

15
JAHRE

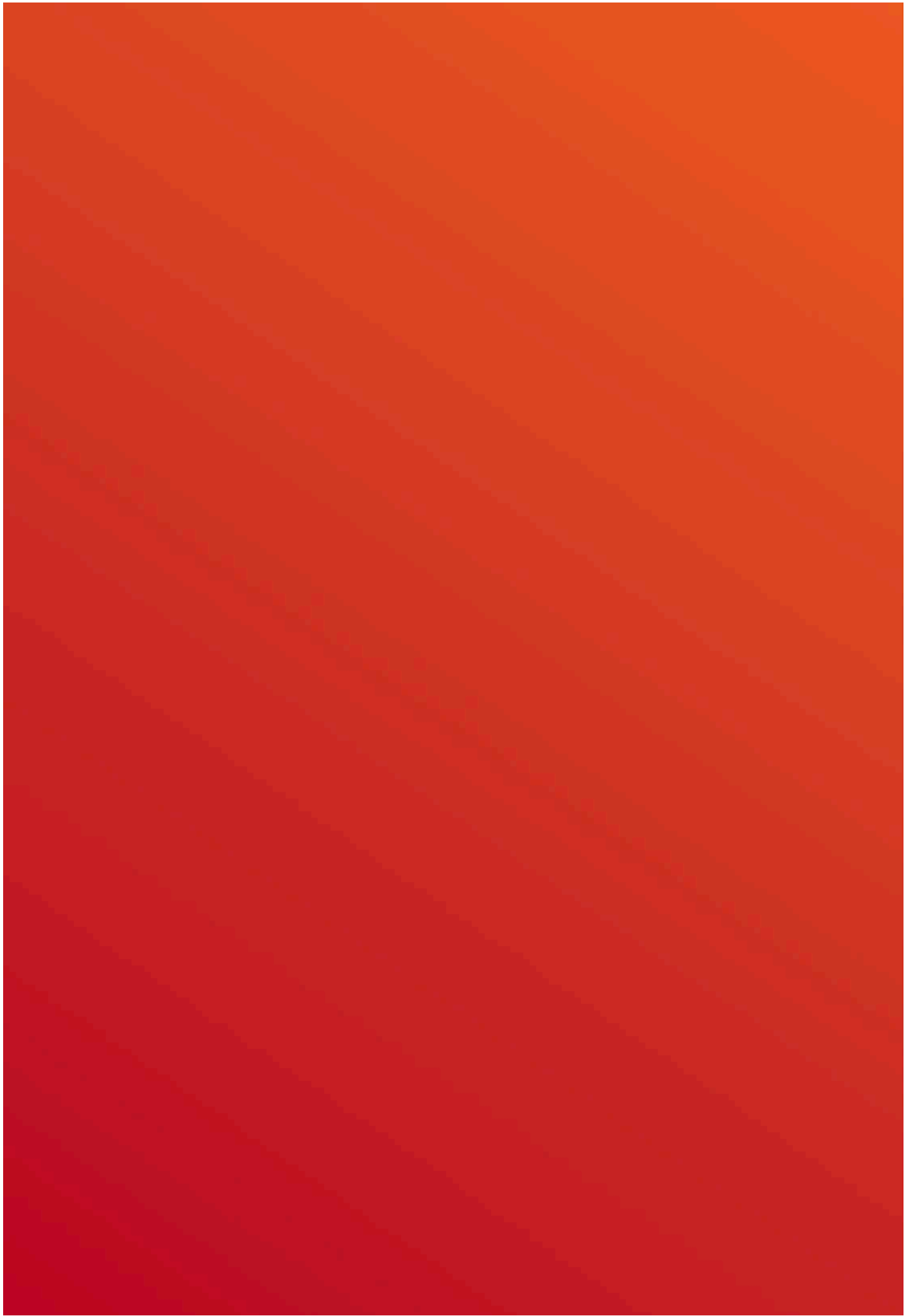
MODEM MOBIL®

2003
2018

Mode, die zu Ihnen kommt

MODEMOBIL

Basisinformationen zum Franchisesystem



1 DIE GESCHÄFTSIDE	4
Der Markt der Zukunft	6
Weil Mode Freude bringt	8
Vorteile durch MODEMOBIL	12
Unser Sortiment	14
2 DAS FRANCHISESYSTEM	16
Die Expansion von MODEMOBIL	18
Der Vertrieb	20
3 (M)EIN PLATZ BEI MODEMOBIL	22
Passt MODEMOBIL zu mir?	24
Selbstständigkeit mit System	28
Investitionen zum Einstieg	30
Stimmen zu MODEMOBIL, Impressum	32
Impressionen/Raum für Ihre Notizen	34



1

DIE GESCHÄFTSIDE



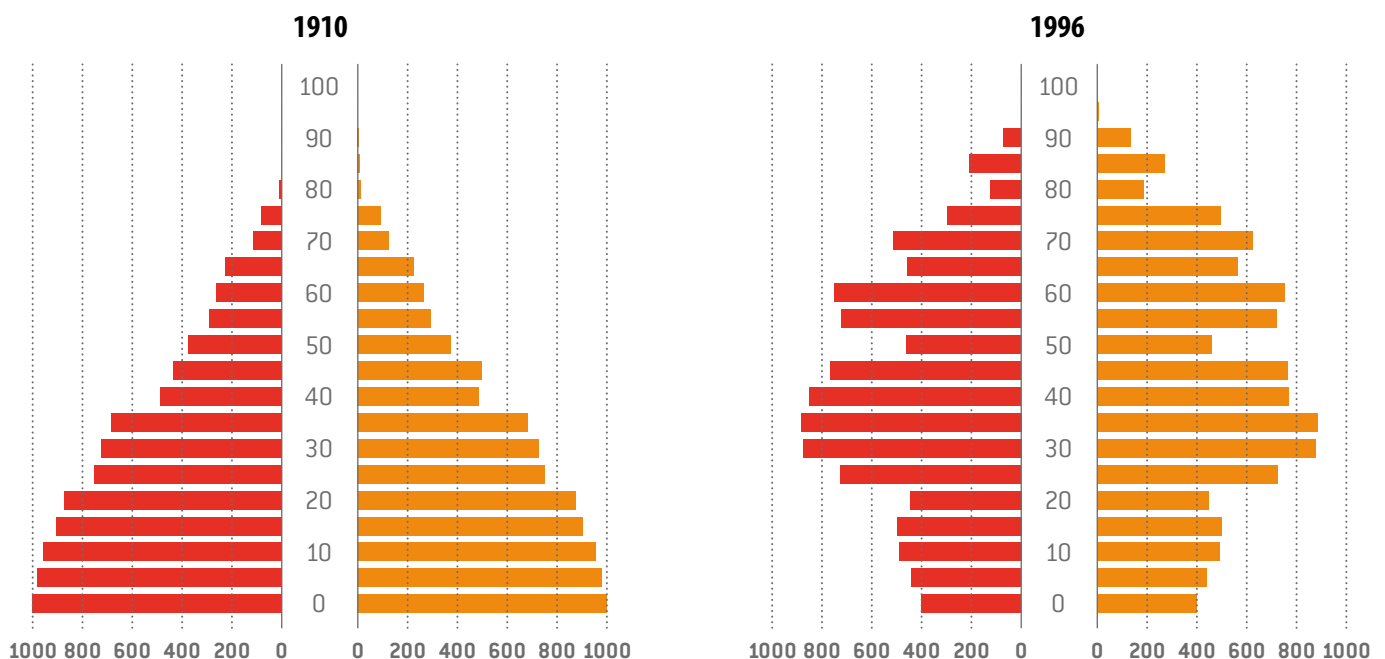
DER MARKT DER ZUKUNFT

„Wir treffen einfach einen Bedarf“, sagt unsere Franchise-Partnerin Bärbel Anacker auf die Frage, was den Erfolg von MODEMOBIL ausmache. Diese praktische Erfahrung spiegelt sich auch in Zahlen wider: Nach Berechnungen des statistischen Bundesamtes wird der Anteil der über 65-Jährigen an unserer Bevölkerung im Jahr 2030 bei 28,1 Prozent liegen – Tendenz weiter steigend.

Hinzu kommt: Die Ansprüche und der Bedarf an zielgruppengerechter Bekleidung sind bei dieser wachsenden Gruppe deutlich gestiegen. Menschen bleiben länger vital und agil. Sie legen auch im Alter Wert auf Komfort und einen gewissen Lebensstandard. Das gilt gerade im Hinblick auf Mode.

MODEMOBIL hat dies frühzeitig erkannt und sein Konzept daher ganz auf den Markt der Zukunft ausgerichtet.

Altersstruktur der Bevölkerung in Tausender-Angaben

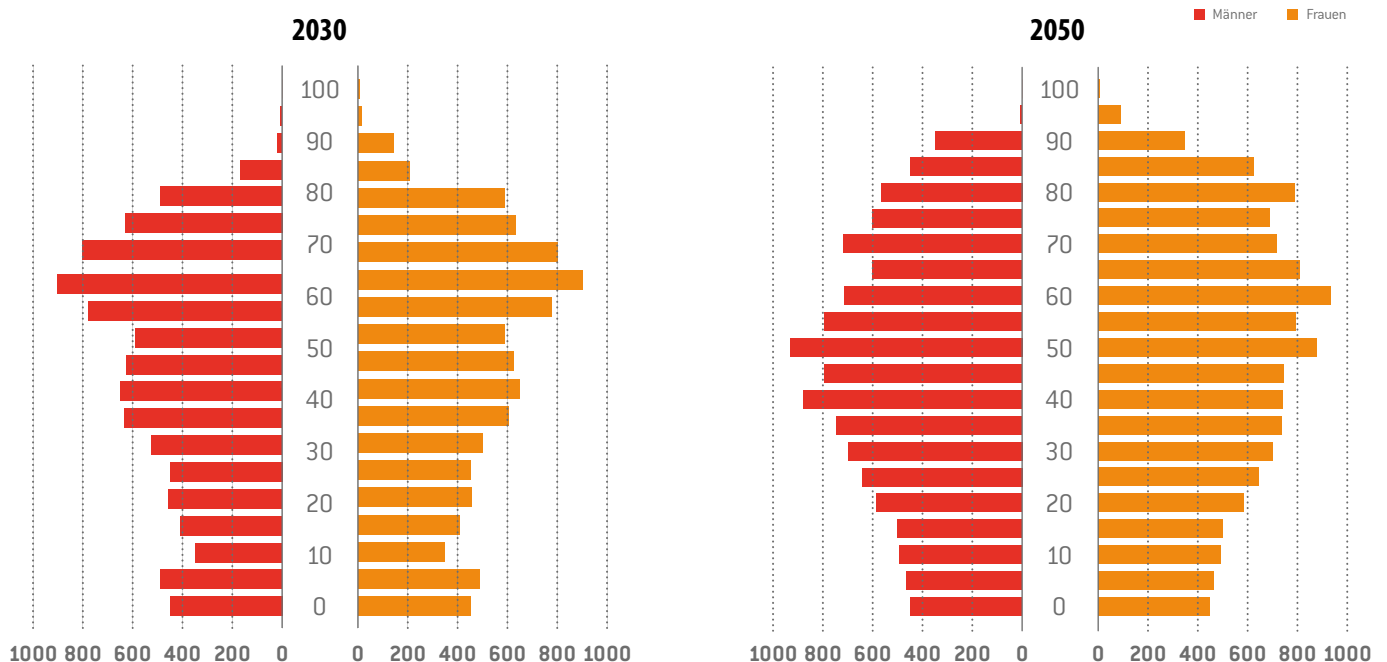


BEATE WINKLEWSKY, GRÜNDERIN VON MODEMOBIL

Mode spielte im Leben von Beate Winklewsky schon immer eine große Rolle. Seit mehr als 25 Jahren ist die Diplom-Ökonomin im Vertrieb von Mode tätig. Die Bekleidungsbranche ist für sie Hobby, Beruf und Berufung – 2003 bot sich mit MODEMOBIL die Möglichkeit zur Selbstständigkeit.

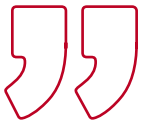


Eine glückliche Entscheidung, denn ihr Konzept wird mittlerweile von 27 Partnern an Standorten in ganz Deutschland umgesetzt. Ihnen steht sie mit Rat und Tat zur Seite – schließlich ist Beate Winklewsky selbst viele Jahre mit dem MODEMOBIL unterwegs gewesen. Heute liegt der Fokus ihrer Arbeit auf der Franchise-Expansion, dem werblichen Auftritt und natürlich dem Einkauf – dabei profitiert sie von ihrer langjährigen Erfahrung in der Modebranche und den Erkenntnissen aus mittlerweile über 25.000 Modepräsentationen in Senioreneinrichtungen.



WEIL MODE FREUDE BRINGT

Sie bringt damit auf den Punkt, was die Philosophie von MODEMOBIL ausmacht: Mode soll gefallen, ist Ausdruck von Lebensfreude. Das Angebot umfasst Bekleidung mit hohem Komfort, sehr guter Passform und hoher Qualität. Alle Teile sind speziell den Bedürfnissen der Zielgruppe angepasst: Trendfarben, körpergerechte Schnitte, Extra-Kurzgrößen und pflegeleichte Materialien zeichnen das Sortiment aus. Darüber hinaus punkten wir mit individuellem Service und persönlicher Beratung.

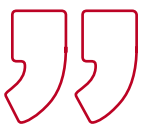


„Ich hätte nie gedacht, dass man Menschen mit Mode so viel Freude machen kann.“

(Petra Feller, Franchise-Partnerin)



Das Konzept von MODEMOBIL ist so einfach wie überzeugend – MODEMOBIL-Partner bringen die Mode direkt zu den Menschen – in Senioreneinrichtungen aller Art. Vor Ort präsentieren Models die hauseigene MODEMOBIL-Kollektion, die neben Oberbekleidung auch Wäsche, Schuhe und Accessoires für Damen und Herren umfasst.



„Was mir am besten gefällt? Der Umgang mit den Kunden – und vor allem das schöne Gefühl, wenn sie mit unserer Kleidung und unserem Service zufrieden sind.“

(Bärbel Anacker, Franchise-Partnerin seit 2007)

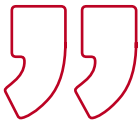




UNSERE ZIELGRUPPE

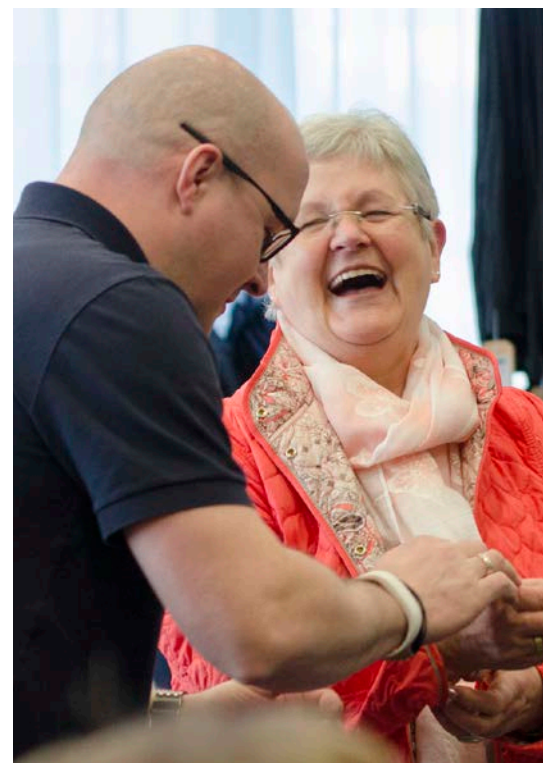
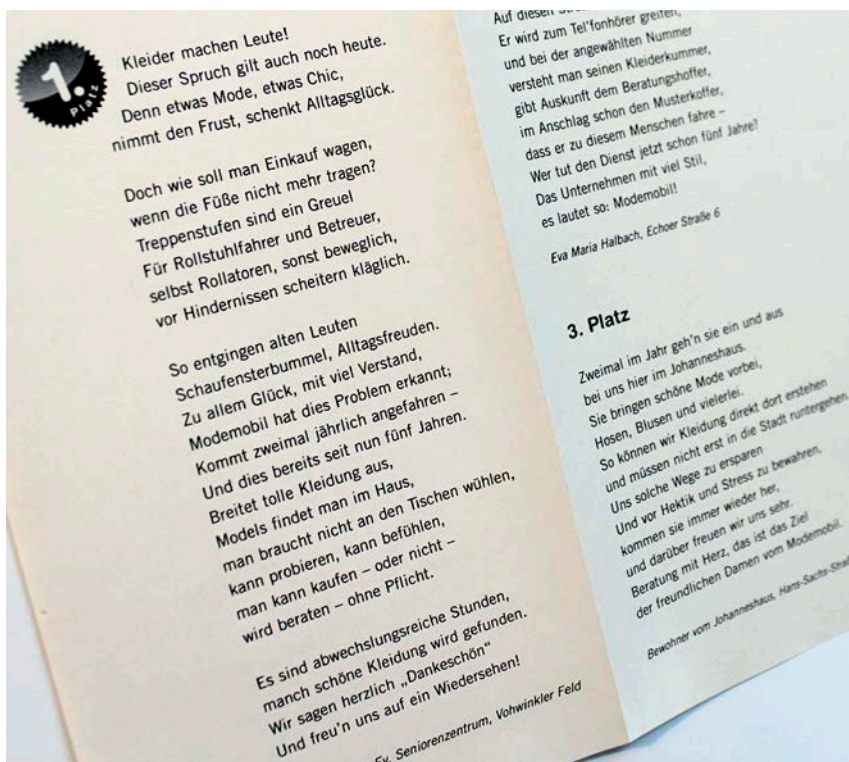
Mit unserem Sortiment sprechen wir folgende Zielgruppen an:

- » Bewohnerinnen und Bewohner von Alten- und Pflegeheimen,
- » deren Angehörige und das Personal
- » Bewohnerinnen und Bewohner von Betreuten Wohnanlagen
- » Gäste und Teilnehmer von Seniorentreffs und -clubs
- » Gruppen und Vereine aller Art (z.B. Landfrauen, Heimatvereine etc.)
- » Bewohnerinnen und Bewohner von Tagespflegeeinrichtungen oder Demenz-WGs
- » Bewohnerinnen und Bewohner von Behinderteneinrichtungen
- » Mitglieder von Sonderformen wie Seniorenwohn- oder Freizeitgruppen

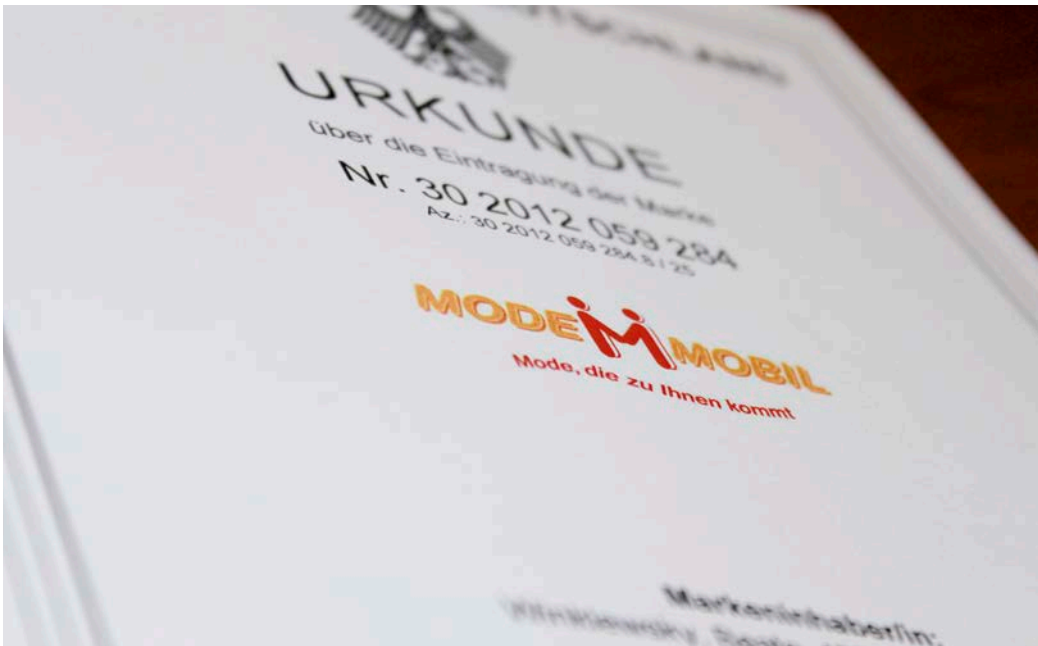


„Ein ganz besonderer Service ist – wenn ein Bewohner akut etwas benötigt – dass man einfach nur anrufen muss und schon kommt ein Mitarbeiter ins Haus, berät den Bewohner und bringt auch immer eine Auswahl an Kleidungsstücken mit.“

(Katja Sonntag, Leiterin des Johanniter-Stifts in Wuppertal)



Unsere Vorteile auf den Punkt gebracht: prämierter Beitrag im Rahmen eines Jubiläums-Gedichtwettbewerbs 2008.
Besser hätten wir es selbst nicht formulieren können!



Marken schaffen Vertrauen und somit einen Wert, der über das konkrete Produkt weit hinaus reicht.

Der konsequente Aufbau der Marke „MODEMOBIL“ lag uns daher von Anfang an am Herzen.

MARKE

Persönlicher Service, unterhaltsame Modenschauen und Mode, die begeistert – mit der Marke MODEMOBIL verbinden die Menschen ein besonderes Einkaufserlebnis. Unser Slogan „MODEMOBIL – Mode, die zu Ihnen kommt“ ist dank unserer Partner mittlerweile in ganz Deutschland präsent. Beim Deutschen Marken- und Patentamt ist MODEMOBIL seit 2007 eine eingetragene Marke.

STRUKTUR

MODEMOBIL will weiter wachsen! Derzeit sind wir mit 27 Franchise-Partnern in ganz Deutschland vertreten. Zusammen bilden wir bundesweit ein starkes Team, das die Geschäftsidee durch die tägliche Arbeit immer wieder mit den aktuellen Anforderungen des Marktes abgleicht. Unser Ziel ist die laufende Optimierung des Sortiments, das durch konkrete Nachfragen und unseren eigenen modischen Anspruch immer weiter entwickelt und der Zielgruppe entsprechend angepasst wird.

Um die alltäglichen Abläufe zu vereinfachen, arbeitet MODEMOBIL seit 2007 mit der Software des marktführenden Anbieters für Textileinzelhandel, die eine reibungslose und transparente Betriebsführung gewährleistet und zugleich den unbegrenzten Ausbau des Vertriebs national und international ermöglicht.

VORTEILE DURCH MODEMOBIL

VORTEILE FÜR DEN FRANCHISE-PARTNER

Dank des Franchisesystems können neue Partner schnell loslegen, sie erhalten quasi eine „schlüsselfertige“ Firma, die vom ersten Tag an arbeitsfähig ist.

Zu Ihrem Startpaket gehört unser Handbuch mit einer detaillierten Beschreibung Ihrer Tätigkeiten und Abläufe im System. Sie sichern sich den Zugang zu einem bewährten und qualitativ erprobten Sortiment. Da wir für unsere Lieferanten einen äußerst verlässlichen und attraktiven Partner darstellen, erhalten Sie im Gegenzug sehr gute Einkaufskonditionen. Auf diese Weise erhalten neue Franchise-Partner Zugang zu einem optimalen Vertriebssystem.

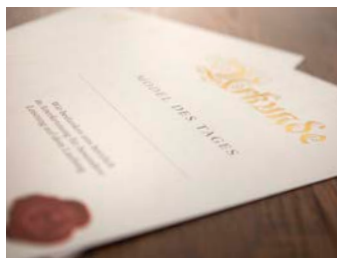
Durch unseren Einkaufsverbund profitiert der Partner von vielen Vorteilen: In die zentrale Sortiment-Zusammenstellung fließt die langjährige Erfahrung aus mittlerweile rund 25.000 Präsentationen aller Partner ein. Zudem besteht die Möglichkeit, innerhalb des Partnernetzwerks Ware auszutauschen. In der Summe führt dies zu angenehmen Rahmenbedingungen im Einkauf und hohen Renditen.



Eine Auswahl

aus unseren vertriebsfördernden Maßnahmen.

MODEMOBIL bietet seinen Partnern ideale Voraussetzungen. Sie profitieren von der Flexibilität eines inhabergeführten Unternehmens und genießen gleichzeitig alle Vorteile einer großen Organisation.





Die MODEMOBIL-Eigenmarke kommt sehr gut an.



Unsere Kataloge sind immer heiß begehrt.

UNSER SORTIMENT

Insgesamt umfasst unser Sortiment eine Frühjahr-Sommer- und eine Herbst-Winter-Kollektion mit rund 1.200 Teilen. Dazu zählen Damen- und Herren-Oberbekleidung, Tag- und Nachtwäsche sowie leichte Schuhe, zum Teil mit orthopädischem Fußbett. Alle Kleidungsstücke zeichnen sich durch einen hohen Tragekomfort, pflegeleichte Materialien, moderne Farben und zielgruppengerechte Schnitte aus. Im freien Handel sind weder die exklusiv für uns gefertigten Waren in dieser Form erhältlich noch gibt es eine vergleichbare Zusammenstellung des Sortiments im stationären Einzelhandel.

Wenn unsere Partner mit dem MODEMOBIL vorfahren und beginnen, den Verkaufsraum auszustatten, liegt oft ein ganz besonderes Prickeln in der Luft. Viele Kunden warten schon gespannt auf die neueste Mode und freuen sich auf das Stöbern.



„Die leuchtenden Augen, die mich begrüßen, wenn ich das MODEMOBIL-Sortiment vorstelle, sind eine unglaubliche Motivation.“

(Heinz Otten, Franchise-Partner)



Der Erfolg unseres Sortiments hat mehrere Gründe. Wir stellen es mit großer Sorgfalt und hohem Anspruch zusammen, dabei fließen die vielen Erfahrungen und Rückmeldungen aus mittlerweile über 25.000 Präsentationen durch unsere Partner ein.

Alle Kleidungsstücke entsprechen in mehrfacher Hinsicht dem besonderen Bedarf der Zielgruppe. Ein echter Renner sind beispielsweise die Hosen in Extra-Kurzgrößen. Damit gehen wir genau auf unsere Kunden ein, die oft etwas kleiner sind. Die Hosen haben zudem einen bequemen Dehnbund und passen sich jeder Figur an. Pullover und Blusen sind vorteilhaft geschnitten, so dass sie kaschieren und nicht einengen, Strickjacken haben größere Knöpfe, die sich leicht öffnen und schließen lassen. Und vieles mehr ...

Zusätzlich zu den Extra-Kurzgrößen bieten wir die Waren in sämtlichen Größen und Längen für Damen und für Herren an. Wir bemühen uns, alle Größenwünsche zu erfüllen. Der modische Aspekt wird dabei nie außer Acht gelassen und genau dieser Zweiklang macht das Sortiment von MODEMOBIL so erfolgreich.

„Die Idee, Mode vor Ort in Einrichtungen zu verkaufen, ist nicht neu. Was bei MODEMOBIL aber einzigartig ist, ist die Auswahl.“



*Zitat der Jury zum Wuppertaler Wirtschaftspreis,
den MODEMOBIL im Jahr 2006 erhielt.*

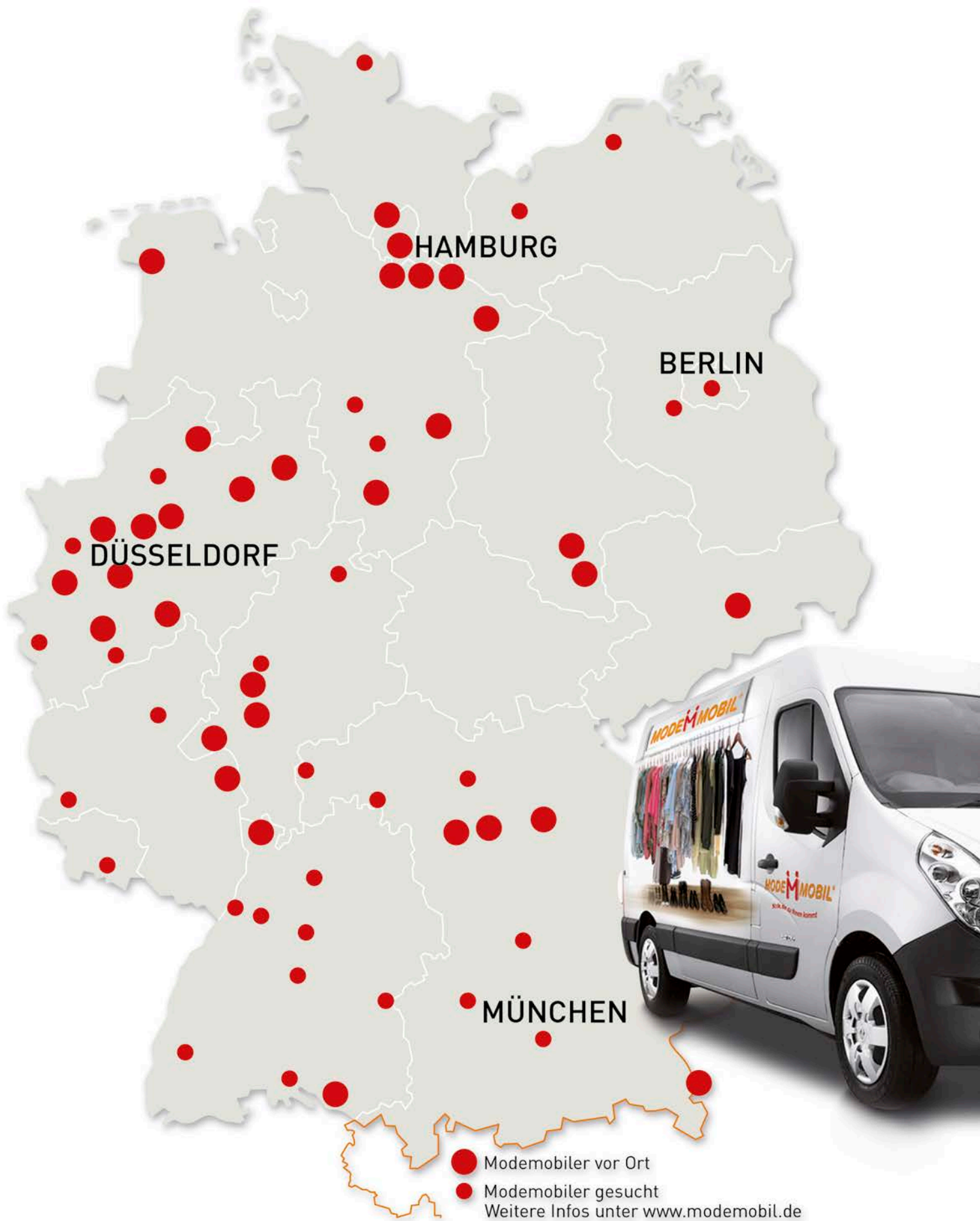


2

DAS FRANCHISESYSTEM







DIE EXPANSION VON MODEMOBIL

„Unser Ziel ist es, in ganz Deutschland flächendeckend tätig zu sein und die Marktführerschaft auszubauen.“ MODEMOBIL-Gründerin Beate Winklewsky gibt eine klare Richtung vor. Die Expansion von MODEMOBIL soll in der nächsten Zeit stark vorangetrieben werden. Bisher wird die Idee des mobilen Bekleidungsservice von 27 Partnern in ganz Deutschland umgesetzt. Seit dem Sommer 2014 arbeitet MODEMOBIL mit einem strategischen Partner zusammen, der zu den größten Textilhändlern in Deutschland gehört. Durch die Zusammenarbeit soll sowohl die Sortimentskompetenz von MODEMOBIL noch gesteigert werden als auch der Ausbau des Partnernetzwerkes forciert werden. „MODEMOBIL ist seit 2003 erfolgreich am Markt. Mit dem Einstieg eines strategischen Partners haben wir nun eine neue Stufe erreicht, die es uns ermöglicht, ab sofort schneller zu expandieren“, betont Beate Winklewsky.

Bestärkt wird dieses Vorhaben durch die Tatsache einer ständig wachsenden Zielgruppe und das veränderte Konsumverhalten unserer Gesellschaft. Viele Menschen kaufen Mode heute nicht mehr im Geschäft, sondern bestellen sie zu sich nach Hause. In der heimischen Atmosphäre kann in Ruhe ausgewählt und anprobiert werden – gerade für ältere Menschen, die in ihrer Mobilität eingeschränkt sind, erfüllt MODEMOBIL damit ein wichtiges Service-Kriterium. In Kombination mit unterhaltsamen Modenschauen wird der MODEMOBIL-Besuch darüber hinaus zu einem echten Event. Während im Fernsehen Deutschlands Top-Models gesucht werden, wird der Kunde bei MODEMOBIL selbst zum Model. Einkaufen wird zum Erlebnis.

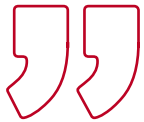
Dass MODEMOBIL so erfolgreich ist, liegt natürlich auch am jahrelangen Engagement der Partner, die das Konzept durch ihre Erfahrungen und ihr Know-how beständig weiterentwickelt haben. Derzeit führen sie jährlich mehr als 3.500 Präsentationen in Deutschland durch. Der Bedarf ist allerdings deutlich höher, so dass wir uns freuen, weitere Franchise-Partner bei MODEMOBIL begrüßen zu dürfen.



„Ich habe hier offenbar einen Nerv getroffen, die Nachfrage ist sehr gut und es gibt noch viel Potenzial.“

(Sebastian Stolle, Franchise-Partner seit 2014)





„Die Arbeit ist vielseitig und man bekommt sehr viel zurück.“

(Frank Lassig, Franchise-Partner seit 2012)



DER VERTRIEB

Der Alltag eines Modemobilers gliedert sich im Wesentlichen in zwei Bereiche: Zum einen gehören klassische Bürotätigkeiten zu den Aufgaben, zum anderen spielt die Präsentation der Ware eine wichtige Rolle. Erfahrungsgemäß findet die Arbeit am Schreibtisch bzw. am Telefon in den Vormittagsstunden statt, während am Nachmittag die Einrichtungen angefahren werden. Halbtagstermine sind üblich, aber auch ganztägige Modepräsentationen in großen Einrichtungen kommen vor. Täglich fährt das MODEMOBIL.

Die Modepräsentationen und auch die Modenschauen laufen nach einem bestimmten Muster ab: Mit einem Kleintransporter wird die Einrichtung angefahren. Auf sechs Spezialkleiderständen befinden sich etwa 1.200 Kleidungsstücke sowie Schuhe und Wäscheartikel. Sie werden aus dem Fahrzeug gerollt und wie in einer Art Boutique präsentiert, so dass die Bewohner in Ruhe auswählen und anprobieren können. In einigen Einrichtungen findet zudem im Vorfeld eine Modenschau statt, bei der die Bewohner auch selbst zum Model werden und die Kleidung dem Publikum vorstellen. Der MODEMOBIL-Partner stellt die Mode vor, beantwortet Fragen und berät die Kunden. Bei Modenschauen übernimmt er auch die Rolle des Moderators.

TYPISCHER ABLAUF EINER MODENSCHAU ...



Nach Erledigung der Bürotätigkeiten macht man sich auf den Weg zum Außentermin, um vor Ort die mobile Boutique für einen Nachmittag aufzubauen ...



... in der Einrichtung angekommen, wird ein Teil der Kollektion von Models vorgeführt – die Präsentation der Ware wird vom MODEMOBIL-Partner moderiert ...





„Jeder Tag ist anders und man lernt immer wieder neue Menschen kennen.“

(Heinz Otten, Franchise-Partner seit 2010)



Obwohl die Abläufe routiniert sind, ist jeder Termin mit neuen Erlebnissen verbunden, denn der persönliche Kontakt und die individuelle Beratung spielen eine große Rolle. Da die Termine flexibel gelegt werden können, lässt die Tätigkeit bei MODEMOBIL auch Raum fürs Familienleben. Marc und Manuela Grodzitzki haben sich beispielsweise bewusst für MODEMOBIL entschieden:



„Job und Familienleben lassen sich bei MODEMOBIL gut vereinen.“

(Marc und Manuela Grodzitzki, Franchise-Partner seit 2011)



... in lockerer und entspannter Atmosphäre haben die Bewohner und Gäste Zeit, sich Gedanken zu machen, welche Kleidungsstücke dieses Mal für sie interessant sind ...



... zum Abschluss einer jeden Präsentation steht der MODEMOBIL-Partner für Fragen und Sonderwünsche zur Verfügung und ist bei Anproben etc. behilflich.



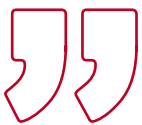
3

(M)EIN PLATZ BEI
MODEMOBIL



PASST MODEMOBIL ZU MIR?

Eine Frage, die Sie sich vielleicht gerade stellen. Unser Partner Frank Lassig kann sie schon beantworten. „Ich habe meinen Platz gefunden“, sagt er. Die Tätigkeit als Modemobiler ist für ihn nicht nur Beruf, sondern Berufung. „Die Arbeit ist vielseitig und man bekommt von den Menschen sehr viel zurück – das tut einfach gut.“ Frank Lassig schätzt an seiner Tätigkeit als Modemobiler zudem die Vorteile der Selbstständigkeit, die Freiheiten und das eigenverantwortliche Arbeiten, während er sich gleichzeitig auf ein erfahrenes und bewährtes Konzept verlassen kann.



*„Das ist das Schöne an meinem Job:
Ich kann anderen eine Freude machen
und am Ende stimmt auch der Umsatz.“*

(Cordula Schötzau, Franchise-Partnerin seit 2009)



Wer über Erfahrungen in der Textilbranche verfügt, ist bei MODEMOBIL genau richtig. Doch es gibt auch viele Partner, die nicht aus der Textilbranche kommen und Akquise und Vertrieb erst erlernen mussten – heute sind sie zufriedene und erfolgreiche Partner. MODEMOBIL bietet im Rahmen der Einarbeitung entsprechende Schulungen und Seminare an. Ein kaufmännisches Grundverständnis sollte bei jedem vorhanden sein.

Eines lässt sich jedoch nicht erlernen: Freude am Umgang mit Menschen. Für die Frage, ob MODEMOBIL das Richtige ist, ist dies das entscheidende Kriterium.

Wer sich für die Tätigkeit eines Modemobilers interessiert, macht sich am besten einen persönlichen Eindruck. Ein Gespräch mit Beate Winklewsky oder ein Besuch unserer Zentrale sind jederzeit möglich.



Zur Einarbeitung hospitierte Peter Gerwin einen Tag bei unserem Partner Frank Lassig

EINARBEITUNG

Keine Sorge. Am Anfang haben alle Partner viele Fragen – das ist normal. MODEMOBIL hat aus diesem Grund ein leicht verständliches Handbuch verfasst. Dort finden neue Partner alles, was sie zum erfolgreichen Führen ihrer MODEMOBIL-Einheit benötigen.

Die Einarbeitung selbst beginnt mit einem „training on the job“. 14 Tage lang schauen die neuen Partner einem Modemobiler über die Schulter und lernen die Rahmenbedingungen der Tätigkeit in ihrer Gesamtheit kennen. Im Anschluss beginnen die neuen Partner damit, Kontakte zu Einrichtungen und Heimen in ihrer Region herzustellen, um Präsentationstermine zu vereinbaren. Parallel dazu unterstützt und berät MODEMOBIL bei der gegebenenfalls erforderlichen Finanzierung des Geschäftsmodells. Nach Vertragsunterschrift erfolgen die Einarbeitung in unsere Software sowie Seminare zur Modenschaugestaltung, zum Sortimentsaufbau, zur Warenkunde und zur Präsentation. Sind genug Präsentationstermine vereinbart und alle Seminare erledigt, kann es auch schon losgehen.

Grundsätzlich bietet MODEMOBIL viermal im Jahr weitere Seminare zu Spezialthemen an, auf diese Weise wird die ständige Verbesserung unserer Arbeit sichergestellt.

Zudem finden saisonale Treffen mit allen Partnern zweimal im Jahr statt. Hier geht es vor allem um den Erfahrungsaustausch untereinander – als Team verfolgen wir die gleichen Ziele und optimieren unsere Arbeit ständig.



Einarbeitung der Partner beim Saisontreffen ...

BEGLEITUNG

Der Schritt in die Selbstständigkeit als MODEMOBIL-Partner ist mit vielen Fragen verbunden. Bei Ihrem Start als MODEMOBIL-Partner stehen wir Ihnen daher mit Rat und Tat zur Seite. Zu unserem Begleit-Angebot gehören:

- » Beratung in Finanzierungs-, Förderungs- und anderen betriebswirtschaftlichen Fragen. Bisher haben alle Franchise-Interessenten eine Finanzierung erhalten
- » Unterstützung durch den Franchisegeber bei der Einarbeitung vor Ort
- » Unterstützung durch die Zentrale bei komplexen Problemen, die systemfachliche oder betriebswirtschaftliche Fragen betreffen
- » Ständige Ergebnis-/Nutzenanalysen und Coaching durch den Franchisegeber sorgen für eine hohe Erfolgsorientierung
- » Regelmäßige Weiterbildungen und interessante Fachseminare sowie Erfahrungsaustausch unter Kollegen.



„Im Vergleich zum stationären Einzelhandel habe ich keine Miet- und Personalkosten.“

(Frank Lassig, Franchise-Partner seit 2012)



LEISTUNGEN

Der Vorteil des Franchise-Systems:

Für alle Bereiche haben wir Lösungen entwickelt, die Sie direkt nutzen können.

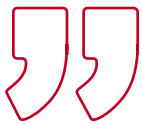
- » Serverbasiertes Warenwirtschaftssystem vom Marktführer
- » Gesicherte Lieferungen und optimaler Service
- » Günstige Einkaufskonditionen bei Lieferanten, Fahrzeugen, Ausrüstung und Zubehör
- » Zentrale Pressearbeit, Kontakt zu lokalen Medien
- » Gestaltung zielgruppenspezifischer Werbematerialien

SELBSTSTÄNDIGKEIT MIT SYSTEM: DER EINSTIEG BEI MODEMOBIL

WIE GEHT ES JETZT LOS?

Fordern Sie einfach unseren Bewerbungsbogen an oder schicken Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen. Beides über die E-Mail-Adresse: anfrage@modemobil.de, z.Hd. Beate Winklewsky.

Nach Durchsicht Ihrer Unterlagen wägen wir ab, ob Sie die wesentlichen Erfahrungen und Talente mitbringen, welche für die Tätigkeit bei MODEMOBIL wichtig sind. In diesem Fall lernen wir uns zunächst telefonisch kennen und vereinbaren dann auf Wunsch einen Termin für ein persönliches Erstgespräch in Wuppertal.



„Nach der Einarbeitung konnten wir direkt loslegen. Wir hatten von Anfang an einen guten Umsatz und können gut von unserem Einkommen leben.“

(Bärbel Lindmeyer, Franchise-Partnerin seit 2007)



Der Schritt in eine Selbstständigkeit betrifft erfahrungsgemäß alle Lebensbereiche: Bringen Sie daher gerne auch eine Person Ihres Vertrauens zu einem Erstgespräch mit! Gemeinsam klären wir die offenen Fragen und geben Ihnen alle notwendigen Entscheidungshilfen. Vor Ort gehen wir anhand anonymisierter Umsatzzahlen von Partnerbetrieben auch konkret auf Ihre bestehenden Gewinnmöglichkeiten ein.

Lassen Sie Ihre Eindrücke dann einige Tage Revue passieren – vielleicht haben Sie noch nicht alle Fragen gestellt. Überlegen Sie, ob Sie das Team der Modemobiler mit Ihrer Persönlichkeit bereichern können. Entscheiden Sie, ob Sie sich langfristig für die Tätigkeit begeistern können. Auch wir nutzen die Zeit, um uns Gedanken zu machen, ob wir gemeinsam dasselbe Ziel verfolgen.

Gemeinsam entscheiden wir, dass Sie in die Einarbeitungsphase Stufe 1 eintreten (s.S. 30).

WANN KANN ICH STARTEN?

Sie können zu jedem Zeitpunkt starten. Sie und wir benötigen drei bis vier Monate Vorbereitungszeit bis Ihr schlüsselfertiges „Geschäft“ losrollt. Die Vorbereitung besteht aus eingespielten und praxiserprobten Prozessen. Wir begleiten Sie Schritt für Schritt und unterstützen Sie in allen Bereichen. Neben telefonischem Support erhalten Sie auch praktische Unterstützung vor Ort. Vor allem wird Ihre Ansprache an die Einrichtungen vor Ort durch unsere Erfahrung und Unterstützung erfolgreich sein.



„Bislang konnte ich meinen Umsatz jedes Jahr steigern.“

(Cordula Schötzau, Franchise-Partnerin seit 2009)



AB WANN VERDIENE ICH GELD?

Neue Partner kommen bei Modemobil bereits innerhalb der ersten drei Monate in die Gewinnzone. Vom ersten Tag können Sie sich Ihr Gehalt auszahlen – bei Selbstständigen heißt das, eine „Privatentnahme“ tätigen.



„Ertragreich war es für uns von Anfang an.“

(Manuela Grodzitzki, Franchise-Partnerin seit 2011)



Starten und Losfahren – der Schlüssel zu Ihrem Erfolg!

INVESTITIONEN ZUM EINSTIEG

Für den Aufbau des MODEMOBILs sind im Regelfall die folgenden Investitionen erforderlich. Sie basieren auf den Erfahrungswerten der aktiven Franchise-Partner.

1. EINSTIEGSGEBÜHR/LIZENZERWERB	€ 12.500,-
2. FAHRZEUG	keine Anzahlung erforderlich
3. PRÄSENTATIONS-AUSRÜSTUNG	€ 13.500,-
4. SOFTWARELIZENZEN UND HARDWARE	€ 3.000,-
5. WARENERSTAUSSTATTUNG	€ 18.000,-
GESAMTINVESTITION	€ 47.000,-
(davon notwendiges Eigenkapital)	€ 15.000,-

Alle Preise verstehen sich zuzüglich Mehrwertsteuer

1. EINSTIEGSGEBÜHR/LIZENZERWERB

Die Einstiegsgebühr ist eine einmalige Zahlung. Aufgeteilt in
€ 5.000,- als 1. Stufe in die Einarbeitungsphase (3-4 Monate) und
€ 7.500,- als 2. Stufe für den Einstieg (Lizenzwerb).

Hierdurch erwirbt der Franchisenehmer die Exklusiv-Lizenzrechte zur Nutzung der Marke und des Systems MODEMOBIL in seinem geografisch definierten Bezirk sowie das System-Know-how.

Außerdem sind in der Einstiegsgebühr/Lizenzwerb enthalten:

- » ein fundiertes Basistraining „on the Job“ von mindestens 14 Tagen im Verkauf
- » alle Schulungen und Seminare, eine ständige Weiterbildung
- » der Businessplan und die Liquiditätsplanung zur Vorlage bei Bankgesprächen

2. FAHRZEUG

Als Fahrzeug haben wir uns für den Renault Master entschieden. Dieser hat sich als besonders robust und praktisch erwiesen, weil:

- » durch die niedrige Ladekante das Be- und Entladen erheblich erleichtert wird
- » das Fahrzeug als sehr wirtschaftlich und zuverlässig gilt
- » wir durch den Händler und Renault Deutschland gemeinsam einen sehr günstigen Gruppenrabatt erhalten.

schnelle Amortisierung der Investitionskosten

ca. 3-4 Monate

3. PRÄSENTATIONSAUSRÜSTUNG

Hierin enthalten ist das Warenträgersystem:

- » 6 Rollständer mit Kleiderbügel, mobilen Rampen
- » 6 Hussen, Abdeckung für die Rollständer, Spiegel
- » Geschäftsausstattung, Werbemittel
- » Seminare zur Warenpräsentation

4. EDV

Die Lizenz zur Nutzung unserer Software ist orts- und endgeräteunabhängig. Sie ermöglicht jederzeit den Zugriff auf das serverbasierte System – egal wo Sie sich befinden. Voraussetzung für die Kommunikation ist lediglich eine heutzutage gängige Online-Verbindung.

5. WARENAUSSTATTUNG

Der Warenbestand wird gekauft und beträgt im Regelfall für die Erstausrüstung ca. €18.000,- Einkaufswert.

Bereits in der 2. Saison werden durch kontinuierliche Lieferungen hohe Lagerbestände vermieden. Die Lieferungen der vorgeordneten Ware erfolgen im Regelfall von November bis Ende April sowie bei Winterware in der Zeit von Juni bis Ende Oktober. Wir haben den Fokus dabei verstärkt auf frühe Liefertermine gerichtet. Darüber hinaus können viele Basics wie Hosen, Röcke, Schuhe sowie Tag- und Nachtwäsche als NOS (Never-out-of-Stock) bzw. Lagerware ständig für sofort nachbestellt werden.

6. MARKETINGGEBÜHR

Die Marketinggebühr beträgt 2 % vom Nettoumsatz und wird für die Umsetzung aller notwendigen überregionalen Marketingaktivitäten aufgewendet.

7. FRANCHISEGEBÜHR

Für die laufende Unterstützung und Beratung durch den Franchisegeber zahlt der Franchisenehmer eine Franchisegebühr von 8% der Nettoumsätze.

6. MARKETINGGEBÜHR 2%
vom Nettoumsatz

7. FRANCHISEGEBÜHR 8%
vom Nettoumsatz



Ob durch zahlreiche Artikel über die örtlichen Modenschauen in den regionalen Tageszeitungen oder in Fernseh-Beiträgen von RTL, SAT.1, ZDF, WDR, NDR oder hr: Das Konzept von MODEMOBIL findet immer wieder Erwähnung in der Presse – auch dadurch steigt der Bekanntheitsgrad des Systems – gut für jeden Einzelnen! Mehr auf www.modemobil.de



IMPRESSIONEN



This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

MODEM MOBIL®

Mode, die zu Ihnen kommt



BIS BALD ...