

Informationen zum Franchisekonzept

# MIT PANDORA IN DIE ZUKUNFT

Gemeinsam wachsen in Ihrem eigenen Concept Store!



PANDORA

# IHR ERFOLG IST UNSER ZIEL

**PANDORA ist weltweit bekannt für hochwertigen, handveredelten Echtschmuck zu erschwinglichen Preisen. Die erfolgreiche dänische Schmuckmarke inspiriert Frauen weltweit dazu, ihre Individualität auszudrücken und ihren persönlichen Stil zu unterstreichen.**

Um diese Idee in die Welt zu tragen, gibt es schon heute mehr als 1.800 Concept Stores von PANDORA – also Geschäfte, in denen nur PANDORA Schmuckstücke erhältlich sind. Auch in Deutschland und Österreich sind wir weiter auf Wachstumskurs und die Zahl der Concept Stores wächst stetig. Dabei setzen wir neben eigenen Filialen bewusst auch auf die Kraft des Franchisings. Dabei suchen wir Persönlichkeiten, die sich aktiv einbringen. Menschen, die es reizt, das Beste zu geben, was der Schmuckhandel zu bieten hat.

Mit dieser Broschüre geben wir Ihnen einen ersten Einblick in unser erprobtes Franchisekonzept und stellen Ihnen unser Geschäftsmodell vor. Sie erfahren, was wir Ihnen bieten und wie wir Sie bei Ihrem Erfolg unterstützen. Und natürlich gehen wir auch auf die Voraussetzungen ein, die Sie mitbringen müssen, um erfolgreich einen oder mehrere eigene PANDORA Concept Stores zu eröffnen.

Sie sind interessiert? Dann tauchen Sie auf den nächsten Seiten in die Welt von PANDORA ein und lassen Sie sich inspirieren von einem Konzept, das ebenso einzigartig wie erfolgreich ist.

Wir freuen uns auf Sie!



Kate Walsh  
*Managing Director Northern Europe*



Eike Christian Radtke  
*Head of Franchise & Key Account Germany*



PANDORA ist geprüftes Vollmitglied im Deutschen Franchise-Verband e. V. (DFV) und assoziiertes Mitglied im Österreichischen Franchise-Verband e. V. (ÖFV).



Torben Leif Brodersen  
Geschäftsführer des Deutschen Franchise-Verbandes

»Ich beobachte PANDORA schon länger. Das Franchisesystem zeichnet sich durch seine klare Positionierung im Schmuckbereich und sein unverwechselbares Ladenkonzept aus. Seit dem deutschen Markteintritt 2004 hat sich PANDORA gut entwickelt. Die Aufnahme meisterte das Unternehmen 2014 mit einer besonders hohen Franchisenehmer-Zufriedenheit. Gerne empfehlen wir dieses dynamische und wachstumsstarke Konzept potenziellen Franchisenehmern weiter.«



---

# INHALT

---

## 07 DIE MARKE PANDORA

Philosophie und Geschichte  
Produkte und Produktion  
Das Geschäftsmodell

## 13 DARUM FRANCHISING MIT PANDORA

Das perfekte Marketing  
Das besondere Ladenbaukonzept  
Das intensive Training  
Der ideale Standort  
Die umfassende Unterstützung

## 23 IHR BEITRAG ALS FRANCHISEPARTNER

Das erwartet PANDORA von Ihnen  
Die nächsten Schritte



In drei Jahrzehnten wurde aus einem kleinen Juweliergeschäft eine internationale Marke. Damals wie heute ist Kopenhagen globaler Hauptsitz von PANDORA.



# DIE MARKE PANDORA

PANDORA ist von Leidenschaft und Visionen geprägt. Was als kleines Geschäft am Stadtrand von Kopenhagen begann, ist heute eine internationale und weltweit erfolgreiche Schmuckmarke.



»Ich bin schon seit 25 Jahren im Schmuck-&-Uhren-Business tätig. Vor ca. 9 Jahren habe ich in meinen Juweliergeschäften PANDORA mit ins Sortiment genommen. Da hab ich schnell das Potenzial erkannt. Vor rund 8 Jahren war ich einer der ersten Franchisepartner mit einem Concept Store. Für mich der professionelle Weg. Hier, und nur hier, kann man die volle PANDORA Vielfalt zeigen und erleben. Vorteile wie volle Marketingunterstützung, Hilfe im Kaufmännischen, ein sensationell guter Ladenbau und tolle Hilfe durch die Systemzentrale sind nur einige von vielen schlagkräftigen Argumenten. Mein vierter Concept Store wurde im Juni 2015 in Hamburg-Bergedorf eröffnet und war sofort ein Mega-Erfolg. Für meine Kunden, meine Mitarbeiter und mich ein Schmuckgeschäft wie in einem Traum. Und hoffentlich nicht mein letzter ...«

Mark Pohlmann

Franchisepartner seit 2008 mit Concept Stores in Hamburg, Norderstedt und Schwerin





## PHILOSOPHIE UND GESCHICHTE

Jedes Schmuckstück von PANDORA spiegelt die Haltung des Unternehmens wider, es verkörpert seine Marken-DNA:

PANDORA möchte Frauen dazu einladen, ihre ganz persönlichen, unvergesslichen Momente zu feiern und ihre individuellen Werte auszudrücken. Und so erzählt jedes Schmuckstück eine eigene Geschichte, ist gleichzeitig modernes Design und erschwinglicher Luxus.



Ein kleines Juweliergeschäft in bescheidener Umgebung in Kopenhagen. Hier fing es 1982 an ...

Diesem Bekenntnis zu hoher Individualität, zu modernem Design und zu erschwinglichem Luxus sind wir seit unseren Anfängen im Jahr 1982 treu geblieben. Es war und ist unser Antrieb bei jedem Schritt. Und es ist vielleicht der wichtigste Grund, warum wir heute in mehr als 100 Ländern auf sechs Kontinenten vertreten sind.

### Unsere Marken-DNA:

- Persönliche Geschichten
- Erschwinglicher Luxus
- Modernes Design



## PRODUKTE UND PRODUKTION

### VIelfalt schaffT persÖnlichkeit

14-K-Gold, Sterling-Silber, Murano-Glas und weitere wertvolle Materialien, von Hand veredelt und sorgfältig verarbeitet – damit beginnt jedes Schmuckstück von PANDORA. Jedes Design erzählt eine ganz persönliche Geschichte. Diese Geschichten, diese Schmuckstücke können Frauen individuell kombinieren und so ihren persönlichen Stil zum Ausdruck bringen. Und obwohl (oder gerade weil) PANDORA nur Schmuck für Frauen verkauft, ist ein Drittel unserer Kunden männlich.

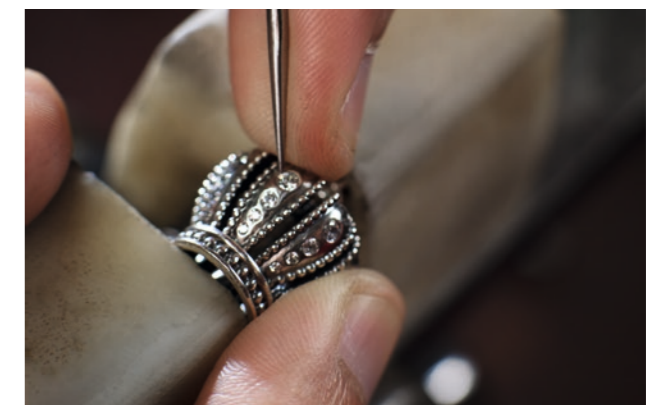
### Unsere Kunden haben die Wahl aus über 1.000 Produkten in sechs Produktkategorien:

- Charms
- Ohrringe
- Armbänder
- Halsketten
- Ringe
- Anhänger

Herzstück und Ausgangspunkt dieses vielfältigen Schmuckuniversums ist das charakteristische Charm-Armband, das durch zwei unterschiedliche Kollektionen repräsentiert wird – PANDORA Moments und PANDORA ESSENCE COLLECTION. Das weltweit erfolgreichste Charm ist das Herz aus Sterling-Silber, das seit dem Jahr 2000 über drei Millionen mal verkauft wurde.

### DIE PRODUKTION

Für die Herstellung verbindet PANDORA moderne High-End-Technik und sorgfältige Handveredelung. Mittlerweile betreibt das Unternehmen mehrere Produktionsstätten und ein eigenes Innovationszentrum in Gemopolis (Bangkok) mit mehr als 11.000 qualifizierten Mitarbeitern.



Jedes Schmuckstück wird von unseren qualifizierten Kunsthandwerkern sorgfältig handveredelt.



## DAS GESCHÄFTSMODELL

PANDORA vertritt ein vertikal integriertes Geschäftsmodell. Vom eigenen Design und einer eigenen Produktion bis hin zum globalen Marketing und Direktvertrieb in den meisten Märkten.



Dabei unterscheiden wir vier unterschiedliche Vertriebskanäle:

### PANDORA

#### Retail

Concept Stores und Shop-in-Shops. Diese können sowohl von Franchisepartnern als auch in Eigenregie („O&O“) betrieben werden. Die Mitarbeiter tragen erkennbare PANDORA Store-Uniformen und sind ausschließlich für PANDORA Kunden da.

#### Concept Store (CS):

Der Concept Store (CS) ist ein „vollständiges“ PANDORA Geschäft. Concept Stores verfügen über das komplette Sortiment an PANDORA Produkten, haben ihre eigene PANDORA Ladenfront einschließlich Ladenschild und sind ausschließlich mit PANDORA Inventar ausgestattet.

#### Shop-in-Shop (SIS):

Der Shop-in-Shop (SIS) ist ein klar abgegrenzter Bereich in einem Schmuckgeschäft oder Kaufhaus, der ausschließlich PANDORA Produkten vorbehalten ist. Der SIS verfügt über eine PANDORA Ladenausstattung und bietet ein sehr breites Sortiment von PANDORA Produkten an. In der Regel sieht der SIS innen so aus wie ein Concept Store, jedoch kleiner und ohne Ladenfront.

#### Direct Sale

Juweliere, welche auf festgelegten Flächen PANDORA als eine von mehreren Marken verkaufen („Multibrand-Händler“).

#### Key Account

Großkunden wie Warenhäuser, die im Rahmen ihrer eigenen Schmuckabteilung mit eigenem Personal auf Shop-in-Shop-Flächen PANDORA als eine von mehreren Marken verkaufen.

#### E-Store

Unter [www.estore.pandora.net](http://www.estore.pandora.net) verkauft PANDORA an den Online-Kunden. In Zukunft ist auch eine Verbindung der Concept Stores mit dem Online-Kanal und umgekehrt denkbar. Die Multichannel-Aktivitäten sind in der Entwicklung.



So unterschiedlich die Vertriebswege sein mögen, gemeinsam ist ihnen allen ein Ziel: Wir wollen zufriedene Frauen, die sich mit ihrem Schmuck identifizieren und so PANDORA viele Jahre die Treue halten.





# DARUM FRANCHISING MIT PANDORA

Unter Franchising verstehen wir die Partnerschaft zweier selbstständiger Unternehmer im fairen Ausgleich von Leistung und Gegenleistung. Mit uns erwartet Sie eine enge und vertrauensvolle Zusammenarbeit, die vom offenen und intensiven Austausch aller lebt. Dabei profitieren Sie von Beginn an vom guten Image und dem hohen Bekanntheitsgrad von PANDORA.



»Erfolgreiche Franchisesysteme zeichnen sich u. a. durch eine starke Marke, ein Leistungsangebot mit differenzierten Nutzenvorteilen und eine hohe Beziehungsqualität zwischen Zentrale, Franchisepartnern, Mitarbeitern und Kunden aus. Das schafft die Voraussetzung für Kundenzufriedenheit und Kundenbindung – die Basis für nachhaltigen geschäftlichen Erfolg. PANDORA bietet eine bekannte Marke und ein vielversprechendes Produkt- und Leistungsangebot. Bei der Gesamtzufrieden-

heit der Franchisepartner schneidet PANDORA 2014 insgesamt mit einer 2,2\* ab und zählt damit zu den Premium-Franchisesystemen in Deutschland. 100% der antwortenden Partner waren 2014 stolz darauf, Partner des Systems zu sein, würden sich wieder für das System entscheiden und das System an Freunde und Bekannte weiterempfehlen.«

\*7er-Skala: 1=sehr zufrieden; 4=weder/noch; 7=sehr unzufrieden

Martin Ahlert

Geschäftsführer Internationales Centrum für Franchising & Cooperation



## DAS PERFEKTE MARKETING

Mit PANDORA haben wir eine einzigartige Marke erschaffen, deren einheitliche Optik und Ausstrahlung wir in allen Vertriebskanälen wahren. So unterstützen und schützen wir die Markenidentität – und damit Ihr Geschäft.

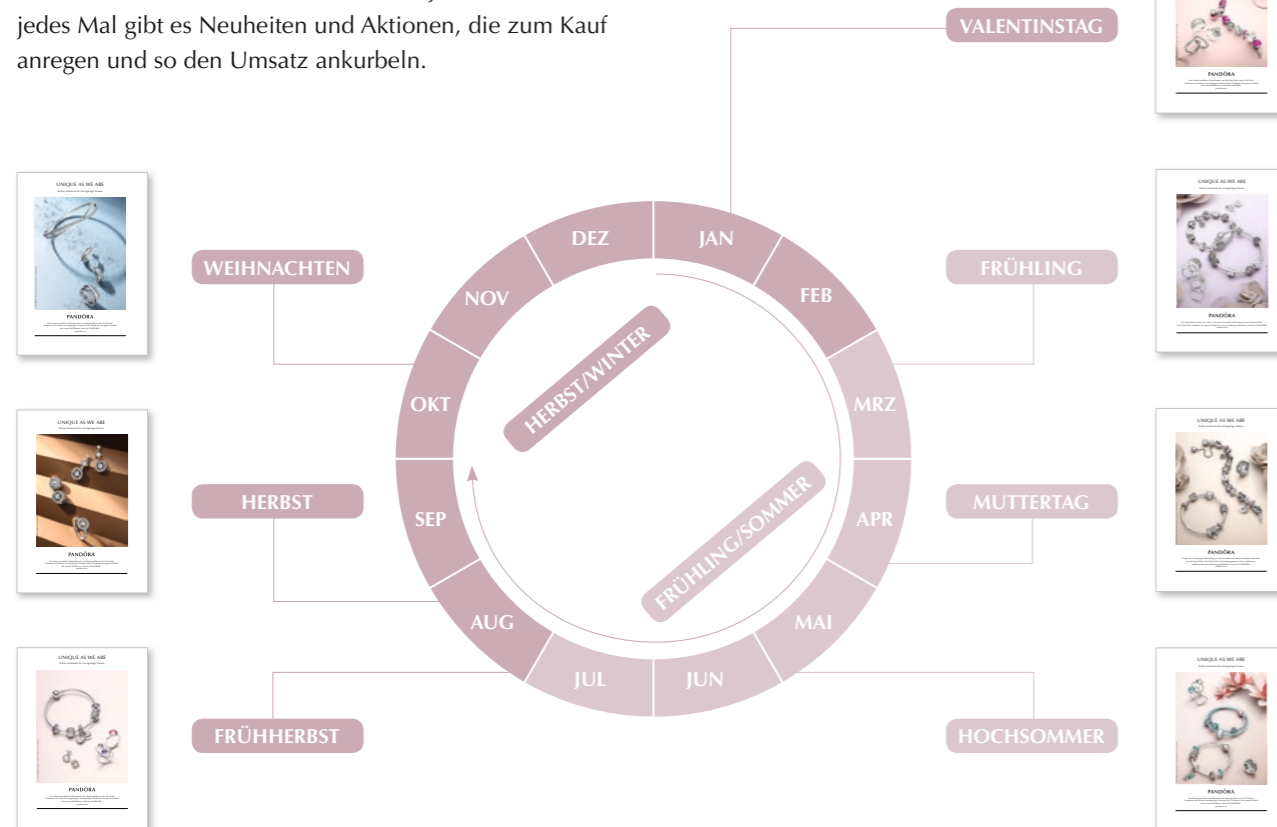
Mehrmals im Jahr gibt es bei PANDORA Neuheiten (sogenannte „Drops“), die immer wieder neue Kaufimpulse geben: Der passende Marketingauftritt wird für jeden Drop

neu gestaltet – vom Banner bis zum Aufsteller erhalten Sie von PANDORA alles, was Sie für die Umsetzung benötigen.

Profitieren Sie von unserem globalen und nationalen Marketing und ergänzen Sie es durch individuelle Maßnahmen – ob mit Kundenmailings an Ihre Stammkunden, mit eigenen Events oder mit individuellen Verkaufsförderungen.

### Alle sechs bis acht Wochen erscheint eine neue Kollektion

Bei PANDORA feiern wir mehr als vier Jahreszeiten – und jedes Mal gibt es Neuheiten und Aktionen, die zum Kauf anregen und so den Umsatz ankurbeln.



## DAS BESONDERE LADENBAUKONZEPT

Das 2014 eingeführte Store-Konzept wurde in Zusammenarbeit mit einem anerkannten und erfahrenen Schweizer Architektur- und Designunternehmen entwickelt.

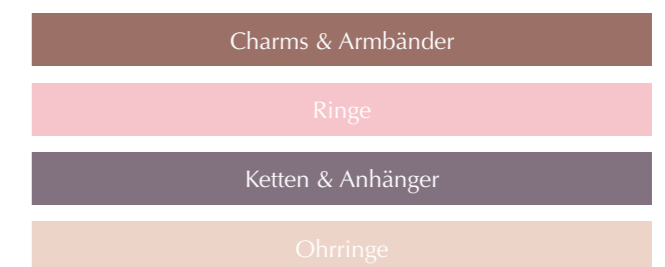
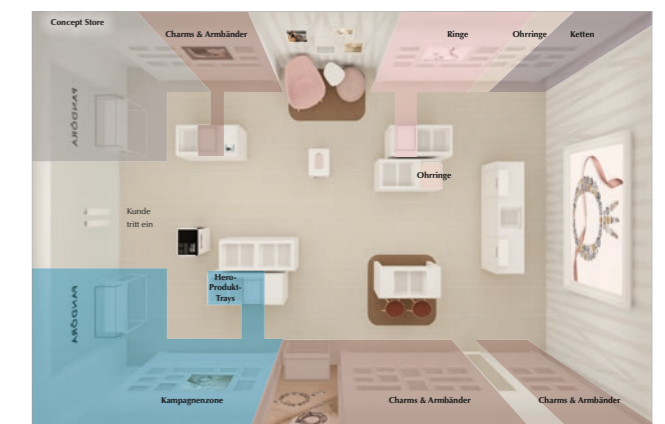
Beim Betreten des Stores spürt der Kunde sofort die großzügige und feminine Welt von PANDORA. Die Kunden fühlen sich willkommen. Sie finden sich leicht im Store zurecht und werden dabei durch die Zonenfarben und die Textinformationen in den Vitrinen unterstützt.

Der Kunde kann sich frei zwischen den Verkaufsstationen bewegen und wird von einem Sortiment zum nächsten geleitet. Die Wände sind frei zugänglich und gestatten es dem Kunden, die Produkte aus der Nähe zu betrachten. Mit diesem Konzept wird die herkömmliche Anordnung von Ladentischen aufgebrochen und über den gesamten Verkaufsbereich verteilt, sodass der Verkäufer nicht mehr hinter einem Ladentisch steht, sondern offen auf den Kunden zugehen kann.

Auf diese Weise wird es leichter, mit dem Kunden in näheren, persönlichen Kontakt zu treten und gemeinsam mit ihm in die Welt von PANDORA einzutauchen.



Die offene Gestaltung des Ladenbaukonzepts erleichtert die Kommunikation zwischen Verkäuferin und Kundin.



Durch die modulare Konzeption unseres Farbleitsystems wird der Store in unterschiedliche Bereiche gegliedert. So kann sich der Kunde schnell orientieren.





PANDORA

PANDORA

KOSTBARE GESCHENKE

Freundlich helle Architektur. Offen platzierte Verkaufsstationen, die dazu einladen, von einem Sortiment zum nächsten zu bummeln und die ausgestellten Schmuckstücke aus nächster Nähe zu betrachten. Schließlich motivierte Mitarbeiter, die Freude daran haben, auf jeden Kunden einzugehen. Bis ins Detail verkörpert jeder Concept Store die einzigartige, feminine Welt von PANDORA. Wer sie besucht, fühlt sich zu jeder Zeit willkommen.



## DAS INTENSIVE TRAINING

### ONBOARDING

Neue Franchisepartner und ihre Mitarbeiter werden in unserer neuen PANDORA Academy in Hamburg intensiv auf ihre Aufgaben vorbereitet. In dem etwa einwöchigen Onboarding-Programm erhalten sie alle wichtigen Informationen zur Marke und den Produkten, zu Verkaufstechniken und Abläufen – und natürlich viel Enthusiasmus und Motivation für den Einstieg bei PANDORA.

### Unser Onboarding-Training besteht aus folgenden Modulen:

- Product & Brand
- PANDORA Way of Selling I
- PANDORA Way of Selling II
- Creativity Workshop
- Kassenschulung
- POD (Online-Schulungen)

### Das PANDORA Onboarding-Programm für den Einstieg

#### Produkt & Marke

- Einführung in die Marke PANDORA und Kenntnisse zu Produkten von PANDORA vermitteln

#### Motivation & Enthusiasmus

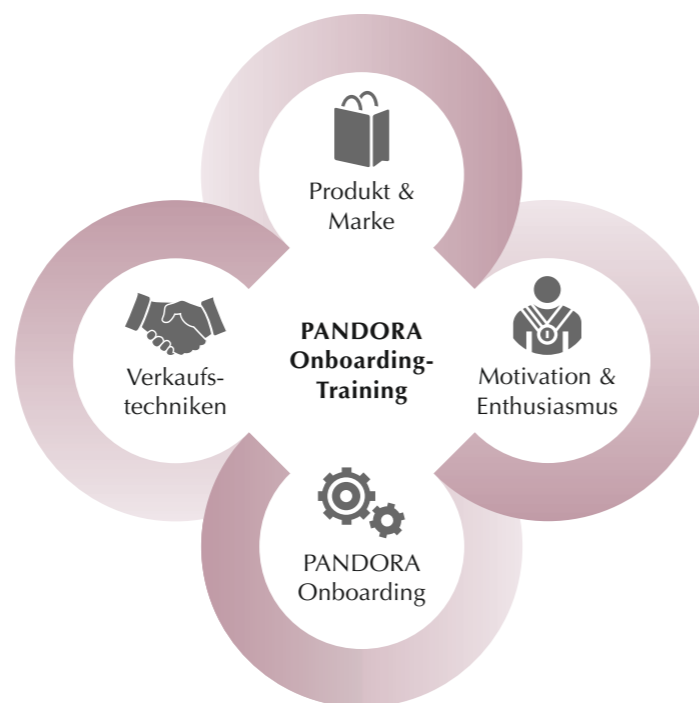
- Neueinsteiger für die Marke und Produkte von PANDORA begeistern – Motivation für den Einstieg bei PANDORA

#### PANDORA Onboarding

- Vermittlung von praktischen und administrativen Aspekten des Arbeitens bei PANDORA

#### Verkaufstechniken

- Vermittlung von allgemeinen und PANDORA spezifischen Verkaufstechniken



Auch im laufenden Geschäft unterstützen wir Sie mit gezielten Trainings.



Intensive Trainings bereiten Sie und Ihre Mitarbeiter auf Ihre Aufgaben vor.

### PANDORA ONLINE-SCHULUNGEN

POD (PANDORA On Demand) ist der Name unseres Online-Schulungssystems: Wann immer Sie wollen, wo immer Sie gerade sind, erfahren Sie hier alles über die einzigartige Welt von PANDORA. So können Sie Ihr Wissen erweitern und auffrischen und bekommen hilfreiche Tipps und Methoden, PANDORA Produkte noch erfolgreicher zu verkaufen.

#### Ziele unseres POD-Trainings

- Hintergrundwissen zur Marke und zum Unternehmen PANDORA
- Kontinuierliche Weiterentwicklung der PANDORA Produktkenntnisse
- Umfangreiche Informationen zur Schmuckverarbeitung und zu bestehenden Produktgruppen
- Kennenlernen der PANDORA Kampagnen bereits vor dem Verkaufsstart
- Perfekte Kundenberatung und erfolgreiche Verkaufsabschlüsse
- Umsatzsteigerung durch umfangreiches Produktwissen
- Motivation und Enthusiasmus

### „ROAD SHOW“

Das sind unsere fortlaufenden Trainings, die regional über das ganze Jahr stattfinden. Unsere Franchisepartner und ihre Mitarbeiter können sich dafür ohne großen Aufwand online anmelden.

#### Folgende „Road Show“ Trainingsmodule bieten wir an:

- Product & Brand
- PANDORA Way of Selling
- Styling
- Kommunikationstraining



Gemeinsam mit Ihnen arbeiten wir an einem Ziel: zufriedene Kunden.



## DER IDEALE STANDORT

### LAGE

Eine gemeinsam mit der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) erstellte Studie zum „Optimal Footprint“ gibt uns eine genaue Vorstellung vom perfekten Standort: Er sollte in einem guten oder sehr guten Einkaufszentrum oder in einer Haupteinkaufsstraße liegen. Wichtig ist das Umfeld: Um erfolgreich Produkte anzubieten, braucht PANDORA „gute Nachbarschaft“ zu anderen hochwertigen Marken, die ihren Kunden – wie wir – ein gehobenes Einkaufserlebnis garantieren.

### OBJEKT

Auch das Erscheinungsbild des Ladenlokals selbst sollte zur Marke passen. Eine gute Darstellung der Produkte und Kampagnen im Schaufenster ist ebenso wichtig wie ein passender Ladenschnitt. Deshalb empfehlen wir als Verkaufsfläche 40 bis 80 Quadratmeter, eine Schaufensterbreite von mindestens fünf Metern und eine Deckenhöhe ab 3,20 m.

### STANDORTSUCHE

Für die Suche nach den passenden Ladenlokalen bringt unser Partner Jenike & Jenike Retail Expansion langjährige länderübergreifende Standort-Expertise mit. Das hilft uns, die richtigen Standorte auszuwählen und Mietverträge zu marktgerechten Bedingungen und Konditionen zu gestalten – selbstverständlich in enger Abstimmung mit Ihnen. Sie haben einen guten Standort im Auge? Dann lassen Sie ihn doch durch unser Expertenteam bewerten.

### ANMIETUNG

Grundsätzlich sehen wir folgende Handhabung vor: Ihnen steht bereits ein Ladenlokal – als Hauptmieter oder Inhaber – zur Verfügung oder wir suchen gemeinsam mit unserem Expansionspartner nach einem geeigneten Ladenlokal, welches Sie dann als Hauptmieter betreiben.



Der richtige Standort ist die Basis für den gemeinsamen Erfolg.

## DIE UMFASSENDE UNTERSTÜTZUNG

Franchising mit PANDORA garantiert Ihnen eine faire Partnerschaft auf Augenhöhe mit Wertschätzung und Respekt. Auf unser gutes Markenimage und den hohen Bekanntheitsgrad können Sie sich ebenso verlassen wie auf klare Spielregeln und eine saubere Aufgabenteilung.

### In diesen Bereichen unterstützen wir Sie:

- Standortsuche und -bewertung
- Einrichtungsplanung, Ladenbau, Ladentechnik, Maintenance-Service
- Neueröffnungsbegleitung
- Maßgeschneiderte Schulungen und Trainings für Sie und Ihr Verkaufsteam
- Betreuung und Coaching durch unsere Spezialisten vor Ort (Retail Operations Manager und Visual Merchandiser), ergänzt durch den Support unseres Back-Office
- Globales und nationales Marketing, ergänzt durch Ihr lokales Marketing vor Ort
- Bereitstellung sämtlicher Materialien, die Sie für eine erfolgreiche Kampagnenumsetzung im Schaufenster und im Store brauchen



Von der Suche des richtigen Standorts über die Betreuung bei der Eröffnung Ihres Stores bis hin zur Kampagnenunterstützung sind wir an Ihrer Seite.



Passion, Pride, Performance – das sind die Kernwerte unserer Zusammenarbeit. Teilen Sie mit uns den einzigartigen Geist von PANDORA!



## IHR BEITRAG ALS FRANCHISEPARTNER

Im Grunde genommen geht es um gegenseitiges Vertrauen. So, wie Sie sich auf die Qualität unserer Produkte verlassen können, auf die Leistung unseres Marketings und auf kompetente Schulung und Unterstützung beim Verkauf, so möchten wir mit Menschen zusammenarbeiten, die hinter der Philosophie von PANDORA stehen und sie ebenso überzeugt wie überzeugend leben. Ist das gegeben, werden wir gemeinsam erfolgreich sein.



»Mit PANDORA steht ein weltweit erfolgreiches Unternehmen mit starkem Wachstumspotenzial hinter mir. PANDORA sorgt mit ausgesprochen gutem Werbeeinsatz für einen hohen Bekanntheitsgrad der Marke beim Kunden und ich ergänze vor Ort durch eigene Aktivitäten. Alle Produkte sind handveredelt und echt – und trotzdem erschwinglich. Immer wieder neue, kreative Kollektionen locken die Kunden ins Geschäft. PANDORA steht für Glaubwürdigkeit und Vertrauen beim Kunden, auch und ins-

besondere in der Produktion. Die Marketingunterstützung ist vorbildlich und die Werbematerialien sind hochwertig. Last, but not least: Die kontinuierliche, optimale Weiterbildung meiner Mitarbeiter durch Schulungen und Coachings hat eine hohe Priorität. Ich bin richtig stolz, eine PANDORA Partnerin zu sein.«

Sarina Haniffa  
Franchisepartnerin seit 2007,  
ein Concept Store und zwei Shop-in-Shops in Nürnberg





## DAS ERWARTET PANDORA VON IHNEN

Wir möchten natürlich mit motivierten und ambitionierten Partnern arbeiten. Sind Sie der Richtige, so bringen Sie folgende Voraussetzungen mit:

- Freude am Umgang mit Menschen
- Verkaufstalent und Kommunikationsstärke
- Kundenorientiertes Handeln
- Hohes Engagement und Leistungsbereitschaft
- Unternehmerisches Denken und Eigenverantwortung
- Kaufmännische Grundkenntnisse
- Erfahrung in Personalführung und Kostenmanagement
- Aktive Mitarbeit im Geschäft
- Identifikation mit der Marke PANDORA und „Liebe“ zum Produkt

### PANDORA – EINE INVESTITION, DIE SICH LOHNT

Für den Einstieg in unser Franchisesystem ist eine Investition in Höhe von ca. 350.000 Euro bei einem Eigenkapital von ca. 50.000 Euro notwendig.

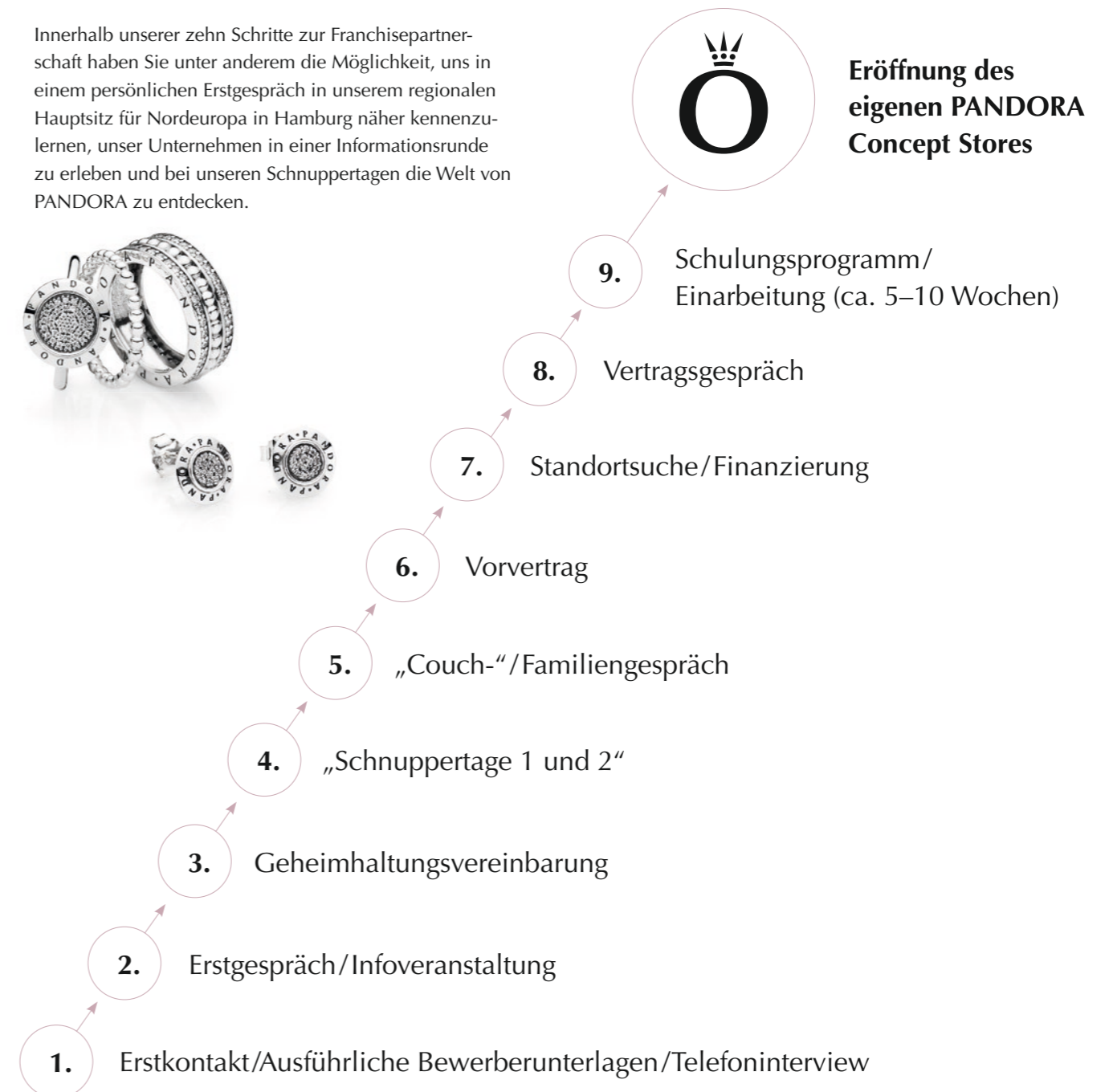
Auf die konkreten Bedingungen der Zusammenarbeit – also Verträge, Laufzeiten, Gewinnaussichten und weitere Einzelheiten – werden wir in einem detaillierten Gespräch eingehen.



Mit Menschen, die hinter der Philosophie von PANDORA stehen, werden wir gemeinsam erfolgreich sein.

## DIE NÄCHSTEN SCHRITTE

Innerhalb unserer zehn Schritte zur Franchisepartnerschaft haben Sie unter anderem die Möglichkeit, uns in einem persönlichen Erstgespräch in unserem regionalen Hauptsitz für Nordeuropa in Hamburg näher kennenzulernen, unser Unternehmen in einer Informationsrunde zu erleben und bei unseren Schnuppertagen die Welt von PANDORA zu entdecken.



---

## KONTAKT

---

Wir haben Ihr Interesse an einem eigenen PANDORA Concept Store geweckt und Sie möchten nun noch mehr erfahren?

Prima! Dann senden wir Ihnen gern unser Bewerberformular zu – oder noch besser: Wir lernen uns einfach mal persönlich kennen.

Sie erreichen uns telefonisch unter

**Deutschland: +49 40 248 75 60**

**Österreich: +43 72 011 69 69**

oder Sie senden uns eine E-Mail an [franchise@pandora.net](mailto:franchise@pandora.net)

Wir freuen uns auf Sie!



Andrea Nagy  
*Country Managing Director Österreich*



Eike Christian Radtke  
*Head of Franchise & Key Account Germany*

Wir möchten die  
weltweit meist *geliebte*  
Schmuckmarke werden.



