

franchise.de

powered by franchise-net.de & Reed Exhibitions Deutschland GmbH

franchise IDEEN | franchise KNOW HOW | franchise PEOPLE | franchise LITERATUR

■ Kleine Unternehmen verstärken den Kampf gegen Viren

Kleine Unternehmen haben die Gefahren von Viren, Trojanern, Spam-Mails und anderen Attacken erkannt und räumen der IT-Sicherheit einen sehr hohen Stellenwert ein. 18 Prozent der Unternehmen planen, ihre Ausgaben für IT-Sicherheit im Jahr 2006 zu erhöhen, während der Rest beim Security-Budget zumindest das Niveau von 2005 halten wird. >>>

■ Deutscher Franchise-Verband: Die deutsche Franchise-Wirtschaft wächst weiter

Die statistischen Erhebungen des Deutschen Franchise-Verbandes e.V. (DFV) für das Jahr 2005 liegen vor. Sie belegen: Franchising ist die Wachstumsbranche in Deutschland und trägt wesentlich zur Schaffung neuer Arbeitsplätze bei >>>

■ Franchise-System verkauft Eis mit Gemüse- und Gewürzgeschmack an 70 Standorten

Mit 10.000 Ostmark und einem Trabi startete Firmengründer Wolfgang Brasch 1990 seine erste Eisdiele in Rheinsberg (Ostprignitz-Ruppin). 16 Jahre später: Mit seinem Franchise-Konzept "Eiszauberei" betreibt der Unternehmer bundesweit rund 70 Filialen >>>

■ Franchise-System C'Asia eröffnet Shop in Hamburg

Das Kaffeebar-System C'Asia eröffnet am 4. Mai 2006 in der Hamburger Speicherstadt einen neuen Coffeeshop. An der Franchisenehmer-Gesellschaft MoAsa Coffee and more GmbH ist Fußball-Profi und Nationalspieler Gerald Asamoah beteiligt. >>>

■ 11. Trend- und Handelsforum findet am 30. Mai in Köln statt

Am 30. Mai 2006 findet das 11. Trend- und Handelsforum 2006 der BBE im Maternushaus in Köln statt. In Zusammenarbeit mit Partnern wie PricewaterhouseCoopers, IHK und dem Einzelhandelsverband Köln ist das Forum in diesem Jahr auf das Thema „Erfolg mit Preis und Emotion!“ ausgerichtet. >>>

werbung

Microsoft

Ihr Potenzial. Unser Antrieb.

partner

www.franchise-net.de

Lingua-World goes Franchising

Die Lingua-World GmbH zählt zu einem der erfolgreichsten Sprachdienstleister in Deutschland, die überregional tätig sind. In mittlerweile sieben Filialen – sechs in Deutschland, einer im holländischen Maastricht – bietet das Kölner Unternehmen seine Übersetzer- und Dolmetscherdienste an. Um künftig noch mehr Kunden zu erreichen, beschreitet Lingua-World ab dem 2. Mai 2006 neue Wege in Sachen Expansion. Mithilfe von Franchising will man als erstes Unternehmen in diesem Bereich erfahrenen Kaufleuten den Start in die Selbstständigkeit ermöglichen.

Von den drei Stockwerken in der Luxemburger Straße 467 aus, die dem Unternehmen selbst gehören, steuert Geschäftsführerin Nelly Kostadinova die Geschicke ihres Unternehmens. „Nach dem Aufbau von mittlerweile sieben Filialen habe ich wichtige Erfahrungen gesammelt, was Standort, Personalpolitik, Marketing, Finanzierung und Kundenservice angeht,“ berichtet die gebürtige Bulgarin. Sie ist überzeugt: „Die Struktur von Lingua-World bietet sich für ein Franchise-System geradezu an.“

Rundum-Betreuung und permanente Systemoptimierung

Für die künftigen Franchise-Partner von Lingua-World steht ein erfahrener Franchise-Manager zur Verfügung. Jan Piepenbrink, langjähriger Mitarbeiter im Franchise-Bereich eines großen Nachhilfeeinzelanbieters, ist für die Betreuung der Partner, Marketing und PR sowie den Ausbau des Franchise-Systems Lingua-World verantwortlich: „Eine große Herausforderung“, sagt der 38jährige Rheinländer. „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. Hinter dem Lingua-World Franchise-System steckt ein großes kaufmännisches Potenzial - und eine bestens eingeführte Marke, die ständig optimiert wird.“

Sprachdienstleistung: Ein Markt, der nie versiegt

Künftige Franchise-Partner profitieren von dem ausgeklügelten Kunden-service, den Lingua-World seit 1997 erfolgreich anbietet. Das A und O dabei ist die Zusammenarbeit mit über 10.000 Übersetzern und Dolmetschern, die in sämtlichen Sprachen dieser Welt zuhause sind. Für jeden Fachbereich kann innerhalb kürzester Zeit ein qualifizierter Sprachexperte gebucht werden. Der Sprachenservice richtet sich zudem an verschiedene Zielgruppen: Privatleute, Firmenkunden und Behörden wie Gerichte, Polizei oder Krankenhäuser. „Ein Markt, der nie versiegt,“ das weiß Nelly Kostadinova aus eigener Erfahrung.

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, eine erfolgreiche Marketingstrategie, das einheitliche Corporate Design sowie ein umfangreiches Schulungs- und Weiterbildungsprogramm tun ihr übriges, um den Start in die Selbstständigkeit zu erleichtern.

Senkrechtstart für Neugründer via Franchising

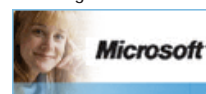
Und auch darin liegt der große Vorteil des Franchise-Modells: Der frisch-ge-bac-kene Franchise-Unternehmer kann mit dem Tagesgeschäft sofort beginnen. Er muss sich nicht der Entwicklung einer funktionierenden Logistik widmen oder erst langwierig ein eigenes Experten-Netz aufbauen, sondern kann sich von Anfang an auf seine ureigensten Aufgaben konzentrieren: die Kundenakquise, den Service und die Kundenbindung.

In den kommenden Jahren will Lingua-World in allen deutschen Städten ab circa 150.000 Einwohnern präsent sein; rund 30 Franchise-Filialen sollen auf diese Art und Weise entstehen.

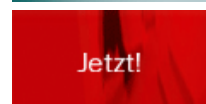
www.lingua-world.de

[go back to franchise KNOW HOW >>>](#)

werbung



Produkte für
Existenzgründer



partner



www.franchise-net.de