

DER DIREKTVERTRIEB

Zukunftschancen in einem Wachstumsmarkt

Auszug aus dem österreichischen Branchenreport 2017

Aktualisiert
2022



Inhalt

Vorwort KommR Peter Krasser	3
Bundesgremialobmann des Direktvertriebs, Wirtschaftskammer Österreich	
Vorwort Prof. Dr. Michael M. Zacharias	4
Emeritierter Professor der Hochschule Worms	
DER DIREKTVERTRIEB – Zukunftschancen in einem Wachstumsmarkt	
Auszug aus dem österreichischen Branchenreport 2017	
1. Einleitung	5
2. Direktvertrieb: Eine Branche mit großem Zukunftspotential	6
2.1 Definition des Direktvertriebs	7
2.2 Zahlen und Fakten: aktualisiert 2022	9
2.3 Vorteile einer Tätigkeit im Direktvertrieb	11
2.4 Faktoren des Erfolgs	12
2.5 Akzeptanz des Direktvertriebs bei den Kunden	14
3. Einblick in die Arbeit der Direktberaterinnen und Direktberater	15
3.1 Die Kunden	15
3.2 Vertriebsmethoden der Direktberaterinnen und Direktberater	17
3.3 Zeiteinsatz	18
3.4 Bildungsschichten	20
3.5 Motive für den Berufseinstieg	20
3.6 Zufriedenheit mit der Berufstätigkeit	21
3.7 Einkommen	22
3.8 Trends und Wachstumsprognosen	26
4. Die Branchenvertretung in der Wirtschaftskammer Österreich	28
5. Direktvertrieb : Ein Vertriebsweg mit großen Zukunftschancen	30
WIFI-Lehrgang „Direktvertrieb – Chance für die Zukunft“	31

Impressum

Wissenschaftliche Leitung:	Prof. Michael M. Zacharias, Emeritierter Professor der Hochschule Worms
Medieninhaber und Herausgeber:	Bundesgremium Direktvertrieb, Wirtschaftskammer Österreich, 1040 Wien, Wiedner Hauptstraße 63
Gestaltung:	Bulgarini Werbeagentur, 3053 Laaben, Gföhl 8
Bezugsquelle:	https://webshop.wko.at
Produktion:	Schoder Druckservice, A-4502 St. Marien, Linzerstraße 52

Dieses Werk ist in allen seinen Teilen urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte, insbesondere die Rechte der Verbreitung, des Nachdrucks, der Übersetzung, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder Vervielfältigung durch Fotokopie oder auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, dem Herausgeber vorbehalten. Trotz sorgfältiger Prüfung sämtlicher Beiträge im „Branchenreport 2017“ sind Fehler nicht auszuschließen. Die Richtigkeit des Inhalts ist daher ohne Gewähr. Selbstverständlich beziehen sich die Angaben in diesem Report auf Angehörige beider Geschlechter. Copyright Bundesgremium Direktvertrieb, Wirtschaftskammer Österreich 2017.

Liebe Direktberaterin, lieber Direktberater,

der Direktvertrieb hat sich weltweit auch in wirtschaftlich unsicheren Zeiten hervorragend weiterentwickelt und gibt heute über 100 Millionen Menschen Arbeit und Einkommen. Auch in Österreich schreibt er eine durchgehende Erfolgsgeschichte und hat im Juni 2022 mit 18.470 aktiven Mitgliedern in den Gremien der Wirtschaftskammer den höchsten Mitgliederstand seit seiner Gründung im Jahr 1992.



Immer mehr Menschen nützen die Chance, sich ohne größere Investitionen selbstständig zu machen. Die Möglichkeit, mit geringerem Zeitaufwand und bei freier Zeiteinteilung ein eigenes Geschäft aufbauen zu können, wird besonders gerne auch nebenberuflich genützt. Dabei sind es vor allem Frauen, die diese familienfreundliche Arbeitsform ergreifen, sodass sich der Anteil der Frauen im Direktvertrieb bereits auf fast 80 % gesteigert hat.

Wirtschaftsexperten bescheinigen dem Direktvertrieb weiterhin ungebrochenes Wachstum:

Zum einen sind Globalisierung, Digitalisierung und Personalisierung, die die Entwicklung des Handels in der Zukunft prägen werden, im Direktvertrieb bereits sehr gut erfüllt. Zum anderen sind immer mehr Menschen auf der Suche nach neuen Wegen, Selbstverwirklichung sowie finanzieller Sicherheit und finden diese in den verschiedenen Formen des Direktvertriebs.

Eine gut aufgestellte Interessenvertretung in der Wirtschaftskammer sorgt für verbesserte gesetzliche Rahmenbedingungen, gibt Hilfestellung auf dem Weg in die Selbstständigkeit und begleitet mit wertvollen Serviceleistungen Direktberaterinnen und Direktberater auf ihrem Erfolgsweg.

Um mehr über den Direktvertrieb in Österreich zu erfahren und Entwicklungen ableiten zu können, hat eine umfassende Erhebung unter den österreichischen Direktberaterinnen und Direktberatern Daten zur Kundenstruktur, zum Verhältnis Zeitaufwand und Einkommensmöglichkeit, zur Arbeitsmotivation, zur Zufriedenheit und zur Zukunftserwartung erbracht. Diese wurden in den vorliegenden Branchenreport eingearbeitet und geben allen Direktberaterinnen und Direktberatern, Kunden und Interessenten am Direktvertrieb Einblick in die aktuelle Situation des Direktvertriebs in Österreich.

Ich wünsche allen, die sich mit diesem Branchenreport beschäftigen, gewinnbringende Einblicke in die Welt des österreichischen Direktvertriebs.

Ihr

KommR Peter Krasser

Bundesgremialobmann des Direktvertriebs, Wirtschaftskammer Österreich

Anmerkung: Die Umfragewerte als Grundlage des Reports stammen aus dem Jahr 2017, Zahlen und Fakten zum Direktvertrieb wurden 2022 aktualisiert.



Liebe Leserin, lieber Leser,

wir sprechen von klassischem Direktvertrieb, Network-Marketing, Multi-Level-Marketing, Empfehlungsmarketing – Begriffe, die im Bewusstsein einer breiten Öffentlichkeit immer wieder verwechselt werden. Dies resultiert meist aus der Unkenntnis einer Vertriebsform, die vielen Menschen die Chance gibt, ein stabiles Nebeneinkommen oder eine neue Existenz aufzubauen. Selbst Berichte in Wirtschaftspublikationen vermitteln nur einen flüchtigen Einblick in die Branche.

Es ist deshalb an der Zeit, empirisch gesicherte Informationen vorzulegen, die ein objektives und aktuelles Bild der Branche in Österreich zeichnen. Eine umfassende und aktuelle Darstellung, die die Möglichkeiten, Besonderheiten und Perspektiven der Branche speziell in Österreich aufzeigt, fehlte bisher.

Der vorliegende Branchenreport schließt diese Lücke. Er basiert auf einer Marktforschungsstudie, bei der 1.718 haupt- und nebenberuflich tätige Direktberaterinnen und Direktberater in Österreich Rede und Antwort standen. Das sind 13 Prozent aller registrierten aktiven Direktberaterinnen und Direktberater mit Gewerbeberechtigung in Österreich. Damit können die Ergebnisse aus dieser Studie mit Fug und Recht als repräsentativ für die Situation des Direktvertriebs in Österreich angesehen werden. Im Rahmen einer großen Fragebogenaktion gaben sie detaillierte Auskünfte über ihr Alter, ihr Einkommen, den Zeiteinsatz, ihre Bildung und Motivation, aber auch ihre Zufriedenheit mit dem Beruf und ihrer Berufsvertretung. Ohne Sie wäre der vorliegende Branchenreport nicht möglich gewesen. Ihnen gilt mein besonderer Dank! Ebenso danke ich dem Bundesgremium Direktvertrieb der Wirtschaftskammer Österreich, in dessen Auftrag diese Studie erstellt wurde.

Ich hoffe, dass Ihnen die vorliegende Broschüre viele interessante Anregungen bietet. Sie soll Sie auch bei ihrer täglichen Arbeit unterstützen: einerseits im Gespräch mit Kunden als Information und Hinweis auf die weite Verbreitung und Nachhaltigkeit dieses Vertriebsweges und andererseits zur Ansprache potentieller Interessenten, die darin eine Chance für den Einstieg in ein attraktives Berufsfeld erkennen können.

Diese Broschüre richtet sich an alle, die sich objektiv über den Direktvertrieb in Österreich informieren wollen, um die Zukunftschancen, die er bietet, zu erkennen.

Prof. Dr. Michael M. Zacharias

Emeritierter Professor der Hochschule Worms

1. Einleitung

Der Direktvertrieb ist eine wachsende Branche mit großem Potenzial und starker Dynamik, in der immer mehr Menschen Lohn und Brot, aber auch Sinngabe, persönliche Freiheit und neue soziale Kontakte als Unternehmerin und Unternehmer finden. Die Gründe für diesen Erfolg sind vielschichtig.

Zum einen entspricht das Konsumverhalten dem Zeitgeist und liegt im Trend: Einkaufen von Zuhause aus, Empfehlung und Beratung von Mensch zu Mensch, die Möglichkeit, direkt vor Ort testen zu können, und der Wunsch nach Komfort sind sehr gefragt.

Zum anderen bietet der Direktvertrieb vielen Interessierten einzigartige Möglichkeiten für eine neben- und hauptberufliche Tätigkeit. Engagierte, unternehmerisch denkende Menschen finden im Direktvertrieb einen einfachen, aber bewährten Einstieg in die Selbstständigkeit. Denn diese Geschäftsidee steht grundsätzlich jedem offen - Frauen und Männern jeden Alters, jeder Nationalität, jeder Bildung, jeder Religion und jeder Herkunft. Voraussetzung ist weder ein hohes Startkapital noch eine spezielle Ausbildung. Stattdessen hängt der Erfolg von anderen Faktoren ab. Dazu zählen soziale Kompetenz, Eigenmotivation und die Fähigkeit, sich und andere zu begeistern.

Die hohen Wachstumsraten der Branche sind im Wettbewerbsvergleich beeindruckend und das Entwicklungspotenzial in Österreich und den europäischen Nachbarländern enorm. Die Anzahl der Vertriebspartner im Direktvertrieb ist zum Beispiel in den USA gemessen an der Bevölkerung um das Fünf- bis Zehnfache größer als in Europa. Eindrucksvoller kann das Zukunftspotenzial kaum belegt werden.

Gleichzeitig ist der Direktvertrieb ein Wachstumsmotor für unsere Wirtschaft. Gerade in Zeiten des Wandels bietet er vielen Menschen die Chance auf einen beruflichen Neuanfang. Dabei arbeiten Direktberaterinnen und Direktberater wo, wann und mit wem sie wollen. Die Freiheit, über die eigene Zeit selbst zu bestimmen, ist für viele ein entscheidendes Kriterium, diesen Beruf zu ergreifen.

2. Direktvertrieb: Eine Branche mit großem Zukunftspotenzial

Traditionell werden in Europa Konsumgüter über den stationären Einzelhandel an den Endverbraucher verkauft. Weitere Vertriebsformen sind der Versandhandel und der Einkauf im Internet.

Für viele unbemerkt hat der direkte Vertrieb von Produkten und Dienstleistungen vom Hersteller zum Endverbraucher in der Form des persönlichen Direktvertriebs in starkem Maße zugenommen. In den letzten zehn Jahren konnte sich dieser Vertriebsweg in Österreich dynamisch entwickeln. Die Umsätze im Einzelhandel haben sich in den vergangenen Jahren nur geringfügig erhöht.

Mögliche Gründe dafür sind:

- Abnehmende persönliche Beratung des Kunden
- Ähnliche oder identische Produkte und Sortimente bei den großen Handelsgruppen
- Hohe Werbebetats im Einzelhandel, aber kaum Budget für die Investition in neue Produkte oder Verkaufskonzepte

Den Weg der Ware vom Hersteller zum Kunden über den Einzelhandel zeigt folgende Abbildung:

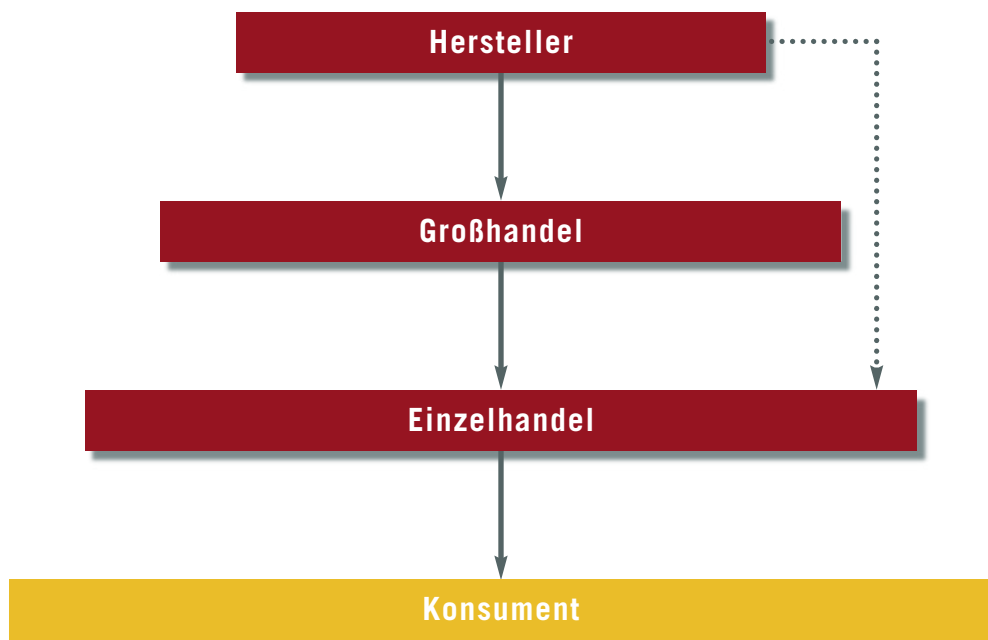


Abbildung 1: Weg der Ware vom Hersteller zum Konsumenten

2.1 Definition des Direktvertriebs

Die Definition des Direktvertriebs ist angelehnt an die Formulierung des Weltverbandes des Direktvertriebs – der World Federation of Direct Selling Associations (WFDSA) – und 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 selbständigen Beraters außerhalb traditioneller Handelsgeschäfte nach persönlicher Beratung und Vorführung durch einen Vertriebsrepräsentanten."

Der **klassische Direktvertrieb** zeichnet sich dadurch aus, dass die Vertriebspartner durch den Verkauf oder die Vermittlung der Produkte und Dienstleistungen des Partnerunternehmens eine Handelsspanne oder Provision erlangen können. Für besondere und herausragende Leistungen erhalten sie darüber hinaus von ihrem Unternehmen zusätzliche Vergütungen. Zum klassischen Direktvertrieb zählen damit der persönliche Verkauf, Heimdienste, Heimvorführungen, Partyvertrieb und ähnliche Formen.

Direktvertrieb mit **Network-Marketing**, auch Empfehlungsmarketing genannt, bietet dem Geschäftspartner neben dem klassischen Direktvertrieb im Rahmen der jeweiligen Unternehmensbestimmungen die Möglichkeit, neue Geschäftspartner zu gewinnen und zusätzliche Vertriebslinien aufzubauen. Für die durch Produktvermittlung oder Verkauf erzielten Leistungen erhalten die Geschäftspartner vom Unternehmen eine Provision/Handelsspanne. Als Zeichen der Anerkennung für die Betreuung, Ausbildung, Motivation und Führung der Vertriebspartner zahlt das Direktvertriebs-Unternehmen zusätzliche Leistungsvergütungen.

Damit besteht das Vergütungssystem im Direktvertrieb mit Network-Marketing aus zwei Komponenten: der Provision/Handelsspanne für den Verkauf/die Vermittlung der Ware oder Dienstleistung an den Endverbraucher auf der einen Seite und dem Bonus-/Provisionseinkommen aus der Betreuung der neu gewonnenen Geschäftspartner auf der anderen Seite. Die unterschiedlichen Funktionen, die die Vertriebspartner einnehmen können, zeigt Abbildung 2:

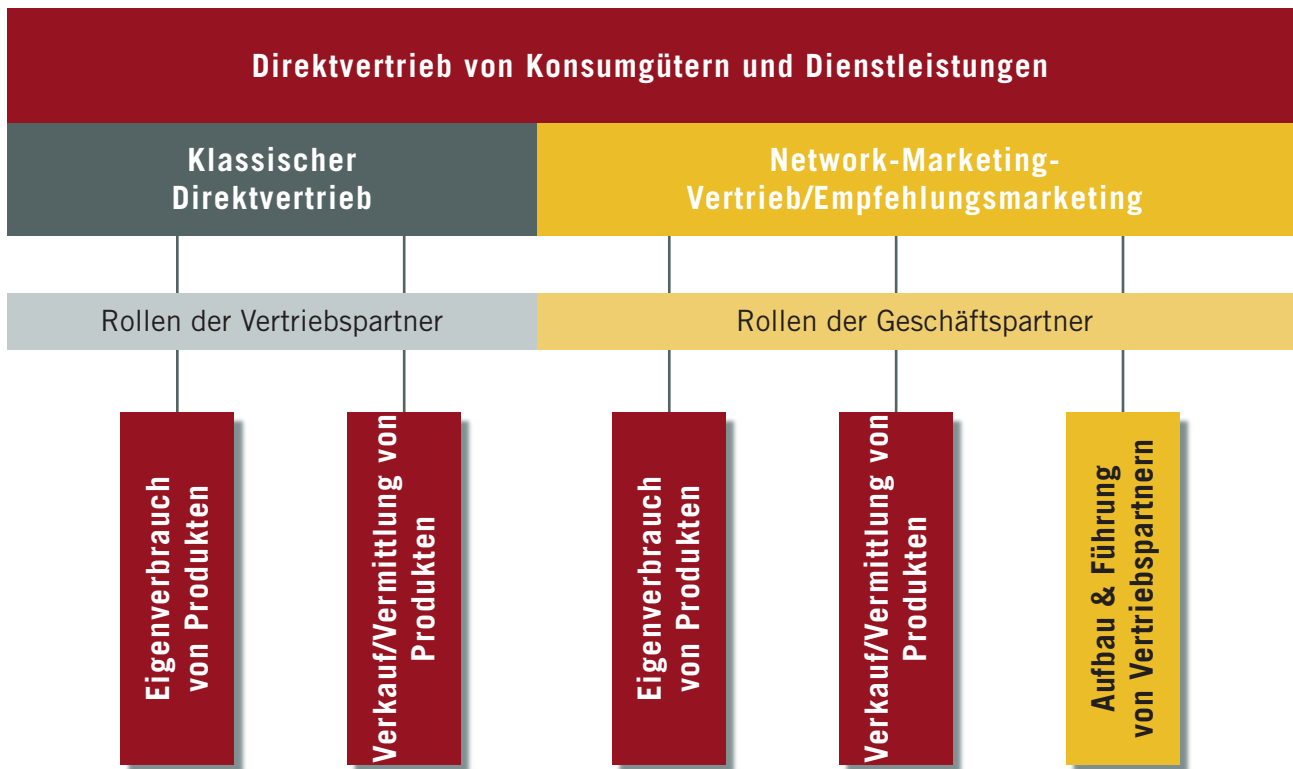


Abbildung 2: Definition Direktvertrieb

Die Direktberaterinnen und Direktberater betreiben dabei ihre Arbeit neben- oder hauptberuflich als selbstständige Gewerbetreibende, in der Regel ohne Lagerbestände zu führen oder Abnahmeverpflichtungen eingehen zu müssen. Für die Waren und Dienstleistungen gelten in jeder Stufe des Vertriebs grundsätzlich die gleichen Konditionen. Die Startkosten für den Einstieg in das System sind in der Regel gering und überschaubar.

Zusammenfassend lässt sich feststellen:

Der Direktvertrieb bietet große Chancen für unternehmerisch denkende Menschen und ist eine Vertriebsform mit weiterhin großen Wachstumsperspektiven.

2.2 Zahlen und Fakten: aktualisiert 2022

Weltweit hat sich der Direktvertrieb sowohl in Bezug auf Umsatz wie auch Geschäftspartnerzahlen sehr dynamisch entwickelt, wie die folgenden Abbildungen zeigen:

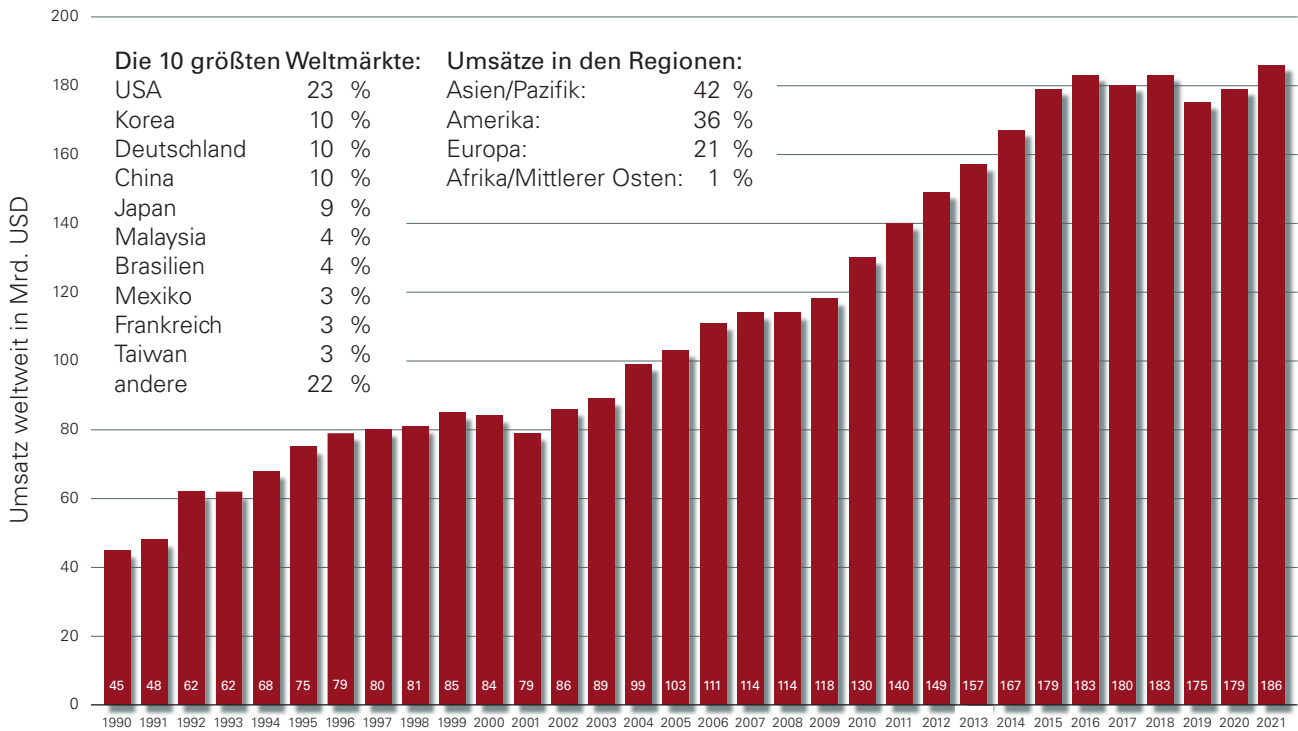


Abbildung 3: Umsatzentwicklung im Direktvertrieb weltweit (Quelle: WFDSA Juli 2022)

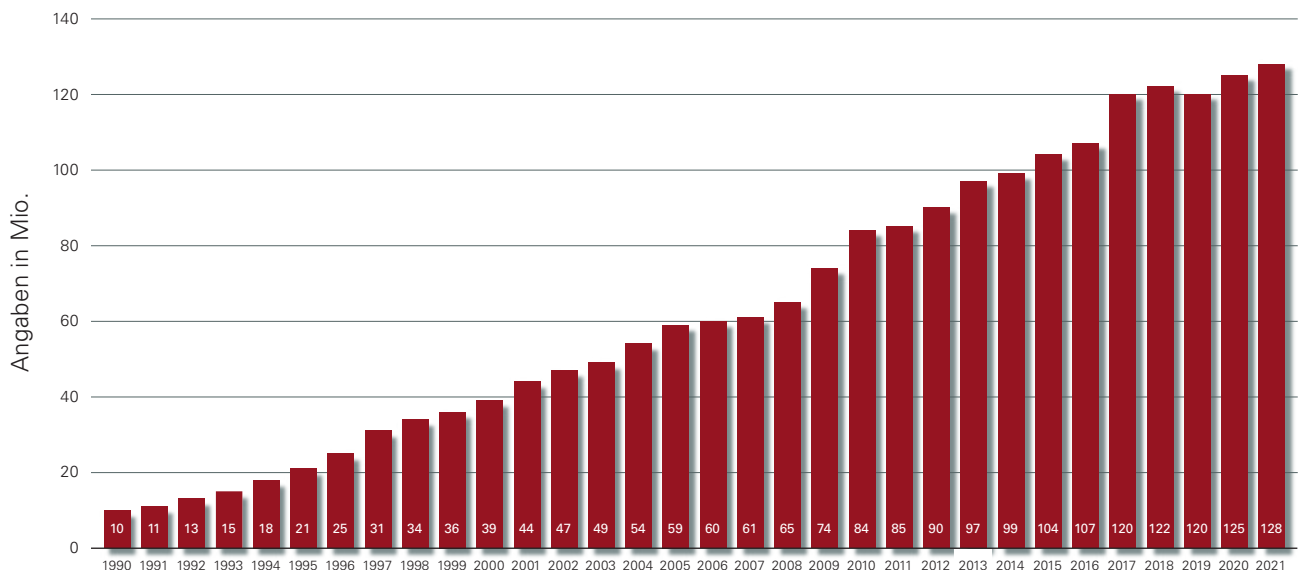


Abbildung 4: Entwicklung der Zahl der Geschäftspartner weltweit (Quelle: WFDSA Juli 2022)

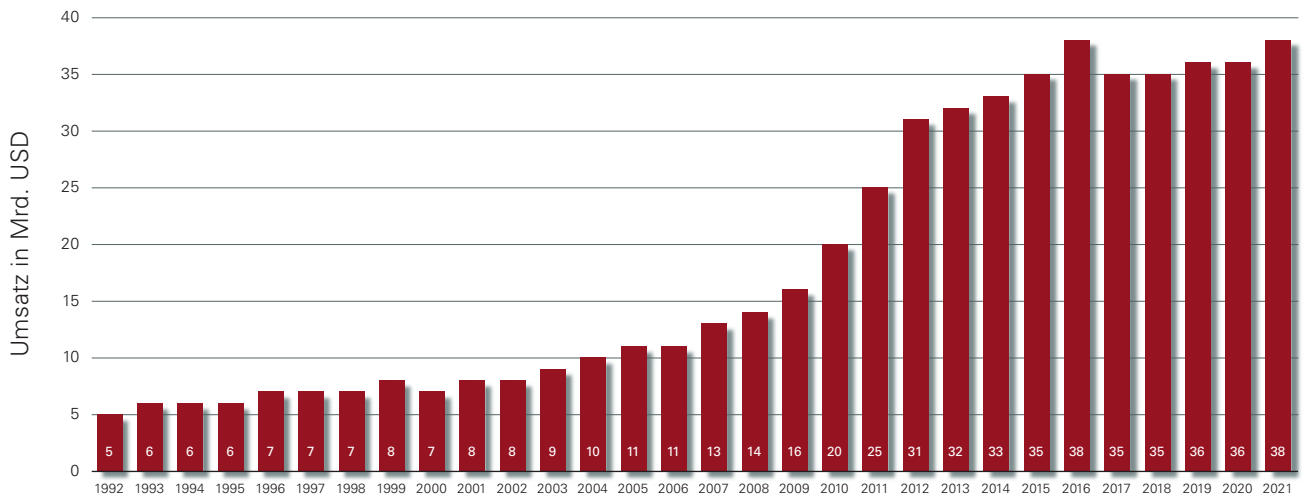


Abbildung 5: Umsatzentwicklung im Direktvertrieb in Europa (Quelle: WFDSA Juli 2022)

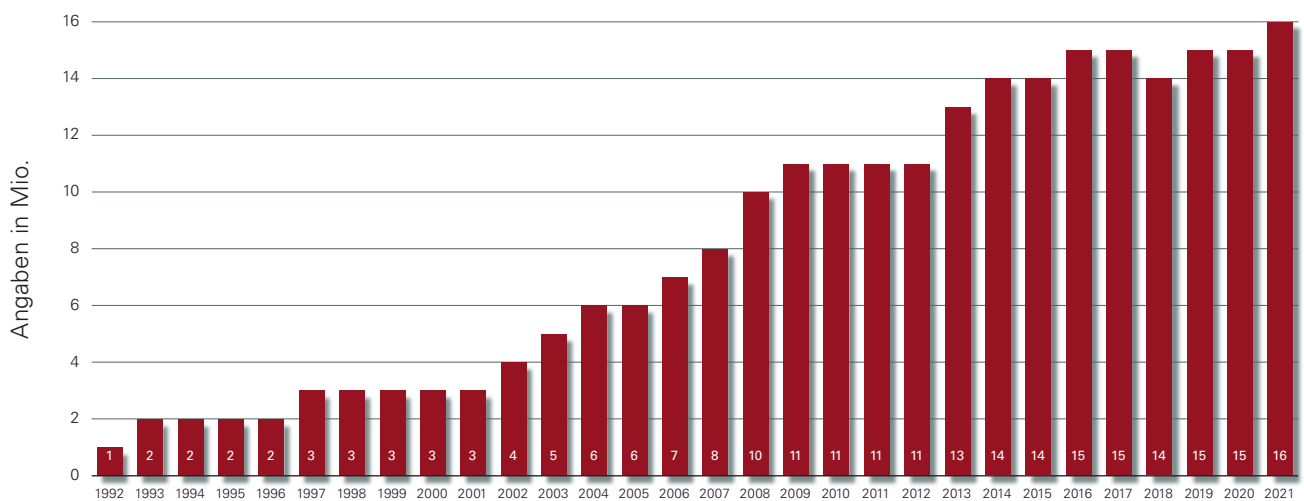


Abbildung 6: Entwicklung der Zahl der Vertriebspartner in Europa (Quelle: WFDSA Juli 2022)

Trotz des bereits dynamischen Wachstums in den vergangenen Jahren ist das Potenzial im Direktvertrieb in Österreich noch erheblich: In den USA sind beispielsweise 6 Prozent der Bevölkerung im Direktvertrieb tätig. In Österreich liegt der Anteil mit 0,2 Prozent am unteren Ende der Skala. Im Kapitel 3 (Einblick in die Arbeit der Direktberaterinnen und Direktberater) wird die spezielle Situation in Österreich näher dargestellt.

2.3 Vorteile einer Tätigkeit im Direktvertrieb

Erwerbstätige im Direktvertrieb sind selbstständig, arbeiten neben- oder hauptberuflich und von zu Hause aus. Es gibt keinen Verkaufs- oder Leistungsdruck. Jeder entscheidet selbst, wie viel Einsatz er bringt. Deshalb ist Direktvertrieb ein sehr soziales und gerechtes System – das Einkommen reflektiert ausschließlich die persönliche Leistung.

Das Handwerkszeug dazu bekommt ein Neueinsteiger im Direktvertrieb zum einen vom Direktvertriebsunternehmen selbst, das den Start mit Unterlagen, Schulungen, Seminaren und Veranstaltungen erleichtert. Zum anderen unterstützt ihn sein direkter Geschäftspartner, der für Einarbeitung, Motivation und Schulung verantwortlich ist. Die Kosten für den Einstieg sind in der Regel gering. Ein Starterkit mit den notwendigen Geschäftsunterlagen und Produkten liegt in der Regel bei rund 100 Euro.

Die wichtigsten Vorteile lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- Tätigkeit für jedermann
- Keine Zugangsbeschränkungen
- Leicht erlernbar
- Arbeiten von zu Hause aus
- Freie Zeiteinteilung
- Kontakt zu Menschen
- Interessante Verdienstmöglichkeit
- Kein Eigenkapital zur Gründung erforderlich

Die Konditionen im Direktvertrieb sind für alle Geschäftspartner gleich. Ein Geschäftspartner, der erst später einem Unternehmen beitrifft, kann erfolgreicher sein und z.B. auch ein größeres Netzwerk aufbauen als alle zuvor registrierten Partner und entsprechend höhere Provisionen/Boni erzielen.

Die im Direktvertrieb tätigen Menschen lernen, auf sich selbst zu vertrauen, Entscheidungen zu treffen und sich durchzusetzen. Sie verändern ihre Persönlichkeit und ihr Auftreten, beeindrucken durch Überzeugungskraft und Kommunikationsfähigkeit.

Wer einen Zusatzverdienst oder einen Neustart im Beruf sucht, hat grundsätzlich nur drei Möglichkeiten: eine Position als Aushilfskraft oder Vollzeit-Angestellter, den Sprung in die Selbstständigkeit bzw. die Übernahme eines Franchise-Geschäfts.

Franchise-Systeme haben in den letzten 15 Jahren zunehmend an Attraktivität gewonnen. Vor allem im Gastronomiebereich und auch in einzelnen Branchen des Einzelhandels bestimmen sie das Bild. Für die meisten Franchise-Geschäfte sind allerdings hohe Investitionen erforderlich. Der Direktvertrieb hingegen ermöglicht es allen einzusteigen – ohne finanzielles Risiko. Direktvertrieb bietet alle Vorteile des Franchisings – erprobte Produkte, erprobte Vertriebs- und Schulungssysteme, Selbstständigkeit der Partner – und vermeidet dessen Nachteile.

2.4 Faktoren des Erfolgs

Manche Menschen sind im Direktvertrieb sehr erfolgreich, andere hingegen erzielen nur minimale Einkommen oder hören nach kurzer Zeit wieder auf. Die Voraussetzungen für den Erfolg sind vielfältig.

Allgemeine Erfolgsfaktoren:

- Das richtige Produkt
- Das richtige Unternehmen
- Das richtige Vergütungssystem

Persönliche Erfolgsfaktoren:

- Die Einstellung und die Persönlichkeit des Geschäftspartners
- Der Zeiteinsatz
- Die Geschäftspraktiken
- Die Zufriedenheit mit der Tätigkeit

Im Direktvertrieb werden erklärungsbedürftige und innovative Produkte mit klaren Vorteilen für den Konsumenten verkauft und solche, die Grundbedürfnisse befriedigen. Sie sichern dem Geschäftspartner regelmäßige Wiederholungskäufe und ein stabiles Einkommen. Dabei dominieren vor allem im Direktvertrieb Produkte aus den Bereichen Nahrungsergänzungsmittel, Kosmetik/ Körperpflege, Haushaltswaren, Wellness/Gesundheit und Modeschmuck. (Siehe dazu Abb. 9 „Produktgruppen, die im Direktvertrieb verkauft werden“).

Das ausgewählte Unternehmen sollte über attraktive Produkte verfügen. Dies erleichtert deren Verkauf oder Empfehlung. Der Vergütungsplan – auch Marketingplan genannt – muss so angelegt sein, dass er transparent, fair und nachvollziehbar ist und dem Geschäftspartner für seine Tätigkeit ein lohnendes Einkommen ermöglicht. Zudem sollte das Unternehmen strategische Ziele vorweisen können.

Wie bereits in Abbildung 2 („Definition Direktvertrieb“) dargestellt, wird das Einkommen im Direktvertrieb mit Network-Marketing aus zwei Komponenten generiert. Damit ist das Einkommenspotenzial in der Regel höher als im klassischen Direktvertrieb. Entsprechend sind im Network-Marketing-Direktvertrieb heute 72 Prozent der Geschäftspartner in Österreich tätig, wie in Abbildung 7 ersichtlich.

Frage 3: Ich bin tätig im ...

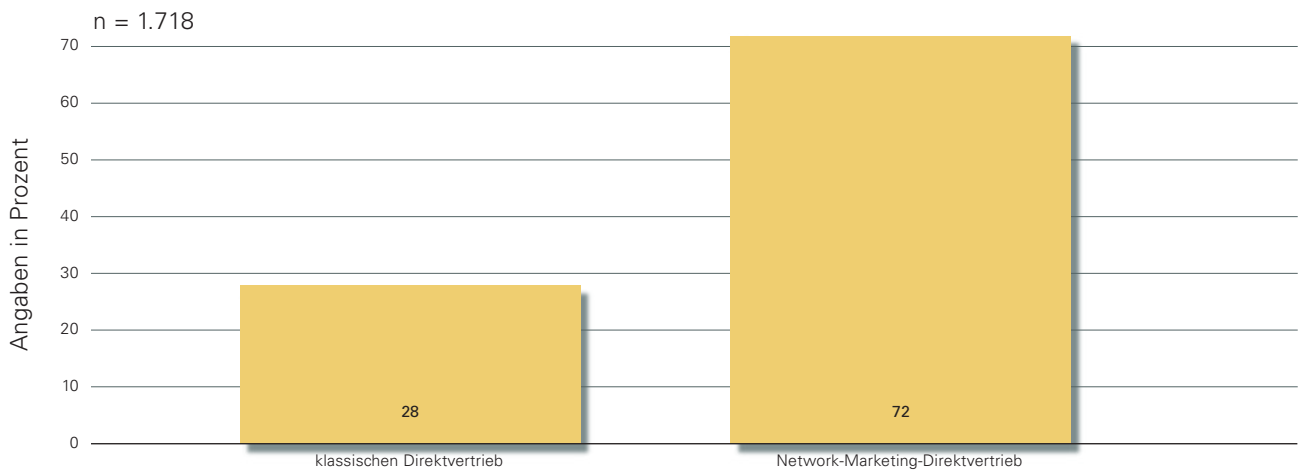


Abbildung 7: Zuordnung zu einem Direktvertriebssystem

Unerlässlich für den Erfolg ist eine positive Einstellung. Je positiver, offener und umgänglicher ein Geschäftspartner ist, umso mehr Menschen fühlen sich zu ihm hingezogen und umso leichter wird es ihm fallen, über sein Geschäft zu reden.

Auch der wöchentliche Zeiteinsatz ist ein entscheidender Faktor. Die meisten Geschäftspartner entscheiden sich für eine nebenberufliche Tätigkeit und einen geringen wöchentlichen Zeiteinsatz. Dies gilt vor allem für Frauen, die Familie und Beruf in Einklang bringen wollen. Nur 5 Prozent der Geschäftspartner arbeiten in Österreich mehr als 30 Wochenstunden und können damit als hauptberuflich Tätige charakterisiert werden.

2.5 Akzeptanz des Direktvertriebs bei den Kunden

Das Zusammentreffen mehrerer Trends in Wirtschaft und Gesellschaft begünstigt das starke Wachstum des Direktvertriebs. So ist seit Beginn der 90er Jahre ein Phänomen zu beobachten, das die Zukunftsforscherin *Faith Popcorn* in ihrem "Popcorn-Bericht" als „Cocooning“ beschreibt. „Cocooning“ bedeutet, dass sich die Menschen am liebsten in einen Kokon einspinnen und in ihre Wohnung oder ihr Haus zurückziehen. Hier fühlen sie sich geborgen. Dementsprechend schätzen sie es, wenn Produkte und Dienstleistungen direkt ins Haus kommen. Ein Beispiel sind die verschiedensten Hausliefer-services (z.B. Pizza), die seit vielen Jahren Hochkonjunktur haben.

Ein weiterer zu beobachtender Trend ist das „Clanning“ – also das Bedürfnis der Menschen, sich in Gruppen und Cliquen zusammenzufinden. Dies wird heute ganz stark durch die sozialen Netzwerke (z.B. Facebook) gefördert. Dieser Freundes- und Bekanntenkreis ist ein idealer Pool, um Produkte des Direktvertriebs zu präsentieren und weiterzuempfehlen.

Umfragen bestätigen, dass die Konsumenten den Direktvertrieb gerne zum Einkauf nutzen: Bereits jeder siebte Haushalt in Österreich kauft im Direktvertrieb. Die Struktur der Kunden entspricht in ihren soziodemographischen Merkmalen der Gesamtbevölkerung. Das heißt, die Kunden kommen aus allen Schichten und repräsentieren einen Querschnitt der Bevölkerung.

Dass die Kunden im Direktvertrieb besonders loyal sind zu ihrer Direktberaterin bzw. zu ihrem Direktberater und diesen Vertriebsweg akzeptieren, zeigt die extrem hohe Kundenbindung:

89 Prozent der Kunden sind Stammkunden im Direktvertrieb, wie Abbildung 8 zeigt.

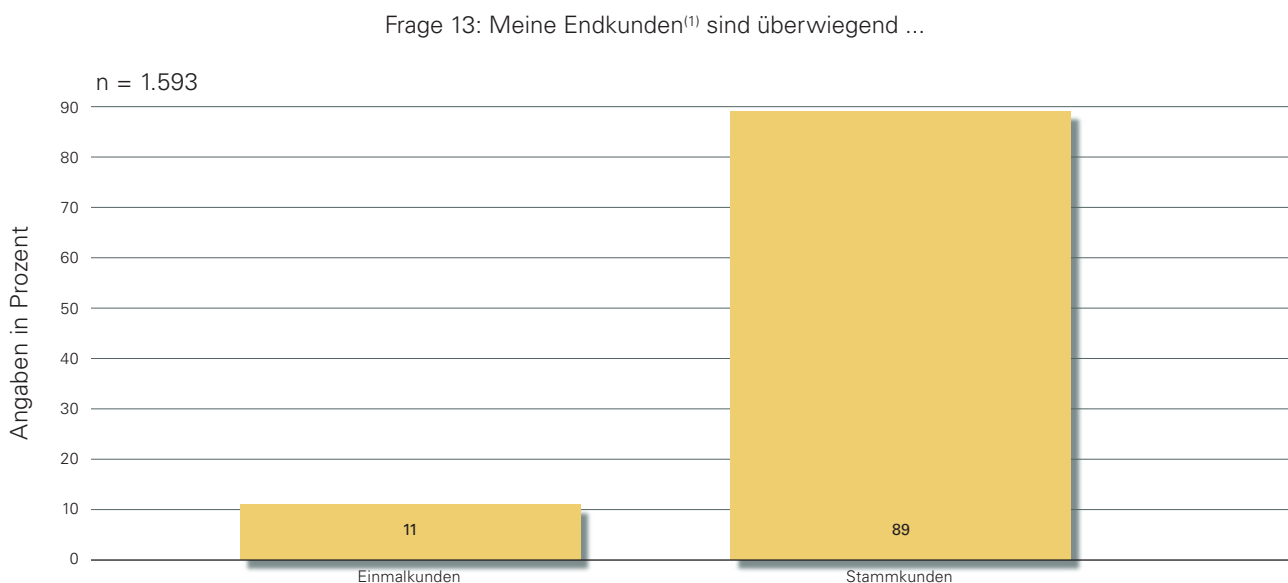


Abbildung 8: Kundenbindung im Direktvertrieb

⁽¹⁾ Verbraucher ohne Vertriebstätigkeit

3. Einblick in die Arbeit der Direktberaterinnen und Direktberater

3.1 Die Kunden

Die Reihenfolge der Umsatzbedeutung einzelner Produktgruppen am eigenen Gesamtumsatz der Direktberaterinnen und Direktberater zeigt gleichzeitig, welche Produktgruppen im Direktvertrieb von den Kunden gewünscht und akzeptiert werden: es sind dies in der Reihenfolge ihrer Umsatzbedeutung: Nahrungsergänzungsmittel, Kosmetik/Körperpflege, Haushaltswaren/Elektro, Wellness/Gesundheitsprodukte gefolgt von Modeschmuck und Wohnaccessoires.

Bezeichnend für die meisten Produkte ist, dass sie in der Regel erklärungsbedürftig sind – zumindest bei der ersten Anwendung –, häufig zügig verbraucht und von den Kunden nachbestellt werden.

Frage 6: Ich vermittele / verkaufe Produkte aus folgender(n) Branche(n), die den folgenden Anteil an meinem Gesamtumsatz haben:

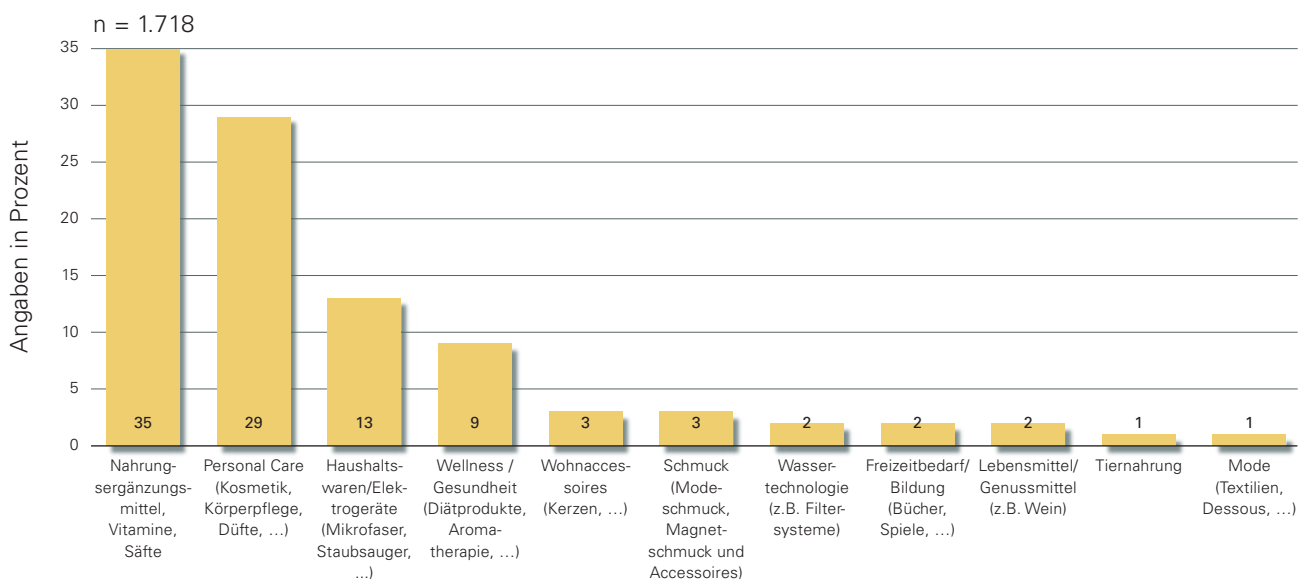


Abbildung 9: Produktgruppen, die im Direktvertrieb verkauft werden

Fragt man nach der Struktur der Käufer im Direktvertrieb, so dominieren eindeutig die Frauen mit 62 Prozent. Wenn man unterstellt, dass bei den meisten Produkten die Frauen in der Familie die dominierenden Kaufentscheider sind, so stellen sie mit 84 Prozent die entscheidende Käufergruppe im Direktvertrieb dar. Männer als Käufer spielen mit lediglich 16 Prozent eine untergeordnete Rolle (siehe Abbildung 10).

Frage 7: Meine Endkunden⁽¹⁾ sind...

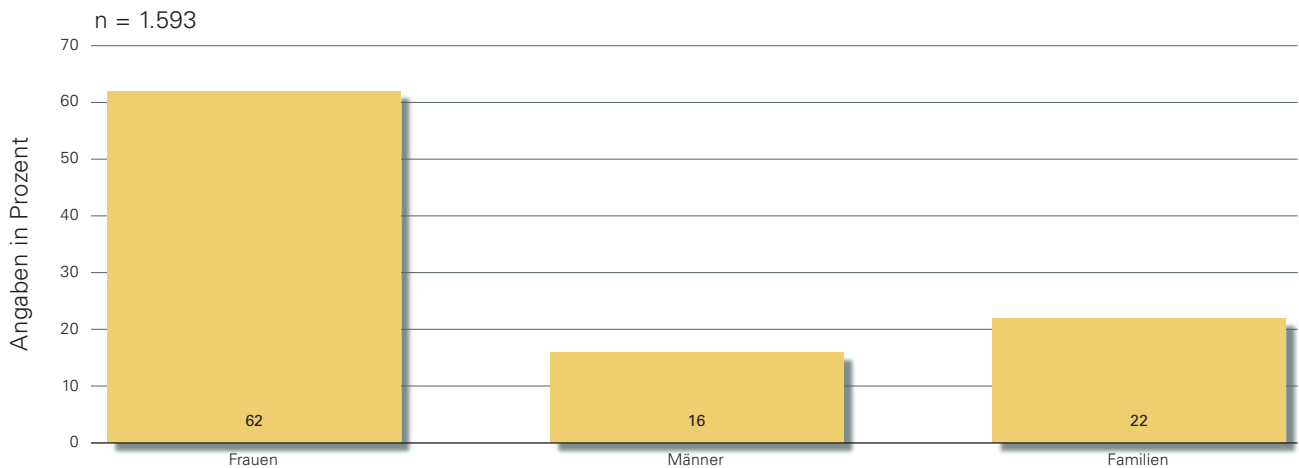


Abbildung 10: Struktur der Endkunden
⁽¹⁾ Verbraucher ohne Vertriebstätigkeit

Die Kundenansprache und Kundengewinnung ist gegenüber anderen Vertriebsformen und insbesondere dem Einzelhandel aufgrund des persönlichen Kontaktes relativ einfach und Erfolg versprechend. Die hohe Affinität der Kunden zu den Direktberaterinnen und Direktberatern wird deutlich beim Bestellverhalten: Bereits 60 Prozent kaufen beim ersten Kontakt und spätestens beim zweiten Kontakt haben 90 Prozent der Kunden gekauft. Die Abschlussquoten sind im Vergleich zum traditionellen Handel sehr hoch.

Frage 12: Bei mir bestellen / kaufen Endkunden⁽¹⁾ überwiegend ...

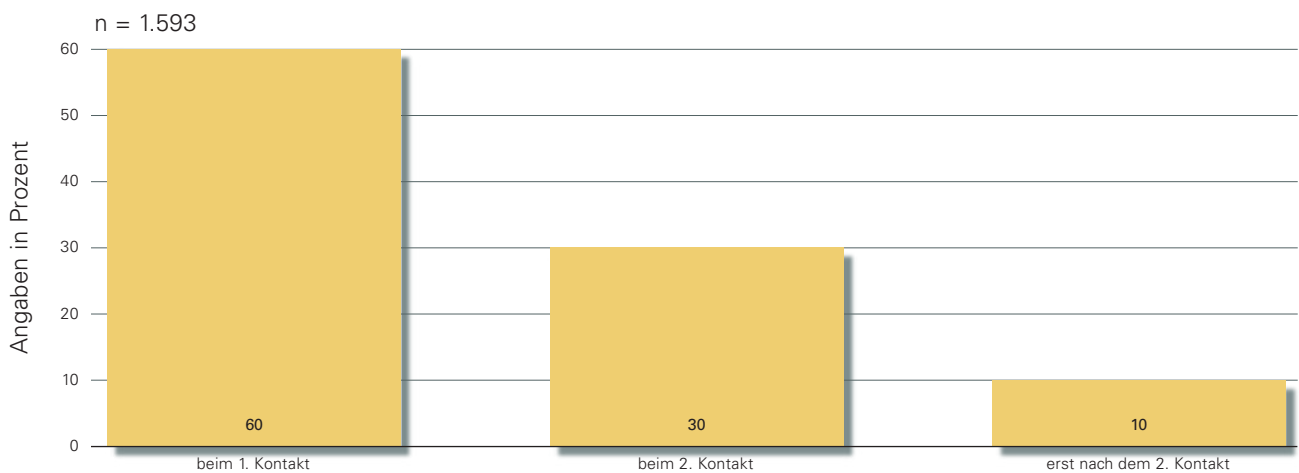


Abbildung 11: Bestellverhalten der Kunden
⁽¹⁾ Verbraucher ohne Vertriebstätigkeit

Analysiert man das Endkundengeschäft der Geschäftspartner weiter, so spielt die Anzahl der betreuten Kunden eine große Rolle. Mit 42 Prozent gab fast die Hälfte der Befragten an, zwischen 11 und 50 Kunden zu haben. 19 Prozent betreuen weniger als 10 Kunden und auf der anderen Seite betreuen 39 Prozent der Direktberaterinnen und Direktberater bereits über 50 Kunden.

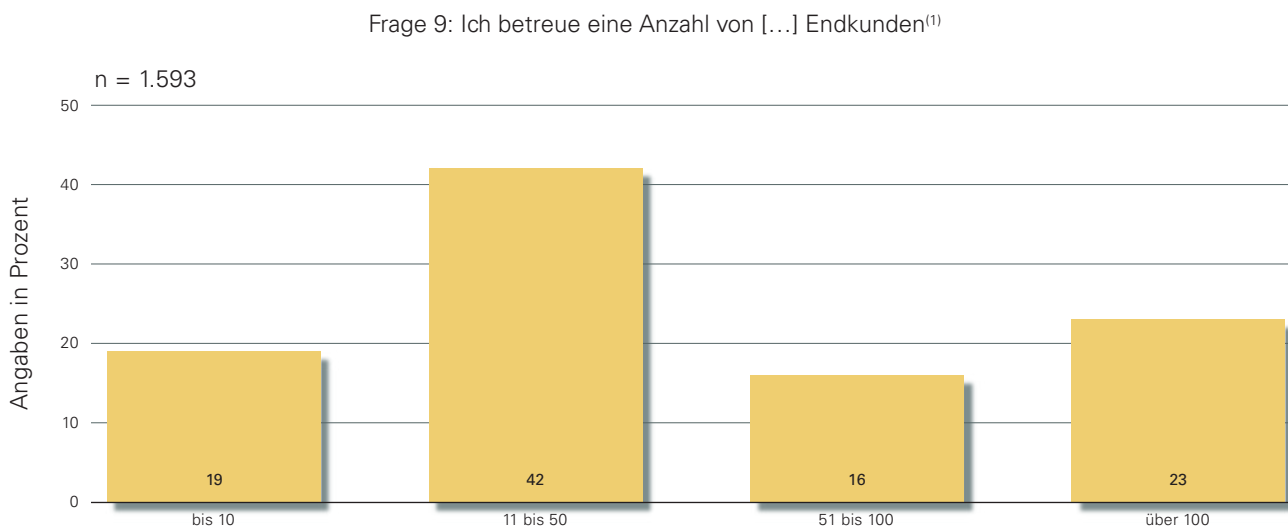


Abbildung 12: Zahl der betreuten Kunden

⁽¹⁾ Verbraucher ohne Vertriebstätigkeit

3.2 Vertriebsmethoden der Direktberaterinnen und Direktberater

Die aktuelle Befragung zeigt, dass die drei dominierenden Methoden der Kunden-Akquisition im Direktvertrieb nach wie vor persönliche Ansprache, Empfehlungen und Produkt-Präsentationen sowie Parties sind. Empfehlungen ebnen in der Regel den Weg für das Verkaufsgespräch. Hier zeigt sich auch die hohe Bedeutung der Kundenzufriedenheit. Denn nur Kunden, die mit dem Produkt zufrieden sind, werden dieses auch weiterempfehlen.

Soziale Netzwerke (Social Media) wie Facebook spielen nach Angabe der Direktberaterinnen und Direktberater bei der Kundengewinnung noch eine untergeordnete Rolle mit 23 Prozent, wie die Abbildung 13 zeigt.

Frage 11: Meine Endkunden⁽¹⁾ gewinne ich vor allem durch:

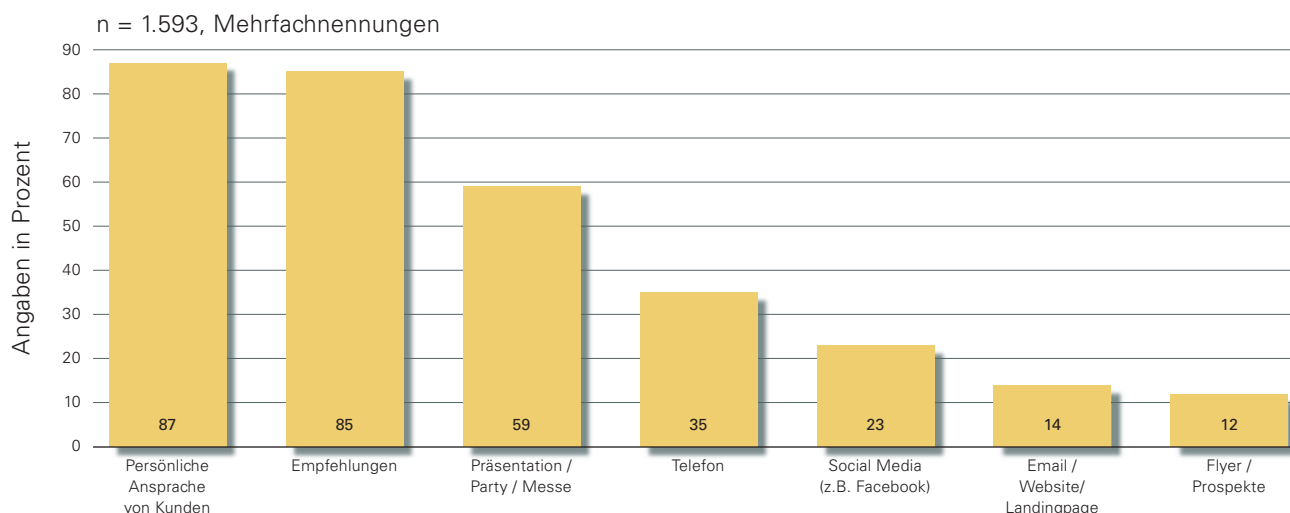


Abbildung 13: Methoden der Kundenakquisition

⁽¹⁾ Verbraucher ohne Vertriebstätigkeit

3.3 Zeiteinsatz

95 Prozent arbeiten nebenberuflich in Teilzeit

Das wichtigste Kriterium für Umsatz und Einkommen im Direktvertrieb ist der Zeiteinsatz, den ein Geschäftspartner für seine Tätigkeit aufwendet. Nach internationalen Definitionen zählen Geschäftspartner, die mehr als 30 Stunden pro Woche im Direktvertrieb arbeiten, als hauptberuflich tätig.

Die Befragung zeigt, dass mit 95 Prozent sehr viele Geschäftspartner nebenberuflich im Direktvertrieb tätig sind. Dabei geben sogar 49 Prozent der Befragten an, unter 10 Stunden zu arbeiten und 27 Prozent bis zu 15 Stunden. Nur 5 Prozent der Direktberaterinnen und Direktberater arbeiten demnach hauptberuflich im Direktvertrieb.

Im Vergleich zur Studie des Jahres 2009 zeigt sich deutlich eine Zunahme der nebenberuflichen Tätigkeit im österreichischen Direktvertrieb. Der Anteil der hauptberuflich Tätigen ist von 13 Prozent auf 5 Prozent zurückgegangen. Dies dürfte einerseits an der zunehmenden Zahl von Neueinsteigern liegen, die in der Regel nebenberuflich starten und erst bei erfolgreicher Tätigkeit mehr Zeit investieren und dann hauptberuflich tätig werden und andererseits an dem steigenden Anteil von Frauen im Direktvertrieb, die vorwiegend nebenberuflich tätig sind.

Die vorliegenden Ergebnisse bestätigen die Vermutungen, dass sich ein Großteil der Befragten nur wenige Stunden pro Woche mit seiner Tätigkeit im Direktvertrieb beschäftigt (siehe Abbildung 14).

Frage 20: Meine Tätigkeit im Direktvertrieb übe ich [...] Stunden pro Woche aus⁽¹⁾

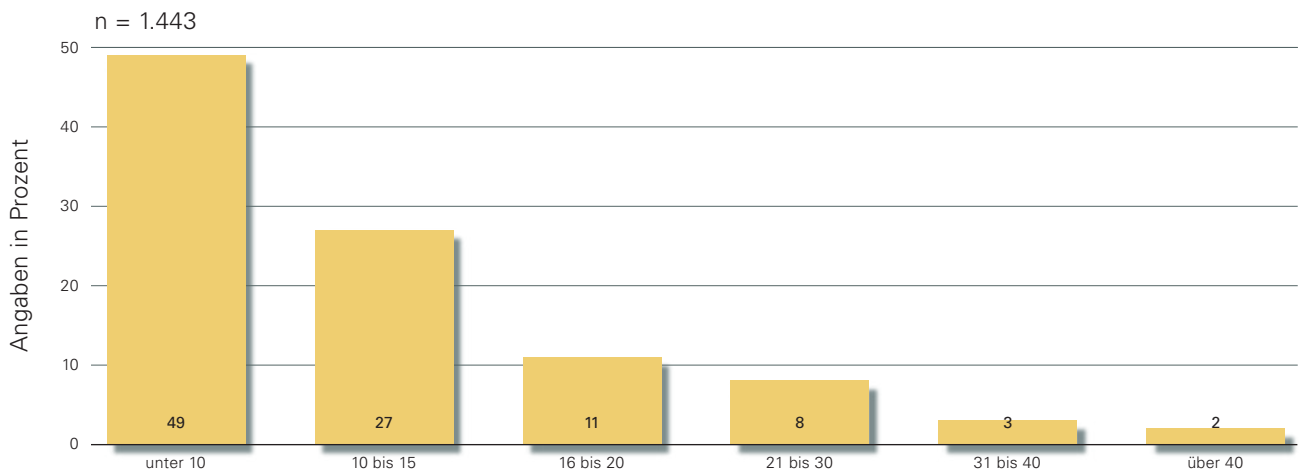


Abbildung 14: Zeiteinsatz

⁽¹⁾ ohne Fahrzeiten

Es stellt sich in diesem Zusammenhang die Frage, ob es einen Unterschied beim Zeiteinsatz zwischen Männern und Frauen gibt. Abbildung 15 beantwortet diese Frage eindeutig:

10 Prozent der männlichen Direktberater arbeiten hauptberuflich und damit 90 Prozent nebenberuflich. Bei den Direktberaterinnen ist der Anteil der hauptberuflich Tätigen 4 Prozent und damit der nebenberuflich Tätigen 96 Prozent.

Frage 20: Meine Tätigkeit im Direktvertrieb übe ich [...] Stunden pro Woche aus⁽¹⁾

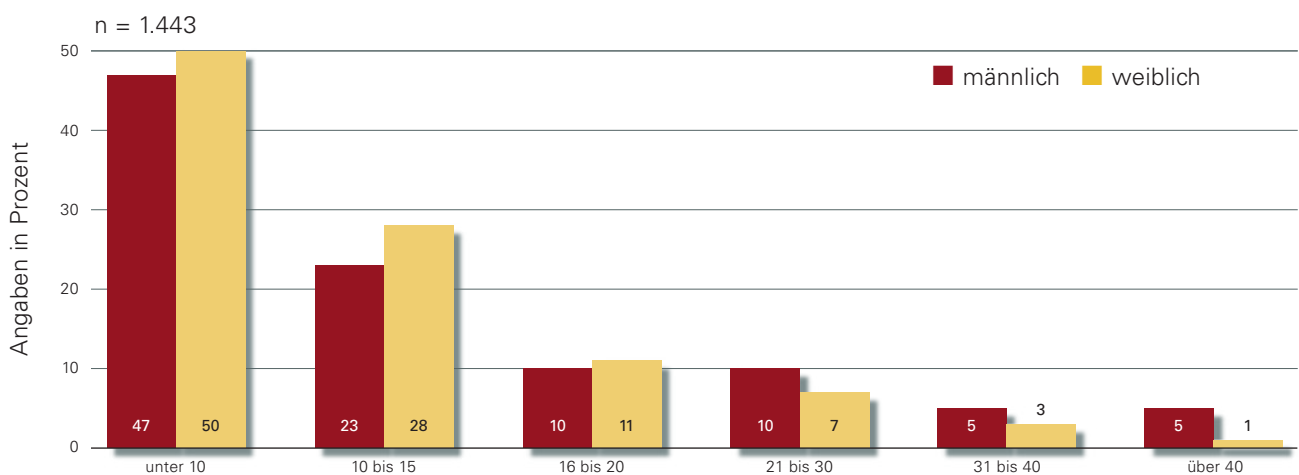


Abbildung 15: Unterschiede beim Zeiteinsatz zwischen Frauen und Männern

⁽¹⁾ ohne Fahrzeiten

3.4 Bildungsschichten

Menschen jeder Bildungsschicht

45 Prozent der Direktberaterinnen und Direktberater besitzen einen höheren Schulabschluss bzw. haben einen Hochschulabschluss. 31 Prozent haben eine Lehre. Wie die Praxis zeigt, können Menschen jeden Bildungsstandes im Direktvertrieb erfolgreich tätig sein. Viele Beispiele aus der Praxis zeigen dies eindrucksvoll.

Frage 28: Meinen höchsten Schulabschluss ordne ich folgender Kategorie zu:

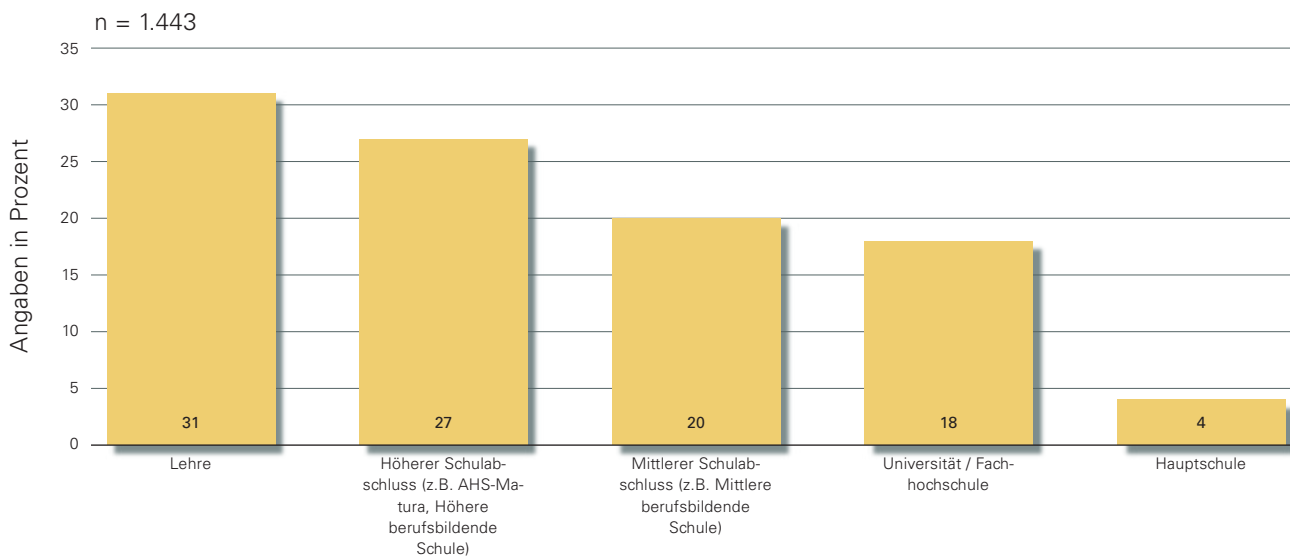


Abbildung 16: Höchster Schulabschluss

3.5 Motive für den Berufseinstieg

Motivation: Begeisterung für die Produkte, Zusatzeinkommen, Flexibilität und Unabhängigkeit

Die Hauptmotive für den Einstieg in den Direktvertrieb sind:

- Begeisterung für die Produkte
- Zusatzeinkommen/Verdienstmöglichkeiten
- Flexibilität und Unabhängigkeit

Diese drei wesentlichen Motive finden sich bundesländerübergreifend im Direktvertrieb für den Start in diesem Berufsfeld, wie in Abbildung 17 ersichtlich.

Frage 30: Ich habe aus folgenden Gründen mit meiner Tätigkeit im Direktvertrieb begonnen:

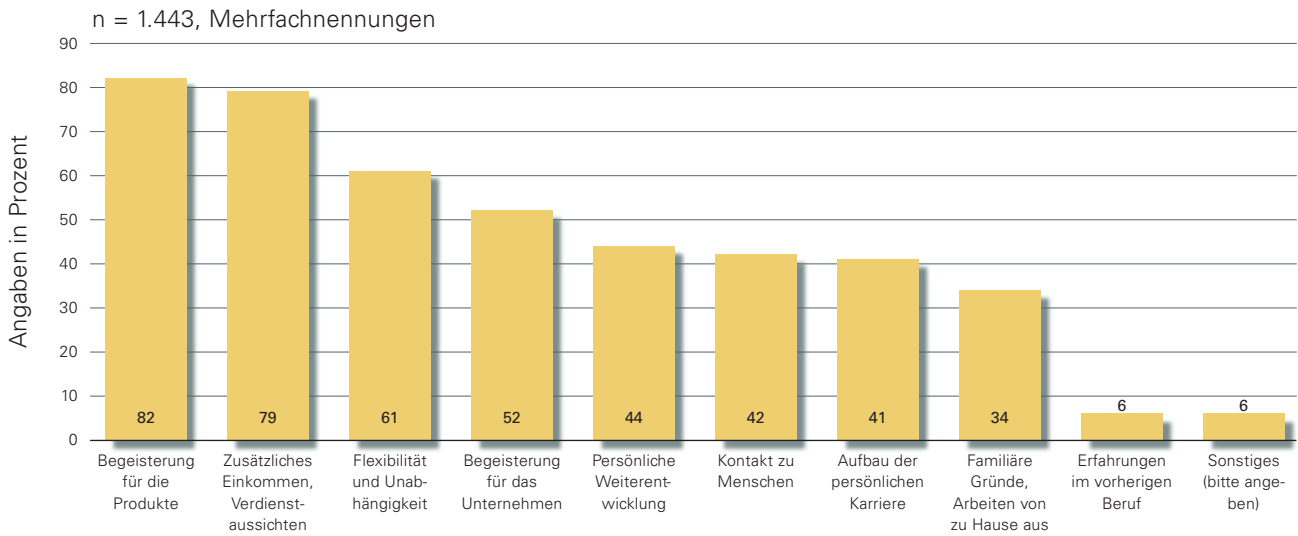


Abbildung 17: Motive für den Berufseinstieg

3.6 Zufriedenheit mit der Berufstätigkeit

Extrem hohe Zufriedenheit

Die Zufriedenheitsquote mit der Tätigkeit im Direktvertrieb ist überwältigend: 94 Prozent der Direktberaterinnen und Direktberater sind sehr zufrieden bzw. zufrieden mit ihrer Tätigkeit, die restlichen 6 Prozent sind weniger zufrieden.

Besonders bei einer Tätigkeit mit direktem Kundenkontakt ist Zufriedenheit ein entscheidender Faktor für den Erfolg. Denn nur zufriedene Geschäftspartner transportieren positive Signale zu potenziellen Neukunden und neuen Geschäftspartnern.

Frage 31: Mit meiner Tätigkeit im Direktvertrieb bin ich:

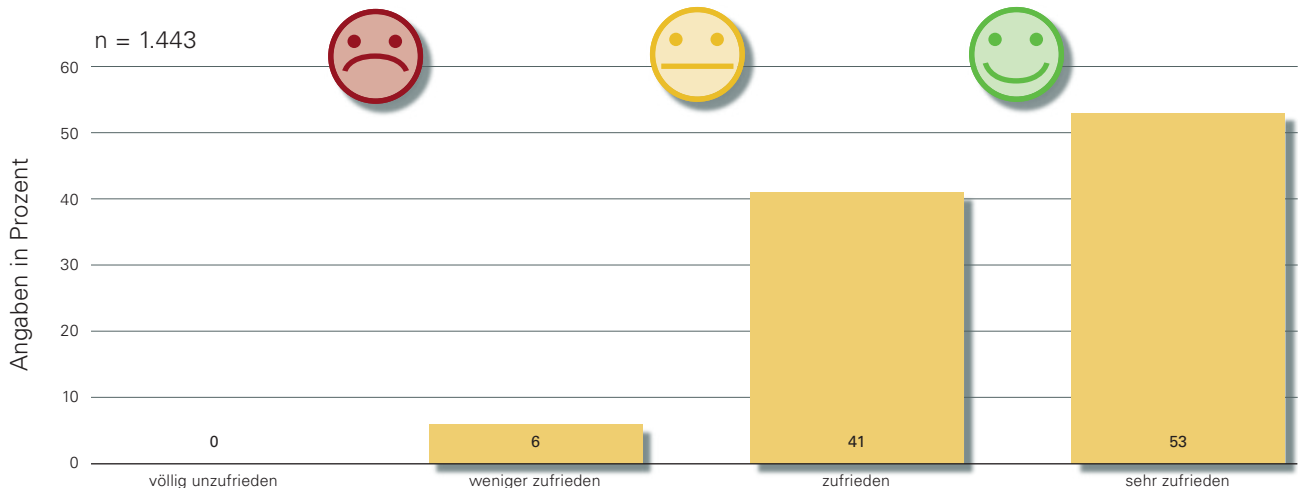


Abbildung 18: Zufriedenheit mit der Tätigkeit im Direktvertrieb

3.7 Einkommen

Rund die Hälfte der Direktberaterinnen und Direktberater verdient monatlich nicht mehr als 500 Euro. Dies liegt im Wesentlichen daran, dass rund die Hälfte der Direktberaterinnen und Direktberater unter 10 Stunden pro Woche im Direktvertrieb tätig ist (siehe dazu Abb. 14 „Zeiteinsatz“). Andererseits verdienen 8 Prozent der Direktberaterinnen und Direktberater mehr als 4.000 Euro brutto im Monat, 4 Prozent mehr als 6.000 Euro und 2 Prozent über 10.000 Euro monatlich, wie die Abbildung 19 zeigt.

Frage 18: Mein durchschnittliches Brutto – Monatseinkommen⁽¹⁾ als Vertriebspartner im Direktvertrieb beträgt:

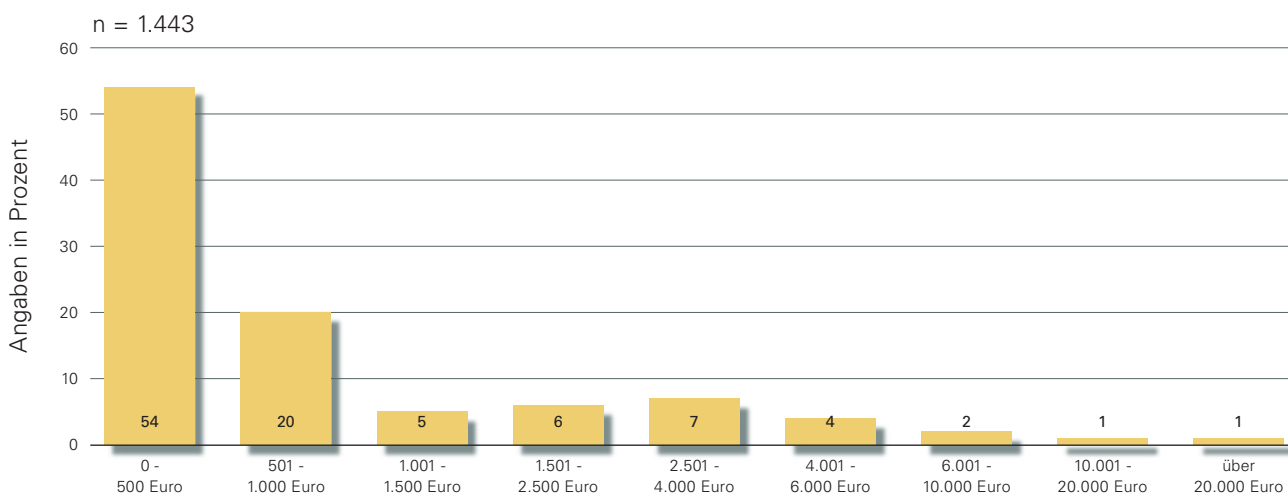


Abbildung 19: Durchschnittliches Brutto-Monatseinkommen der Direktberaterinnen und Direktberater
⁽¹⁾ Provision oder Handelsspanne

Nach diesen Angaben der Direktberaterinnen und Direktberater beträgt das durchschnittliche Brutto-Monatseinkommen aller Direktberaterinnen und Direktberater circa 1.518 Euro. Dies ist bei einer im Wesentlichen nebenberuflichen Tätigkeit als sehr hoch anzusehen und ist sicherlich einer der Gründe für die große Anziehungskraft des Direktvertriebs als nebenberufliche Tätigkeit.

Hohes Einkommen bei hoher Leistung

Wie bei jeder selbstständigen Tätigkeit gibt es auch beim Direktvertrieb enorme Einkommensunterschiede, die sich aber im Wesentlichen auf die Frage des Zeiteinsatzes zurückführen lassen. In der folgenden Abbildung 20 („Brutto-Monatseinkommen in Abhängigkeit vom Zeiteinsatz“) werden diese Unterschiede beim Bruttoeinkommen in Abhängigkeit vom Arbeits-/Zeiteinsatz deutlich:

Frage 18: Mein durchschnittliches Brutto – Monatseinkommen⁽¹⁾ als Vertriebspartner im Direktvertrieb beträgt:

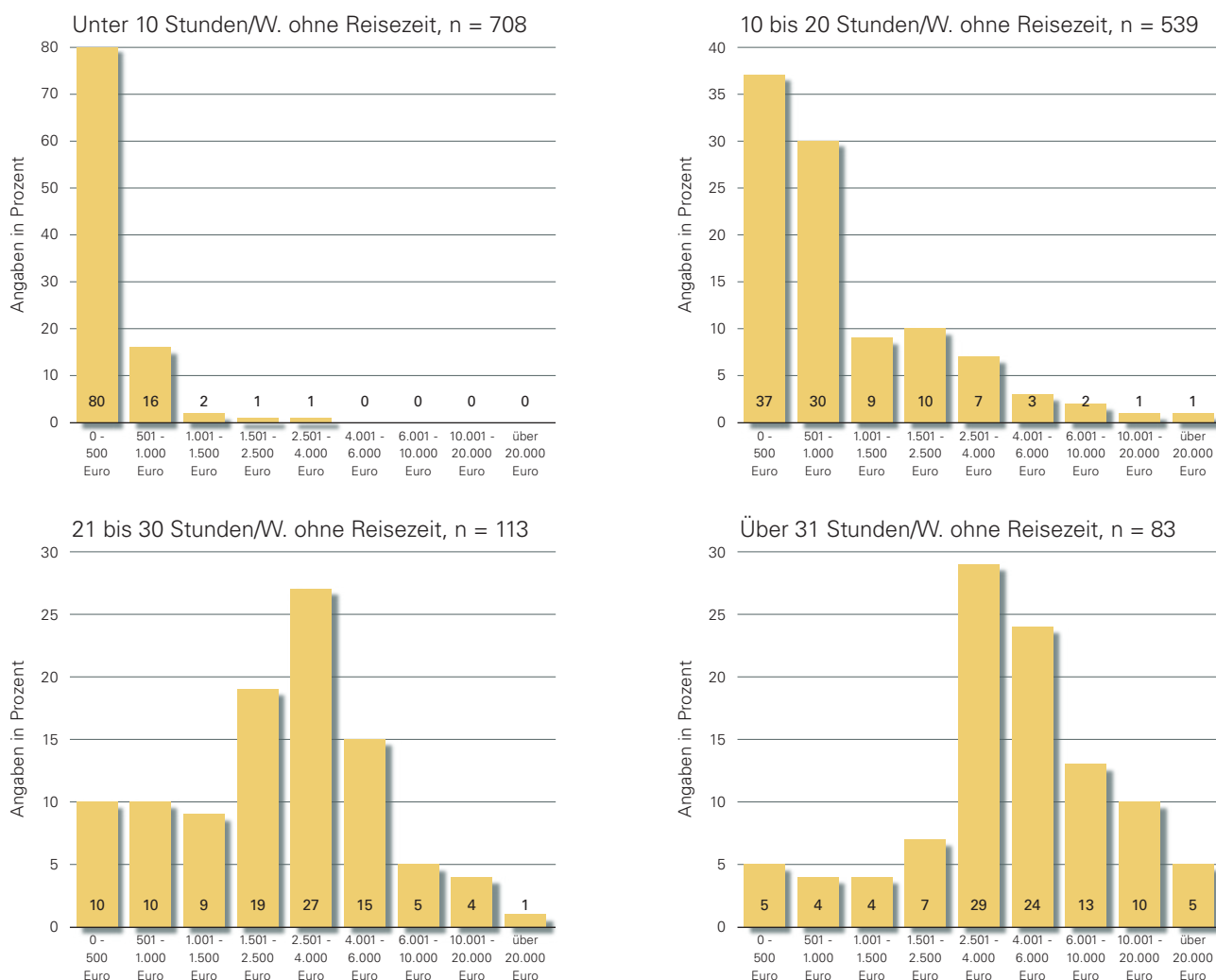


Abbildung 20: Brutto-Monatseinkommen in Abhängigkeit vom Zeiteinsatz

⁽¹⁾ Provision oder Handelsspanne

Das Einkommen des einzelnen Direktberaters hängt im Wesentlichen von seinem persönlichen Zeiteinsatz pro Woche ab. Dies zeigt die Analyse „Einkommen in Abhängigkeit vom Zeiteinsatz“ sehr deutlich (Abb. 20). Mehr als ein Viertel derjenigen, die hauptberuflich diese Tätigkeit ausüben, verdienen mehr als 6.000 Euro brutto im Monat. Daran zeigt sich die große Attraktivität dieses Vertriebsweges.

Allerdings darf man nicht vergessen, dass der Aufbau eines eigenen profitablen Geschäfts im Direktvertrieb einige Zeit dauert und man während dieser Zeit vollen Zeiteinsatz bringen muss, um Kundenkontakte und Geschäftspartner aufzubauen. Dies zeigt auch die Abbildung, dass z.B. 13 Prozent der hauptberuflich Tätigen unter 1.500 Euro brutto pro Monat verdienen.

Insgesamt wird deutlich, dass es in diesem Beruf nicht nur hohe Einkommenschancen gibt, sondern dass bei entsprechendem Einsatz tatsächlich ein hohes Brutto-Monatseinkommen realisiert wird. Dies zeigt sich noch deutlicher, wenn man die obige Abbildung noch einmal splittet in Einkommen in neben- und hauptberufliche Tätigkeit.

Frage 18: Mein durchschnittliches Brutto – Monatseinkommen⁽¹⁾ als Vertriebspartner im Direktvertrieb beträgt:

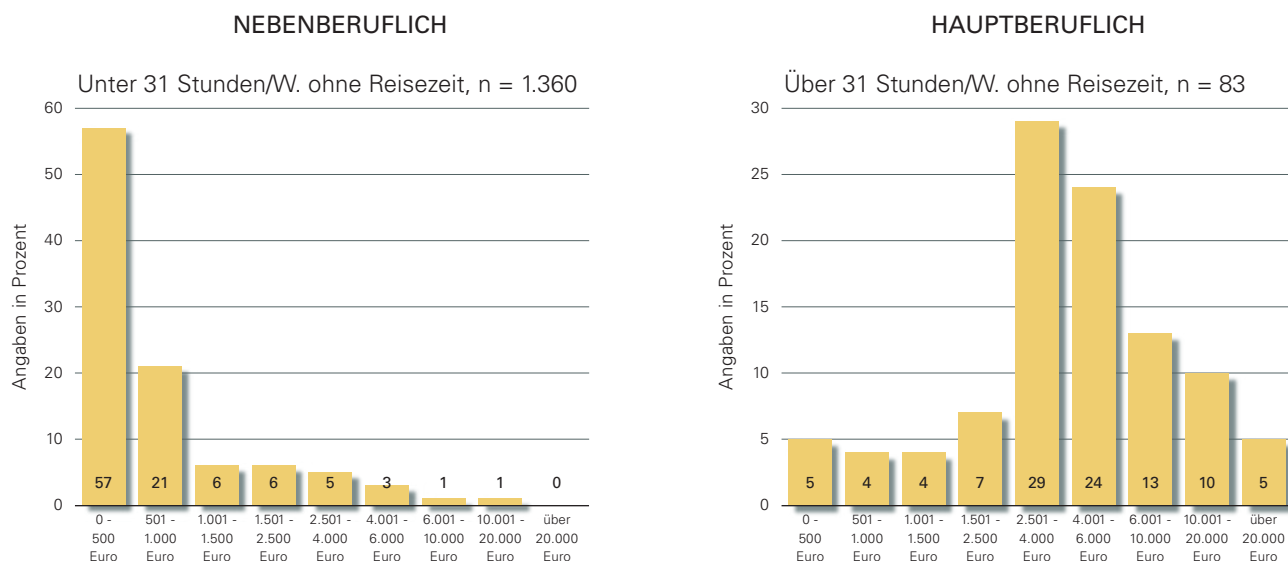


Abbildung 21: Einkommen bei neben- und hauptberuflicher Tätigkeit

⁽¹⁾ Provision oder Handelsspanne

Die Abbildung belegt, dass über 80 Prozent der hauptberuflich tätigen Direktberaterinnen und Direktberater ein monatliches Einkommen von mehr als 2.500 Euro brutto erreichen, 57 Prozent sogar mehr als 4.000 Euro brutto im Monat und 28 Prozent mehr als 6.000 Euro brutto im Monat. 15 Prozent der hauptberuflich tätigen Direktberaterinnen und Direktberater liegen bei einem Brutto-Monatseinkommen von mehr als 10.000 Euro. Das bedeutet:

Ein hoher Prozentsatz der Direktberaterinnen und Direktberater erzielt bei hauptberuflicher Tätigkeit ein Einkommen, das signifikant über dem durchschnittlichen Brutto-Monatseinkommen der österreichischen Haushalte liegt.

Aus den vorliegenden Daten lassen sich zwei Durchschnittswerte errechnen:

1. Durchschnittliches Brutto-Monatseinkommen bei nebenberuflicher Tätigkeit im Direktvertrieb: 1.035 Euro
2. Durchschnittliches Brutto-Monatseinkommen bei hauptberuflicher Tätigkeit im Direktvertrieb: 6.415 Euro

Demnach haben 52 Prozent der im Direktvertrieb Tätigen bei einem Zeiteinsatz von mehr als 30 Stunden pro Woche ein Monatseinkommen von über 4.000 Euro. Der Prozentsatz derjenigen, die bei diesem Zeitaufwand trotzdem noch unter 1.500 Euro verdienen, liegt bei 13 Prozent. Das ist vor allem dadurch zu erklären, dass diese Geschäftspartner erst mit ihrer Tätigkeit angefangen haben und noch mit dem Aufbau ihres Kundenstamms und ihrer Vertriebsteam beschäftigt sind. Insgesamt wird deutlich, dass es in diesem Beruf nicht nur hohe Einkommenschancen gibt, sondern dass bei entsprechendem Einsatz tatsächlich hohe Monatseinkommen realisiert werden.

In Abbildung 15 ist der Unterschied zwischen dem Zeiteinsatz von Frauen und Männern bereits dargestellt worden. Dabei zeigte sich, dass die Direktberaterinnen pro Woche weniger an Zeit einsetzen als ihre männlichen Kollegen. In den vorherigen Abbildungen wurde gezeigt, dass das Einkommen im Direktvertrieb sehr stark vom Arbeits-/Zeiteinsatz abhängt. Folgt man dieser Schlussfolgerung, dann müsste aus diesem Grund das durchschnittliche Brutto-Monatseinkommen der Direktberaterinnen logischerweise niedriger sein als das der Direktberater. Die folgende Abbildung 22 zeigt diese Einkommensunterschiede zwischen Frauen und Männern:

Das durchschnittliche Brutto-Monatseinkommen der Direktberaterinnen beträgt demnach 1.340 Euro.

Das durchschnittliche Brutto-Monatseinkommen der Direktberater beträgt demnach 1.852 Euro.

Frage 18: Mein durchschnittliches Brutto-Monatseinkommen⁽¹⁾ als Vertriebspartner im Direktvertrieb beträgt:

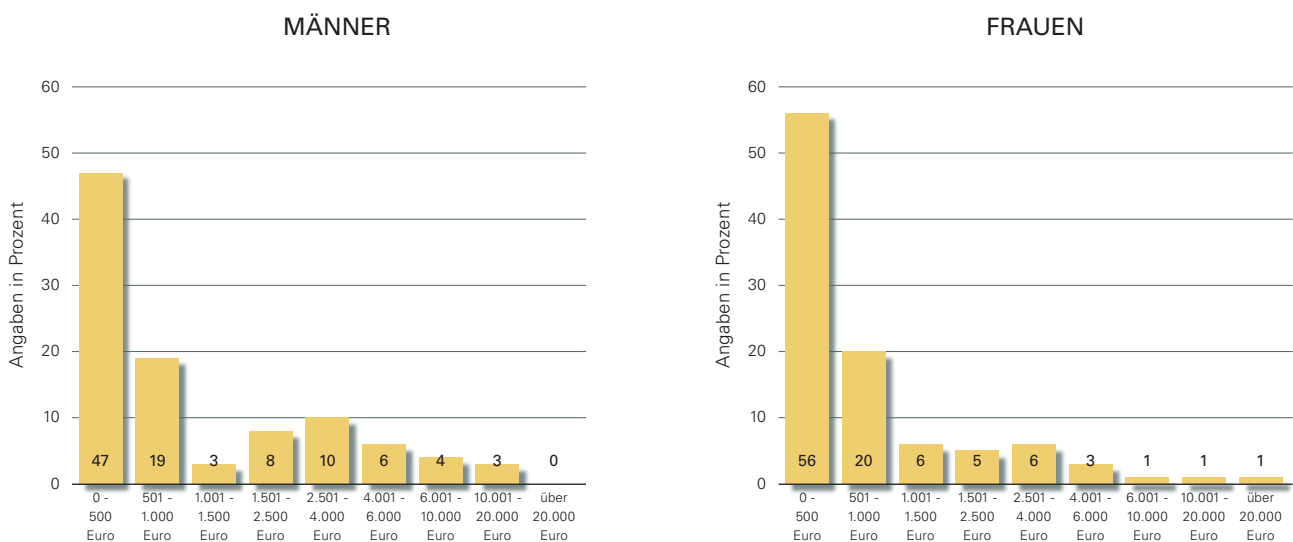


Abbildung 22: Einkommensunterschiede zwischen Männern und Frauen

⁽¹⁾ Provision oder Handelsspanne

3.8 Trends und Wachstumsprognosen

Die Zufriedenheitsquote mit der Tätigkeit im Direktvertrieb ist im Vergleich zu anderen Berufsgruppen überwältigend: 94 Prozent der Direktberaterinnen und Direktberater sind sehr zufrieden bzw. zufrieden mit ihrer Tätigkeit, die restlichen 6 Prozent sind weniger zufrieden.

Die zentralen Fragen für die Zukunft des Direktvertriebs lauten:

- Wird der Direktvertrieb auch in Zukunft weiter wachsen?
- Wird der Direktvertrieb auch in Zukunft für Neueinsteiger attraktiv sein?
- Wird der Direktvertrieb seine Attraktivität für diejenigen beibehalten, die diesen Beruf gegenwärtig ausüben?

Diese Fragen sollten im Branchenreport 2017 nicht aus der Sicht von Theoretikern oder Außenstehenden beantwortet werden, sondern aus der Sicht der Direktberaterinnen und Direktberater selbst.

90 Prozent der Direktberaterinnen und Direktberater beurteilen die **Entwicklung des Direktvertriebs** in den nächsten 4-5 Jahren als **sehr positiv bzw. positiv**. Lediglich 8 Prozent glauben, dass die Entwicklung stagnieren wird (siehe Abbildung 23).

Frage 32: Wie beurteilen Sie die Entwicklung der Branche bis 2020?

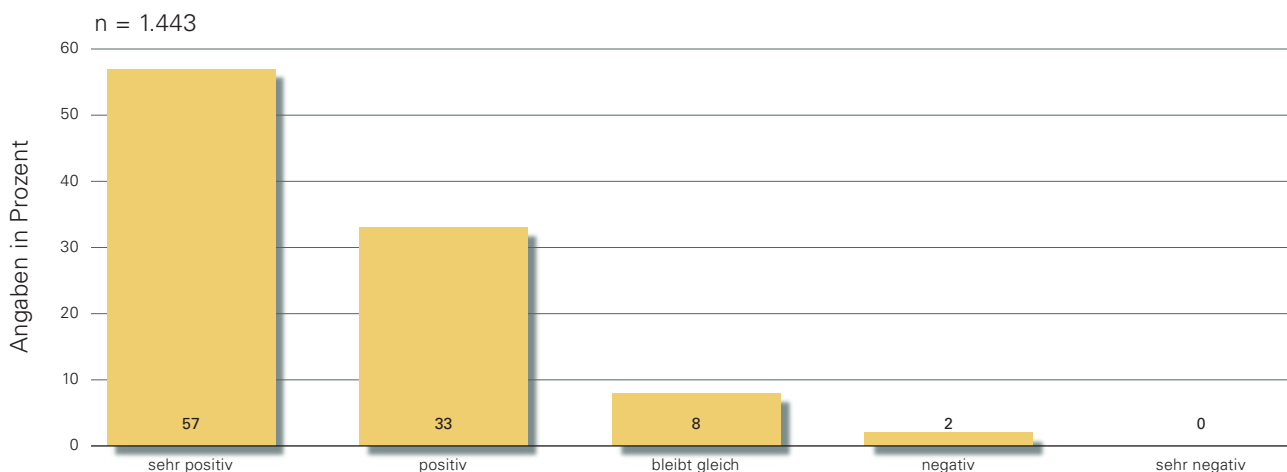


Abbildung 23: Einschätzung der zukünftigen Entwicklung des Direktvertriebs

Bei der Einschätzung der eigenen Einkommensentwicklung bis zum Jahr 2020 glauben 84 Prozent der Direktberaterinnen und Direktberater, dass ihr Einkommen stark ansteigen bzw. überhaupt ansteigen wird. Nur 14% sehen eine Stagnation bei ihrem Einkommen (Abb. 24 Einschätzung der eigenen Einkommensentwicklung bis 2020).

Frage 33: Wie schätzen Sie Ihre persönliche Einkommensentwicklung im Direktvertrieb bis 2020 ein?

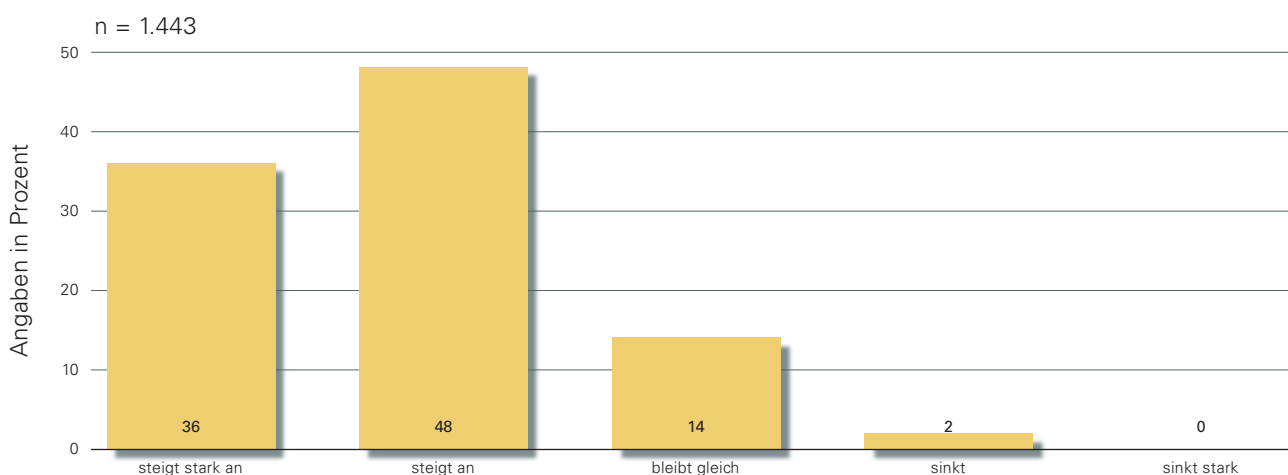


Abbildung 24: Einschätzung der eigenen Einkommensentwicklung bis 2020

Der in diesem aktualisierten Branchenreport zum Ausdruck kommende Optimismus bezüglich der Entwicklung des Direktvertriebs in Österreich insgesamt und der eigenen Einkommensentwicklung im Besonderen ist objektiv begründbar, wenn man die Antworten der Direktberaterinnen und Direktberater bezüglich Zufriedenheit mit der Berufstätigkeit und dem geplanten zukünftigen Zeiteinsatz in Betracht zieht:

- 94 Prozent sind sehr zufrieden bzw. zufrieden mit ihrer Tätigkeit
- 55 Prozent wollen in Zukunft mehr Zeit für ihre Tätigkeit im Direktvertrieb aufwenden.

Vor allem der letztgenannte Faktor – Zeiteinsatz – spielt im Direktvertrieb eine entscheidende Rolle: Mehr Zeiteinsatz bedeutet mehr Kunden, bedeutet größere Zahl von Geschäftspartnern in der eigenen Gruppe/Downline und damit mehr Umsatz und letztlich ein höheres Monatseinkommen. Dadurch steigt der Umsatz im Direktvertrieb insgesamt und der Bekanntheitsgrad und die Attraktivität dieses Vertriebsweges bei der Bevölkerung nehmen zu.

Auch große Zukunftstrends werden die Entwicklung im Direktvertrieb beeinflussen. Einer der zentralen Einflüsse ist die wachsende Bedeutung von Gesundheit und Wohlbefinden. Wir leben in einer Gesundheitsgesellschaft. Die Kunden werden zum gesundheitsbewussten Lifestyle-Konsumenten. Rund um Ernährung, Körper, Sport und Lebensqualität entstehen neue große Nachfragemärkte.

Die umsatzstärksten Produkte, die im Direktvertrieb verkauft werden, sind Produkte aus dem Bereich Gesundheit/Wellness. Der Direktvertrieb hat damit einen Wachstumsmarkt besetzt, der die Umsatz- und Einkommenssituation der Geschäftspartner weiter verbessert.

Zudem verändert sich die Gesellschaft. Wir leben in einem Zeitalter der Frauen. Dies zeigt sich vor allem im Berufsleben, wo der Anteil der erwerbstätigen Frauen in allen europäischen Staaten weiter wächst. In gleichem Maß wächst auch das Selbstverständnis der Frauen. So gibt es immer mehr Frauen, die einen Beruf ausüben wollen, um dadurch unabhängig zu sein.

Die Trendforscher prognostizieren, dass die Bedeutung der Frau in allen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Bereichen zunehmen wird. Für den Direktvertrieb gilt das schon heute. Der Anteil der Frauen an den Geschäftspartnern ist in den letzten 15 Jahren stark gestiegen und wird weiter steigen. Denn er bietet Anerkennung, Zusatzeinkommen und die Möglichkeit, Familie und Beruf zu vereinbaren.

4. Die Branchenvertretung in der Wirtschaftskammer Österreich

Extrem hohe Zufriedenheit mit der Branchenvertretung

Die aus Sicht der Direktberaterinnen und Direktberater meisten Fortschritte durch ihre Interessenvertretung in der Wirtschaftskammer wurden erzielt bei der:

- Unterstützung von Neugründern
- Bereitstellung eines Leitfadens zu den wichtigsten Fragen rund um das Gewerbe Direktvertrieb
- Interessenvertretung bei Gesetzesänderungen wie z.B. Handelsvertreterrecht, Gewerbe-, Steuer- und Sozialversicherungsrecht

Die in Abbildung 25 dargestellte Liste der Fortschritte stellt auch gleichzeitig eine Prioritätenfolge aus der Sicht der Direktberaterinnen und Direktberater dar.

Frage 34: Aus meiner Sicht sind die meisten Fortschritte durch meine Interessenvertretung in der Wirtschaftskammer erzielt worden bei:

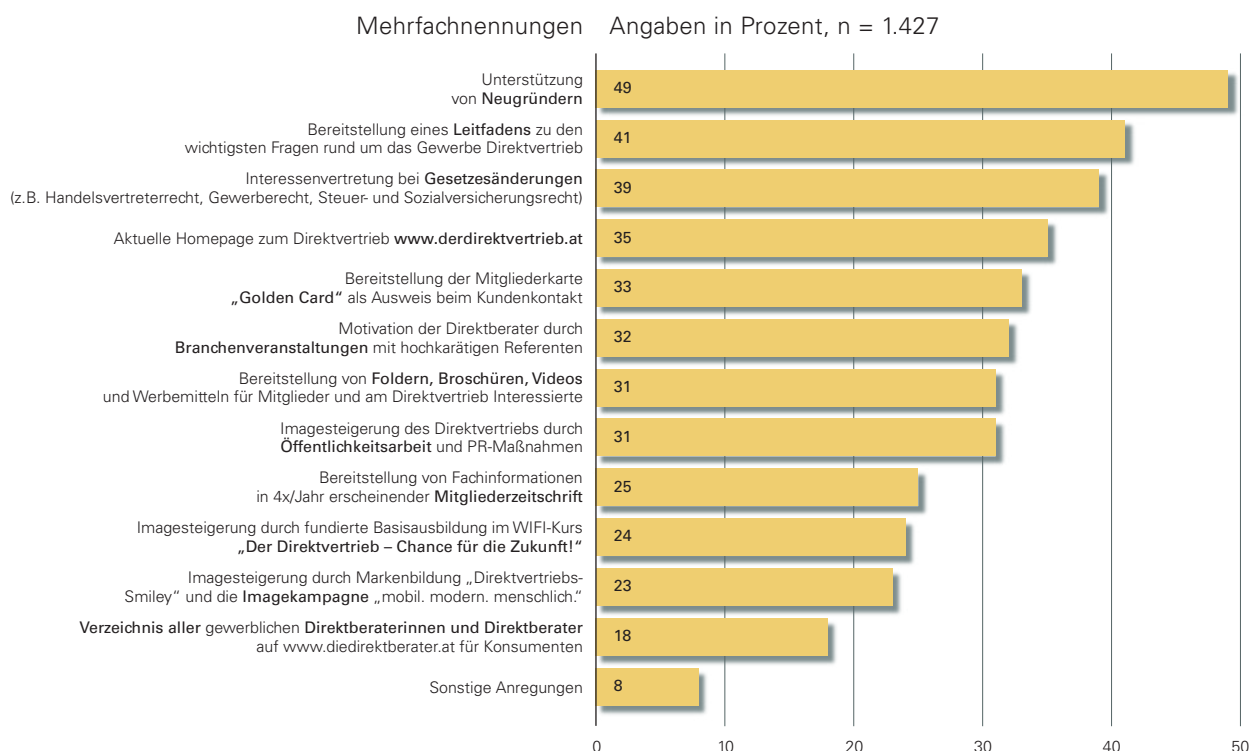


Abbildung 25: Erzielte Fortschritte durch die Branchenvertretung

Zusammenfassend stellt sich dann die Frage, wie die Arbeit der Branchenvertretung in der Wirtschaftskammer Österreich insgesamt bewertet wird. Dies zeigt die folgende Abbildung 26.

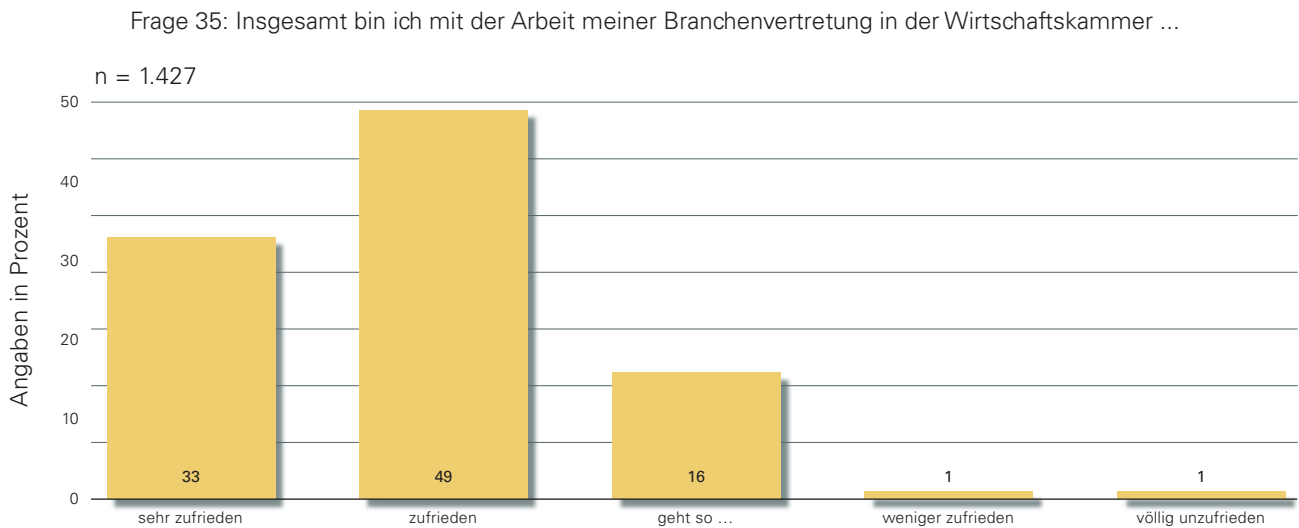


Abbildung 26: Zufriedenheit mit der Branchenvertretung

Das Ergebnis ist beeindruckend:

Lediglich 2% der Befragten waren mit der Arbeit weniger zufrieden oder völlig unzufrieden.

82 Prozent der Direktberaterinnen und Direktberater waren sehr zufrieden bzw. zufrieden mit der Arbeit ihrer Interessensvertretung in der Wirtschaftskammer Österreich. Dies ist eine hohe Anerkennung für die Arbeit der Interessenvertreter im Bundesgremium und den Landesgremien des Direktvertriebs in Österreich.

5. Direktvertrieb: Ein Vertriebsweg mit großen Zukunftschancen

Der Direktvertrieb hat in den vergangenen Jahrzehnten nicht nur in Österreich, sondern auch in Europa und weltweit stark an Bedeutung gewonnen. Die Branche entwickelt sich im Gegensatz zum Einzelhandel sehr dynamisch, wie auch die verschiedenen Veröffentlichungen der Wirtschaftskammer zeigen.

Der starke Zuwachs resultiert aus den Vorteilen, die eine Tätigkeit im Direktvertrieb für den Einzelnen bietet: keine Zugangsbeschränkungen, leichte Erlernbarkeit, Arbeiten von zu Hause aus, freie Zeiteinteilung, attraktive Entlohnung, geringe Einstiegskosten, erprobtes und erfolgreiches Vertriebskonzept mit der Möglichkeit des Aufbaus eines stabilen Einkommens.

Im Rahmen des vorliegenden Branchenreports für Österreich wurden über 1.718 aktive Direktberaterinnen und Direktberater befragt. Daraus lassen sich folgende Erkenntnisse über die „typische“ Direktberaterin bzw. den „typischen“ Direktberater in Österreich gewinnen:

Er/sie ist fast ausschließlich für ein Unternehmen tätig, verkauft/vermittelt überwiegend Produkte aus der Wellness-/Gesundheitsbranche und übt die Tätigkeit vor allem nebenberuflich aus (95 Prozent). Die Direktberater kommen aus allen Berufen und Schichten. 69 Prozent der Direktberater sind zwischen 35 und 59 Jahre alt. Drei Viertel der Direktberater sind weiblich, verdienen bei einem wöchentlichen Zeiteinsatz von unter zehn Stunden bis zu 500 Euro brutto im Monat und sind damit sehr zufrieden, wie ihre Aussagen bestätigen. Das durchschnittliche Brutto-Monatseinkommen bei nebenberuflicher Tätigkeit beträgt 1.035 Euro, das vergleichbare Durchschnittseinkommen bei hauptberuflicher Tätigkeit 6.415 Euro. Begeisterung für die Produkte sowie Flexibilität und Unabhängigkeit bestimmen den Einstieg in den Direktvertrieb.

Der typische Kunde im Direktvertrieb ist weiblich und umfasst eine breite Altersspanne von 30 bis 60 Jahren. Der einzelne Direktberater betreut durchschnittlich 10 bis 50 Kunden, die er vor allem durch persönliche Ansprache und durch Weiterempfehlung von bestehenden Kunden gewinnt. Überraschend hoch ist die Abschlussquote im Verkaufsgespräch: Bereits beim ersten Kontakt kaufen 60 Prozent der Kunden die Produkte des Direktberaters. Ein weiterer Beweis für die Akzeptanz dieses Vertriebsweges beim Kunden ist der extrem hohe Prozentsatz von Stammkunden mit 89 Prozent.

Trotz der gegenwärtigen weltwirtschaftlichen Turbulenzen sind die Direktberaterinnen und Direktberater in Österreich hochzufrieden mit ihrer Tätigkeit und bewerten die Zukunft der Branche wie auch ihr zukünftiges Einkommen selbst als positiv bzw. sehr positiv. Zukunftstrends wie Gesundheit und die zunehmende Bedeutung der Frauen in Wirtschaft und Gesellschaft begünstigen diese Entwicklung.

Weit über die Hälfte der befragten Direktberaterinnen und Direktberater gaben an, zukünftig mehr Zeit in ihre Tätigkeit im Direktvertrieb investieren zu wollen.

Angesichts dieser positiven Stimmungen und Tendenzen ist von einer weiteren dynamischen und überdurchschnittlichen Entwicklung des Direktvertriebs in Österreich auszugehen.

WIFI-Lehrgang Direktvertrieb – Chance für die Zukunft



Vier Module – ein Ziel

Dieser Lehrgang wurde von den Gremien des Direktvertriebs der Wirtschaftskammern ins Leben gerufen und in den WIFIs eingerichtet. Die stets aktuellen Lehrinhalte der 4 Module wurden von Praktikern entwickelt. Somit wird eine topaktuelle Weiterbildung gewährleistet, die als Qualifizierung im Direktvertrieb von Neueinsteigern, aber auch zur Wissensauffrischung angeboten wird.

Das Seminar kann in Ihrem Bundesland als Präsenz- oder Onlinekurs und auch mit abweichenden Inhalten angeboten werden. Außerdem gibt es von den Landesgremien eine Förderung von mindestens 50 % und wer alle Module besucht, erhält im „Firmen A-Z“ der Wirtschaftskammer die Eintragung als „Ausgezeichneter Direktberater“.



**Mehr Information sowie Kursprogramm und Termine
bei Ihrem Landesgremium bzw. WIFI**



Die Golden Card des Direktvertriebs dient als Zeichen für bei der Wirtschaftskammer registrierte Direktberater, die über eine aufrechte Gewerbeberechtigung verfügen. Diese Berater sind mit ihren Angeboten für jedermann über www.derdirektvertrieb.at abrufbar. Der Kunde weiß also, mit wem er es zu tun hat. Kunden schätzen Transparenz, Qualität und einen aktuellen Wissensstand ihres Vermittlers.

Mit der Golden-Card einen Schritt voraus, denn sie schafft ...

- ... **Vertrauen:** Konsumenten wissen, mit wem sie es zu tun haben.
- ... **Sicherheit:** Konsumenten wissen, dass ihr Direktberater über eine Gewerbeberechtigung verfügt.
- ... **Wissensvorsprung:** durch alle Service- und Beratungsangebote der Landesgremien.
- ... **Wettbewerbsvorteile:** durch leichtere Akquisition neuer Kunden und Geschäftspartner.

Mehr Information unter: www.derdirektvertrieb.at

**„Der Direktvertrieb
ist mein Leben und
meine Kunden
profitieren davon!“**



www.derdirektvertrieb.at