in dieser Branche verändert sich rasant	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Innovationen in dieser Branche sind nicht sehr häufig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Der technologische Wandel bietet große Chancen in unserer Branche	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Viele neue Produktideen wurden durch den technologischen Fortschritt in unserer Branche ermöglicht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die Absatzmenge auf den lokalen Standorten ist starken Schwankungen unterworfen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. Bitte geben Sie an inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen?

	Stimme überhaupt nicht zu						Stimme vollständig zu
	1	2	3	4	5	6	7
Wir sind häufig die Ersten, die neue Produkt- oder Dienstleistungskonzepte auf den Markt bringen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir zögern nicht in neue Marktsegmente einzutreten, welche uns neue Möglichkeiten bieten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir bieten die innovativsten Produkte bzw. Dienstleistungen an, unabhängig davon, ob es dadurch zu einer wesentlichen Leistungssteigerung oder zu einer Kostenreduzierung kommt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir konzentrieren uns darauf, Produkte bzw. Dienstleistungen anzubieten, welche die bisherige Performance übersteigen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir sind selten die Ersten, die neue Produkte oder Dienstleistungen anbieten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir versuchen durch aggressive Maßnahmen unsere Position auf dem Produktmarkt möglichst stabil zu halten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Durch ständige Marktbeobachtung versuchen wir die Branchenführer nachzuahmen, um eine effizientere Strategie, verbesserten Kundennutzen oder geringeren Gesamtkosten realisieren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir konzentrieren uns darauf, Waren oder Dienstleistungen so effizient wie möglich zu produzieren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir konzentrieren uns darauf, den bestehenden Marktanteil zu erhöhen, indem wir Produkte zu den besten Preisen anbieten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir konzentrieren uns auf das Anbieten von erstklassiger Dienstleistung und / oder Produktqualität	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unsere Dienstleistungen bzw. Produkte liegen normalerweise über dem Branchendurchschnitt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. In welchem Ausmaß entscheidet der Franchisenehmer über folgende Bereiche?

	Überhaupt nicht						In sehr großem Ausmaß
	1	2	3	4	5	6	7
Durchführung von Investitionsprojekten am lokalen Standort	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Finanzierung von lokalen Investitionsprojekten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Auswahl von Lieferanten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Anstellung von Mitarbeitern am lokalen Standort	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ausbildung der Mitarbeiter am lokalen Standort	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Produkt- bzw. Dienstleistungsangebot am lokalen Markt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verkaufspreise am lokalen Standort	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Einsatz von Werbe- und Verkaufsförderungsmaßnahmen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ausstattung des Franchisenehmer-Standortes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beschaffung der Betriebsmittel/Vorprodukte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Einführung neuer Produkte am lokalen Markt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Einsatz des Controlling-Systems am lokalen Standort	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen zu?

	Stimme überhaupt nicht zu						Stimme vollständig zu
	1	2	3	4	5	6	7
Wir produzieren Produkte/Dienstleistungen billiger als unsere Konkurrenten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir senken die Kosten bei der Produktherstellung und/oder Dienstleistung stärker als unsere Konkurrenten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir nutzen innovativere Geschäftsprozesse als unsere Konkurrenten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir erzielen höhere Größenvorteile als unsere Konkurrenten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir nutzen unser Kapazitäts- / Produktionspotenzial stärker als unsere Konkurrenten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir sind produktiver als unsere Konkurrenten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir sind innovativer in Marketingtechniken als unsere Konkurrenten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir legen mehr Wert auf die Marketingabteilung als unsere Konkurrenten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir nutzen mehr Werbung als unsere Konkurrenten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir investieren mehr in gut ausgebildete Verkaufskräfte als unsere Konkurrenten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir fördern das Image unserer Firma mehr als unsere Konkurrenten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir konzentrieren uns mehr auf Kunden mit hohem Einkommen als unsere Konkurrenten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir bieten unseren Kunden mehr zusätzliche Dienstleistungen an als unsere Konkurrenten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir investieren mehr in Forschung und Entwicklung für die Produktentwicklung als unsere Konkurrenten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die Häufigkeit von Prozessinnovationen in unseren Franchisesystemen ist höher als die unserer Konkurrenten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir sind im Wettbewerb unseren Konkurrenten voraus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die Häufigkeit von Produktinnovationen in unseren Franchisesystemen ist höher als die unserer Konkurrenten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir liefern unsere Produkte bzw. Dienstleistungen schneller als unsere Konkurrenten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. Bitte bewerten Sie die folgenden Aussagen basierend auf Ihren Erfahrungen mit den folgenden Stakeholdern während des letzten Jahres!

5.1. Die hier angeführte Stakeholdergruppen haben im vergangenen Jahr von unserem Management-Team hohe Priorität erhalten:

	Stimme überhaupt nicht zu						Stimme vollständig zu
	1	2	3	4	5	6	7
Franchisenehmer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Shareholder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kunden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
MitarbeiterInnen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lieferanten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lokale Community	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Konkurrenten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Geldgeber z.B. Banken oder andere Fremdkapitalgeber	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Geschäftspartner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5.2. Wir haben im vergangenen Jahr die Interessen der folgenden Stakeholdergruppen bei wichtigen Entscheidungen berücksichtigt:

	Stimme überhaupt nicht zu						Stimme vollständig zu
	1	2	3	4	5	6	7
Franchisenehmer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Shareholder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kunden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
MitarbeiterInnen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lieferanten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lokale Community	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Konkurrenten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Geldgeber z.B. Banken oder andere Fremdkapitalgeber	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Geschäftspartner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5.3. In unseren routinemäßigen Meetings haben wir häufig über die Erwartungen der folgenden Stakeholder diskutiert:

	Stimme überhaupt nicht zu						Stimme vollständig zu
	1	2	3	4	5	6	7
Franchisenehmer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Shareholder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kunden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
MitarbeiterInnen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lieferanten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lokale Community	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Konkurrenten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Geldgeber z.B. Banken oder andere Fremdkapitalgeber	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Geschäftspartner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5.4. Wir haben einen beträchtlichen Teil unserer Zeit und Ressourcen (finanziell oder nichtfinanziell) aufgewendet, um die Bedürfnisse der folgenden Stakeholdergruppen zu befriedigen:

	Stimme überhaupt nicht zu						Stimme vollständig zu
	1	2	3	4	5	6	7
Franchisenehmer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Shareholder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kunden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
MitarbeiterInnen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lieferanten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lokale Community	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Konkurrenten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Geldgeber z.B. Banken oder andere Fremdkapitalgeber	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Geschäftspartner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5.5. Wir haben uns stets bemüht, die Interessen der folgenden Stakeholder zu berücksichtigen:

	Stimme überhaupt nicht zu						Stimme vollständig zu
	1	2	3	4	5	6	7
Franchisenehmer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Shareholder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kunden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
MitarbeiterInnen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lieferanten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lokale Community	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Konkurrenten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Geldgeber z.B. Banken oder andere Fremdkapitalgeber	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Geschäftspartner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5.6. Wir haben ständig daran gearbeitet, auf offene Probleme in Bezug auf folgende Stakeholder einzugehen:

	Stimme überhaupt nicht zu						Stimme vollständig zu
	1	2	3	4	5	6	7
Franchisenehmer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Shareholder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kunden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
MitarbeiterInnen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lieferanten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lokale Community	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Konkurrenten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Geldgeber z.B. Banken oder andere Fremdkapitalgeber	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Geschäftspartner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen zu?

	Stimme überhaupt nicht zu						Stimme vollständig zu
	1	2	3	4	5	6	7
Von unseren Franchisenehmern werden nur wenige Maßnahmen ergriffen, die nicht den standardisierten Arbeitsanweisungen entsprechen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die Franchisepartner unseres Franchisesystems bezeichnen dieses häufig als bürokratisch	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wenn Franchisenehmer ihre eigenen Entscheidungen treffen möchten, werden sie schnell auf ein Handbuch verwiesen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
In diesem System werden Entscheidungen in der Regel auf einer höheren Hierarchieebene getroffen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unsere Franchisenehmer haben einen großen Spielraum bei der Auswahl der Mittel, um Ziele zu erreichen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Den Franchisenehmern wird Flexibilität bei der Erledigung ihrer Aufgaben eingeräumt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Es wird einem Franchisenehmer schnell davon abgeraten eigene Entscheidungen zu treffen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Selbst kleine Angelegenheiten wird auf eine höhere Hierarchieebene im Franchisesystem verwiesen, um eine Entscheidung zu treffen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Viele wichtige Entscheidungen werden eher lokal als zentral getroffen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. Inwieweit haben Sie im letzten Jahr die Ziele in Bezug auf folgende Punkte besser realisiert als Ihre Konkurrenten?

	überhaupt nicht besser						viel besser
	1	2	3	4	5	6	7
Systemwachstum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kostenreduktion	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Erlöse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Innovationen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Profitabilität	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verbessertes Kundenservice	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Marktanteil	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verbesserte Reputation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gesamtkapitalrentabilität	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F&E Fähigkeiten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Management Fähigkeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Firmenimage	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. In welchem Ausmaß entstehen dem Franchisegeber am Beginn der Vertragsbeziehung Investitionsaufwendungen?

	überhaupt nicht besser						in sehr großem Ausmaß
	1	2	3	4	5	6	7
Aufwendungen für die Franchisenehmerschulungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aufwendungen für technische Unterstützung des Franchisenehmers	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aufwendungen für den Aufbau der Organisation des lokalen Standortes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

9. Worin sehen Sie die Vorteile durch Franchisenehmerbetriebe im Vergleich zu eigenen Filialbetrieben?

	überhaupt nicht besser						in sehr großem Ausmaß
	1	2	3	4	5	6	7
Größere Finanzierungsvorteile durch Franchisenehmer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bessere Qualitätskontrolle	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mehr Innovationen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Niedrigere Betriebskosten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Größere administrative Fähigkeiten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Effizienteres Personalmanagement	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Größeres lokales Marktwissen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bessere lokale Serviceleistungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. Nehmen Sie bitte aus Ihrer Sicht (als Franchisegeber) zu folgenden Aussagen Stellung:

	Trifft überhaupt nicht zu						Trifft vollständig zu
	1	2	3	4	5	6	7
Es ist sehr schwierig, das Verhalten des Franchisenehmers zu kontrollieren.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Es ist sehr schwierig, die Leistungen des Franchisenehmers zu messen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Es ist sehr schwierig, die Kompetenzen und Fähigkeiten des Franchisenehmers zu messen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11. Welche der folgenden Aussagen treffen auf Ihre Beziehung zu den Franchisenehmern zu?

	Trifft überhaupt nicht zu						Trifft vollständig zu
	1	2	3	4	5	6	7
Es herrscht großes Vertrauen zwischen uns und dem (den) Franchisenehmer(n).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Es herrscht eine Atmosphäre von Offenheit und Ehrlichkeit.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Der Informationsaustausch geht über das vereinbarte Ausmaß hinaus.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die Zusammenarbeit beruht auf partnerschaftlicher Basis.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12. Bitte nehmen Sie Stellung zur Anpassung Ihres Franchisemodells an die lokalen Marktgegebenheiten.

	Überhaupt nicht						In sehr großem Ausmaß
	1	2	3	4	5	6	7
Wir passen unsere Produkte/Dienstleistungen (z.B. Produkt-Mix und Serviceangebote) an den lokalen Markt an.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir passen unsere Markenidentität an den lokalen Markt an.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir passen die operativen Strategien (z.B. Schulung von Mitarbeitern und Qualitätskontrolle) an den lokalen Markt an.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir passen die Managementstrategien (z.B. Handbuch, Preisgestaltung und Marketing) an den lokalen Markt an.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

13. Bitte beantworten Sie die folgenden Fragen zu Ihrem Franchisesystem.

Anzahl der Franchisegeber eigenen Filialstandorte: _____

Anzahl der Franchisenehmerstandorte: _____

Anzahl der Franchisenehmer: _____

In welchem Land befindet sich der Hauptsitz des Franchisesystems? _____

Wie viele MitarbeiterInnen sind in Ihrem Hauptsitz tätig? _____

Seit wann sind Sie im Franchise-Business? _____

Welche Art von Franchising betreibt Ihr Unternehmen? Produktion Vertrieb Dienstleistung

Welche Art von Unternehmenstätigkeit betreiben Sie (z. B. Kleidung, Restaurants etc.)? _____

Höhe der fixen Einstiegsgebühr zur Eröffnung einer Franchisefiliale in Euro: _____

Höhe der laufenden Gebühr (in % des Umsatzes): _____

Höhe der laufende Werbegebühr (% des Umsatzes): _____

Höhe der Anfangsinvestition (ohne Einstiegsgebühr) für die Eröffnung einer Franchisefiliale in Euro: _____

Wie lange beträgt die durchschnittliche Vertragsdauer, die Sie einem Franchisenehmer anbieten? _____

Anzahl der Franchisenehmer-Schulungstage vor Eröffnung eines Franchisebetriebes: _____

Anzahl der laufenden Schulungstage pro Jahr für einen Franchisenehmer: _____

Anzahl der offiziellen Besuche des Franchisegebers beim Franchisenehmer pro Jahr: _____

Haben Sie eine vertragliche Option, den Franchisebetrieb bei Vertragsbeendigung zurückzukaufen? Ja Nein

Muss ein Franchisenehmer mehr als 50% der Rohstoffe/Vorprodukte von Ihnen (Franchisegeber) oder von Ihnen vorgegebenen Lieferanten beziehen? Ja Nein

Können Franchisenehmer andere Produkte als die des Franchisegebers verkaufen? Ja Nein

Setzen Sie unverbindliche Preise für die angebotenen Produkte / Dienstleistungen der Franchisenehmer fest? Ja Nein

Ist das Marktgebiet der Franchisenehmer geografisch abgegrenzt? Ja Nein

Wie oft finden formelle Treffen zwischen Franchisegeber und Franchisenehmer (z.B. Tagungen, Ausschüsse) pro Jahr statt? _____

14. Bitte kreisen Sie EINE der folgenden Beschreibungen ein, die dem Lebenszyklus Ihrer Organisation im letzten Jahr am ehesten entsprach. (Bitte betrachten Sie Ihr Unternehmen als Ganzes und beachten Sie, dass keiner der unten aufgeführten Typen von Natur aus "gut" oder "schlecht" ist.)

Typ 1 In dieser Phase versucht das Unternehmen eine lebensfähige Einheit zu werden.

Typ 2 In dieser Phase erwirbt das Unternehmen seine ausgeprägten Kompetenzen und erzielt erste Erfolge auf dem Produktmarkt. Der Schwerpunkt liegt auf einem schnellen Umsatzwachstum und schnellen Ressourceneinsatz, um Größenvorteile zu erzielen. In der Regel wächst der Umsatz zu diesem Zeitpunkt um mehr als 15%. Einige Entscheidungen werden an mittlere Hierarchieebenen delegiert, und die Prozesse werden formalisiert.

Typ 3 Diese Phase wird nach einer Wachstumsphase erwartet, da sich das Umsatzniveau stabilisiert, der Innovationsgrad sinkt und eine Organisationsstruktur mit einem höheren Bürokratiegrad aufgebaut wird. In dieser Phase sind Unternehmen in der Regel größer, aber ihr Umsatz wächst um weniger als 15%.

Typ 4 Dies ist in der Regel eine Phase der Erweiterung des Produkt-/Marktgebietes, um die komplexeren und heterogeneren Märkte zu bewältigen. In dieser Phase sind die Unternehmen sehr groß, und es wird erwartet, dass ihr Umsatz wieder um mehr als 15% steigt.

Typ 5 In dieser Phase des Rückgangs nimmt die Nachfrage nach Produkten / Dienstleistungen ab, weiters vermindert sich die Innovationsintensität, es werden Preissenkungen durchgeführt und die Rentabilität sinkt. Zu diesem Zeitpunkt sind Unternehmen in der Regel risikoavers; die Unternehmung ist charakterisiert durch formale und bürokratische Strukturen, die auf homogenen Märkten einem intensiven Wettbewerb ausgesetzt sind.

Vielen Dank für Ihre Unterstützung zu unserer Studie. Wenn Sie am Ergebnis interessiert sind, geben

Email:

Bitte übermitteln Sie den ausgefüllten Fragebogen an:

UNIV. PROF. DR. JOSEF WINDSPERGER (UNIVERSITÄT WIEN)

INSTITUT FÜR BETRIEBSWIRTSCHAFTSLEHRE

UNIVERSITÄT WIEN

Oskar-Morgenstern-Platz 1, A-1090 Wien

Tel.: +43-1-4277-38180 Email: josef.windspurger@univie.ac.at