

Sprachen: Steigen Sie in den Wachstumsmarkt ein

Mit Lingua-World kommt jetzt das erste Franchise-System im Übersetzer- und Dolmetscherbereich auf den deutschen Markt. Wir stellen Ihnen das erfolgreiche Unternehmen und seine Gründerin Nelly Kostadinova vor.

Millionen-Markt
Laut Umsatzsteuerstatistik erwirtschaftete die Übersetzer- und Dolmetscherbranche im letzten Jahr einen Umsatz von mehr als 500 Millionen €.

Foto: lingua-world.de



Lingua-World
for world-wide communication

- Übersetzungen
- Dolmetschen
- alle Sprachen

LINGUA-WORLD: Spezialisierte Dienstleistungen für international ausgerichtete Unternehmen

Die Lingua-World GmbH wurde 1997 von Nelly Kostadinova in Köln gegründet. Heute gehört das Unternehmen mit einem mehrstelligen Millionenumsatz zu den erfolgreichsten Sprachdienstleistern auf dem deutschen Markt.

In mittlerweile sieben Filialen sechs in Deutschland, eine im holländischen Maastricht – bieten die Kölner ihren Sprach-Service an. Zum Dienstleistungsangebot des Unternehmens gehören neben der Vermittlung von Übersetzungen auch ein Dolmetscher-Service und Sprachunterricht. Das bedeutet in der Praxis: Verträge, Geschäftsberichte, Broschüren oder auch Bedienungsanleitungen werden übersetzt, Gespräche gedolmetscht und Sprachtrainings durchgeführt.

Die Preise der Dienstleistungen richten sich nach den Sprachen. Die Übersetzung einer Normzeile

(50 Zeichen) ins Englische kostet beispielsweise 90 Cent, ins Chinesische 2,50 €.

Preis-Beispiel: Die Übersetzung einer kompletten *Geschäftsidee-Ausgabe* ins Chinesische würde etwa 5.000 € kosten. Weitere Preisbeispiele berechnen Sie mit einem „Preiskalkulator“ bequem auf der Internet-Seite www.lingua-world.de.

Profitieren Sie vom Wachstum des Unternehmens

Zu den Kunden der GmbH zählen Behörden, Gerichte, Krankenhäu-

Kontakt:

Lingua-World GmbH
Luxemburger Str. 467
50939 Köln
www.lingua-world.de

ser und große Unternehmen wie die BMW AG, Germanwings, Arcor, RTL oder Spiegel TV.

Fakt ist: In Zeiten der Globalisierung wächst in vielen Unternehmen die Tendenz, auch international zu expandieren. Das bedeutet: Mitarbeiter müssen fremde Sprachen lernen, ausländische Geschäftsleute betreut und Schriftwechsel übersetzt werden. Die Folge: Der Markt für Sprachdienstleistungen und Übersetzungen wächst.

Um von diesem Trend zu profitieren und künftig noch mehr Kunden zu erreichen, beschreitet die Lingua-World GmbH seit wenigen Wochen neue Wege in Sachen Expansion. Mithilfe von Franchising möchten die Sprachdienstleister aus Nordrhein-Westfalen Gründern den Start in die Selbstständigkeit ermöglichen und natürlich selbst wachsen.

„Nach dem Aufbau von mittlerweile sieben Filialen habe ich wichtige Erfahrungen gesammelt, was Standort, Personalpolitik, Marketing, Finanzierung und Kundenservice angeht“, berichtet die gebürtige Bulgarin Kostadinova.

Gesuchter Gründertyp: Kaufmann, nicht Übersetzer

Gleich vorweg: Den künftigen Franchise-Partnern von Lingua-World steht bei ihrem Schritt in die Selbstständigkeit ein erfahrener Franchise-Experte zur Verfügung. Jan Piepenbrink, langjähriger Mitarbeiter im Franchise-Bereich eines großen Nachhilfeanbieters, ist für die Betreuung der Partner, Marketing und PR sowie den Ausbau des Franchise-Systems Lin-

gua-World verantwortlich: „Eine große Herausforderung“, sagt der 38-jährige Rheinländer. Die Besonderheit: „Lingua-World ist das einzige Unternehmen in diesem Markt, das auf Franchising setzt. Im Gegensatz zu den meisten Büros dieser Sparte werden unsere Betriebe nicht von Dolmetschern oder Übersetzern geführt, sondern von Kaufleuten“, so Piepenbrink zur *Geschäftsidee*.

Übrigens: In den kommenden Jahren will Lingua-World in allen deutschen Städten ab 200.000 Einwohnern präsent sein; rund 30 Franchise-Filialen sollen auf diese Art und Weise entstehen.

Ihre Aufgabe: Kundenakquise

Franchise-Nehmer starten ohne feste Mitarbeiter in dieses System. Natürlich müssen Sie als Partner der Lingua-World GmbH nicht selbst Gespräche dolmetschen oder Texte übersetzen. Als Franchise-Nehmer der Rheinländer greifen Sie auf ein praxiserprobtes Netz aus über 10.000 Sprachspezialisten zurück.

Im Klartext bedeutet das: Sie treten als „Vermittler“ zwischen den Kunden und den Sprachexperten auf. Diese Experten übersetzen Ihnen die Texte Ihrer Kunden in Englisch, Isländisch oder auch in Chinesisch, Russisch, oder Türkisch. Sie dolmetschen Gespräche in Niederländisch, Polnisch, Kroatisch oder Japanisch und fertigen Geschäftspapiere in Norwegisch, Farsi oder Arabisch an.

Darin liegt auch der große Vorteil des Systems: Der Partner kann mit dem Tagesgeschäft sofort beginnen. Er muss sich nicht der Entwicklung einer funktionierenden Logistik widmen oder erst langwierig ein Expertennetz aufbauen, sondern kann sich von Anfang an auf seine ureigensten Aufgaben konzentrieren: die Kundenakquise und den Service.

Der Kontakt mit den Sprachexperten läuft – in der Regel – über das Internet. Natürlich werden die Übersetzungen auch in die vom Kunden gewünschten Dateiformate wie Microsoft Word oder HTML umgewandelt und

von einem Lektorat auf Schreibfehler, Grammatik und Orthografie überprüft.

Unser Tipp: Werbe-Mailings, Telefon-Marketing, Internet-Marketing. Zahlreiche Tipps zum Thema Kundenakquise finden Sie kostenlos unter www.earlytonise.de im Internet.

„Training on the job“: Praxis für Einsteiger

Als besonderes Highlight in der Kundenbetreuung wird der Franchise-Partner Nutznießer des 24-Stunden-Notfall-Services, der zentral von Köln aus geleitet wird. Die komplette Warenwirtschaft, das einheitliche Corporate Design sowie ein umfangreiches Schulungs- und Weiterbildungsprogramm tun ihr Übriges, um den Start in die Selbstständigkeit zu erleichtern.

Neben dem Zugriff auf das weltweite Netz an Sprach-Experten bietet die Lingua-World GmbH ihren zukünftigen Partnern neben den oben erwähnten Punkten unter anderem Hilfe bei der Standortsuche, eine Finanzierungsberatung und Hilfe beim

Controlling an. Außerdem bekommen die Partner die Möglichkeit, mit Mitarbeitern der GmbH zu sprechen und durch ein „Training on the job“ in einer Filiale Einblicke in den Ablauf des Unternehmens zu bekommen.

Die Einstiegsgebühr liegt bei 9.500 €

Die Einstiegsgebühr liegt bei 9.500 €, die Franchise-Gebühr zwischen 7,5 Prozent und 10 Prozent. Je nach Standort benötigen Franchise-Nehmer – für Miete, technische Ausstattung, Werbung – ein Startkapital zwischen 30.000 und 50.000 €. „Wir rechnen im zweiten Geschäftsjahr mit einem Umsatz zwischen 180.000 und 200.000 € pro Franchise-Filiale“, erklärt Jan Piepenbrink gegenüber der *Geschäftsidee*.

Franchise-Nehmer können – laut Lingua-World – mit 20 bis 25 Prozent Umsatzrendite vor Steuern rechnen. Weitere Einzelheiten über den Einstieg in dieses Franchise-System erfahren Sie unter www.lingua-world.de. □

Sebastian Badenberger
sba@vnr.de

TV-Beitrag: Lernen Sie Lingua-World kennen!

Möchten Sie die Lingua-World GmbH näher kennen lernen? Unter www.lingua-world.de (Unternehmen, News & Presse, Pressemitteilungen) können Sie sich einen 10-minütigen Beitrag des Fernsehsenders JobTV24 über das Franchise-Unternehmen, seine Gründerin Nelly Kostadinova und Franchise-Experte Jan Piepenbrink ansehen. Natürlich kostenlos!

Gründer-Portrait: Nelly Kostadinova



50 DM, einen Apfel und diverse Konserven in der Tasche: So kommt die Bulgarin Nelly Kostadinova vor mehr als 15 Jahren nach Deutschland. Als Journalistin will sie endlich das tun, was sie in ihrem Land jahrelang nur eingeschränkt konnte: schreiben. Ihr Ziel: Köln, damals der Sitz der Deutschen Welle, der Sender, der sich als Stimme Deutschlands in der Welt Gehör verschafft.

„Jahrelang hatte ich die Deutsche Welle begeistert heimlich gehört“, beschreibt sie ihre damalige Gefühlslage. „Ich wollte mitmachen, dabei sein – aus Deutschland über mein Heimatland berichten und das bei dem Sender, der mich so viele

Jahre begleitet hatte.“ In der Domstadt angekommen, trifft sie sich nach wenigen Tagen mit einem Reporter ihres Lieblingsenders. Er kann ihr schnell und unbürokratisch ein Stipendium der Konrad-Adenauer-Stiftung besorgen. Ihr Auftrag: „Frau Kostadinova, beschreiben Sie Ihren Landsleuten, wie es hier in Deutschland zugeht – mit Ihren Worten und so, wie Sie es sehen.“ Für die Journalistin, die jahrelang nur schreiben durfte, was genehm war, und gelernt hatte, ihre Botschaften zwischen den Zeilen zu platzieren, kommt das einer Offenbarung gleich. Deutsch kann sie zu diesem Zeitpunkt übrigens nicht – sie lernt die Sprache innerhalb von einem Jahr. Das Stipendium läuft aus, aber Nelly Kostadinova bleibt. Findet sie doch mit den Übersetzungen die Geschäftsidee ihres Lebens. 1997 gründet sie die Lingua-World GmbH. Heute bietet das Unternehmern weltweit mehr als 10.000 Menschen Arbeit.