

# direktvertrieb.biz

DIE INFORMATION RUND UM DEN DIREKTVERTRIEB FÜR  
MITGLIEDER UND FREUNDE VON direktvertrieb.biz

MULTI-LEVEL-MARKETING / KARRIERE / MOTIVATION

## STUDIE 2004

### EIN INTERNATIONALER ÜBERBLICK

#### DIREKTVERTRIEB – DIE WACHSTUMSBRANCHE DER ZUKUNFT



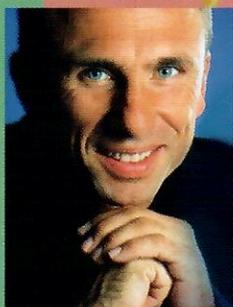
**Prof. Dr. Michael  
Zacharias**  
Über den Direktvertrieb,  
die Wachstumsbranche  
der Zukunft

Seite 9



Auch für „Einzelkämpfer“  
unterwegs ist Komm.-Rat  
Julius Schmalz, Präsident  
der Wirtschaftskammer  
Salzburg

Seite 3



**Jörg Löhr**  
Über persönliche Stärken, Talente  
und Fragen der eigenen Fähigkeiten  
Mehr auf Seite 5

Ein internationaler  
Branchen-Überblick von  
Prof. Dr. Michael M. Zacharias  
Fachhochschule Worms  
European Business Management /  
Handelsmanagement



Der Direktvertrieb

**AKTUELLE INFOS**  
aus den Landesgremien  
des Direktvertriebs ab Seite 17

Wir machen Steuer- und Wirtschaftsberatung seit 50 Jahren

**Mag. Dr. WEINHANDL & KR KATT**

... damit mehr für Sie bleibt!



Ihre **Buchhaltung** ist nur einen kleinen Teil Ihrer Pflichten!  
Viel wesentlicher ist die richtige **Beratung!** Lassen Sie sich nichts entgehen!  
Mitdenken-Planen-Gestalten: Wir sind hochqualifizierte **BERATER**  
und Ihre Partner in all Ihren steuerlichen und wirtschaftlichen Fragen!

Steuern - Recht - Kostenrechnung - Planung - EDV  
Tipps und Anregungen zur Ergebnis- u. Steueroptimierung

**Rufen Sie an und vereinbaren Sie mit uns einen Gratistermin!**  
1052 WIEN, Kettenbrückeng. 9, Tel.: 01/586 15 91, Fax: DW 37  
email: office@weinhandl.com - www.weinhandl.com

# direktvertrieb.biz ist das Fachmagazin für den Direktvertrieb und Multi-Level-Marketing

Wiedereinmal ist es Zeit. Weihnachtszeit. Zeit, mich im Namen des Teams bei unseren Leserinnen und Lesern zu bedanken. Danke, dass Sie sich für uns entscheiden. Danke, dass Sie in eine erfolgreiche Zukunft blicken, denn die Zahlen lügen nicht und der Erfolgstrend hält weiter an. Danke, dass auch Sie ein Teil jener Gemeinschaft sind, die das Image stärkt und der Öffentlichkeit zeigt, dass der Direktvertrieb die Zukunftsbranche Nr. 1 ist. Danke, dass Sie Erfolg haben, denn wenn es Ihnen gut geht, dann geht es auch uns immer besser.

Mag. Johannes Bulgarini  
Herausgeber

## aten

### 03 Auch für „Einzelkämpfer“ unterwegs

... ist Komm.-Rat Julius Schmalz



Komm.-Rat Julius Schmalz  
Präsident der Wirtschaftskammer Salzburg

## Auszeichnung

### 03 Bundesgremium Direktvertrieb ehrt Prof. Dr. Michael M. Zacharias

Der erste Ehrenring geht an den Autor der Direktvertriebsstudie 2004



## image

### 04 Den Warenpräsentatoren das Leben erleichtern

Wir haben uns angestrengt und vieles erreicht



BGO Erwin Stuprich

## training

### 05 Leben Sie Ihre Stärken

Über persönliche Stärken, Talente und Fragen der eigenen Fähigkeiten



Jörg Löhr

## ite story

### II Direktvertrieb: Die Wachstumsbranche der Zukunft Auf 8 Seiten gibt der Branchenkenner einen internationalen Überblick.



Prof. Dr. Michael Zacharias

Prof. Dr. Michael Zacharias, FH Worms, erläutert und beantwortet Fragen, wie: Warum stagniert der Vertrieb von Konsumgütern im traditionellen Einzelhandel? Was versteht man unter Direktvertrieb und Network-Marketing? Was denkt der Laie über diesen Vertriebsweg? Weiters verrät er europäischen Trends und welche Stellung der Direktvertrieb heute hat.

## WKO

### 06 • WKO hilft! • Betriebshilfe: Sicher selbstständig bleiben



Sonja Zwazl

## Interview

### 07 Hausfrau, Mutter, Unternehmerin und Ehefrau. Oder doch umgekehrt?



Interview

Barbara Riedl-Riedenstein

## News

- 08 • Wichtige Werte 2005
- Versandhandel mit Nahrungsergänzungsmitteln freigegeben
- Luxustangente bei PKW steigt
- Grenzen für Einkommensteuer und Steuererklärung werden angehoben
- Pensionsharmonisierung bringt längerfristig Entlastung für Warenpräsentatoren
- Alle Warenpräsentatoren mit Direktvertriebskarte ausgestattet



Dr. Rolf Gleißner  
WKO

## Insider

### 17 Die Informationsseiten der Landesgremien Direktvertrieb Visionen, Seminare, Aktuelles



## Medien

### 21 Erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit

trägt zur Imagefestigung bei



IMPRESSUM **Medieninhaber und Verleger** Mag. Johannes Bulgarini, 3053 Laaben, Gföhl 8 **Redaktion und Anzeigenverwaltung** Telefon +43/2774/8725 **Herausgeber** Mag. Johannes Bulgarini **Produktion** AG Media GmbH, 1070 Wien, www.agmedia.at **Layout/Grafik** Mag. Johannes Bulgarini, Johanna Prammer **Druck** Universal Druckerei 8700 Leoben **Jahresabo Inland** € 16,- **Jahresabo Ausland** € 19,- **Für den Inhalt verantwortlich** Der in den Beiträgen veröffentlichte Inhalt stellt die Meinung des Autors dar und muss sich mit der Meinung der Redaktion nicht decken. Für den Inhalt in Inseraten haftet der Inserent **Bankverbindung** Sparkasse Oberösterreich BLZ 20320 KontoNr 16800 020809 **Blattlinie** Unabhängiges & informatives Fachjournal **Offenlegung nach § 25/4 MG** für den persönlichen Nutzen der Freunde und Abonnenten von direktvertrieb.biz sowie aktive Mitglieder der Landesgremien des Direktvertriebes/WKÖ. Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Copyright Bulgarini Werbeagentur, 2004

## Auch für „Einzelkämpfer“ unterwegs

**K**eine Frage, der Direktvertrieb hat Zukunft. Er ist die Vermittlung von Waren und Dienstleistungen durch direkten Kontakt. Und genau das macht den Charme des Direktvertriebs aus: wer nicht in überfüllten Einkaufszentren dem viel zitierten „Einkaufserlebnis“ nachhetzen möchte oder wer sich nicht dem anonymen und doch recht leblosen Einkauf per Mausclick im Internet überantwortet, findet im Direktvertrieb – sei es im Single-Level-Direktvertrieb oder im Network-Marketing – eine hervorragende Alternative, so der Präsident der Wirtschaftskammer Salzburg Komm.-Rat Julius Schmalz.

Denn auch dort herrscht der „Faktor Mensch“ vor. Ein direkter Bezug zum Produkt wird hergestellt und das in der Regel von hervorragend geschulten Warenpräsentatoren. Der Direktvertrieb ist damit, wie der Fach- und Einzelhandel, der Vermittler zwischen Hersteller und Kunden. Immer mehr Men-

schen entdecken also den Direktvertrieb als attraktive Schiene des Einkaufs. Gleichzeitig wird diese Vertriebsform für immer mehr Menschen selbstständige Tätigkeit. Als vielfach in der Form eines „home based business“ organisierten Gewerbes stellt der Direktvertrieb den Einstieg ins Unternehmertum dar, eine Chance, die immer mehr genutzt wird.

Die Zahl der Wirtschaftskammermitglieder im Direktvertrieb ist in den vergangenen sieben Jahren in ganz Österreich um 150% gestiegen, das Gremium gehört somit zu den mitgliederstärksten in der Sparte Handel. Diese Kammermitglieder stellen in der Regel den klassischen Solokämpfer bzw. Solokämpferin dar.

Für mich als Wirtschaftskammerpräsident ist klar, dass es uns in unserer Arbeit für die Betriebe zunehmend auch um ein intensives und tragfähiges Servicenetz für unsere Einzelunternehmerinnen und -unternehmer gehen muss, nach dem Motto „Solo –

aber nicht allein!“. Die Gremien des Direktvertriebs sind in ganz Österreich ja besonders rühmig, wofür nicht zuletzt das hervorragend gemachte „direktvertrieb.biz“ bester Beweis ist. Aber auch interessenpolitische Errungenschaften wie eine verbesserte Kleinunternehmerreglung in der Gewerblichen Sozialversicherung zeugen davon, dass hier Interessenvertretung zugeschnitten auf die speziellen Bedürfnisse der vielfach auch nebenberuflichen Mitglieder betrieben wird.

Mehr denn je wollen wir uns in Zukunft auch den vielen Einzelunternehmerinnen und Einzelunternehmern widmen und unsere Dienstleistungen in Beratung und Aus- und Weiterbildung anbieten. Und nicht zuletzt wollen wir auch die soziale Absicherung gerade für Einzel- und Kleinunternehmen verbessern, die in diesem Segment der Wirtschaft besonders wichtig ist. Nutzen Sie also die Angebote der Wirtschaftskammer. Wir sind für Sie da! ■



Komm.-Rat  
Julius Schmalz  
Präsident der  
Wirtschaftskammer  
Salzburg

Foto: WKS

## Bundesgremium Direktvertrieb ehrt Prof. Dr. Michael M. Zacharias

**D**er erste Ehrenring geht an den Autor der Direktvertriebsstudie 2004

In Salzburg wurde heuer erstmals die höchste Auszeichnung des Bundesgremiums Direktvertrieb vergeben. Prof. Dr. Zacharias erhielt den Ehrenring anlässlich der Präsentation der Direktvertriebsstudie 2004.

Prof. Dr. Zacharias von der Fachhochschule Worms konzentriert sich seit Jahren auf die Branche des Direktvertriebs, einer alternativen Vertriebs-schiene zum Einzelhandel. „Durch seine Studien und Vorträge hat er Pionierarbeit in einem boomenden, aber

weitgehend unerforschten Wirtschaftsbereich geleistet. Er hat damit auch wesentlich zum österreichweiten Bewusstsein des Warenpräsentators beigetragen“, begründet Erwin Stuprich, Obmann des Bundesgremiums Direktvertrieb die Ehrung.

Die Ehrung fand in würdigem Rahmen statt: Die etwa 400 Teilnehmer der Veranstaltung des Landesgremiums Salzburgs erfuhren aus erster Hand die neuesten Trends im Direktvertrieb. „Der Direktvertrieb boomt, und im Direktvertrieb sind die Frauen auf dem Vormarsch“, waren zwei Kernaussagen

von Prof. Michael Zacharias. Während bei der letzten Erhebung 2001 noch insgesamt 6.351 aktive Mitglieder befragt wurden, zählt das Bundesgremium nun bereits 11.169 Aktive und insgesamt 18.408 Mitglieder. Im gleichen Zeitraum stieg der Anteil der Frauen rasant von 46,5 auf 59,7 Prozent. Auch die Kunden im Direktvertrieb sind zu 50,8 Prozent Frauen und zu 33,6 Prozent Familien (in denen auch häufig eher Frauen den Einkauf bestimmen).

Nähere Informationen in der Beilage bzw. in der Studie selbst. ■



# Den Warenpräsentatoren das Leben erleichtern

WIR HABEN UNS  
ANGESTRENGT UND  
VIELES ERREICHT

**D**ie WP (Warenpräsentatoren) und ihre Berufsvertretung, das Gremium Direktvertrieb, sind junge Kinder der Wirtschaftskammer – gerade erst 12 Jahre alt. Aller Anfang ist schwer – das galt auch für den Direktvertrieb: Obwohl die Branche sich gut entwickelte, sank in den ersten fünf Jahren die Zahl der aktiven Mitglieder von 7.514 auf 4.371. Kein Wunder: Die Rechte des WP waren beschränkt, die Hürden ob in Steuerrecht, Sozialversicherung oder Gewerbeordnung fast unüberwindlich. Wir haben uns als Berufsvertretung seitdem darauf konzentriert, den WP das Leben konsequent zu erleichtern. Dass wir vieles gelungen ist, zeigt sich daran, was sich in den letzten 12 Jahren im Leben des WP konkret geändert hat:

#### 1. Die Neugründung ist heute problemlos und praktisch gratis:

1992 fielen noch die Eintragungsgebühr der Wirtschaftskammer, diverse Gebühren und Stempelmarken bei Behörden an. Der WP brauchte für den Gewerbeschein einen Befähigungsnachweis und zur Gründung viele Behördengänge.

#### 2004 ist all das weggefallen:

Ein Besuch in der Wirtschaftskammer reicht, Kosten und Nachweise fallen nicht mehr an. Inzwischen unterstützt sogar das Arbeitsmarktservice die Selbstständigkeit im Direktvertrieb.

#### 2. Die SV-Beiträge sind gesunken:

Bis 1998 musste ein WP unabhängig von seinem Einkommen jährlich mindestens 3.000 Euro an SV-Beiträgen zahlen.

2004 kann sich ein WP, wenn er einen bestimmten Gewinn und Umsatz nicht überschreitet, **von Pensions- und Krankenversicherung befreien lassen**. Aber auch wer nicht befreit ist, aber weniger als monatlich ca. 1.000 Euro als WP bezieht, zahlt geringere SV-Beiträge als 1992, da sich die Beitragsgrundlage in

der Krankenversicherung halbiert hat. Auch in der Pensionsversicherung ist eine Entlastung für jene WP, die nicht befreit sind, fix: Durch die schrittweise Absenkung der Mindestbeitragsgrundlage werden sich diese ab 2006 Beiträge ersparen.

#### 3. Die Pauschalierung erleichtert das (Steuer)leben:

Bis 2002 musste der WP bei Einnahmen-Ausgaben-Rechnung viele kleine Ausgaben verbuchen, die wie zB Taggelder dann nur eingeschränkt anerkannt wurden.

2004 kann der WP durch die Handelsvertreterpauschalierung Ausgaben wie Taggelder, Büroraum, Trinkgelder, Geschäftsessen pauschal und einfach ermitteln.

#### 4. Das Handelsvertretergesetz schützt den Warenpräsentator:

1992 war nicht klar, ob der Schutz des Handelsvertretergesetzes auch für WP gilt.

2004 ist klar, dass WP geschützt sind und etwa häufig einen Anspruch auf Ausgleich am Ende des Geschäftspartnersvertrags haben.

#### 5. Qualität und Image von Direktvertrieb und Warenpräsentator sind gestiegen:

1992 war die Branche kaum bekannt. Viele hielten sich nicht an die Spielregeln und waren „schwarz“ tätig, was dem Image schadete.

2004 ist der Direktvertrieb ein anerkannter und wachsender Wirtschaftszweig. Die schwarzen Schafe werden zurückgedrängt. Maßnahmen wie die Mitgliederkarte, das Leitbild des Direktvertriebs, der österreichweite WIFI-Kurs und die Direktvertriebsstudien von Prof. Zacharias heben die Qualität und das Image des Direktvertriebs in der Öffentlichkeit, bei Medien und Konsumentenschützern.

#### 6. Es gibt im Direktvertrieb ein maßgeschneidertes Angebot:

1992 gab es keine Ausbildung zum WP, keine Mitgliederkarte, keine Zeitschrift, keine Webseite, keine PR-Produkte für den Direktvertrieb.

#### 2004 ist alles da:

- In fast allen Bundesländern finden WIFI-Kurse zum Direktvertrieb statt.
- Jeder WP hat eine Direktvertriebskarte, mit der er sich gegenüber Kunden ausweisen kann.
- Der Direktvertrieb hat mit **direktvertrieb.biz** eine attraktive Branchenzeitung und mit [www.derdirektvertrieb.at](http://www.derdirektvertrieb.at) eine moderne und umfassende Webseite.
- Die Berufsvertretung bietet WP Folder für Geschäftspartner und für Kunden.

#### 7. Der Warenpräsentator hat mehr Rechte:

1992 brauchte der WP noch einen Befähigungsnachweis. 2004 ist dieser nicht mehr nötig, dennoch umfasst der Gewerbeschein nun mehr Rechte als früher – zB auch das Handeln und das Vermitteln zwischen Unternehmen.

Das Leben des WP ist heute wesentlich leichter als noch vor 10 Jahren. Das zeigen uns auch die WP selbst: Zwischen 1997 und 2004 stieg die Anzahl der aktiven Mitglieder von 4.371 auf 11.169. Mit insgesamt über 18.000 Mitgliedern ist das Bundesgremium Direktvertrieb die Nr. 1 im Handel in der Wirtschaftskammer Österreich. Frauen sind auf dem Vormarsch: Von 2.526 Neugründungen im Jahr 2003 gehen 1.617 auf Frauen zurück.

Wir als Berufsvertretung werden weiter das Ziel verfolgen, den WP das Leben zu erleichtern. Wir sind dabei weit gekommen. Die Herausforderung bei diesem Ziel ist aber, dass es nie abschließend erreicht ist. Daher werden wir auch in Zukunft hart daran arbeiten. ■

VON



Erwin Stuprich  
Bundesgremialobmann  
Direktvertrieb/WKO



# Leben Sie Ihre Stärken!

WAS MACHT IHRE PERSÖNLICHE STÄRKE AUS? WO LIEGEN IHRE TALENTE? DIE WENIGSTEN MENSCHEN KÖNNEN DIESE FRAGEN AUF ANHIEB BEANTWORTEN. VIELE GLAUBEN GAR, SIE HÄTTEN KEINE BESONDEREN FÄHIGKEITEN ODER BEGABUNGEN, NUR WEIL IHR TALENT NICHT SO AUGENFÄLLIG IST WIE DER TORINSTINKT EINES FUßBALLERS ODER DIE RHETORIK EINES TV-MODERATORS. DABEI IST JEDER VON UNS MIT WERTVOLLEN TALENTEN AUSGESTATTET UND KANN EIN ERFOLGREICHES LEBEN FÜHREN – WENN ER SICH AUF SEINE STÄRKEN KONZENTRIERT.

**G**lauben Sie, Michelangelo wäre auch als Musiker berühmt geworden? Oder Beethoven als Maler? Wahrscheinlich nicht! Das Erfolgsgeheimnis vieler berühmter Personen beruht auf einer individuellen Begabung, die sie früh erkannt und optimal genutzt haben.

Das heißt natürlich nicht, dass jeder von uns dazu bestimmt ist, ein einzigartiger Komponist, ein unvergleichlicher Künstler oder Spitzensportler zu werden. Dennoch verfügen wir alle über besondere Talente. Solche Fähigkeiten, die zum Teil durch Veranlagung, zum Teil durch unser soziales Umfeld bedingt sind, können die Basis für ein erfolgreiches Leben sein. Auch Unternehmen können gewinnen, wenn Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter entsprechend ihrer individuellen Talente und Stärken eingesetzt werden. Das Problem ist: Viele Menschen wissen gar nicht, worin ihre individuellen Stärken liegen oder wie sich diese herausfinden lassen. Laut einer weltweiten Studie fühlen sich sogar 80% aller Berufstätigen an ihrem Arbeitsplatz als Fehlbesetzung. Das muss nicht sein!

## Auf zur Talentsuche!

Wie können wir also unser persönliches „Spielfeld“ finden, auf dem wir Top-Leistungen bringen? Mein persönlicher Tipp: Beginnen Sie mit einem Selbst-Check und beantworten Sie sich folgende Fragen: Was mache ich besonders gerne? Was begeistert mich? Was kann ich besser als andere? Welche Tätigkeiten gehen mir mühelos von der Hand?

Die Idee, die hinter diesen Fragen steckt, ist ganz einfach: Nichts tun wir so gut wie das, was wir gerne tun und umgekehrt. Unsere ureigenen Potenziale lassen sich auf diesem Wege am besten erkennen – damit kommen wir unserem persönlichen Erfolg einen großen Schritt näher.

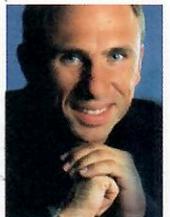
Natürlich ist eine solche Selbsteinschätzung meistens nicht ganz objektiv. Mit einer „neutralen“ zweiten Meinung von Freunden, Verwandten oder Kollegen kann diese persönliche „Stärken-Analyse“ vervollständigt und die eigenen Talente genauer definiert werden. Wenn sich Selbst- und Fremdbild größtenteils decken, haben Sie die eigenen Potenziale gut erkannt und können sich nun drauf konzentrieren, diese zu echten Stärken zu kultivieren. Sollten sich die beiden Analysen deutlich unterscheiden, empfiehlt sich ein objektiver Test – wie der „Stärken-Test 3+7“.

## Stärke =

**Talent + Wissen + Können + Wollen**

Haben Sie Ihr Spielfeld bereits gefunden? Dann lautet die Devise: Stärken stärken anstatt „persönliches Brachland zu beackern“. Schließlich können wir nur dort Höchstleistungen erzielen, wo wir bereits „stark“ sind. Ignorieren Sie also den weit verbreiteten Denkfehler, dass wir uns gerade in jenen Bereichen steigern könnten, wo unsere Schwächen liegen. Vielmehr sollten persönliche Schwachstellen nur soweit gemanagt werden, dass sie sich nicht zu karrierelimittierenden Faktoren entwickeln. Jeglicher Versuch, Schwächen zu „kurieren“, ist nur eine Vergeudung wertvoller Energie und ein enttäuschendes Erlebnis.

Die eigenen Talente dagegen kann man – mithilfe von Wissen, Können und Wollen – zu echten Stärken ausbauen. Um das zu schaffen, gilt es lediglich, ein paar einfache Vorsätze zu beherzigen:



**Jörg Löhr** ist laut Sat 1 Europas Persönlichkeitstrainer Nr. 1. Neben seiner Trainerkarriere feiert Jörg Löhr auch als Buchautor Erfolge. Sein neuestes Buch „Lebe deine Stärken!“ ist im Econ Verlag erschienen. [www.joerg-loehr.com](http://www.joerg-loehr.com)

1. Dem Sowohl unser Fach- als auch unser Erfahrungswissen sollten wir ständig erweitern. Nehmen Sie sich ein Beispiel an erfolgreichen Menschen und seien Sie immer offen für neue Informationen und Ideen. Je mehr wir wissen, desto selbstbewusster sind wir und desto stärker entwickeln wir unsere individuellen Fähigkeiten.
2. Ohne konsequentes „Training“ sind Spitzenleistungen nicht zu erreichen. Das heißt: Wir müssen aktiv werden, uns auf unsere Potenziale konzentrieren und diese gezielt ausbauen.
3. Wir müssen wirklich „wollen“! Anreize von außen können uns vielleicht kurzzeitig motivieren – ob wir langfristig erfolgreich sind, hängt jedoch ausschließlich von unserer inneren Leistungsbereitschaft ab. Der Wunsch und das Bedürfnis, etwas zu erreichen und am Ball zu bleiben, müssen also groß genug sein, um wirklich motiviert zu sein.
4. Wir brauchen Ziele! Machen Sie sich klar, was Sie erreichen wollen und wie Sie dorthin gelangen können, denn Erfolg beginnt bereits im Kopf. Sind Ihre Ziele realistisch und stehen sie in Einklang mit Ihren persönlichen Stärken und Werten, gewinnen Sie daraus die nötige Motivation, Veränderungen einzuleiten und Ihre Talente zu leben.
5. Handeln lautet das Zauberwort! Haben Sie Ihre Ziele definiert, machen Sie sich innerhalb von 72 Stunden daran, sie zu verwirklichen – so hat Ihr Vorhaben eine 90-prozentige Erfolgchance.
6. Natürlich fordert das auch eine ganze Menge Mut und Energie. Und gerade in diesem Punkt stolpern wir nicht selten über unsere ganz persönlichen „Bremsen“. Dazu gehören neben Bequemlichkeit und Trägheit zum Beispiel auch Versagensängste. Doch nur wer sich aufrafft, seine „Komfortzone“ verlässt und Neues wagt, wird seine Ziele erreichen. Nur wer bereit ist, etwas zu verändern, wird Dinge bewegen.
7. Damit Sie Ihr Ziel nicht aus den Augen verlieren, ziehen Sie regelmäßig Bilanz. Zu kontrollieren, ob festgelegte Ziele erreicht wurden oder warum es Misserfolge gab, kann verhindern, dass wir von unserem Weg abkommen.

# Ihr Baby kommt. Wir helfen!

## Sie haben einen Unfall. Wir helfen!

## Sie sind krank. Wir helfen!

**V**or allem für Kleinstunternehmerinnen und Kleinstunternehmer sind Mutterschaft, Krankheit oder Unfall eine enorme Herausforderung. Wenn niemand anderer da bzw. leistbar ist, der den Betrieb in der Zwischenzeit weiterführt, dann kann dies sogar existenzbedrohend sein.

Durch die Betriebshilfe wird Ihnen eine Ersatzarbeitskraft zur Verfügung gestellt. Dieser Einsatz während des Mutterschutzes (8 Wochen vor und 8 Wochen nach der Geburt) ist für die Unternehmerin kostenlos.

Nähere Informationen erhalten Sie hier und bei den Ansprechpartnerinnen in Ihrem Bundesland und den Internetseiten der jeweiligen Landesorganisation von Frau in der Wirtschaft:

#### Ansprechpartnerin:

**Für Burgenland, Niederösterreich, Wien**  
Verein „Betriebshilfe für die Wirtschaft“  
Rosemarie Kerndl  
Tel: 02243-34748, Fax: 02243-31355

**Für Kärnten**  
Karin Zezulka  
Tel: 0463 / 58 68-225, Fax: 0463 / 5868-274  
Mail: Karin.Zezulka@wkk.or.at

**Für Oberösterreich**  
Siegfried Grashäftl  
Tel: 0590909-3340, Fax: 0590909-3339  
Geschäftsführung  
Frau Feichtinger  
Mobil: 0664/8261729  
Mail: fidw@wkoee.at

**Für Salzburg**  
Carmen Mautner Markhof  
Tel: +43 662 88 88 330,  
Fax: +43 662 88 88 200

**Für Steiermark**  
Jantscher Mag. Elke  
Telefon: +43 (0)316 601 1135  
Fax: +43 (0)316 601 729  
Mail: elke.jantscher@wktmk.at

**Für Tirol**  
Zangerl Gabriele  
Telefon: +43 (0)512 53 50 7293  
Fax: +43 (0)512 53 50 7468  
Mail: gabriele.zangerl@wktiro.at

In Vorarlberg wird noch für Sie an der Betriebshilfe gearbeitet. Wir bitten um Verständnis.

## Sicher selbstständig bleiben – mit der Betriebs



#### Was Zusperrern bedeuten kann

Vor allem für die Inhaberinnen von Kleinstunternehmen sind Erkrankung oder Mutterschaft eine enorme Herausforderung. Wenn niemand anderer da bzw. leistbar ist, der den Betrieb in der Zwischenzeit weiterführt, dann kann dies sogar existenzbedrohend sein. Um den Betrieb nicht zusperrern zu müssen, arbeiten viele Unternehmerinnen und Unternehmer auch trotz Krankheit weiter. Das hat oft gravierende Konsequenzen für die Gesundheit.

#### Was die Betriebshilfe bringt

Für Unternehmerinnen, die ein Kind bekommen oder erkrankt sind, bietet eine sogenannte „Betriebshilfe“ einen sicheren Schutz für ihre unternehmerische Existenz. Denn der Betrieb kann auf diese Weise auch während der Abwesenheit der Unternehmerin weitergeführt werden – von erfahrenen, engagierten und flexiblen Betriebsshelfer/innen. Diese verlässlichen

Arbeitskräfte stehen für 40 Stunden pro Woche zur Verfügung. Die bisherigen Erfahrungen zeigen: Dank der Betriebshilfe kommen Kleinstbetriebe auch in schwierigen Zeiten gut über die Runden.

#### Wer von der Betriebshilfe profitiert

Mehr als ein Viertel der Einsätze entfielen bisher auf die Betriebe von Unternehmerinnen, die ein Kind bekommen. Vor allem Gastronomie, Gewerbe und Handwerk und Handel fragen das Betriebshilfe-Service stark nach. Fast ein Viertel der Unternehmerinnen und Unternehmer, die Betriebshilfe beanspruchen, haben keine (Vollzeit-)Beschäftigten. In zwei Drittel der Einsätze wurden auch die Arbeitsplätze von ein bis drei Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gesichert.

#### Wer Betriebshilfe in Anspruch nehmen

kann Die Betriebshilfe richtet sich an Unternehmerinnen und Unternehmer, die in der SVA-Gewerbe pflichtversichert und Mitglied der Wirtschaftskammer sind. Eine Betriebshilfe kann bei Arbeitsunfähigkeit durch Krankheit oder Unfall, im Fall eines von der SVA-Gewerbe bewilligten Heilverfahrens und für die Zeit des Mutterschutzes beansprucht werden.

#### Was ein Betriebshilfeinsatz kostet

Der Einsatz während des Mutterschutzes (8 Wochen vor und 8 Wochen nach der Geburt) ist für die Unternehmerin kostenlos. Beim Einsatz im Fall von Krankheit, Unfall und Heilverfahren hängen die Kosten vom Einkommen ab. Liegt das Jahreseinkommen unter EUR 15.541,68 und dauert die Krankheit länger als 14 Tage, übernimmt die SVA-Gewerbe freiwillig die Kosten. Liegt das Jah-

reseinkommen darüber, ist ein Kostenbeitrag je nach Einkommenshöhe zu leisten.

#### Wer hinter dem Projekt Betriebshilfe steht

Das Projekt Betriebshilfe von Wirtschaftskammer und Sozialversicherungsanstalt der gewerblichen Wirtschaft wurde von der Präsidentin der Wirtschaftskammer Niederösterreichs und Bundesvorsitzenden von Frau in der Wirtschaft, KR Sonja Zwazl initiiert. Der Verein „Betriebshilfe für die Wirtschaft“ wurde im Jahr 1994 in Niederösterreich gegründet. Ziel von Frau in der Wirtschaft ist es, das erfolgreiche Konzept der Betriebshilfe auf ganz Österreich auszudehnen. Dieses Ziel wurde Schritt für Schritt umgesetzt: Seit 1997 können auch Wiener Kleinstbetriebe diese Hilfe in Anspruch nehmen. In Oberösterreich wird die Betriebshilfe seit 1997 auf Basis einer Kooperation von SVA, AMS, Europäischem Sozialfonds und dem Land Oberösterreich angeboten. In Salzburg wickelt das Salzburger Hilfswerk seit Mitte 2002 die Betriebshilfe ab, in Kärnten wurde Ende 2002 der Verein „Betriebshilfe für die Wirtschaft Kärnten“ gegründet. Seit 2003 wird die Betriebshilfe auch für burgenländische Kleinstbetriebe angeboten. Beratung und Information zum Thema Betriebshilfe erhalten Sie in Ihrem Bundesland.



Sonja Zwazl

**„Mit dem Projekt Betriebshilfe ist es uns gelungen, eine wichtige Hilfe gerade für Kleinstunternehmerinnen zu schaffen. Das gibt Frauen mehr Sicherheit und stärkt die Position von Frauen in der Wirtschaft“,**

**BILANZIERT DIE  
BUNDESVORSITZENDE VON  
FRAU IN DER WIRTSCHAFT,  
SONJA ZWAZL.**

# Hausfrau, Mutter, Unternehmerin und Ehefrau. Oder doch umgekehrt?

**A**n die Frau von heute werden Anforderungen gestellt, die noch vor wenigen Jahren undenkbar gewesen sind. Oder erlegt sich die Frau der „Ach-so-schönen-Jetzt-Zeit“ diese Anforderungen selbst auf? Wie auch immer, Fazit ist – ohne hier in einer gesellschaftspolitischen Diskussion zerfließen zu wollen – der Frau von heute bleibt nur wenig Zeit darüber nachzudenken, mit welcher Tätigkeit sie im Morgenrauen beginnen und mit welcher sie im Dunkel der Nacht den mehr als 16-Stunden-Tag beenden soll, denn alles will erledigt sein, was halt so als Hausfrau, Mutter, Unternehmerin und Ehefrau (Anm.d.Red.: Reihenfolge willkürlich gewählt) an einem ganz normalen Wochentag zu erledigen ist. Und nichts soll auf der Strecke bleiben.



## Steckbrief

**Geburtsjahr:** 1962  
**Sternzeichen:** Schütze  
**Im Direktvertrieb tätig seit:** 7 Jahren  
**Kinder:** 2 Söhne mit 10 und 8 1/2 Jahren  
**Lieblingsbuch:** Ihr erstes Jahr im Network Marketing  
**Lieblings-Trainer:** „Mein Upline Steve“ in Australien  
**Lebensphilosophie:** Manche wollen, manche nicht, so what – der Nächste, bitte!

Zeitmanagement-Seminare werden ja überwiegend von Männern neuerdings verstärkt angeboten. Frauen betreiben dieses Management nun schon seit geraumer Zeit, vielleicht mehr intuitiv als wissenschaftlich. Auf alle Fälle erproben Frauen es mehr in der Praxis als im Seminarraum. Wer Kinder hat, weiß was das bedeutet. Denn neben der großartigen Erfahrung, dem geliebten Kind bei seinen ersten Gehversuchen zuzusehen oder dem Glücksmoment das erste Mal „Mami“ aus dem Mund des kleinen Wesens zu hören, verursachen diese Geschöpfe Arbeit, Hingabe und Zuwendung und strapazieren so manchen Nervenstrang, der, wenn das Kind 16 ist, an Rötung nicht wirklich verloren hat. Nun auf jene „Kleinigkeiten“, die da noch im Haushalt anfallen, sei hier nicht weiters eingegangen, denn auch unsere männlichen Leser wissen seit der „Halbe-Halbe-Werbekampagne“ sowie den dazugehörigen Gesetzesstellen von „Seinerzeit“ hoffentlich auch schon wie man Haushalt schreibt.

Mit der Mitarbeit rund um Haus und Hof ist es aber nicht ganz getan, denn für die Männer heißt es nun zurückstecken. Oder doch nicht? Minimieren Sie Ihre Anforderungen, Ansprüche und Verwöhntwerden-Bedürfnisse auf die Hälfte. Oder doch nicht? Nein! Das Erfolgsrezept lehrt uns die Vergangenheit: Früher stand hinter jedem erfolgreichen Mann eine starke Frau. Heute ist das umgekehrt. Soll heißen: Hinter jeder erfolgreichen Frau steht vermutlich ein starker Mann. Also – werte Herren – nicht zurückstecken, nicht verzichten. Vielmehr: Interesse zeigen und Unterstützung anbieten. Denn nur gemeinsam ist es möglich glücklich und erfolgreich zu sein. Und dies scheint bei der Familie Riedl-Riedenstein aus Wien zu funktionieren. Wir haben für unsere LeserInnen einen Blick hinter die Kulissen geworfen:

**Frau Riedl-Riedenstein, Sie sind verheiratet, führen den Haushalt, haben 2 Kinder und arbeiten erfolgreich im Direktvertrieb. Seit wann sind Sie im Direktvertrieb und wie kam es dazu?**

*Ich bin seit 7 Jahren im Direktvertrieb tätig und habe die Firma mit der ich arbeite durch einen englischen Onkel meines Mannes kennengelernt.*

Fortsetzung  
Seite 22



Starting a  
Direct-Selling-  
Company ?

Wir haben die  
**Software**  
und das  
**Know-How**

für Sie

Tel: +49-6323-981705  
Fax: +49-6323-981706

[www.DSS-Direkt.de](http://www.DSS-Direkt.de)  
[info@DSS-Direkt.de](mailto:info@DSS-Direkt.de)

Gründungsberatung

(MLM-)Software

Start-up-Unterstützung

Vergütungspläne

MLM-Start-up-Guide

Kostenloser Newsletter

Voicemail®

Selbstreplizierende  
Websites für  
Direktvertriebsfirmen  
und Strukturen

Direkt Selling  
Support Center

DSS

Am Hofstück 23  
D-76835 Hainfeld

## Wichtige Werte 2005

(jeweils in Euro; Angaben ohne Gewähr)

### Sozialversicherung (jeweils Jahreswerte)

Unfallversicherungsbeitrag	85,08
Beitragsatz KV	voraussichtlich 9%
bei Drucklegung war eine Änderung im Gespräch	
Beitragsatz PV	15%
MBG PV ab dem 4. Jahr	1.121,64
MBG KV ab dem 4. Jahr	576,87
MBG für Anfänger für die ersten 3 Jahre in der PV, für das 3. Jahr in der KV	537,78
Fixe Beitragsgrundlage für die ersten 2 Jahre in der KV	537,78
Höchstbeitragsgrundlage GSVG	4.235,00
Geringfügigkeitsgrenze pro Monat	323,46
Einkommensgrenze	
Kleinstunternehmerregelung	3.881,52
Umsatzgrenze	
Kleinstunternehmerregelung	22.000,00

(MBG Mindestbeitragsgrundlage, KV Krankenversicherung, PV Pensionsversicherung)

### Steuerrecht (jeweils pro Jahr)

Freigrenze ESt für Einkünfte aus selbst. Tätigkeit für AN	730
Freigrenze für AN für Gesamteinkünfte incl. solche aus selbst. Tätigkeit	10.900
Freigrenze für Selbständige ohne Einkünfte als AN	10.000
Umsatzgrenze für doppelte Buchhaltung	400.000
ÜSt-Pflicht ab	22.000
Grenze für USt-Erklärung	7.500
Grenze, ab der DVU Entgelte für WP melden müssen	900 pro Jahr, 450 Einzelentgelt
Zuverdienstgrenzen: In der vorzeitigen Alterspension pro Monat	323,46
Für den Bezug von Kindergeld pro Jahr	14.600,00

(ESt Einkommensteuer, USt Umsatzsteuer, AN Arbeitnehmer)

Die aktuellen Werte entnehmen Sie bitte [www.derdirektvertrieb.at](http://www.derdirektvertrieb.at).

## Versandhandel mit Nahrungsergänzungsmitteln freigegeben

Vor kurzem ist in einer Gewerbeordnungsnotelle der bislang verbotene Versandhandel mit Nahrungsergänzungsmitteln freigegeben worden. Nahrungsergänzungsmittel werden aus dem Verbotskatalog nach § 50 Gewerbeordnung gestrichen. Die Lieferung von Nahrungsergänzungsmitteln nach einem ausführlichen

Beratungsgespräch im Versandweg ist damit nun zulässig. Aus dem Grund hat sich das Bundesgremium nicht nur in Österreich, sondern auch bei der Europäischen Kommission für eine Freigabe eingesetzt.

## Luxustangente bei PKW steigt

Bisher konnte man beim Neukauf eines Firmen-PKW maximal 34.000 Euro an Betriebsausgaben geltend machen. Der Unabhängige Finanzsenat Salzburg hat bekanntlich entschieden, dass diese Grenze entsprechend der Inflation anzuheben ist. Nach dem Willen des Finanzministeriums sollen im Jahr 2004 dennoch nur 34.000 Euro, im Jahr 2005 immerhin 40.000 Euro anerkannt werden. Das hilft Warenpräsentatoren, die sich berufsbedingt einen PKW anschaffen wollen.

## Grenzen für Einkommensteuer und Steuererklärung werden angehoben

Die Warenpräsentatoren profitieren von der Steuerreform: Ab 1. 1. 2005 werden die Freigrenzen für Einkommensteuer und Steuererklärung angehoben:

Keine zusätzliche Einkommensteuer zahlen und auch keine Einkommensteuererklärung abgeben müssen ab 1.1.2005:

1. Arbeitnehmer, die weniger als 730 Euro aus der Tätigkeit als selbständiger Warenpräsentator pro Jahr beziehen;
2. Arbeitnehmer, die insgesamt weniger als 10.900 Euro pro Jahr verdienen (bisher 10.000 Euro);
3. Selbständige Warenpräsentatoren ohne Einkünfte als Arbeitnehmer, deren (gewerbliche) Einkünfte insgesamt weniger als 10.000 Euro pro Jahr (bisher 8.887 Euro) betragen.

### Beispiele:

1. Frau Huber verdient im Jahr 2005 als Arbeitnehmerin 12.000 Euro und als Warenpräsentatorin 700 Euro. Der Arbeitgeber führt die Lohnsteuer von den 12.000 Euro ab. Die 700 Euro (unter 730 Euro) sind steuerfrei.
2. Frau Huber verdient im Jahr 2005 als Arbeitnehmerin 7.000 Euro und als Warenpräsentatorin 3.000 Euro. Sonstige Einkünfte hat sie nicht. Ihre Einkünfte sind steuerfrei (Gesamteinkünfte unter 10.900 Euro).
3. Frau Huber hat im Jahr 2005 als Warenpräsentatorin Einkünfte von 9.000 Euro. Sonstige Einkünfte hat sie nicht. Ihre Einkünfte sind steuerfrei (unter der Grenze von 10.000 Euro).

## Pensionsharmonisierung bringt längerfristig Entlastung für Warenpräsentatoren

Die Pensionsharmonisierung bringt längerfristig eine wichtige Entlastung für Selbständige im Direktvertrieb: Von 2006 bis 2016 wird die Mindestbeitragsgrundlage in der Pensionsversicherung schrittweise auf die Geringfügigkeitsgrenze gesenkt. Das bringt eine Ersparnis von vielfach über 1.000 Euro pro Jahr. Wer die Voraussetzungen für die Kleinstunternehmerregelung nicht erfüllt (unter 22.000 Euro Umsatz, unter 3.794,28 Euro Gewinn pro Jahr, zuvor keine GSVG-Versicherung oder Mindestalter), muss derzeit Pensionsversicherungsbeiträge von der Mindestbeitragsgrundlage zahlen, also mindestens 1.973 Euro pro Jahr – und das, auch wenn der Gewinn unter der Mindestbeitragsgrundlage liegt!

Mit der Absenkung wird erreicht, dass nach der Übergangsfrist der Pensionsbeitrag nur mehr vom tatsächlichen Gewinn bemessen wird.

Damit wurde eine zentrale Forderung des Bundesgremiums erfüllt, die allen nebenberuflich Tätigen im Direktvertrieb hilft. Allerdings war eine sofortige Absenkung im sensiblen Pensionspaket nicht finanzierbar und damit auch nicht durchsetzbar. Die Absenkung findet dafür in Schritten von 2006 bis 2016 statt.

## Alle Warenpräsentatoren mit Direktvertriebskarte ausgestattet



Seit kurzem verfügen alle Warenpräsentatoren österreichweit über eine einheitliche Direktvertriebskarte. Mit dieser können sie sich gegenüber dem Kunden als Unternehmer mit Gewerbeberechtigung und Mitgliedschaft in der Wirtschaftskammer ausweisen. Damit werden Vertrauen und Sicherheit auch zum Vorteil von Warenpräsentator und Direktvertriebsunternehmen geschaffen. ■

VON



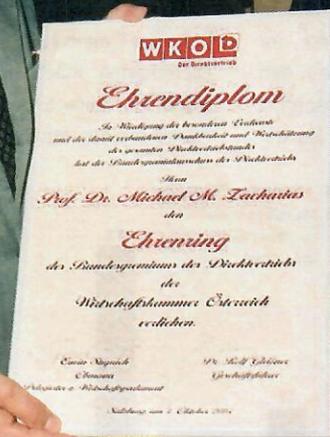
Dr Rolf Gleißner  
GF des  
Bundesgremiums  
Direktvertrieb/WKÖ

## DIREKTVERTRIEB

### DIE WACHSTUMSBRANCHE DER ZUKUNFT

Im Oktober 2004 erhielt Prof. Dr. Michael Zacharias ein Ehrendiplom mit Ehrenring der Wirtschaftskammer Österreich / Bundesgremium Direktvertrieb für die besonderen Verdienste um die Direktvertriebsbranche verliehen.

BGO Erwin Stuprich bei der Überreichung des Ehrenringes an Prof. Dr. Michael Zacharias (links)



**STUDIE 2004**  
Ein internationaler  
Branchen-Überblick von  
Prof. Dr. Michael M. Zacharias  
Fachhochschule Worms  
European Business Management /  
Handelsmanagement

In Kooperation mit:



**IMPRESSUM Medieninhaber und Verleger** Mag. Johannes Bulgarini, 3053 Laaben, Gföhl 8, Telefon 02774/8725  
**Herausgeber** Mag. Johannes Bulgarini und Bundesgremium Direktvertrieb, BGO Erwin Stuprich, Tel. 01/50105/3344  
**Produktion** AG Media GmbH, 1070 Wien, Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten.



## Direktvertrieb:

# die Wachstumsbranche der Zukunft

EIN INTERNATIONALER ÜBERBLICK VON PROF. DR. MICHAEL ZACHARIAS

Ich beschäftige mich seit vielen Jahren mit Methoden und Techniken, Konsumgüter wie zum Beispiel Kosmetikprodukte, Textilien, Haushaltswaren und Haushaltsgeräte möglichst einfach und kostengünstig, aber für den Konsumenten attraktiv zu vermarkten. Wie jeder von Ihnen weiß, findet man diese Produkte in der Regel im Einzelhandel, das heißt in Parfümerien, Drogerien, Lebensmittelgeschäften, Supermärkten, Warenhäusern, im Fachhandel und in Verbrauchermärkten - und in zunehmendem Maße bei den Discountern. Selbstverständlich kann man diese Produkte auch sehr bequem im Versandhandel oder im Internet bestellen. Dass es darüber hinaus aber auch andere Vertriebsformen gibt, wie den Direktvertrieb, ist den meisten von uns nicht so geläufig.

Während ich verschiedene Reisen in die USA Anfang der 90er Jahre bin ich durch Zufall von Freunden auf Veranstaltungen von Network-Marketing-Firmen eingeladen worden, die über diesen Vertriebsweg informierten und ihre Produkte auf diesem Weg zum Konsumenten brachten. Waren auf diesen Veranstaltungen bei meinem ersten Besuch lediglich 5 bis 7 Personen anwesend, so waren es 1 Jahr später bereits 300 bis 400. Zwei Jahre später reichten große Konferenzräume nicht mehr aus, um die Masse der Interessenten unterzubringen. Die Umsätze unserer Freunde, die 1994 mit diesem Vertriebsweg nebenberuflich angefangen hatten, explodierten innerhalb von 3 Jahren. Hätte ich diese Entwicklung nicht aus nächster Nähe mitverfolgen können, ich

hätte es nicht geglaubt. Eins war für mich klar: Dieser Vertriebsweg hat eine unglaubliche Dynamik und er bietet unternehmerisch denkenden Menschen einen einfachen Einstieg in eine nebenberufliche bzw. hauptberufliche Beschäftigung.

VON



Prof. Dr. Michael Zacharias  
Fachhochschule Worms  
Studiengang European Business Management/  
Handelsmanagement

Wussten Sie, dass der Direktvertrieb in Österreich, in Deutschland und der Schweiz, in Europa und weltweit in den letzten 10 Jahren im Durchschnitt immer schneller gewachsen ist als der Einzelhandel? Wussten Sie, dass in Europa mehr als vier Millionen Menschen im Direktvertrieb tätig sind und dass sich nach groben Schätzungen in Österreich mehr als 80.000 Menschen im Direktvertrieb engagieren? Mir ging es nicht anders wie den meisten von Ihnen. Ich hatte davon schlichtweg keine Ahnung. Auf ver-

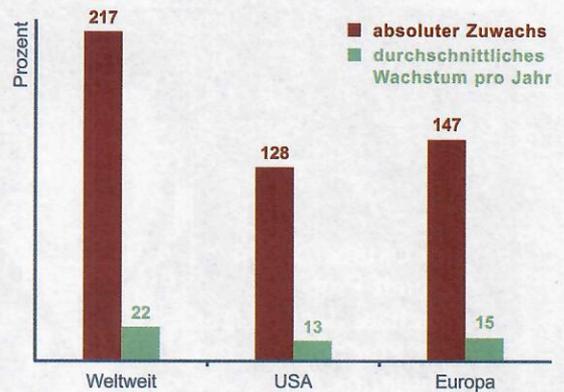


Abb. 2: Entwicklung der Vertriebspartner im DV 1993 - 2002  
Quelle: Network Academy, Prof. Dr. M. Zacharias

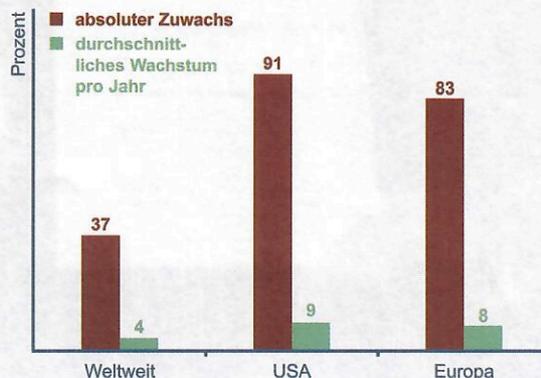


Abb. 1: Umsatzentwicklung im DV 1993 - 2002  
Quelle: Network Academy, Prof. Dr. M. Zacharias

Ich begann daraufhin, mich mit dem Thema Direktvertrieb und speziell mit Network-Marketing näher auseinanderzusetzen und habe Bücher gelesen, die es in den USA reihenweise zu diesem Thema gibt. Meine wissenschaftliche Neugier führte mich natürlich dazu, zu fragen, wie die Situation in Europa und insbesondere in Deutschland, Österreich und der Schweiz aussieht. Außerdem hatte ich den Ehrgeiz, dieses Thema auch in meine Seminarveranstaltungen zu integrieren. Zurück in Deutschland musste ich feststellen, dass es zu diesem Thema fast keine Literatur gab und insbesondere keine zuverlässigen Daten. Bei diesen Recherchen wurde mir schnell klar, dass dieses Vertriebs-

system ein Schattendasein führt, sehr stark mit Vorurteilen behaftet ist und es wenig bzw. überhaupt keine neutralen und wissenschaftlich fundierten Informationen zu diesem Thema gibt.

Ich möchte Ihnen im Folgenden die Ergebnisse meiner wissenschaftlichen Untersuchungen zum Thema Network-Marketing vorstellen, um etwas Licht in das Dunkel dieses Vertriebsweges zu bringen und zu erläutern, warum aus meiner Sicht Network-Marketing auch in Deutschland, Österreich, der Schweiz und in ganz Europa eine sehr dynamische Entwicklung erleben wird. Im Einzelnen möchte ich mit Ihnen folgenden Fragen behandeln:

1. Warum stagniert der Vertrieb von Konsumgütern im traditionellen Einzelhandel?
2. Was versteht man unter Direktvertrieb und Network-Marketing?
3. Was denkt der Laie über diesen Vertriebsweg?
4. Welche europäischen Trends lassen sich im Konsumentenverhalten feststellen?
5. Welche Stellung hat der Direktvertrieb heute?
6. Wie ist die Entwicklung des Network-Marketing in Europa und insbesondere in Deutschland, Österreich und der Schweiz einzuschätzen?
7. Welche Zukunftsperspektiven lassen sich erkennen?

## 1. DIE SITUATION IM EINZELHANDEL

Traditionell werden Konsumgüter vom Produzenten, der die Ware herstellt, an den Großhandel geliefert und dieser verteilt die Produkte an den Einzelhandel. Der Konsument findet dann die gewünschten Produkte im Regal "seines" Einzelhandelsgeschäftes. Dieser traditionelle und am meisten gebräuchliche Vertriebsweg der genannten Produkte, von der Sonnencreme über die Jeans bis zum Staubsauger, ist jedem geläufig.

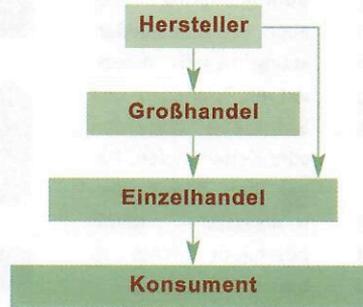


Abb. 3: Der klassische Vertriebsweg für Konsumgüter  
Quelle: Network Academy, Prof. Dr. M. Zacharias

In Deutschland wie auch in Österreich und der Schweiz stagnieren die Umsätze im Einzelhandel bzw. gehen sogar seit Anfang der 90er Jahre zurück.

Die Gründe dafür sind vielfältig, lassen sich aber im Wesentlichen darauf zurückführen,

- dass die Beratung des Kunden im Einzelhandel immer mehr abnimmt (man spricht hier vom Ersatz von Personal durch Fläche),
- dass in den großen Gruppen des Handels fast überall die gleichen Produkte verkauft werden (man spricht hier von der Standardisierung der Sortimente),
- dass auf Grund des vom Einzelhandel geforderten "Vorverkaufs der Ware" durch hohe Werbeetats zum Beispiel in der abendlichen Fernsehwerbung sowie durch weitere Gebühren für Listung usw. immer weniger innovative Produkte ins Regal und damit zum Kunden gelangen.

## 2. BEGRIFFSKLÄRUNGEN

Direktvertrieb und insbesondere Network-Marketing wird häufig in einem Atemzug mit Pyramiden – und Schneeballsystemen genannt. In der Öffentlichkeit gehen die Begriffe munter

durcheinander. Lassen Sie mich deshalb zunächst etwas Theorie betreiben und eine ganz trockene Materie behandeln, nämlich die Definition von Direktvertrieb und Network-Marketing sowie seine Abgrenzungen zu anderen Vertriebsformen. Dass solche Definitionen auch aus ökonomischen Gründen nicht unbedeutend sind, macht allein schon die Tatsache deutlich, dass

je nach Definition von Direktvertrieb die Umsätze z.B. in Deutschland € 2,5 Mrd. oder € 200 Mrd. betragen. Daran erkennt man sehr leicht, welche große Bedeutung Definitionen haben.

In einer „weiten“ Definition versteht man unter Direktvertrieb "den Absatz von Konsumgütern und Dienstleistungen an gewerbliche Verwender und private Haushalte durch den Hersteller ohne Einschaltung von selbständigen Handelsbetrieben". Diese Definition führt dazu, dass zum Beispiel der Verkauf von Versicherungen aber auch von Fertighäusern und die Dienstleistungen der Handwerksbetriebe zum Direktvertrieb gerechnet werden und damit in der Größenordnung von € 200 Mrd. pro Jahr z.B. in Deutschland liegen (Zum Vergleich: Der gesamte Einzelhandelsumsatz liegt bei rund € 400 Mrd.).

Das andere Extrem ist eine „enge“ Definition des Bundesverbandes Direktvertrieb, die da lautet: "Der persönliche Verkauf von Waren und Dienstleistungen an den Verbraucher in der Wohnung oder am Arbeitsplatz, in wohnungsnaher oder wohnungsähnlicher Umgebung". Diese Definition führt z.B. in der Bundesrepublik dazu, dass nur die Umsätze der im Verband vertretenen Firmen als Warenhandelsdirektvertrieb gerechnet werden und damit nur in der Größenordnung von ca. € 2,5 Mrd. liegen.



Kurs  
**Direktvertrieb -  
Chance für die  
Zukunft**  
nun in ganz  
Österreich

[www.wifi.at](http://www.wifi.at)

Eine weniger wissenschaftlich hergeleitete aber von der Praxis bestimmte Definition des Direktvertriebs lehnt sich an der Definition an, die der Weltverband des Direktvertriebs – die World Federation of Direct Selling Association – gebildet hat und die da lautet:

**"Der Warenhandels – und Dienstleistungsdirektvertrieb ist der Verkauf bzw. die Vermittlung von Waren und Dienstleistungen an Verbraucher, vornehmlich im Bereich einer Privatwohnung oder am Arbeitsplatz oder in der Atmosphäre der Geschäftsräume des Warenpräsentators außerhalb traditioneller Handelsgeschäfte nach persönlicher Beratung und Vorführung durch einen Vertriebsrepräsentanten (Warenpräsentator)".**

Damit zählt der klassische Versandhandel und der alleinige Verkauf über Teleshopping – wie auch eCommerce über das Internet – nicht zum Direktvertrieb.

sogar der Begriff Network-Marketing oder auch Multi-Level-Marketing negativ assoziiert mit Pyramiden- und Schneeballsystemen oder Kettenbriefen. Dabei hat dieses Vertriebssystem damit überhaupt nichts zu tun!

Im Network-Marketing gibt es keine Kopfgeldprämien für die Anwerbung von weiteren Warenpräsentatoren. Es gibt auch kein Durchreichen der Ware von der Spitze bis zum letzten Verkäufer mit entsprechenden Aufschlägen. **Network-Marketing läßt sich relativ einfach erklären:** Ein Hersteller bedient sich einer Vertriebsorganisation, die von ihm rechtlich unabhängig ist und in der Rechtsform von Handelsvertretern oder Eigenhändlern auftritt und die Produkte

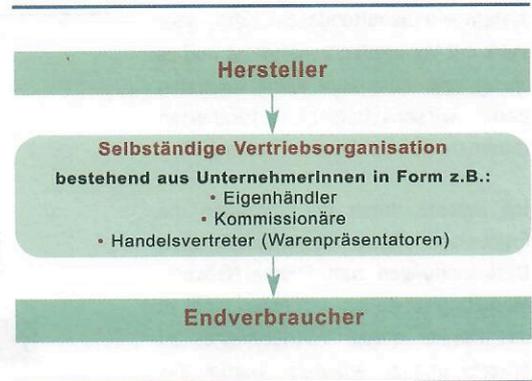


Abb. 5: Network-Marketing Organisation  
Quelle: Network Academy, Prof. Dr. M. Zacharias

gefördert. Kurz gefaßt: **Network-Marketing ist die Vermittlung von Konsumgütern durch den Warenpräsentator direkt an den Endverbraucher, verbunden mit der Möglichkeit des Aufbaus einer eigenen Vertriebsorganisation**, das heißt: das Einkommen des einzelnen **Warenpräsentators** ist abhängig von seinem eigenen Vermittlungsvolumen und demjenigen der mit ihm vernetzten Warenpräsentatoren. Für die Waren gelten in jeder Stufe des Vertriebs grundsätzlich die gleichen Konditionen. Die **Startkosten** für einen neuen Warenpräsentator sind in der Regel **gering** und überschaubar. **Zusammenfassend läßt sich feststellen, Network-Marketing ist eine besonders dynamische aber seriöse Form des Direktvertriebs.** Sie ist kein Pyramiden- oder Schneeballsystem. Sie bietet große Chancen für unternehmerisch denkende Menschen. Und sie ist die Vertriebsform mit den größten Wachstumsraten, wie ich später noch zeigen werde.

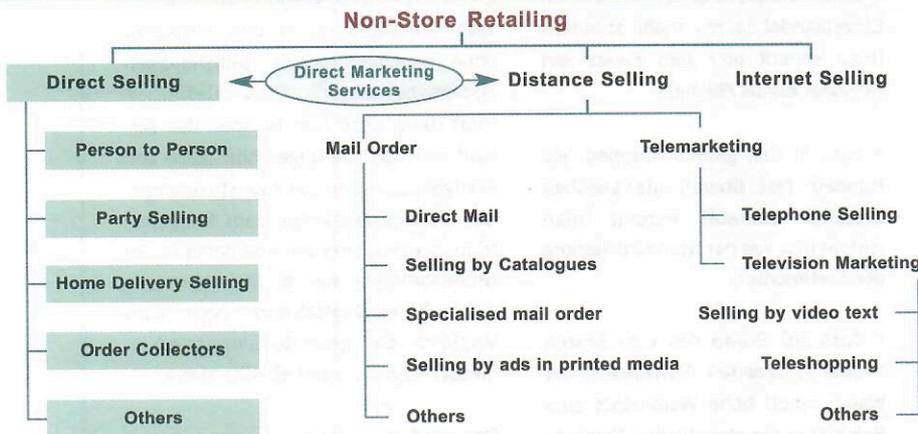


Abb. 4: Definition der internationalen Verbände: „Direct selling is a form of non store retailing“  
Quelle: FEDSA

**Doch kommen wir nun zu dem Begriff des Network-Marketing:** Der Laie kann mit dem Begriff in der Regel überhaupt nichts anfangen. Er denkt vielleicht an Netzwerke, an Computer oder ähnliches, und damit befindet er sich in guter Gesellschaft mit Volks- und Betriebswirten und der so genannten aufgeklärten Öffentlichkeit. Häufig wird

an den Endverbraucher vermittelt. Diese so genannten Warenpräsentatoren haben im Network-Marketing darüber hinaus die Möglichkeit, nicht nur die Produkte dieses Herstellers zu vermitteln, sondern auch eine eigene Vertriebsorganisation aufzubauen. Dies wird durch zusätzliche Provisionszahlungen bzw. Rabattvorteile durch den Hersteller

## NETWORK-MARKETING: ABGRENZUNG ZU ILLEGALEN SYSTEMEN

- Das Anwerben neuer Vertragspartner bringt Provisionen, so dass der eigentliche Verkauf zur Nebensache wird.
- ⇒ **NETWORK-MARKETING:** Das Entlohnen im Network-Marketing ist umsatzabhängig.

- Der Verkaufserlös eines Vertragshändlers wird direkt um die Umsatzprovisionen für den Sponsor auf der nächsthöheren Stufe gekürzt.

#### ⇨ NETWORK-MARKETING:

Die Verrechnung erfolgt zentral über die Dachgesellschaft

- Die Produkte werden jeweils von der nächsthöheren Stufe bezogen, bzw. von Stufe zu Stufe mit Preisaufschlag weiterverrechnet.

#### ⇨ NETWORK-MARKETING:

Die Produkte werden direkt vom Hersteller bezogen – über alle Hierarchieebenen zum identischen Preis.

- Vertragsstrafen, Mindestabnahme, teure Kurspakete

#### ⇨ NETWORK-MARKETING:

Start-up-Kosten sind gering: Meistens erwirbt man ein Starterkit für EUR 40,- bis 100,- und bekommt für diesen Geldpreis einen Gegenwert in Produkten, Broschüren etc.

### 3. IMAGE

Doch kommen wir zurück zum Image des Direktvertriebs. Was denkt der Laie, wenn er mit dem Thema konfrontiert wird? Direktvertrieb wird mit Produkten und Firmen wie Tupperware, Avon oder Vorwerk assoziiert. Das Image ist meist auf den ersten Blick mittelmäßig bis neutral, wobei im Gegensatz zum Warenhandelsdirektvertrieb beim Direktvertrieb von Versicherungsdienstleistungen, der Versicherungsvertreter häufig negativ gesehen wird.

In einer Imageuntersuchung der Wirtschaftsuniversität Wien aus dem Jahr 1997 über die Unternehmensbekanntheit im Direktvertrieb in Österreich standen die Firmen Tupperware (72%), Amway (37%) und AMC (24%) auf den drei ersten Plätzen. Danach folgten Donauland (16%), Pierre Lang (13%) und Avon (10%).

Die Befragten meinten, dass Direktvertrieb auch den Verkauf an Verwandte und Bekannte beinhaltet und schätzten die Flexibilität der Vermittler. Auf der

anderen Seite wurden als negative Gesichtspunkte vor allem die aufdringlichen Geschäftspraktiken und die Tatsache angesehen, dass die Produkte teurer seien als im Handel. Einige Verbraucher meinten, dass der Kunde zum Kauf überredet werde und die Anwerbung von neuen Vertriebsrepräsentanten wichtiger sei als die Vermittlung der Produkte.

Sie sehen also, meine Damen und Herren, dass das Image des Direktvertriebs nicht unbedingt als berauschend positiv anzusehen ist. **Aber: Je mehr Aufklärung und je seriöser der Geschäftsaufbau praktiziert wird, desto mehr wird sich das Image zum positiven wandeln - wie es in den großen Industriestaaten schon gang und gäbe ist.**

In diesem Zusammenhang ist in Österreich Beispielhaftes für ganz Europa geleistet worden: Der Direktvertrieb hat in den Wirtschaftskammern seinen Stellenwert gefunden, er ist in der Handelssparte einer der wenigen Bereiche, bei dem die Mitgliederzahlen wachsen. Er wird inzwischen nicht nur von Seiten der Präsidenten der Wirtschaftskammern sondern auch von den politischen Institutionen in Österreich als interessanter und zukunftsweisender Gesprächspartner angesehen.

### 4. EUROPÄISCHE TRENDS IM KONSUMENTENVERHALTEN

Ziel aller meiner Überlegungen ist es herauszufinden, ob Network-Marketing der Vertriebsweg der Zukunft ist und wie seine zukünftigen Chancen in Europa und der gesamten Welt einzuschätzen sind. Wenn man etwas über die Zukunft des Direktvertriebs aussagen will, dann wird dies entscheidend davon abhängen, inwieweit dieses Vertriebssystem die Trends im Konsumentenverhalten aufnehmen und erfüllen kann. Denn eines ist doch klar, nur wenn die Konsumenten diese Art des Vertriebs letztendlich bevorzugen, sind Wachstumschancen absehbar. Über solche weltweiten aber auch europäischen Trends be-

richten unter anderem Faith Popcorn in ihrem "Popcorn-Bericht" sowie in ihrem Buch "Clicking" und John Naisbitt in seinem Buch "Megatrends". **Das Verhalten der Konsumenten wird immer stärker geprägt von Cocooning und Clanning.** Typischerweise handelt es sich hier um zwei englische Begriffe, die eine einfache Bedeutung haben:

Cocooning meint nichts anderes, als dass sich der Konsument am liebsten in seinen Kokon einspinnt, das heißt in seinen vier Wänden am geborgensten fühlt. Die Engländer haben dafür schon sehr früh den Begriff des "my home is my castle" geprägt. Gemeint ist damit letztendlich, dass sich der Konsument aus der feindlichen Umwelt in seine vertrauten vier Wände zurückzieht und es sich dort gut gehen lässt. Denken Sie doch nur daran, wie viele Pizzalieferdienste es vor 10 Jahren gab und wie viele es heute sind. Sie können sich heute so gut wie alle Verbrauchsprodukte nach Hause liefern lassen.

Dennoch ist der Konsument nicht der "einsame Wolf", der nur zu Hause sitzt, sondern mit dem anderen Begriff, nämlich Clanning ist so etwas wie Cliqueswirtschaft gemeint, das heißt dass er sich am wohlsten in einer Gruppe fühlt. Und wer von Ihnen kennt das nicht bei seinen eigenen Kindern, die vor allem in der Clique stark sind und wo die Clique auch bestimmt, was in oder out ist.

Als weitere Trends lassen sich erkennen, dass der Konsument am liebsten dann kauft, wenn ein **Vertrauenklima** zwischen ihm und dem Verkäufer aufgebaut ist. Darüber hinaus erwartet er maßgeschneiderte, **individuelle Ansprache** und möglichst auch **individuelle Angebote**. **Der Trend** zum maßgeschneiderten Produkt, nicht nur in der Konfektion, ist offensichtlich. Weiterhin müssen die Produkte für den Kunden ein **vernünftiges Preis-Leistungsverhältnis** haben und ihm den **gewünschten Nutzen** bringen. Sie erkennen, dass gerade die persönliche und individuelle Betreuung durch den Vertriebsrepräsentanten (in Österreich als Warenpräsen-



[www.derdirektvertrieb.at](http://www.derdirektvertrieb.at)

tator bezeichnet) im Direktvertrieb und besonders im Network-Marketing den Trends im Konsumentenverhalten besonders entgegenkommt.

Das große Vertrauensverhältnis sowie die starke Bindung zwischen Vertriebsrepräsentant und Kunde zeigt auch eine aktuelle Studie aus Österreich aus dem Jahr 2004, die im Auftrag der Wirtschaftskammer erstellt wurde:

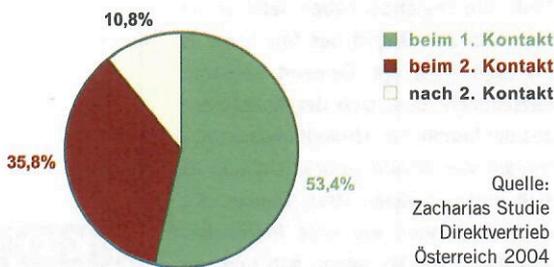


Abb. 6: Bei mir bestellen Kunden überwiegend...

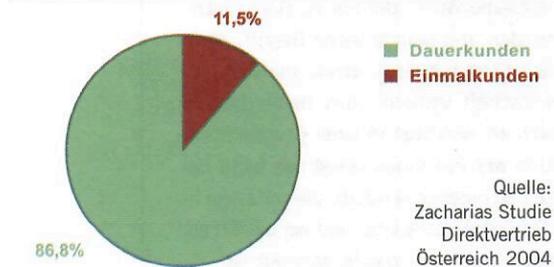


Abb. 7: Meine Kunden sind überwiegend...

Aber auch in der Wirtschaft gibt es eine Reihe von Trends, die die Bereitschaft im Direktvertrieb zu arbeiten, stark fördern:

- Die wachsende Arbeitsplatzunsicherheit, die durch den Personalabbau in den großen Konzernen noch gefördert wird, sowie die wachsende Globalisierung,
- der Trend zur Selbständigkeit und die zunehmende Akzeptanz einer selbständigen Beschäftigung in unserer Gesellschaft,

- die starke Verbreitung und kostengünstige Nutzung der Telekommunikation sowie von EDV und Personalcomputern, die noch vor 10 Jahren für einen Existenzgründer kaum erschwinglich waren.

Alle diese Trends bieten heute gerade für den Start in den Direktvertrieb enorme Chancen, dies verbunden mit der Möglichkeit, seine Geschäftstätigkeit von Zuhause aus im eigenen Büro abzuwickeln.

## 5. BEDEUTUNG DES DIREKTVERTRIEBS

Lassen Sie mich jetzt die Frage diskutieren, welche Bedeutung Direktvertrieb und Network-Marketing heute in Europa und der Welt haben. Im Gegensatz zum Einzelhandel hat der Direktvertrieb in den letzten 15 Jahren einen kontinuierlichen Zuwachs gehabt. Weltweit ist der Umsatz von ca. 33 Mrd. US \$ in 1988 auf rund 86 Mrd. US \$ in 2002 gestiegen (Abb. 8) und die Zahl der im Direktvertrieb Tätigen von 8 Mio. auf knapp 47 Mio. Menschen (Abb. 9). Die Situation in Europa ist vergleichbar. Der Gesamtumsatz ist hier von 1992 bis 2003 von 5,5 Mrd € auf 8,9 Mrd. € (Abb.10) gestiegen und die Zahl der Geschäftspartner von 1,4 auf 4,5 Mio. (Abb.11). Als typische Produkte im Direktvertrieb sind zu nennen: Kosmetik- und Körperpflege, Wellness, Haushalts- und Freizeitprodukte sowie Dienstleistungen aller Art. Einen Überblick über die Situation in Deutschland und insbesondere in Österreich bieten die weiteren Abbildungen:

## 6. DIE ENTWICKLUNG DES NETWORK-MARKETING

Network-Marketing ist die dynamischste Form im Direktvertrieb. Dies beweist die Entwicklung des Umsatzanteils der Vertriebsform Network-Marketing am Gesamtumsatz des Direktvertriebs. Er beträgt z. Z. in Deutschland nur ca. 25%, in England ca. 30% und in den USA bereits 74%, d.h. mehr als 3/4 des Direktvertriebsumsatzes wird in den USA in der Form des Network-Marketing erzielt und mehr als 83% der Vertriebsrepräsentanten haben sich in den USA dem System des Network-Marketing verschrieben.

Die Aufteilung zwischen Direktvertrieb und Network-Marketing in Europa zeigt folgendes Bild:

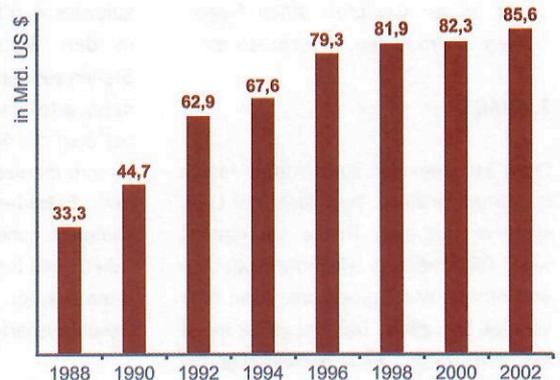


Abb. 8: Umsatzentwicklung weltweit  
Quelle: FEDSA, 2004

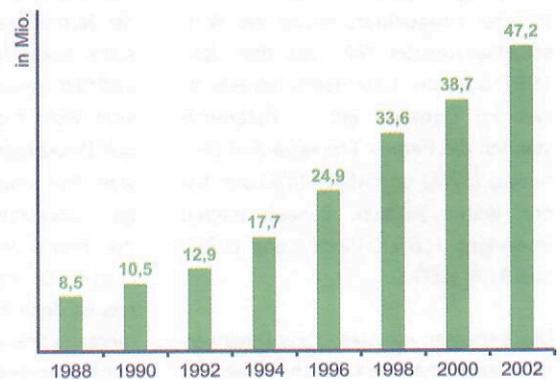


Abb. 9: Zahl der Geschäftspartner weltweit  
Quelle: FEDSA, 2004

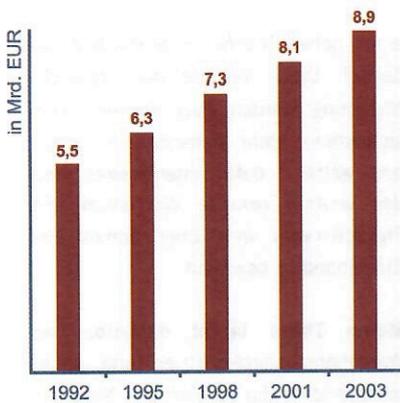


Abb. 10: Umsatzentwicklung in Europa  
Quelle: FEDSA, 2004, nur Mitglieder

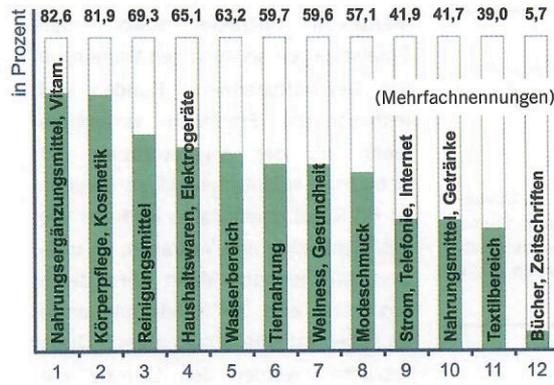


Abb. 13: Ich vertrete folgende Branchen,  
Quelle: Zacharias Studie Österreich, 2004

Aufbau. Während die großen Direktvertriebsunternehmen über 50.000 und mehr selbständige Partner verfügen, haben 55% der Direktvertriebsunternehmen weniger als 1.000 Warenpräsentatoren. Dies ist auch durch die große Zahl der noch sehr jungen Unternehmen in der Branche begründet. Die meisten Unternehmen vertreiben über diesen Weg Pro-

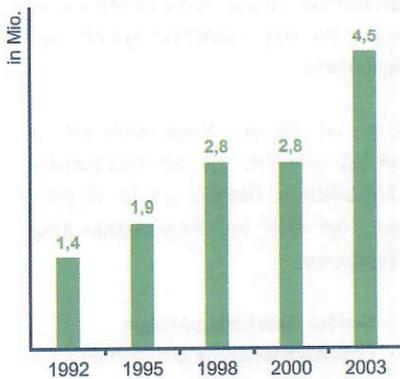


Abb. 11: Zahl d. Geschäftspartner in Europa  
Quelle: FEDSA, 2004, nur Mitglieder

Ihnen im Folgenden kurz wiedergeben möchte:

- Immer mehr deutsche Unternehmen setzen Network-Marketing als zusätzlichen oder ausschließlichen Vertriebsweg ein. Wenn auch die großen, umsatzstarken Unternehmen nach wie vor aus den USA stammen, benutzen zunehmend junge deutsche Unternehmen diesen Vertriebsweg. 65% der befragten Unternehmen stammen aus der Bundesrepublik.
- Typisch für Network-Marketing ist die Internationalität. Die internationale Präsenz der untersuchten Network-Marketing-Unternehmen zeigt, dass mehr als 25% der befragten Unternehmen in mehr als 10 Ländern aktiv sind, und damit ihren Warenpräsentatoren die Möglichkeit der Betätigung in ausländischen Märkten bieten.
- Die Vertriebsnetze sind noch im

Produkte der Nahrungsergänzung (Abb. 13). An 2. Stelle stehen bereits die Bereiche Körperpflege und Kosmetik, gefolgt von Reinigungsmittel und Haushaltswaren.

• Network-Marketing hat sich mit diesen Wachstumsraten in der Bundesrepublik in einer Reihe von Märkten voll etabliert und wird in den Folgejahren weiterhin große Zuwachsraten erzielen. Insgesamt lag der Umsatz dieser dynamischen Vertriebsform in Deutschland 2002 bei geschätzten 1,5 Mrd €. Doch entscheidend ist das zweistellige Umsatzwachstum im Vergleich zur Stagnation des Umsatzes im traditionellen Einzelhandel.

Eine umfangreiche Studie im Auftrag der Wirtschaftskammer über die Situation der Warenpräsentatoren im Direktvertrieb in Österreich gibt interessante Einblicke in die aktuelle Situation: So arbeiten rund 85 % der

Ich hatte zu Anfang festgestellt, dass es für Deutschland und Österreich keine Statistiken gibt, die die Bedeutung des Network-Marketing widerspiegeln. Aus diesem Grunde habe ich in den letzten Jahren mehrere eigene Studien und Erhebungen durchgeführt, die ich

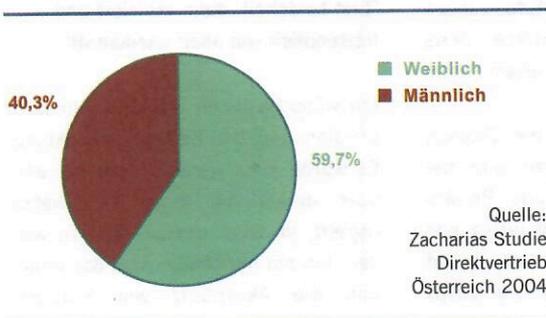


Abb. 12: Geschlecht der Warenpräsentatoren in Österreich

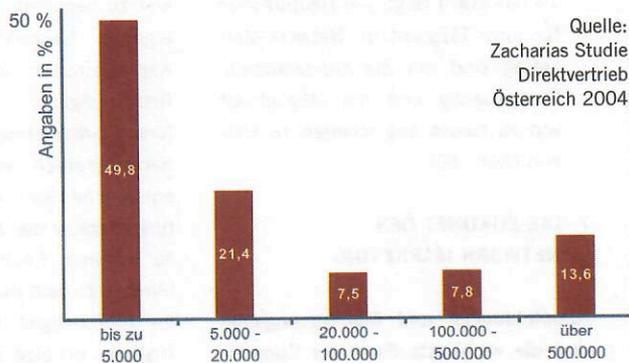


Abb. 14: Mein Standort ist in einer Gemeinde mit ... Einwohnern

Quelle:  
Zacharias Studie  
Direktvertrieb  
Österreich 2004

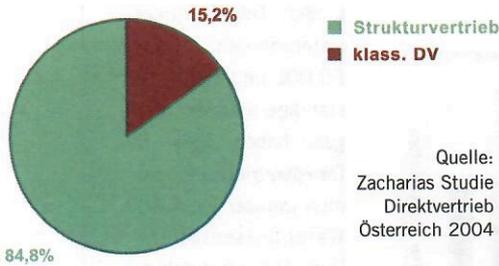


Abb. 15: Ich bin im ... tätig

im Direktvertrieb Tätigen in der dynamischen Form des Network-Marketing. Wir erreichen damit in Österreich fast amerikanische Verhältnisse. (Abb. 15)

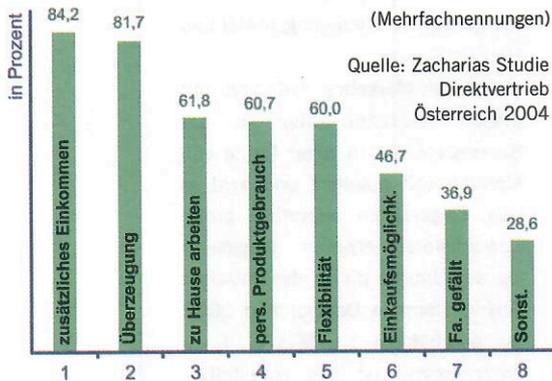


Abb. 16: Meine Hauptmotive für die Tätigkeit als Warenpräsentator sind ...

In Österreich haben in den letzten drei Jahren verstärkt Frauen diesen Vertriebsweg als neues und interessantes Berufsfeld entdeckt. Ihr Anteil ist von 47,6% auf 59,5% gestiegen. Diese Frauen und Männer sind vor allem in ländlichen Regionen tätig, wie die aktuelle Abbildung 14 aus 2004 zeigt. Die Hauptmotive für eine Tätigkeit im Network-Marketing sind ein Zusatzeinkommen, Überzeugung und die Möglichkeit von zu Hause aus arbeiten zu können (Abb. 16).

## 7. DIE ZUKUNFT DES NETWORK-MARKETING

„Empfehlungen und Mundpropaganda sind die wichtigste Form der Kommunikation in der Geschäftswelt“!

Menschen vertrauen sowohl den Empfehlungen als auch den Warnungen von Geschäftspartnern, Kunden und insbesondere Freunden wesentlich mehr als der Eigenwerbung der Anbieter. Kaufentscheidungen beruhen zu 80% auf emotionalen Faktoren wie z.B. Sympathie und Vertrauen. Je übersichtlicher der Markt wird desto unsicherer wird der Kunde und umso wichtiger ist die Empfehlung. Diese Tatsachen werden den Umsatz von Produkten und Dienstleistungen über das Network-Marketing-System weiter fördern, denn der Kunde erwartet Beratung und Service im Dschungel der erklärungsbedürftigen Produkte. Die Beratung soll dabei in einer angenehmen, heimischen Atmosphäre stattfinden. Da der Vertrieb über Network-Marketing die Kundenbindung stark fördert und **Wiederkaufsraten über 80%** keine Seltenheit sind, gilt es für den Warenpräsentator, systematisch die Kundenbeziehungen und das Eigenes Geschäft zu entwickeln. Durch Network-Marketing läßt sich sehr leicht ein so genanntes **Residualeinkommen** aufbauen, das heißt ein Einkommen, das unabhängig von dem persönlichen Vermittlungsvolumen ist, vergleichbar mit einem Zinseinkommen. Dies geschieht durch den systematischen Aufbau einer Network-Organisation – auch wenn diese Warenpräsentatoren nebenberuflich tätig sind. Das erwirtschaftete Einkommen ist ausschließlich umsatzabhängig.

Da dieses Vertriebssystem dem Einzelnen die Möglichkeit bietet, ohne große Investitionen eine selbständige Tätigkeit zu beginnen, ist der Aufbau eines eigenen Geschäfts praktisch ohne Kapitaleinsatz und vor allem ohne Risiko möglich.

Network-Marketing bietet die Chance, nebenberuflich einzusteigen und bei entsprechendem Ausbau und Bewährung daraus die Haupteinkunftsquelle zu machen. Doch möchte ich darauf hinweisen, dass monatliche Einkommen im fünfstelligen Bereich nicht kurzfristig zu erzielen sind, sondern dass es dazu Fleiß, Ausdauer, Schulung und

eines hohen Maßes an Selbstdisziplin bedarf. Diese Vorteile des Network-Marketing werden dazu führen, dass sich immer mehr Menschen in Europa und weltweit dafür interessieren und das weitere rasante Wachstum mit Zuwachsraten weit über denen des Einzelhandels bewirken.

**Meine These lautet deshalb:** Der Warenhandelsdirektvertrieb und dabei insbesondere die Spielart des Network-Marketing wird zum Wachstumsmotor Nr.1 im Konsumgütervertrieb und wird die Erfolge des Franchise-Systems in den Schatten stellen, weil es die gesellschaftlichen Trends erfüllt. Man bezeichnet heute Network-Marketing auch als das Franchise-System für Jedermann.

Eins ist sicher: Network-Marketing wächst schneller als der traditionelle Direktvertrieb. Deshalb gilt für diejenigen, die sich im Network-Marketing engagieren:

- **Seriöse Geschäftspraktiken**
- **Umsatzgenerierung als zentrale Aufgabe**
- **Systematischer Aufbau von stabilen Kunden- und Vertriebsstrukturen**
- **Information der Öffentlichkeit über diesen Vertriebsweg, denn Sie brauchen sich damit nicht zu verstecken sondern im Gegenteil, Network-Marketing hat die größten Zukunftschancen in Europa!**
- **Und last but not least geht Network-Marketing den Weg, den alle Innovationen gehen:**

**"Erst belächelt, dann kritisiert und letztendlich von allen anerkannt!"**

Ich wünsche Ihnen viel Erfolg in Ihrer privaten und beruflichen Entwicklung. Es würde mich freuen, wenn der eine oder andere von Ihnen die Chance ergreift, im Direktvertrieb tätig zu werden. Ich bin mir sicher, dass das Image und die Akzeptanz von Network-Marketing in der Zukunft verbessert wird und ich werde garantiert meinen Teil dazu beitragen. ■

Direkt aus dem Landesgremium Burgenland

## 30 Prozent mehr Mitglieder in 5 Jahren Information und Werbung wurden verstärkt



**A**uf ein erfolgreiches Jahr kann das Landesgremium Burgenland zurück blicken. Es wurde eine Fülle an neuem Info- und Werbematerial für die Mitglieder aufgelegt, das es ihnen erleichtern soll, ihrer verantwortungsvollen Tätigkeit mit noch mehr Erfolg nachzugehen.

Bereits mit Jahresbeginn wurde im Burgenland die neue, Österreich weit einheitliche Direktvertriebskarte ausgegeben, die die Mitgliedschaft beim Gremium dokumentieren soll. Neue Folder für die Werbung von Geschäftspartnern folgten alsbald und ab Herbst konnten auch solche zur Verteilung an Konsumenten den Mitgliedern zum Kauf angeboten werden. Ansprechend gestaltete Mappen stießen schon bei der Fachgruppentagung im Herbst auf reges Interesse der burgenländischen Mitglieder. Auch die Pins, die den Mitgliedern gratis überreicht werden, fanden Gefallen.

Eine umfassende Info-Broschüre steht den Mitgliedern in Form eines „Leitfadens für den Direktvertrieb“ seit wenigen Tagen zur Verfügung. Auch hier sind schon die ersten Bestellungen eingegangen, die sicher noch mehr werden. Sollten Sie Interesse an einer solchen Broschüre haben, können Sie sie als Mitglied um 7,- € beim Gremium bestellen, als Nichtmitglied um 10,- €.

Ein großer Erfolg war auch heuer wieder die Fachgruppentagung, die im September in Bad Tatzmannsdorf mit einem ansprechenden Rahmenprogramm durchgeführt wurde. Neues aus dem Bundes- und Landesgremium wurde durch einen interessanten Fachvortrag ergänzt. – Auch im kommenden Jahr soll wieder eine Fachgruppentagung stattfinden. Ort und Termin werden rechtzeitig festgesetzt und den Mitgliedern zur eigenen Terminplanung mitgeteilt.

Neben dem „Leitfaden zur Selbständigkeit“ bietet man im Burgenland auch nach wie vor für Interessenten in Zusammenarbeit mit dem WIFI den Kurs „Direktvertrieb – Chance für die Zukunft“ an. Mit Hilfe des Info- und Werbematerials hofft das Landesgremium Burgenland noch mehr Mitglieder zu bekommen – und den Erfolgstrend in den kommenden Jahren weiter fortzusetzen. In den letzten 5 Jahren ist die Mitgliederzahl ja um 30 Prozent, auf nunmehr 470 gestiegen. Damit befindet sich der Direktvertrieb an 2. Stelle im Handel, nur der Lebensmittelhandel hat mehr Mitglieder. „Und darauf können wir zu Recht stolz sein“ – so Obmann Fuchs.

Das Team des Gremiums Direktvertrieb Burgenland wünscht allen Mitgliedern schöne Weihnachtsfeiertage und alles Gute für das Neue Jahr.

Die Teilnehmer der Fachgruppentagung



Der Direktvertrieb  
WIRTSCHAFTSKAMMER BURGENLAND

Robert-Graf-Platz 1  
7001 Eisenstadt  
Tel.: 05 90 907/3320  
Fax: 05 90 907/3315

## Fachgruppentagung des Direktvertriebes mit Rekordbesuch

Direkt aus dem Landesgremium Steiermark

**Ü**ber 500 Warenpräsentatoren folgten der Einladung des Landesgremiums Direktvertrieb in den Europasaal der Wirtschaftskammer Steiermark zur diesjährigen Fachgruppentagung.

Spartenobmann-Stellvertreter Komm.Rat **Wolfgang Sauer** hob in seinen Grußworten das dynamische Wachstum des Direktvertriebes hervor, der mit über 3000 Warenpräsentatoren das mitgliederstärkste Gremium in der Sparte Handel bildet und er zollte der Branche seinen Respekt, dass in so einer großen Geschlossenheit aufgetreten werde.

Bundesgremialobmann **Erwin Stuprich** sprach über die zahlreichen Verbesserungen der Rahmenbedingungen, die den Direktvertrieb immer lukrativer machen, insbesondere die Verbesserung der Kleinunternehmerregelung für Frauen und die Aliquotierung der Unfallversicherung ab 2005.

Gremialobmann **Peter Krasser** freute sich über den großartigen Besuch der Tagung und wies auf die drei Schwerpunkte der

Gremialarbeit hin: **Schaffung günstiger Rahmenbedingungen:** Kleinunternehmerregelung, Senkung der Mindestbemessungsgrundlage, Aliquotierung der Unfallversicherungsbeitrages;

**Maßnahmen zur Imageförderung:** WIFI-Ausbildungsseminar „Direktvertrieb – Chance für die Zukunft (10.-27.November 2004), Direktvertriebsstudie von Prof. Dr. Zacharias, Legitimationskarte und viele positive Presseberichte;

**Serviceleistung für die Mitglieder:** Einführungskurs in Gewerbe-, Sozialversicherungs- und Steuerrecht, Informationsmappen für Interessenten und Mitglieder, Folder „Der Direktvertrieb – Ihre Chance zur Selbstständigkeit“, Folder „Der Direktvertrieb – die Alternative für Konsumenten“, Broschüre „Direktvertrieb – die Wachstumsbranche der Zukunft“, Homepageförderung (mit € 200,- zum eigenen Internetauftritt), Handyaktionen, Förderung des Fahrtechnikkurses, eigene **Website: [www.direktvertrieb.st](http://www.direktvertrieb.st)**

Den Höhepunkt des Abends bildete der

Vortrag des erfolgreichen Buchautors und amerikanischen Wirtschaftsjournalisten **Karl Pisl** zum Thema „Wem

gehört die Zukunft in Europa?“ Dabei verglich Pisl die Denk- und Arbeitsweise der Amerikaner mit den Europäern und stellte fest, dass Führungsqualitäten und die Investition in Menschen die wichtigsten Kriterien künftigen Wirtschaftens sind und er schrieb dem Direktvertrieb und insbesondere dem Network Marketing als naturkonformste Wirtschaftsweise die besten Zukunftschancen zu.

Den Abschluss fand der gelungene und motivierende Abend in einem von Obmann-Stv. **Erwin Teller** großartig organisierten Buffet, für das den Firmen Weingut Koleric, Steirerbrau, Hornig, Desserta, Sorger, Resch&Frisch und Beecom.cc für ihre Sponsorleistung zu danken ist.



**v.l.n.r.:**  
Knittelfelder, Pisl,  
Schweighofer, Krasser,  
Stuprich, Sauer



Der Direktvertrieb  
WIRTSCHAFTSKAMMER STEIERMARK

Körblergasse 111-113  
8021 Graz  
Tel.: 0316/601/570  
Fax: 0316/601/592

## Intensive Arbeit des Gremiums



KommR Walter Stummer, Obmann LG NÖ

„Im Direktvertrieb kann man nichts verdienen“, „Ist das nicht ein verbotenes Pyramidenspiel?“, „Das ist doch alles unseriös“: Um diese und ähnliche Vorurteile auszuräumen hielt Obmann KommR Stummer am 21. 10. in der Nähe von Hollabrunn vor 60 interessierten Zuhörern einen Vortrag über die Chancen im Direktvertrieb. Sachliche und fundierte Informationen sind für Obmann Stummer der entscheidende Faktor, um jenen Menschen, die manchmal mit Vorurteilen über den Direktvertrieb belastet sind, diese zu nehmen. Der **Vizebürgermeister KommR Schrimpl**, einige Stadträte, der Geschäftsstellenleiter des AMS Hollabrunn sowie viele andere prominente Gäste konnten begrüßt werden. Bei einer anschließenden Weinverkostung gab es nur positive Stimmen und Lob für den Direktvertrieb. In Rossatzbach (Bezirk Krems) hat Obmann Stummer am 16. November eine ähnliche Veranstaltung wie in Hollabrunn abgehalten. Es konnten ähnliche viele Teilnehmer wie in Hollabrunn begrüßt werden.

Der Öffentlichkeitsausschuss des Gremiums hat viele Akzente und Aktivitäten gesetzt und für 2005 vielfältige Veranstaltungen vorbereitet. Am **5. März 2005** wird im VAZ St. Pölten gemeinsam mit dem Landesgremium Wien zum 2. Mal die **Fachtagung** durchgeführt, wobei ein ganz bedeutender Sprecher aus Amerika engagiert wurde. Es werden 2.500 Besucher erwartet.

Das erste Halbjahr 2005 wird eine spannende Zeit werden. Nicht nur wegen der von 13. – 15. März stattfindenden Wirtschaftskammerwahl, bei der das Gremium eine hohe Wahlbeteiligung anstrebt. Es werden auch wieder Schulungen und Bezirkstammtische angeboten. An folgenden **Terminen** steht die bereits bekannte und hoch geschätzte Frau **Mag. Schubert** wieder zu Ihrer Verfügung:

- 18. 2. 2005, 18:00 Uhr WIFI Neunkirchen
- 19. 2. 2005, 14:00 Uhr WIFI St. Pölten
- 19. 2. 2005, 18:00 Uhr Bezirkstelle Amstetten
- 26. 2. 2005, 14:00 Uhr Bezirkstelle Horn

Außerdem dürfen wir Ihnen wieder die bewährten **Bezirkstammtische** ankündigen und hoffen auf Ihre rege Teilnahme. Beginnzeit der Stammtische ist jeweils 19:00 Uhr.

- 13. 01. 2005 Korneuburg, FA. Blaha
- 11. 01. 2005 Bezirkstelle Zwettl
- 11. 01. 2005 Bezirkstelle Baden
- 11. 01. 2005 WIFI Neunkirchen
- 11. 01. 2005 Tulln, Hotel zur Rosenmühle
- 11. 01. 2005 Bezirkstelle Melk

Nähere Informationen sowie die Möglichkeit zur Anmeldung erhalten Sie in Kürze per Post.

Da wir ständig an der Verbesserung unserer Serviceleistungen arbeiten sind wir für Anregungen, Wünsche und Beschwerden offen. Nur durch ihr Feedback können wir unsere Leistungen verbessern. Herr Mag. Mario Wolfram (01 – 534 66 1218, [mario.wolfram@wknoe.at](mailto:mario.wolfram@wknoe.at)) steht ihnen bei allen Problemen und Wünschen gerne zur Verfügung.



Herrngasse 10  
1014 Wien  
Tel.: 01/534 66/1621  
Fax: 01/534 66/1564

Direkt aus dem Landesgremium Salzburg



Alexander Christiani



Julius-Raab-Platz 1  
5027 Salzburg  
Tel.: 0662/88 88/259  
Fax: 0662/88 88/583

## „Weck den Sieger in Dir!“ So finden Sie Ihre persönlichen Motivationsknöpfe

Nach der großartigen Veranstaltung mit Prof. Dr. Michael Zacharias im Herbst plant das Landesgremium bereits den nächsten Höhepunkt. Am **Samstag, 05.03.2005** ist ein Vortrag mit dem Top Referenten **Alexander Christiani** zum Thema Selbstmotivation im MEC Berghem geplant. Alexander Christiani ist einer der führenden Experten zum Thema „Coaching von Erfolgspersönlichkeiten“ und zählt zu den gefragtesten Beratern führender Spitzenleister aus Wirtschaft, Wissenschaft und Sport. Seminarernehmer und Unternehmen, die er coacht, erreichen regelmäßig Top-Ergebnisse, die von vielen vorher für unmöglich gehalten worden sind. Dies gilt für Unternehmen genauso wie für Sportteams, Einzelpersonen und Vertriebsorganisationen mit mehr als 1.000 Teilnehmern pro Seminar. Seinen hervorragenden Ruf begründete

Christiani, der mit mehr als 2.500 Veranstaltungen in ca. 20 Jahren einer der meistgefragten Referenten im deutschsprachigen Raum ist, durch seinen fesselnden Vortragsstil und das von ihm entwickelte Intensiv-Training, mit dem er Menschen immer wieder aufs Neue erreicht und bei ihnen messbare Ergebnisse zum Positiven bewirkt. Er hat selbst dort Erfolg, wo viele vor ihm bereits scheiterten.

Lehren und Lernen als lebendiger Austausch war von Anfang an sein Motto. Dabei versteht er es, auf ungewöhnliche Weise die Erkenntnisse aus den unterschiedlichsten Wirtschafts- und Wissenschaftszweigen zu einem einzigartigen und in sich stimmigen Konzept zu verbinden.

Alexander Christiani ist Berater, Coach und Trainer aus Leidenschaft. Das ist für jeden zu spüren, der ihm begegnet. Begeisterung, die aus dem Herzen

kommt, ist ansteckend: Seit 20 Jahren inspiriert er die Menschen, die mit ihm arbeiten. Sein eigener und der Erfolg seiner Kunden beweist, dass berufliche Spitzenleistung untrennbar verbunden ist mit persönlichem Wachstum, Balance aller Lebensbereiche, Flexibilität und Offenheit.

Wer jemals Alexander Christiani vor mehreren Tausend Teilnehmern in Aktion erlebt hat, der weiß, dass Christiani es versteht, die Zuhörer durch seine Persönlichkeit und Ausstrahlung zu fesseln und zu überzeugen. Seine lebhafteste Vortragsart und seine Fähigkeit, auf die Zuhörer einzugehen, begeisterte in den letzten Jahren über 100.000 Teilnehmer seiner Live-Seminare.

Wir freuen uns auf Ihr zahlreiches Erscheinen und bitten Sie bereits jetzt, diesen Termin vorzumerken. Eine Einladung wird Ihnen zeitgerecht zugehen!

Direkt aus dem Landesgremium Burgenland

## 30 Prozent mehr Mitglieder in 5 Jahren Information und Werbung wurden verstärkt

**A**uf ein erfolgreiches Jahr kann das Landesgremium Burgenland zurückblicken. Es wurde eine Fülle an neuem Info- und Werbematerial für die Mitglieder aufgelegt, das es ihnen erleichtern soll, ihrer verantwortungsvollen Tätigkeit mit noch mehr Erfolg nachzugehen.

Bereits mit Jahresbeginn wurde im Burgenland die neue, Österreich weit einheitliche Direktvertriebskarte ausgegeben, die die Mitgliedschaft beim Gremium dokumentieren soll. Neue Folder für die Werbung von Geschäftspartnern folgten alsbald und ab Herbst konnten auch solche zur Verteilung an Konsumenten den Mitgliedern zum Kauf angeboten werden. Ansprechend gestaltete Mappen stießen schon bei der Fachgruppentagung im Herbst auf reges Interesse der burgenländischen Mitglieder. Auch die Pins, die den Mitgliedern gratis überreicht werden, fanden Gefallen.

Eine umfassende Info-Broschüre steht den Mitgliedern in Form eines „Leitfadens für den Direktvertrieb“ seit wenigen Tagen zur Verfügung. Auch hier sind schon die ersten Bestellungen eingegangen, die sicher noch mehr werden. Sollten Sie Interesse an einer solchen Broschüre haben, können Sie sie als Mitglied um 7,- € beim Gremium bestellen, als Nichtmitglied um 10,- €.

Ein großer Erfolg war auch heuer wieder die Fachgruppentagung, die im September in Bad Tatzmannsdorf mit einem ansprechenden Rahmenprogramm durchgeführt wurde. Neues aus dem Bundes- und Landesgremium wurde durch einen interessanten Fachvortrag ergänzt. – Auch im kommenden Jahr soll wieder eine Fachgruppentagung stattfinden. Ort und Termin werden rechtzeitig festgesetzt und den Mitgliedern zur eigenen Terminplanung mitgeteilt.

Neben dem „Leitfaden zur Selbständigkeit“ bietet man im Burgenland auch nach wie vor für Interessenten in Zusammenarbeit mit dem WIFI den Kurs „Direktvertrieb – Chance für die Zukunft“ an.

Mit Hilfe des Info- und Werbematerials hofft das Landesgremium Burgenland noch mehr Mitglieder zu bekommen – und den Erfolgstrend in den kommenden Jahren weiter fortzusetzen. In den letzten 5 Jahren ist die Mitgliederzahl ja um 30 Prozent, auf nunmehr 470 gestiegen. Damit befindet sich der Direktvertrieb an 2. Stelle im Handel, nur der Lebensmittelhandel hat mehr Mitglieder. „Und darauf können wir zu Recht stolz sein“ – so Obmann Fuchs.

Das Team des Gremiums Direktvertrieb Burgenland wünscht allen Mitgliedern schöne Weihnachtsfeiertage und alles Gute für das Neue Jahr.

Die Teilnehmer der Fachgruppentagung



**WKOB**

Der Direktvertrieb  
WIRTSCHAFTSKAMMER BURGENLAND

Robert-Graf-Platz 1  
7001 Eisenstadt  
Tel.: 05 90 907/3320  
Fax: 05 90 907/3315

## Fachgruppentagung des Direkt aus dem Landesgremium Steiermark Direktvertriebes mit Rekordbesuch

**Ü**ber 500 Warenpräsentatoren folgten der Einladung des Landesgremiums Direktvertrieb in den Europasaal der Wirtschaftskammer Steiermark zur diesjährigen Fachgruppentagung.

Spartenobmann-Stellvertreter Komm.Rat **Wolfgang Sauer** hob in seinen Grußworten das dynamische Wachstum des Direktvertriebes hervor, der mit über 3000 Warenpräsentatoren das mitgliederstärkste Gremium in der Sparte Handel bildet und er zollte der Branche seinen Respekt, dass in so einer großen Geschlossenheit aufgetreten werde.

Bundesgremialobmann **Erwin Stuprich** sprach über die zahlreichen Verbesserungen der Rahmenbedingungen, die den Direktvertrieb immer lukrativer machen, insbesondere die Verbesserung der Kleinstunternehmerregelung für Frauen und die Aliquotierung der Unfallversicherung ab 2005.

Gremialobmann **Peter Krasser** freute sich über den großartigen Besuch der Tagung und wies auf die drei Schwerpunkte der

Gremialarbeit hin: **Schaffung günstiger Rahmenbedingungen:** Kleinstunternehmerregelung, Senkung der Mindestbemessungsgrundlage, Aliquotierung der Unfallversicherungsbeitrages;

**Maßnahmen zur Imageförderung:** WIFI-Ausbildungsseminar „Direktvertrieb – Chance für die Zukunft (10.-27.November 2004)“, Direktvertriebsstudie von Prof. Dr. Zacharias, Legitimationskarte und viele positive Presseberichte;

**Serviceleistung für die Mitglieder:** Einführungskurs in Gewerbe-, Sozialversicherungs- und Steuerrecht, Informationsmappen für Interessenten und Mitglieder, Folder „Der Direktvertrieb – Ihre Chance zur Selbstständigkeit“, Folder „Der Direktvertrieb – die Alternative für Konsumenten“, Broschüre „Direktvertrieb – die Wachstumsbranche der Zukunft“, Homepageförderung (mit € 200,- zum eigenen Internetauftritt), Handyaktionen, Förderung des Fahrtechnikurses, eigene **Website: [www.direktvertrieb.st](http://www.direktvertrieb.st)**

Den Höhepunkt des Abends bildete der

Vortrag des erfolgreichen Buchautors und amerikanischen Wirtschaftsjournalisten **Karl Pils** zum Thema „Wem

**gehört die Zukunft in Europa?“** Dabei verglich Pils die Denk- und Arbeitsweise der Amerikaner mit den Europäern und stellte fest, dass Führungsqualitäten und die Investition in Menschen die wichtigsten Kriterien künftigen Wirtschaftens sind und er schrieb dem Direktvertrieb und insbesondere dem Network Marketing als naturkonformste Wirtschaftsweise die besten Zukunftschancen zu.

Den Abschluss fand der gelungene und motivierende Abend in einem von Obmann-Stv. **Erwin Teller** großartig organisierten Buffet, für das den Firmen Weingut Koleric, Steirerbrau, Hornig, Desserta, Sorger, Resch&Frisch und Beecom.cc für ihre Sponsorleistung zu danken ist.



v.l.n.r.:  
Knittelfelder, Pils,  
Schweighofer, Krasser,  
Stuprich, Sauer

**WKOB**

Der Direktvertrieb  
WIRTSCHAFTSKAMMER STEIERMARK

Körblergasse 111-113  
8021 Graz  
Tel.: 0316/601/570  
Fax: 0316/601/592



**400** Mitglieder und Freunde des Direktvertriebes sind am 20. November 2004 der Einladung der Tiroler Direktvertriebes zum Vortrag der bekannten Trainerin **Claudia E. Enkelmann** gefolgt.

Nicht nur die 400 Teilnehmer, auch die anwesenden Ehrengäste gaben dieser Fachtagung wieder die besondere Note. **Gremialobfrau Adele Kux** hieß besonders den scheidenden Präsidenten der Wirtschaftskammer Tirol, **Komm.Rat Dr. Hansjörg Jäger**, den Spartenobmann und neuen Präsidenten, **Komm.Rat Dr. Jürgen Bodenseer**, **BGO Erwin Stuprich**, den Vorarlberger **Gremialobmann Gebhard Hämerle**, Spartengeschäftsführer **Dr. Georg Stoffaneller** sowie die Stellvertreter und Ausschussmitglieder herzlich willkommen und freute sich über die große Zahl

Direkt aus dem Landesgremium Tirol

## Claudia E. Enkelmann in Tirol

der Teilnehmer an der Veranstaltung. Präsident Dr. Hansjörg Jäger, der in den letzten Jahren jede Fachgruppentagung des Tiroler Direktvertriebes besuchte, wies in einer sehr herzlichen Rede auf die stetig wachsende Bedeutung des Direktvertriebes im Wirtschaftsgefüge hin und überraschte die Gremialobfrau Adele Kux durch die feierliche Überreichung der Silbernen Ehrenmedaille für besondere Verdienste um die Tiroler Wirtschaft.

Spartenobmann und designerter Präsident Dr. Jürgen Bodenseer zeigte sich beeindruckt vom großen Interesse der Mitglieder an unseren Kammerversammlungen. Er sieht den Erfolg des Direktvertriebes vor allem in der persönlichen Ansprache der Kunden und betrachtet es als ein wichtiges Ziel der Wirtschaftskammer, für diesen Bereich der Kleinst-, Klein- und mittleren Unternehmen die Rahmenbedingungen weiter zu verbessern. Auch Dr. Bodenseer konnte mit einer Überraschung aufwarten. Er überreichte Herrn **Karl Walter Kux** die Silberne Ehrennadel der Sparte Handel für besondere Verdienste im Bereich des Tiroler Handels. In seiner Rede würdigte Dr. Bodenseer die konstante Arbeit des Herrn Kux für den Tiroler Direktvertrieb, auch im Bereich eines eigenen Gewerbescheines in den Anfangsjahren. Diese

erfolgreiche Arbeit hat sicher dazu beigetragen, dass in Tirol immer sozialer Frieden zwischen den einzelnen Berufsgruppen herrschte.

In seinen Grußworten verwies Bundesgremialobmann Erwin Stuprich auf die erfolgreiche Arbeit des Bundesgremiums der letzten Jahre. Der Bogen des Leistungskataloges reichte von der Mitgliedskarte über Folder, Homepage, Kleinstunternehmerregelung, Pauschalierungsmöglichkeiten usw. bis zum Handelsvertretergesetz. Auch Bundesgremialobmann Stuprich kam nicht mit leeren Händen nach Tirol. Gemeinsam mit Obfrau Kux ehrte er den längstdienenden Obmannstellvertreter (1992 bis 2003) Herrn **Friedrich Eller**, welcher schon Ausschussmitglied im gemeinsamen Gremium mit den Handelsagenten von 1990 bis 1992 war, sowie den Spartengeschäftsführer Dr. Georg Stoffaneller.

„Mit Liebe, Lust & Leidenschaft zum Erfolg“ begann die bekannte Erfolgs- und Motivationstrainerin Claudia E. Enkelmann ihren Vortrag. Frau Enkelmann, Tochter von Nikolaus Enkelmann, studierte Psychologie und Soziologie und wurde bekannt als Autorin und Trainerin für private und berufliche Erfolgsstrategien.



**Foto links oben:**  
v.l.n.r.: Stuprich, Eller, Kux

**Foto links unten:**  
v.l.n.r.: Stuprich, Bodenseer, Jäger, Kux, Engl

**Foto rechts oben:**  
Enkelmann

**Foto rechts unten:**  
v.l.n.r.: Kux, Jäger

Direkt aus dem Landesgremium Kärnten

## Direktvertriebstag

**A**m 5. November 2004 fand in Klagenfurt der Direktvertriebstag statt. Die Teilnehmer kamen in den Genuss äußerst interessanter Vorträge zu den Themen Direktvertrieb und Marken.

**Mag. Christian Inzko** erklärte die Situation von Unternehmen des „Network Marketing im Internet“. Er bekräftigte dabei die Vorteile des Direktvertriebes. Er konnte einige interessante Möglichkeiten zeigen, das Internet für das tägliche Geschäft zu nutzen.

Die Gastsprecherin, Frau **Karin Thiele** aus Bonn, ist Markenexpertin und berät großer Unternehmen u.a. internationale Konzerne wie Kodak, Rolex, Alfa Romeo, Walt Disney, Nestlé und Unilever. Beim Direktvertriebstag sprach sie über „Erfolg durch Positionierung“.

Mit dem Credo „Menschen kaufen Emo-

tionen!“ erklärte Frau Thiele die Kaufmotive von Konsumenten: Die physische Hülle dieser Emotionen ist die Marke. Und deren Fundament ist die eigene Positionierung. Frau Thiele bekräftigte, dass sich jeder seiner besonderen Stärken bewusst sein soll, sich auf diese konzentrieren und diese den Kunden mitteilen müsse. Generalisten sind out, spezialisieren Sie sich auf einen Teil Ihres Sortimentes oder auf eine bestimmte Zielgruppe!

Erklären Sie Ihren Kunden, welche rationalen und emotionalen Nutzen Sie ihnen bringen, welche ihrer Probleme Sie besonders gut lösen können. „Nicht die Fleißigsten kommen am schnellsten voran, sondern jene, die am besten wissen, wie menschliche Bedürfnisse befriedigt werden können!“



Reden Sie mit Ihren Kunden und Interessenten regelmäßig über die Bedürfnisse, die Sie mit Ihrem Angebot befriedigen können und auf welche Art Sie „gute Gefühle“ vermitteln können, denn das ist, was der Kunde letztendlich will.

Seien Sie dabei authentisch, passend zur Marke und zur Zielgruppe! Menschen mögen Menschen, die so sind wie sie selbst.

Das anschließende, reichhaltige Buffet bot den Teilnehmern Gelegenheit, mit Geschäftspartnern, Vertretern der Wirtschaftskammer und der Gastsprecherin Meinungen und Erfahrungen auszutauschen.

LGO Franz Theuermann (ganz rechts) und Spartengeschäftsführer Mag. Nikolaus Gstättnner (ganz links) freuen sich gemeinsam mit dem Moderator Bernd Rohr (zweiter von rechts) und den Top-Referenten Mag. Christian Inzko und Karin Thiele über die gelungene Veranstaltung



Meinhardstraße 12-14  
6020 Innsbruck  
Tel.: 05 90 905/1432  
Fax: 05 90 905/1337



Europaplatz 1  
9020 Klagenfurt  
Tel.: 05 90 904/300  
Fax: 05 90 904/314

Direkt aus dem  
Landesgremium  
Oberösterreich

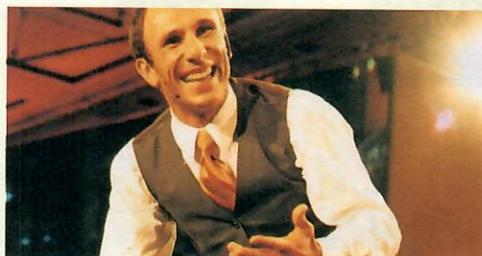


Hessenplatz 3  
4010 Linz  
Tel.: 05 90 909/4350  
Fax: 05 90 909/4359

## DV-Event am 4. März 2005 in der Kürnberghalle

Im März nächsten Jahres ist ein Direktvertriebs-Event für alle Mitglieder, Multiplikatoren, Unternehmer und Interessenten der Branche geplant. Die Begrüßungsworte werden durch den WK-Präsidenten Dr. Christoph Leitl erfolgen. Prof. Dr. Michael M. Zacharias wird über die Wachstumsbranche der Zukunft informieren.

Den Höhepunkt des besonderen Abends stellt Europas Persönlichkeitstrainer Nr. 1 **Jörg Löhr** mit dem Thema „**Mit Begeisterung zum Erfolg**“ dar. Reservieren Sie sich diesen Termin bereits jetzt – eine Einladung zu diesem Event folgt rechtzeitig.



## Vom Wunsch zur Wirklichkeit

Direkt aus dem  
Landesgremium  
Vorarlberg



Andreas Goldemann

**G**O Gebhard Hämmerle begrüßte über 100 Mitglieder zu einem Vortragsabend, in dessen Verlauf der Referent Andreas Goldemann sehr nachvollziehbar verdeutlichte wie mit der richtigen Einstellung und der Ausnutzung unserer geistigen Fähigkeiten Erfolge einfacher erzielbar sind. Konzentration und kreative Leistungen sind mit einfachen Mitteln verbesserbar.

Schon der bewusste Einsatz von Sprache ist ein erster Schritt auf der Leiter des Erfolgs. Der Engländer erntet (earn money) Geld, in Amerika wird sogar Geld gemacht, denn der Amerikaner, auf sein Einkommen befragt, makes xxx Dollars. Nur wir ver „dienen“ uns sauer und katzenbuckelnd unser Geld. Einstellungsache also, ob ein Einkommen zu erwirtschaften lustvoll, oder manchmal nur unbewusst, als unangenehme Schinderei empfunden wird.

Weiters ging Goldemann auch auf die Funktionsweisen des Gehirns ein. Hier

steckt aus seiner Sicht ein unglaubliches Reservoir an Möglichkeiten verborgen. Zahllose Beispiele, die jeder der Zuhörer selbst schon oft erlebte, veranschaulichten was gemeint war.

Jeder hat schon erlebt, dass man an eine Person denkt und einige Minuten später ruft diese an. Oder die „deja vu“-Erlebnisse – man glaubt völlig unvorhersehbare Situationen schon einmal erlebt zu haben – sind eine bekannte Tatsache. Auch die Lösung, für ein Problem, welches man einmal „überschlafen“ hat, ist eine Leistung des Gehirns, die allseits bekannt ist aber viel zuwenig genutzt wird. In diesem Bereich sind durch den Einsatz bestimmter Techniken und ein gezieltes Versetzen in die notwendigen Schwingungen scheinbar unfassbare Leistungen ermöglichen. Im Hochleistungssport ist der Einsatz dieser Techniken üblich, im Bereich der unternehmerischen Tätigkeiten und im Privatleben aber noch viel zuwenig verbreitet.

Das Problem der unterschiedlichen Wahrnehmung ist ebenfalls ein Punkt, der oft Erfolge im Weg steht. Die Sichtweise des Gegenübers einmal anzunehmen kann extrem hilfreich sein. Weiters hilft das Denken in Bildern zu verblüffenden Gedächtnisleistungen, was Goldemann an Hand eines weiteren witzigen Beispiels Wahrhaft vor Augen führte.

„Seien Sie offen und neugierig wie ein kleines Kind, verlassen Sie Ihre eingefahrene Komfortzone und lassen sie Altes los. Nur dann haben Sie die Hände frei um neue Chancen mit beiden Händen packen zu können.“

Der am 25. November durchgeführte Abendvortrag war so interessant und aus Sicht der Teilnehmer so fesselnd, dass an die Durchführung eines mehrtägigen Seminars gedacht wird um vor allem dem Erlernen der verschiedenen Techniken zur Eigenprogrammierung entsprechenden zeitlichen Rahmen widmen zu können.

## Landesgremium Wien setzt konsequente Öffentlichkeitsarbeit fort

Direkt aus den Landesgremium Wien

**D**as Landesgremium Wien hat in punkto Öffentlichkeitsarbeit auch für das nächste Jahr einiges vor.

Als Highlight im Frühjahr wird wieder gemeinsam mit dem Landesgremium Niederösterreich eine **Fachtagung am 5. März 2005** im VAZ St. Pölten stattfinden. Als besonderer Höhepunkt ist ein Vortrag eines anerkannten Trainers vorgesehen. Es werden wieder zahlreiche interessierte Mitglieder erwartet.

Neugestaltet wurde die Wiener Seite der Homepage [www.derdirektvertrieb.at](http://www.derdirektvertrieb.at), auf der man viele nützliche Informationen über die Branche erhält.

Darüber hinaus sind über das Landesgremium neue Publikationen zum Thema Direktvertrieb wie z.B. der Folder für Konsumenten, der Leitfaden für Selbständige im Direktvertrieb etc. erhältlich.

In Kürze wird eine Spezialausgabe direkt-

vertrieb.biz unter dem Titel „Direktvertrieb: die Wachstumsbranche der Zukunft“ erscheinen, welche die brandneue Studie über den Direktvertrieb von Prof. Dr. Michael Zacharias zum Inhalt hat.

Für Anfragen steht die Gremialkanzlei jederzeit gerne zur Verfügung

Tel.: 01 51450-3251

oder

E-Mail: [andreas.gurghianu@wkwa.at](mailto:andreas.gurghianu@wkwa.at)



Schwarzenbergplatz 14  
1040 Wien  
Tel.: 01/514 50/3254  
Fax: 01/505 26 47

# Erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit

**D**as Landesgremium OÖ des Direktvertriebes startete 2004 eine umfangreiche PR-Kampagne, die sich an den Konsumenten, den Warenpräsentator und die Neugründer richtet. Der Direktvertrieb wird in seinen verschiedensten Facetten dargestellt und soll dem Unternehmer ein positives Image schaffen und den Konsumenten über die Branche sowie die rechtlichen Rahmenbedingungen aufklären. All jenen, die sich für diese Vertriebsform interessieren, soll aufgezeigt werden, dass eine Gewerbeanmeldung kein Problem mehr ist. Die verschiedensten, bereits geschalteten PR-Texte sowie Inserate wurden in einem Medienspiegel zusammengestellt, der für die Mitglieder erhältlich ist. Derzeit werden Testimonials mit bekannten Persönlichkeiten zu einigen prägnanten Themen entwickelt.



## Statistik

# Der Direktvertrieb weiter im Vormarsch.



- Aktive Mitglieder in den Bundesländern per 3. Quartal 2004**
- Wien 1.372
  - Niederösterreich 2.654
  - Oberösterreich 2.287
  - Salzburg 804
  - Steiermark 1.947
  - Kärnten 609
  - Tirol 752
  - Vorarlberg 433
  - Burgenland 311

## Interview

Fortsetzung  
von Seite 7

### Hat Ihre berufliche Tätigkeit zu großen Veränderungen geführt?

Ja, schon. Ich habe mich persönlich rasch weiterentwickelt und habe vor allem wunderbare Menschen kennengelernt, die ich sonst nicht kennengelernt hätte und die ich in meinem Leben nicht missen möchte. Bei meinem früheren Job als Dekorateurin, stand ich tagelang alleine auf einer Leiter oder Gerüst und habe vor mich hin gearbeitet, jetzt arbeite ich in einem Team und helfe auch anderen Leuten erfolgreich zu sein. Und das bereichert mein Leben ungemein. Was auch wunderbar ist, ich habe gelernt Träume zu haben und diese zu meinem Lebensziel zumachen.

### Können Sie sich ein Leben ohne Beruf vorstellen?

Nein, eigentlich nicht. Es tut sehr gut auch Erfolge außerhalb der Familie zu haben. Weil diese Erfolge schneller

sichtbar sind als die kleinen Meilensteine innerhalb der Familie. Und sich auch mit anderen Themen und Menschen auseinandersetzen finde ich eine große Bereicherung. Aber natürlich gibt es auch Tage, an denen ich mir wünsche einen Job zu haben, bei dem ich um 8 Uhr außerhaus gehe und um 17 Uhr wiederkomme.

### Werden Sie durch Ihren Mann, der ja selbst berufstätig ist, unterstützt?

Ja. Vorallem ist er auch sehr flexibel. Bei Abendterminen habe ich noch nie ein „ach, muß das sein“ oder gar ein „Nein“ gehört. Dann übernimmt er die Kinderbetreuung.

### Gibt es da eine konkrete Arbeitsteilung?

Nun ja, wie soll ich sagen... Er ist der „Finanzminister“ und hat es nicht immer leicht mit mir.

### Wo sehen Sie das Geheimnis Ihres Erfolges?

Ich liebe die Philosophie und die Produkte des Konzerns, mit dem ich zusammenarbeite. Da ich so vollkommen dahinter stehen kann macht es mir große Freude sie mit anderen zu teilen. Ich habe nie aufgegeben. Und ich habe gelernt an Zurückweisungen der Familie und Freunden nicht zu verzweifeln.

### Gibt es neben den Kindern, Haushalt, Schule, Ehemann noch Hobbies, die Sie ausüben können?

Dank MLM kann ich mir die Zeit einteilen und so finde ich Zeit für mein Hobby, bei dem ich auch oft herrliche Ideen bekomme und beim Unkraut austechen auch mal meinen Ärger abbauen kann. Unseren Garten zu gestalten ist mein Lieblings-Hobby.



## WIFI Kursangebote – Direktvertrieb

Kurs	Ort	Datum und Zeit	Kosten	Kursdauer
<b>Kärnten</b>				
Aufbaukurs für den erfolgreichen Start ins eigene Unternehmen – im Direktvertrieb	WIFI-Hauptgebäude	5. 4.–26. 4. 2005 jew. Di, 18:30–22:00	150,-	16 Einheiten
Fachlicher Basiskurs für den erfolgreichen Start ins eigene Unternehmen – im Direktvertrieb	WIFI-Hauptgebäude	2. 4. 2005 08:00–16:00	80,-	8 Einheiten
<b>Niederösterreich</b>				
Direktvertrieb – Chance für die Zukunft	WIFI St. Pölten	15. 2.–15. 3. 2005 jew. Di, 18:00–21:30	195,-	28 Einheiten
Direktvertrieb – Chance für die Zukunft	WIFI Mödling	25. 4.–30. 5. 2005 jew. Mo, 18:00–21:30	195,-	28 Einheiten
<b>Oberösterreich</b>				
Direktvertrieb – Chance für die Zukunft	WIFI Linz	1. 3.–15. 3. 2005 Di u. Do 18:30–21:45, 12. 3. 2005, Sa 8:30–16:00	390,-	28 Einheiten
<b>Salzburg</b>				
Direktvertrieb – Chance für die Zukunft	WIFI Salzburg	28.–29. 1. 2005 Fr 14:00–19:00, Sa 09:00–18:00	180,-	
<b>Steiermark</b>				
Direktvertrieb – Chance für die Zukunft	WIFI Graz	13. 4.–30. 4. 2005 Mi 18:00–22:00, Sa 9:00–17:00	390,-	28 Einheiten

**Burgenland:** Noch keine Termine fixiert. Anmeldung jedoch schon möglich.

**Tirol und Wien:** noch keine Termine fixiert

**Kopieren und an Mitarbeiter und Freunde des Direktvertriebes weitergeben!**

An die Redaktion  
DIREKTVERTRIEB.BIZ  
GFÖHL 8  
A-3053 LAABEN

**ANTWORTSCHREIBEN DIREKTVERTRIEB.BIZ**

einfach in ein frankiertes Kuvert stecken  
und an obige Adresse senden  
oder per Fax: +43/2774 8725

**ABO-BESTELLUNG DIREKTVERTRIEB.BIZ**

bitte die gewünschten Bereiche ankreuzen

JA, ICH HABE INTERESSE AN DER ZEITUNG **DIREKTVERTRIEB.BIZ** UND **BESTELLE** DIESE IM ABO. DIE ZEITUNG ERSCHEINT EINMAL IM QUARTAL. DER **INLANDS-ABO-PREIS** BETRÄGT FÜR 4 AUSGABEN: € 16,- INKL. MWST. DER **AUSLANDS-ABO-PREIS** BETRÄGT FÜR 4 AUSGABEN: € 19,- INKL. MWST. BEI NICHT-KÜNDIGUNG VERLÄNGERT SICH DAS ABO AUTOMATISCH UM WEITERE 4 AUSGABEN. KÜNDIGUNGEN HABEN SCHRIFTLICH ZU ERFOLGEN.

JA, ICH HABE INTERESSE AN EINEM REGELMÄSSIGEN **E-MAIL-NEWSLETTER** UND MÖCHTE DIESEN AN MEINE PERSÖNLICHE E-MAIL-ADRESSE: (BITTE E-MAIL-ADRESSE ANGEBEN) DIESER NEWS-LETTER IST KOSTENLOS. ES BESTEHEN KEINE GEGENSEITIGEN VERPFLICHTUNGEN UND ICH KANN DIESEN NEWS-LETTER JEDERZEIT ABBESTELLEN.

.....@.....  
meine E-Mail-Adresse (bitte anführen)

**NEWS-LETTER THEMENBEREICHE** (Ich interessiere mich besonders für folgende Bereiche rund um den Direktvertrieb / MLM)

Nationale und internationale Daten, Fakten und Analysen / Statistiken

Weiterbildung / Seminare / Training / Motivation / Schulungen

Alles rund ums Büro / Organisation

Allgemeine rechtliche Bestimmungen in Österreich / News

Gewerbeordnung in Österreich / Gewerbeschein

Alles rund um das Internet / Neue Medien

Steuerrechtliche Informationen und Expertenmeinungen

Förderungen / Jungunternehmer

News zu meiner Branche / meinen Produkten

GSVG - Informationen Alles rund um die Sozialversicherung

Die Interessenvertretung ganz in Ihrer Nähe - Wirtschaftskammer Österreich

bitte hier die Branche angeben z.B. Körperpflege, Nahrungsergänzung, ...

Vorname

Nachname

PLZ

Ort

Geburts-Datum

Straße / Hausnr.

Telefon

Fax

Ich bin NICHT Mitglied bzw. ruhendes Mitglied beim Landesgremium Direktvertrieb/WKÖ

JA, ich bin AKTIVES Mitglied beim Landesgremium Direktvertrieb/WKÖ

Datum

Unterschrift / Stempel

Meine Mitgliedsnummer bei der Wirtschaftskammer/LG Direktvertrieb lautet:

bitte in BLOCKBUCHSTABEN, gut leserlich, ausfüllen:

Goiser Erwin  
Dorf 55  
5732 Mühlbach

DVR:0043095

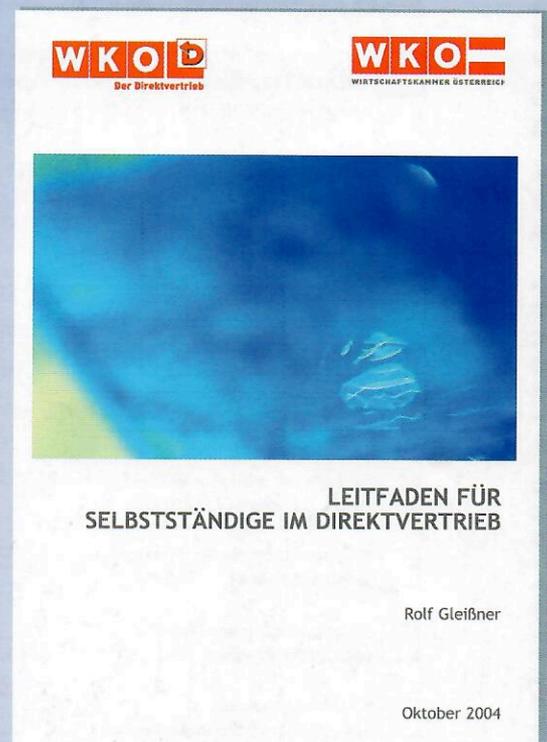


# Leitfaden für Selbstständige im Direktvertrieb

von Dr. Rolf Gleißner

Der Einstieg in den Direktvertrieb ist relativ einfach und erfordert wenig Geld. Der Selbstständige im Direktvertrieb ist aber Unternehmer mit allen Rechten und Pflichten. Für die Tätigkeit im Direktvertrieb sind viele Gebiete wichtig - Gewerberecht und Konsumentenschutz, Steuern und Sozialversicherung, Internet und Telefon, das Verhältnis zum Direktvertriebsunternehmen und zum Kunden. Oft werden Warenpräsentatoren nicht ausreichend informiert.

Der Leitfaden (75 Seiten) deckt für den Direktvertrieb maßgeschneidert alle Gebiete in leicht verständlicher Sprache ab und bietet dem Warenpräsentator eine Fülle von Praxistipps und Warnhinweisen vor Rechtsfallen.



Für Mitglieder

Heute noch bestellen:

Für Mitglieder: 10,- EUR pro Stück, incl. Versand  
t, Versand in Österreich.

[www.derdirektvertrieb.at](http://www.derdirektvertrieb.at)

Burgenland: T 05 90 907-3320, Kärnten: T 05 90 904-300, Niederösterreich: T 01/534 66-1621, Oberösterreich: T 05 90 909-4352,  
Salzburg: T 0662/88 88-259, Steiermark: T 0316/601-580, Tirol: T 05 90 905-1407, Vorarlberg: T 05522/305-343, Wien: T 01/514 50-3251