

DER DIREKTVERTRIEB

Zukunftschancen in einem Wachstumsmarkt



Auszug aus dem Branchenreport 2024



Inhaltsverzeichnis

Vorwort Peter Krasser, Obmann des Bundesgremiums Direktvertrieb	3
Vorwort Prof. Dr. Michael M. Zacharias, Emeritierter Professor der Hochschule Worms	4
1. Direktvertrieb: Eine Branche mit großem Potenzial	5
1.1 Zahlen und Fakten.....	6
1.2 Vorteile einer Tätigkeit im Direktvertrieb.....	8
1.3 Faktoren des Erfolgs	8
1.4 Akzeptanz des Direktvertriebs bei den Kunden.....	9
2. Einblick in die Arbeit der Direktberater	10
2.1 Die Kunden.....	10
2.2 Vertriebsmethoden der Direktberater	12
2.3 Zeiteinsatz und Einkommen.....	12
2.4 Bildungsschichten	13
2.5 Motive für den Berufseinstieg	14
2.6 Zufriedenheit mit der Berufstätigkeit.....	14
2.7 Der Direktvertrieb und Social Media.....	15
2.8 Trends und Wachstumsprognosen.....	18
3. Die Branchenvertretung in der Wirtschaftskammer Österreich	20
4. Direktvertrieb: Ein Vertriebsweg mit großen Zukunftschancen	22



Impressum

Medieninhaber und Herausgeber:
Bundesgremium des Direktvertriebs, Wirtschaftskammer Österreich,
1045 Wien, Wiedner Hauptstraße 63

Titelfoto: © Adobe Stock

Gestaltung: Werbeagentur Morré, Graz

Druck: Universitätsdruckerei Klampfer

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 2024“ sind Fehler nicht auszuschließen.

Anmerkung: Im Interesse der Lesbarkeit wurde auf geschlechterspezifische Formulierungen verzichtet.
Auch wenn nur eines der Geschlechter genannt wird, sind alle Geschlechter gemeint.

Liebe Direktberaterin, lieber Direktberater,

der Direktvertrieb hat sich weltweit auch in wirtschaftlich unsicheren Zeiten hervorragend weiterentwickelt und gibt heute weit über 100 Millionen Menschen Arbeit und Einkommen. Auch in Österreich schreibt er eine durchgehende Erfolgsgeschichte und zählte Ende 2023 18.000 aktive Mitglieder in den Gremien der Wirtschaftskammer.

Immer mehr Menschen nützen die Chance, sich ohne größere Investitionen selbstständig zu machen und durch die Arbeit von zu Hause aus bei freier Zeiteinteilung Beruf und Familie besser miteinander verbinden zu können. Der Direktvertrieb entspricht auch den prognostizierten künftigen Entwicklungen des Handels:

Zum einen sind es Globalisierung, Digitalisierung und Personalisierung, die die Entwicklung des Handels in der Zukunft prägen werden, 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 und Ausbildungsangeboten die 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 Direktberatern im Jahr 2023 Daten zur Kundenstruktur, zum Verhältnis Zeitaufwand und Einkommensmöglichkeit, zum Einsatz sozialer Medien, zur Arbeitsmotivation, zur Zufriedenheit und zur Zukunftserwartung erbracht. Diese wurden in den vorliegenden Branchenreport eingearbeitet und geben allen Direktberatern, Kunden und Interessenten am Direktvertrieb Einblick in die aktuelle Situation des Direktvertriebs in Österreich.

Ein großes Dankeschön gebührt dem Landesgremium Tirol für die Abwicklung und Auswertung der Umfrage.

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

Ihr Peter Krasser

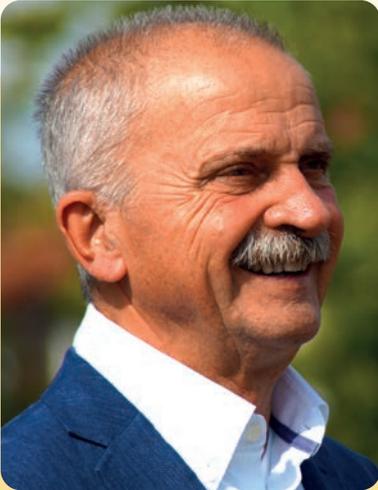
Obmann des Bundesgremiums Direktvertrieb



Foto Fischer



Immer mehr Menschen nützen die Chance, sich ohne größere Investitionen selbstständig zu machen und durch die Arbeit von zu Hause aus bei freier Zeiteinteilung Beruf und Familie besser miteinander verbinden zu können.



Liebe Leserin, lieber Leser!

Der Direktvertrieb ist eine wachsende Branche mit großem Potenzial und starker Dynamik, in der immer mehr Menschen Lohn und Brot, aber auch Sinngebung, 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. 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.

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. 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.

Dieser Branchenreport 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
(www.zacharias-akademie.com)*



Gleichzeitig ist der Direktvertrieb ein Wachstumsmotor für unsere Wirtschaft. Gerade in Zeiten des Wandels bietet er vielen Menschen die Chance auf einen beruflichen Neuanfang.



1. Direktvertrieb: Eine Branche mit großem Potenzial

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 Jahren konnte sich dieser Vertriebsweg in Österreich dynamisch entwickeln. Die Umsätze im Einzelhandel haben sich in den vergangenen Jahren nur geringfügig erhöht. Den Weg der Ware vom Hersteller zum Kunden über den Einzelhandel zeigt folgende Abbildung:

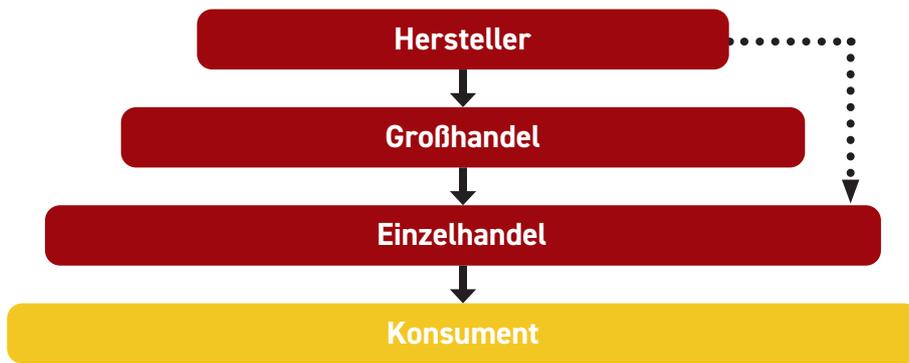


Abbildung 1: Weg der Ware vom Hersteller zum Konsumenten

Die Definition des Direktvertriebs ist angelehnt an die Formulierung des Weltverbandes des Direktvertriebs 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 selbstständigen Beraters außerhalb traditioneller Handelsgeschäfte nach persönlicher Beratung und Vorführung durch einen Vertriebsrepräsentanten.“

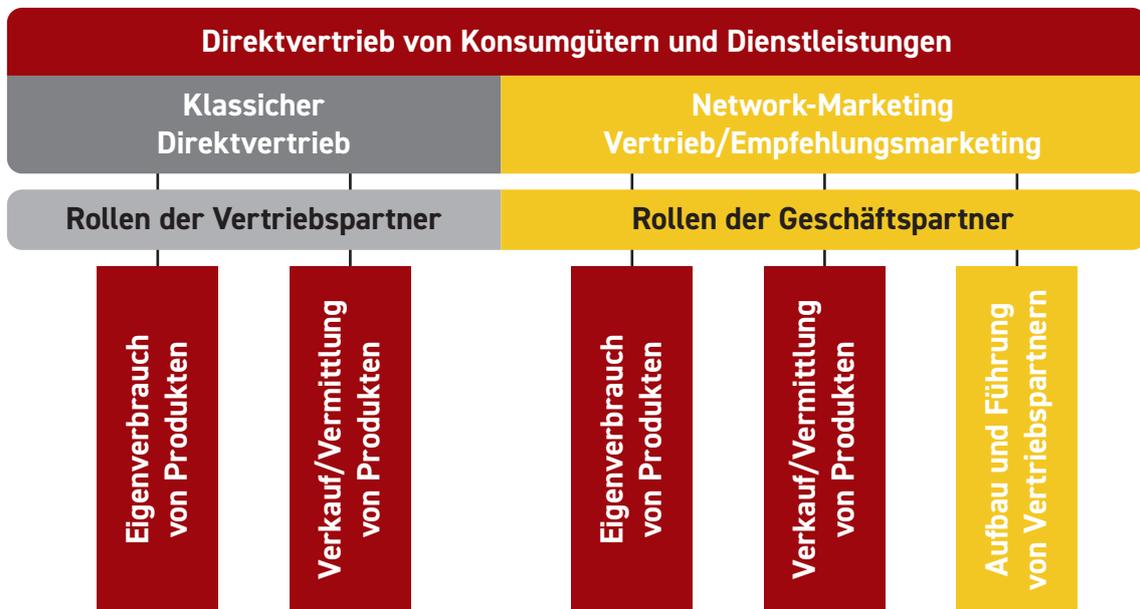


Abbildung 2: Definition Direktvertrieb

Die Direktberater betreiben ihre Tätigkeit neben- oder hauptberuflich als selbstständige Gewerbetreibende, meist 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.



1.1 Zahlen und Fakten

Weltweit hat sich der Direktvertrieb sowohl in Bezug auf Umsatz wie auch Geschäftspartnerzahlen sehr dynamisch entwickelt, wie die folgenden Abbildungen zeigen. Die Rückgänge 2022 sowohl beim Umsatz als auch bei den Geschäftspartnerzahlen können wohl als Folge der weltweiten coronabedingten Pandemie gesehen werden.

Umsatz im Direktvertrieb weltweit in Milliarden US-Dollar

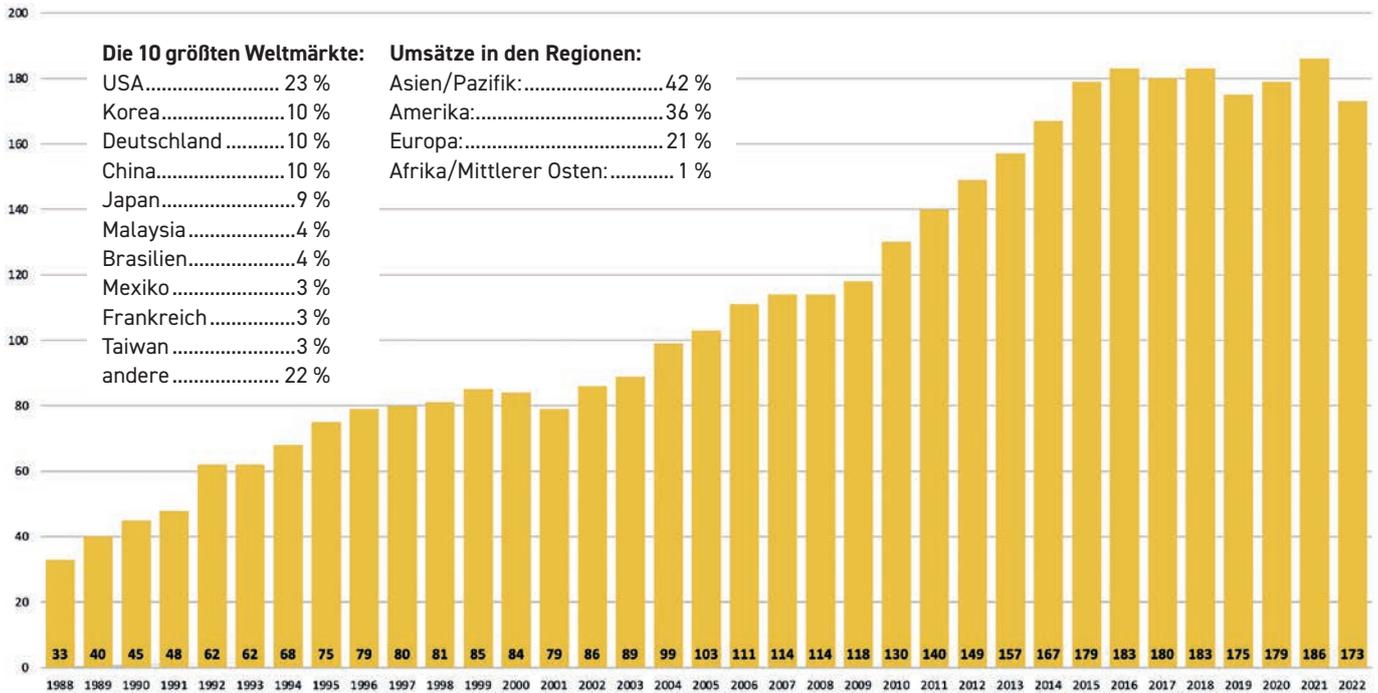


Abbildung 3: Umsatzentwicklung im Direktvertrieb weltweit (Quelle: WFDSA August 2023)

Vertriebspartner weltweit in Millionen

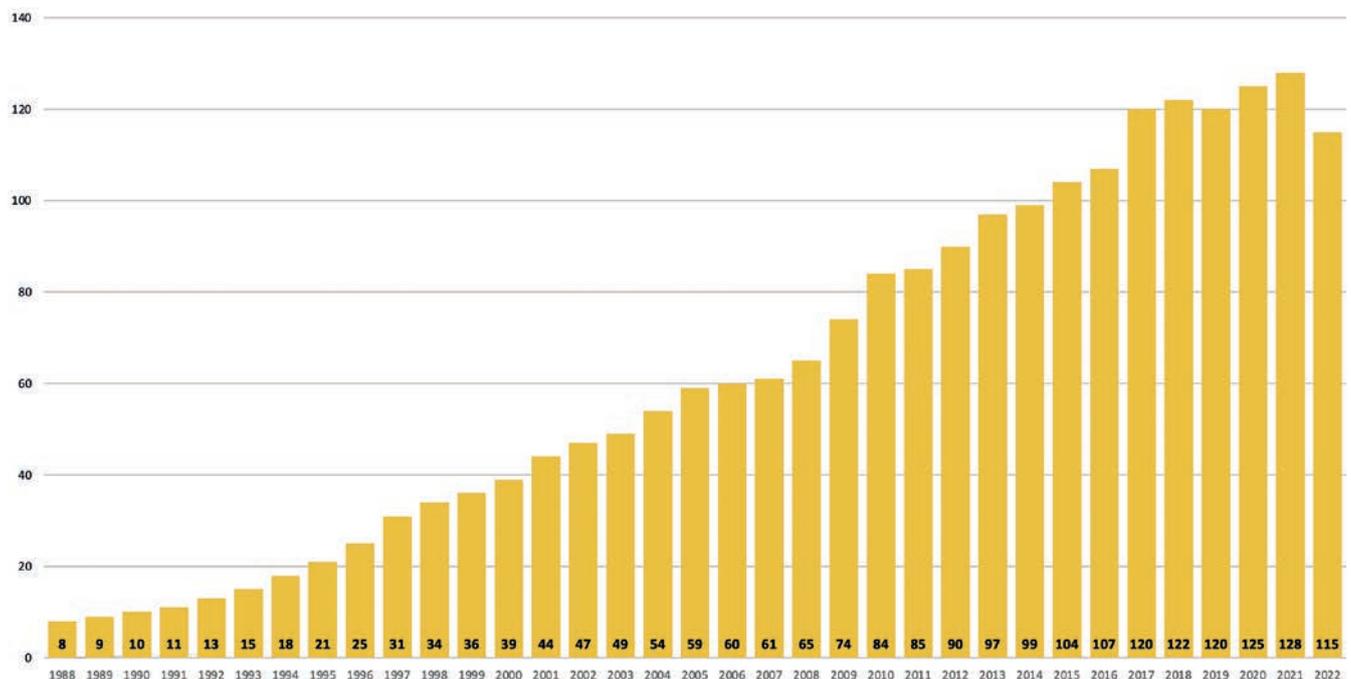


Abbildung 4: Entwicklung der Zahl der Geschäftspartner weltweit (Quelle: WFDSA August 2023)

Umsatz in Europa in Milliarden US-Dollar

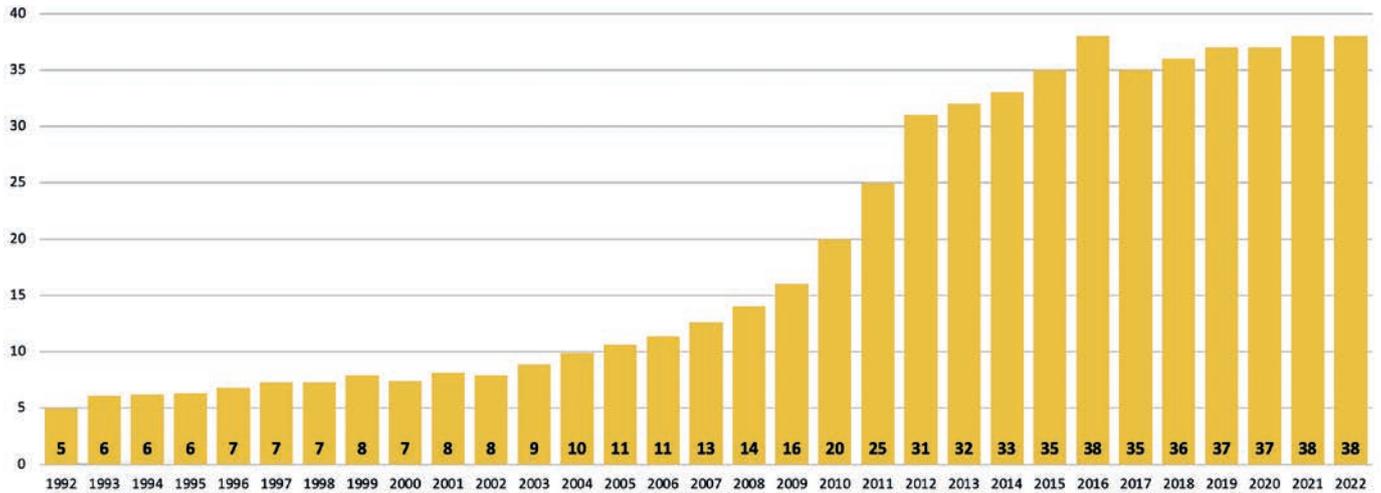


Abbildung 5: Umsatzentwicklung im Direktvertrieb in Europa (Quelle: WFDSA August 2023)

Vertriebspartner in Europa in Millionen

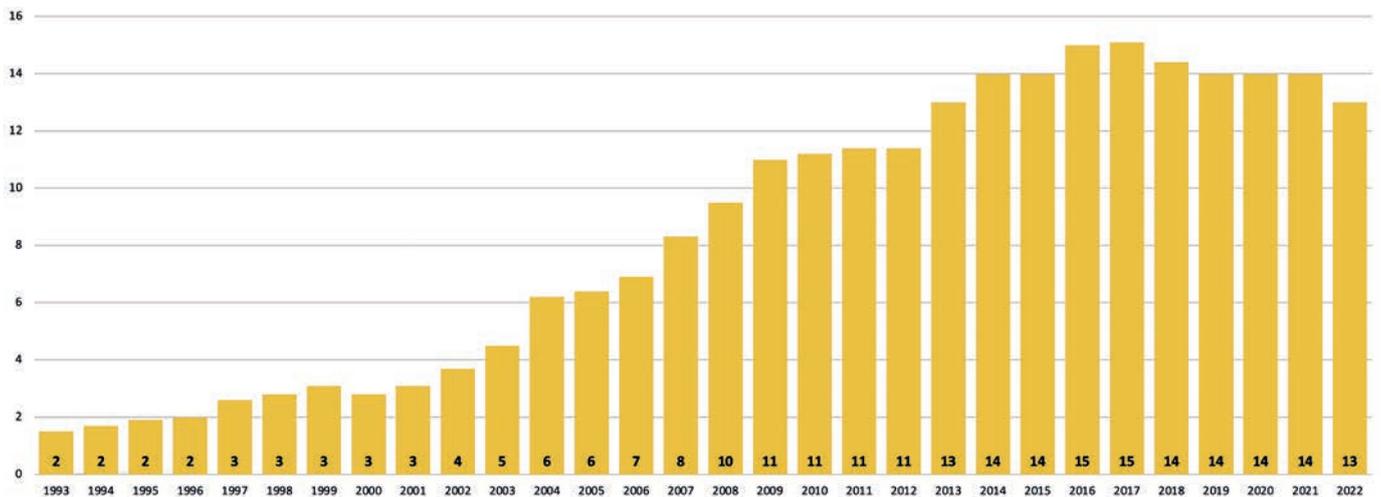


Abbildung 6: Entwicklung der Zahl der Vertriebspartner in Europa (Quelle: WFDSA August 2023)

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.

Direktberater bezogen auf die Zahl der Gesamtbevölkerung (in Prozenten):

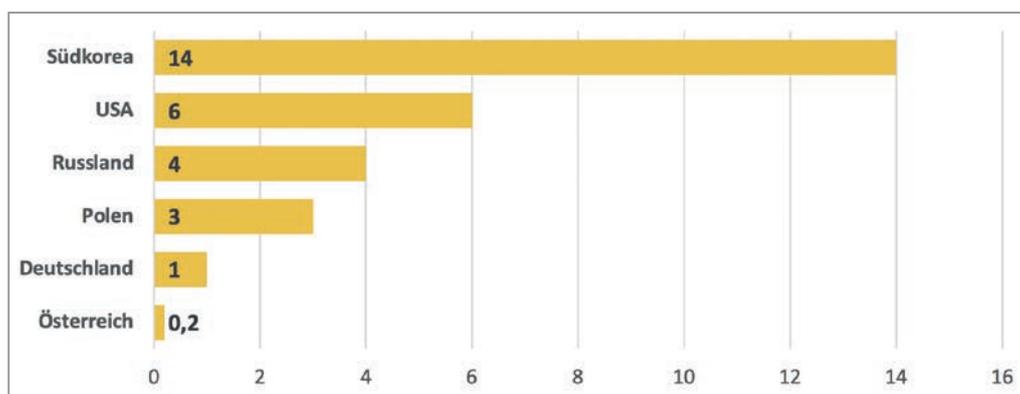


Abbildung 7: Direktberater weltweit

Quelle: World Federation of Direct Selling Association

1.2 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 unter 100 Euro.

Die wichtigsten Vorteile lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- Tätigkeit für jedermann
- Keine Zugangsbeschränkungen
- Leicht erlernbar
- Arbeiten von zu Hause aus oder beliebigem Ort mit Internetanschluss
- 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.

1.3 Faktoren des Erfolgs

Manche Menschen sind im Direktvertrieb sehr erfolgreich, andere weniger. Die Voraussetzungen für den Erfolg sind vielfältig.

Allgemeine Erfolgsfaktoren:

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

Persönliche Erfolgsfaktoren:

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

Im Direktvertrieb werden erklärungsbedürftige und innovative Produkte mit klaren Vorteilen für den Konsumenten verkauft. Sie sichern dem Geschäftspartner regelmäßige Wiederholungskäufe und ein stabiles Einkommen.

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.

Wie bereits in der „Definition des Direktvertriebs“ dargestellt, gibt es mit dem „Klassischen Direktvertrieb“ und „Network Marketing“ zwei Vertriebssysteme, die in Österreich ziemlich gleich gewichtet sind, wie in Abbildung 8 ersichtlich.

Frage 2: Ich bin tätig im...

n = 1.500

n = Anzahl der Direktberater, die diese Frage beantwortet hat.

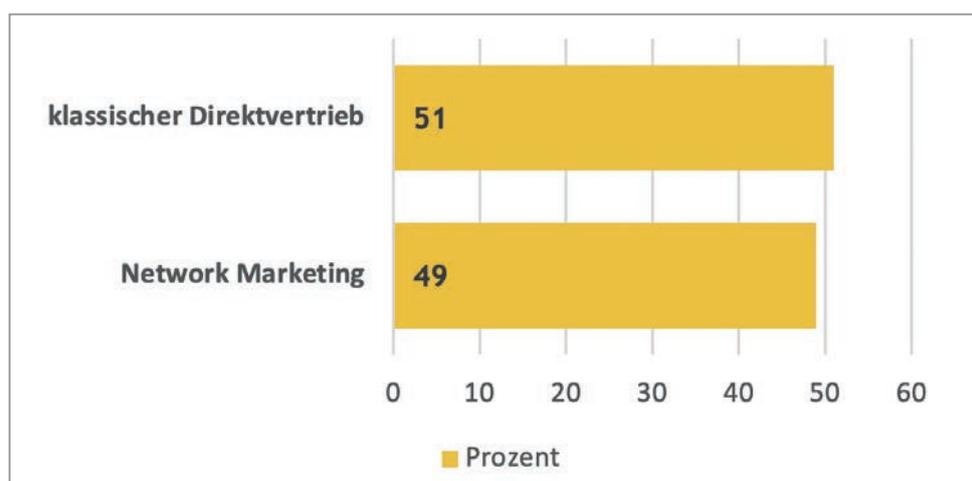


Abbildung 8: Zuordnung zu einem Direktvertriebssystem

1.4 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 Hauslieferservices (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. Neu dabei: In öffentlichen Gruppen, vielfach schon durch KI gesteuert, finden sich Menschen mit gleichen Interessensgebieten zusammen um Informations-Mehrwert zu kreieren. Dieser führt dann im nächsten Schritt zu Produkten oder Dienstleistungen des Direktvertriebs und im besten Fall zum Kauf. Authentizität, Lernbereitschaft und Persönlichkeitsentwicklung sind auch in der Social Media Welt der Schlüssel zum Erfolg. So arbeitet heute die Generation der „digital natives“, die mit diesen Tools weltweit erfolgreich ihre Direktvertriebsnetze aufbauen.

Umfragen bestätigen, dass die Konsumenten den Direktvertrieb gerne zum Einkauf nutzen: Bereits jeder siebente 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 ihrem Direktberater und diesen Vertriebsweg akzeptieren, zeigt die extrem hohe Kundenbindung:

84 Prozent der Kunden sind Stammkunden im Direktvertrieb, wie Abbildung 9 zeigt.

Frage 6: Meine Endkunden sind überwiegend...

n = 1.434

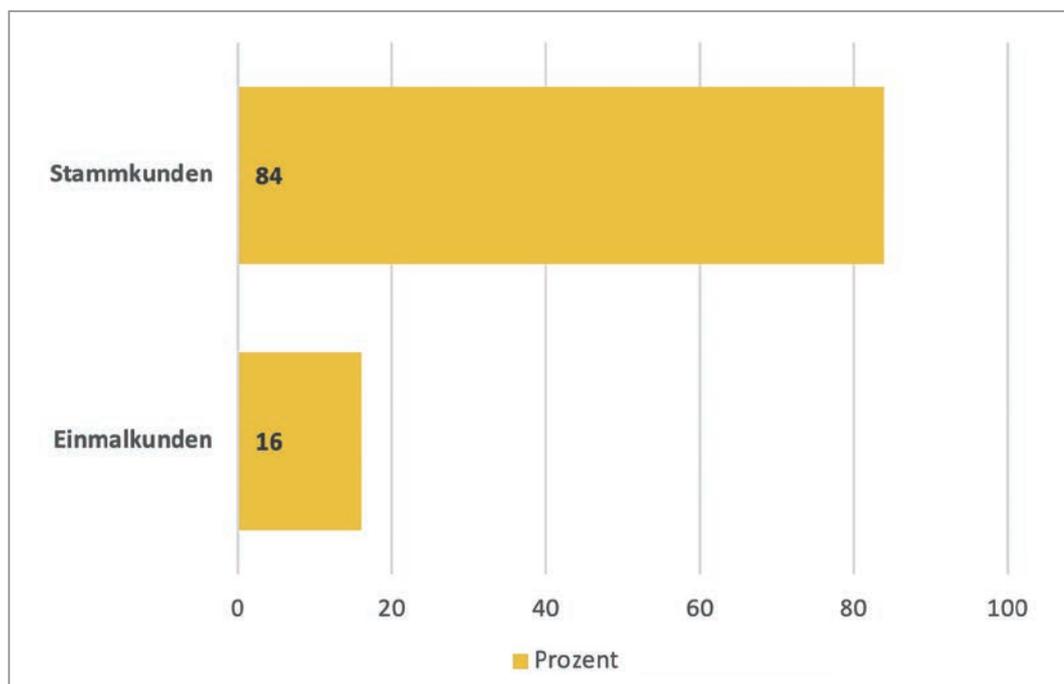


Abbildung 9: Kundenbindung im Direktvertrieb

2. Einblick in die Arbeit der Direktberater

2.1 Die Kunden

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

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: Meine Top-Produktbereiche sind (max. 3 auswählen):

n = 1.396

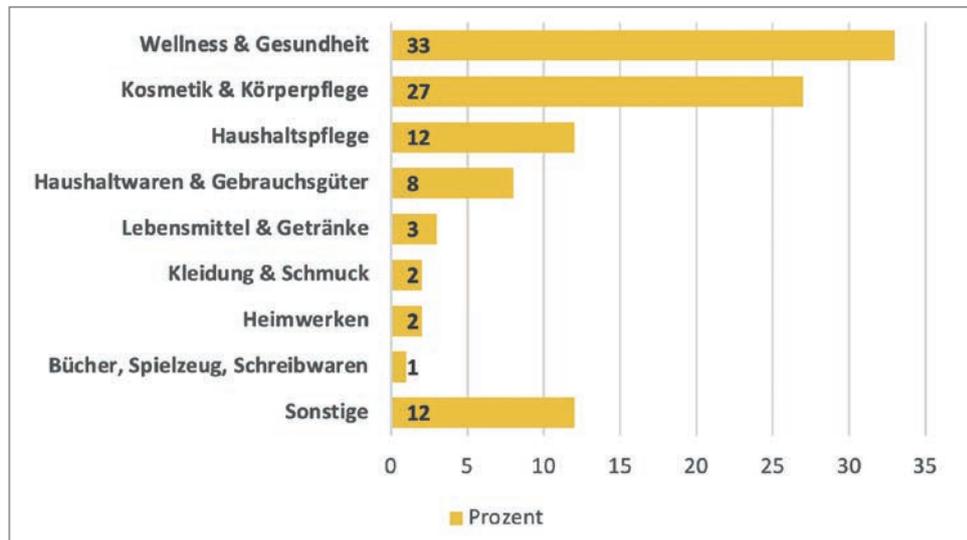


Abbildung 10: Top-Produktgruppen im Direktvertrieb

Analysiert man das Endkundengeschäft der Geschäftspartner, so spielt die Anzahl der betreuten Kunden eine große Rolle. 23 Prozent betreuen weniger als 10 Kunden, 35 Prozent zwischen 11 und 50 und rund 42 Prozent der Direktberater betreuen bereits über 50 Kunden. Ein Grund dafür könnte sein, dass Kunden meist nach erfolgter Erstberatung ihre Produkte auch online beim Direktberater bestellen können.

Frage 3: Ich betreue eine Anzahl von ... Endkunden

n = 1.470

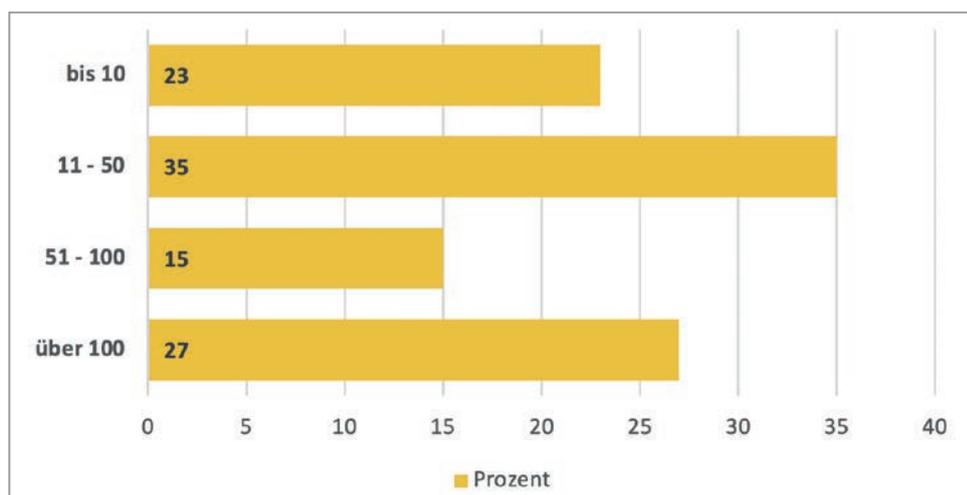


Abbildung 11: Kundenanzahl

Bei der Struktur der Käufer im Direktvertrieb dominieren eindeutig die Frauen. Das ergibt sich wohl daraus, dass bei den meisten Produkten im Direktvertrieb die Frauen in der Familie die dominierenden Kaufentscheider sind.

Interessant ist, dass zwei Drittel der Kunden sich im Alter von 35 bis 49 Jahren befinden und 25 Prozent über 50 Jahre alt sind. Der Anteil der jungen Käufer bis 34 Jahre ist mit 10 Prozent eher gering.

Frage 4: Das Alter meiner Kunden liegt vorwiegend bei...

n = 1.459

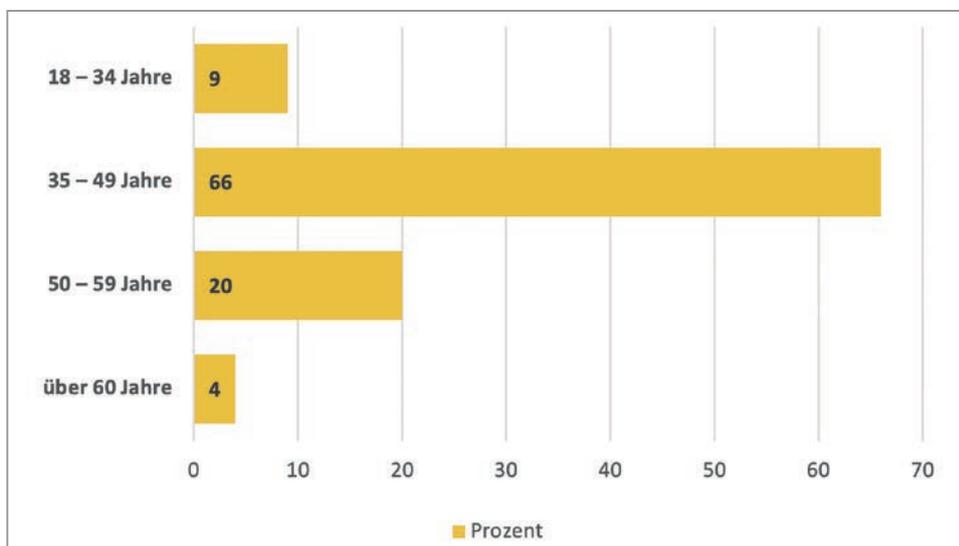


Abbildung 12: Alter der Kunden

Das überragende Merkmal des Direktvertriebs ist der persönliche Kontakt zwischen Verkäufer und Kunden. Deshalb wird die Mehrzahl der Bestellungen auch persönlich getätigt. Reine Online-Bestellungen sind in untergeordneter Größe. Pro Bestellung erwirtschaften 77 Prozent der Direktberater einen Betrag von 0 – 100 Euro, 23 Prozent über 100 Euro.

Frage 8: Pro Bestellung erwirtschaftete ich mit meinen Endkunden durchschnittlich:

n = 1.403

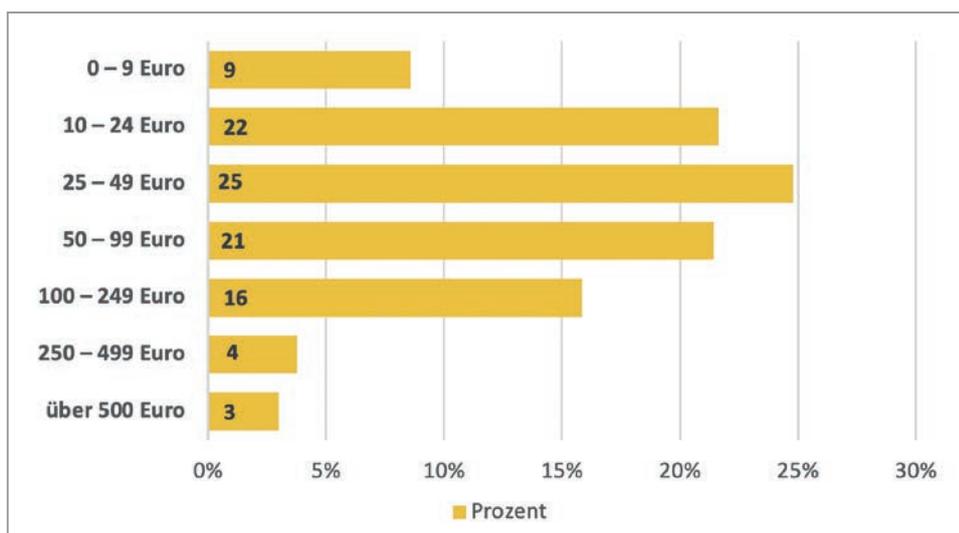


Abbildung 13: Summe von Kundenbestellungen

2.2 Vertriebsmethoden der 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 Partys 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 bekommen nach Angabe der Direktberater bei der Kundengewinnung mit 15 Prozent eine stetig wachsende Bedeutung, wie die Abbildung 14 zeigt und wie dies im Kapitel 2.7 noch ausführlicher behandelt wird.

Frage 5: Meine Endkunden gewinne ich vor allem durch:

n = 1.442

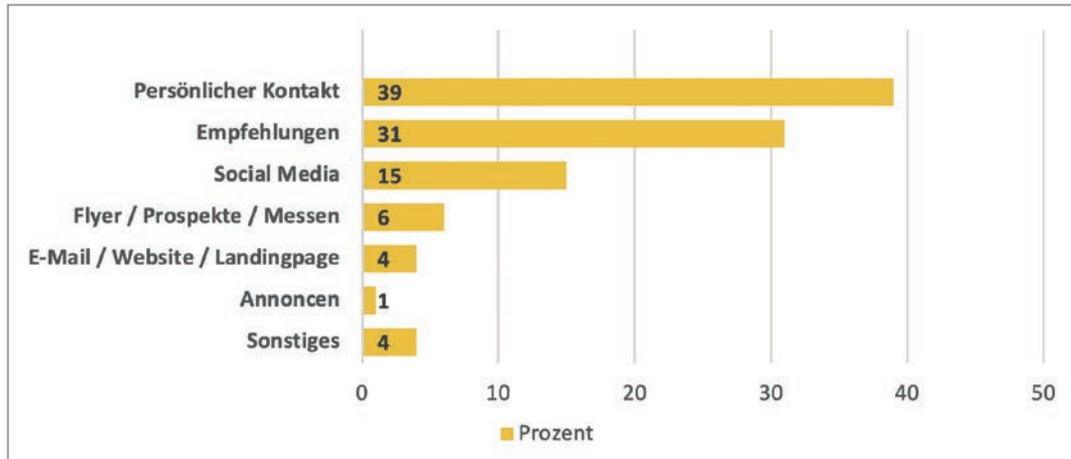


Abbildung 14: Akquisition der Endkunden

2.3 Zeiteinsatz und Einkommen

Aus der Umfrage ist klar ersichtlich, dass ein direkter Zusammenhang zwischen dem investierten Zeiteinsatz und dem erzielten Einkommen besteht.

So wird von den 73 Prozent der Direktberater, welche bis zu 15 Stunden pro Woche in den Geschäftsaufbau investieren, ein sehr gutes Zusatzeinkommen von bis zu 1.000 Euro pro Monat erwirtschaftet.

Ebenso erzielen jene 7 Prozent der Direktberater, welche ihren Geschäftsaufbau wie eine Hauptberuflichkeit sehen und über 30 Stunden pro Woche investieren, ein Monatseinkommen von über 4.000 Euro, was deutlich über dem Bruttodurchschnittseinkommen von 2.590 Euro (Quelle: Statistik Austria, 2021) von unselbstständig Erwerbstätigen bei meist 40 Wochenstunden in Österreich liegt.

Frage 12: Meine Tätigkeit im Direktvertrieb übe ich.... Stunden pro Woche aus

n = 1.358

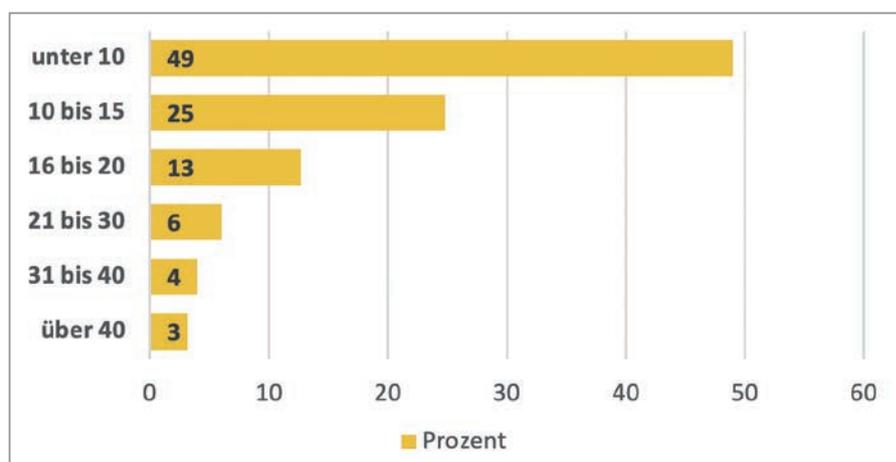


Abbildung 15: Zeiteinsatz

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

n = 1.361

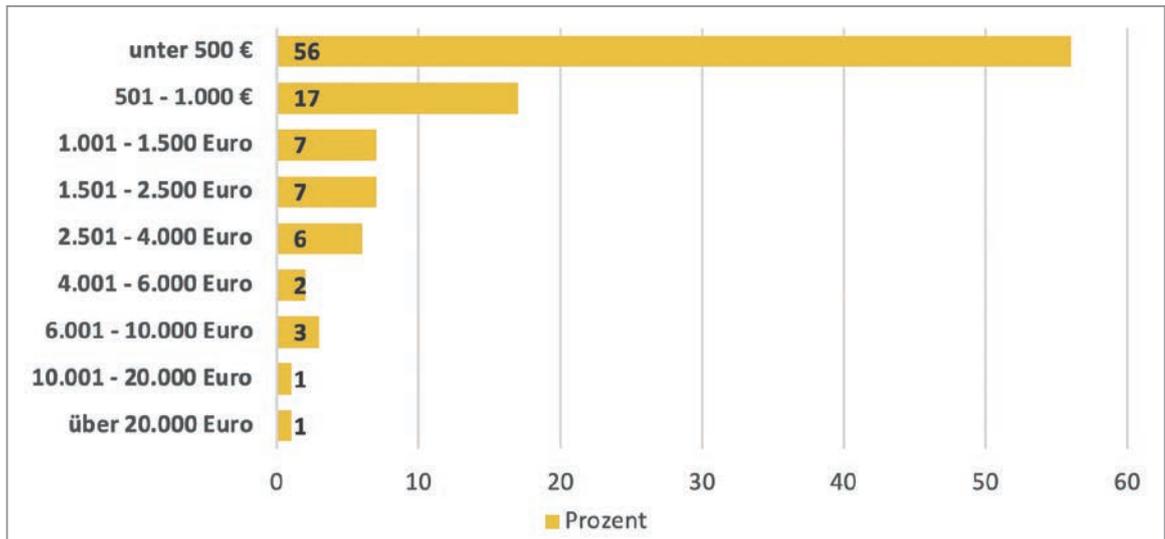


Abbildung 16: Durchschnittliches Brutto-Monatseinkommen der Direktberater

2.4 Bildungsschichten

Die Befragung zeigt, dass 53 Prozent der Direktberater einen höheren Schulabschluss besitzen bzw. einen Hochschulabschluss haben. 23 Prozent haben eine Lehre ohne Matura absolviert. Wie die Praxis zeigt, können Menschen jeden Bildungsstandes im Direktvertrieb erfolgreich tätig sein. Viele Beispiele aus der Praxis zeigen dies eindrucksvoll.

Frage 33: Meinen höchsten Schulabschluss ordne ich folgender Kategorie zu:

n = 1.303

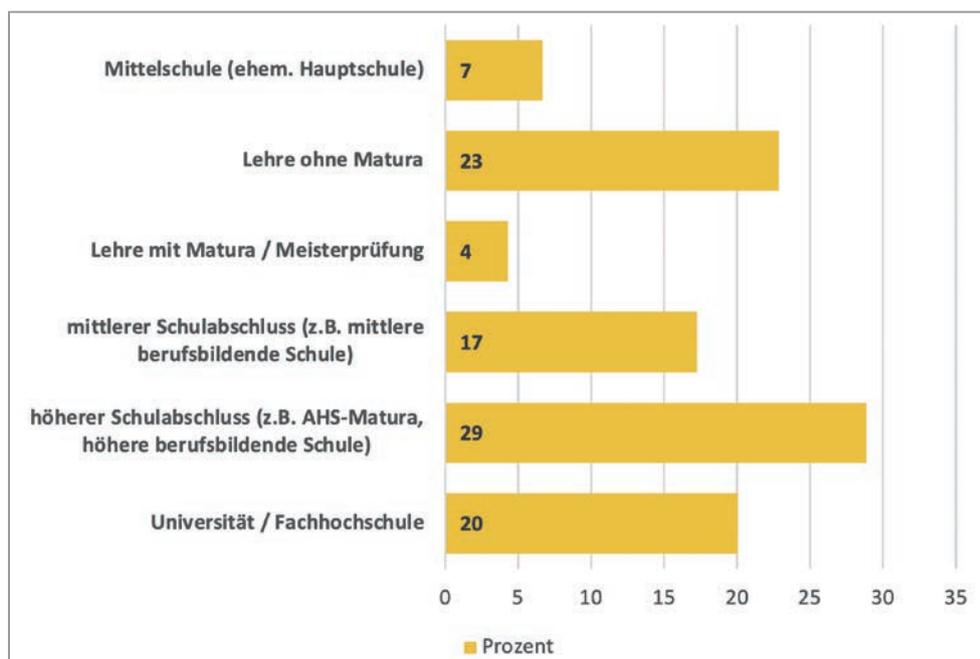


Abbildung 17: Höchster Schulabschluss

2.5 Motive für den Berufseinstieg

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 18 ersichtlich.

Frage 14: Ich habe aus folgenden Gründen mit meiner Tätigkeit im Direktvertrieb begonnen (Mehrfachauswahl möglich)

n = 1.357
Mehrfachnennungen



Abbildung 18: Gründe für den Beginn im Direktvertrieb

2.6 Zufriedenheit mit der Berufstätigkeit

Extrem hohe Zufriedenheit! Die Zufriedenheitsquote mit der Tätigkeit im Direktvertrieb ist überwältigend: 94 Prozent der Direktberater sind sehr zufrieden bzw. zufrieden mit ihrer Tätigkeit, die restlichen 7 Prozent sind weniger zufrieden.

Besonders bei einer Tätigkeit mit direktem Kontakt mit Menschen ist Zufriedenheit ein entscheidender Faktor für den Erfolg. Zufriedene Geschäftspartner transportieren positive Signale zu potenziellen Neukunden und neuen Geschäftspartnern und daraus resultiert der persönliche Erfolg im Direktvertrieb.

Frage 16: Mit meiner Tätigkeit im Direktvertrieb bin ich:

n = 1.349

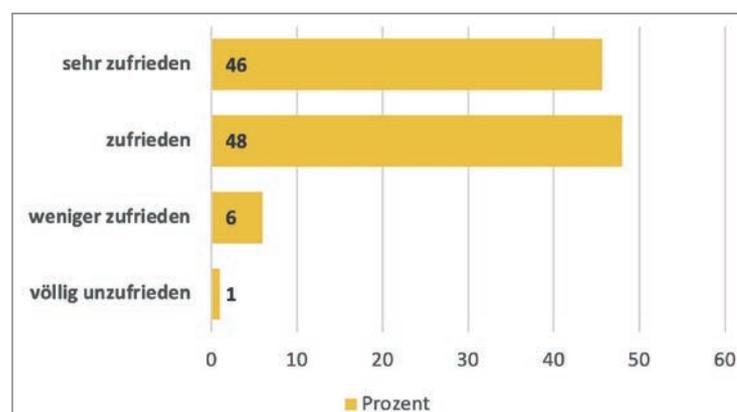


Abbildung 19: Zufriedenheit mit der Tätigkeit im Direktvertrieb

2.7 Der Direktvertrieb und Social Media

Wie schon beim Einblick in die Arbeit der Direktberater aufgezeigt, sind der persönliche Kontakt und die direkte Ansprache die wichtigsten Merkmale im Direktvertrieb. Die fortschreitende Digitalisierung hält natürlich auch Einzug im Direktvertrieb und verändert für viele die Vertriebsmethoden.

Die neueste Umfrage zeigt, welchen Einfluss und welche Bedeutung Social Media bereits im Direktvertrieb besitzt und wie die künftige Entwicklung von den Direktberatern gesehen wird.

Über 70 Prozent der Direktberater sehen in den Möglichkeiten der Digitalisierung mehr Nutzen für ihre Geschäftsführung.

Frage 19: Durch die Möglichkeiten der Digitalisierung sehe ich für mich persönlich...

n = 1.349

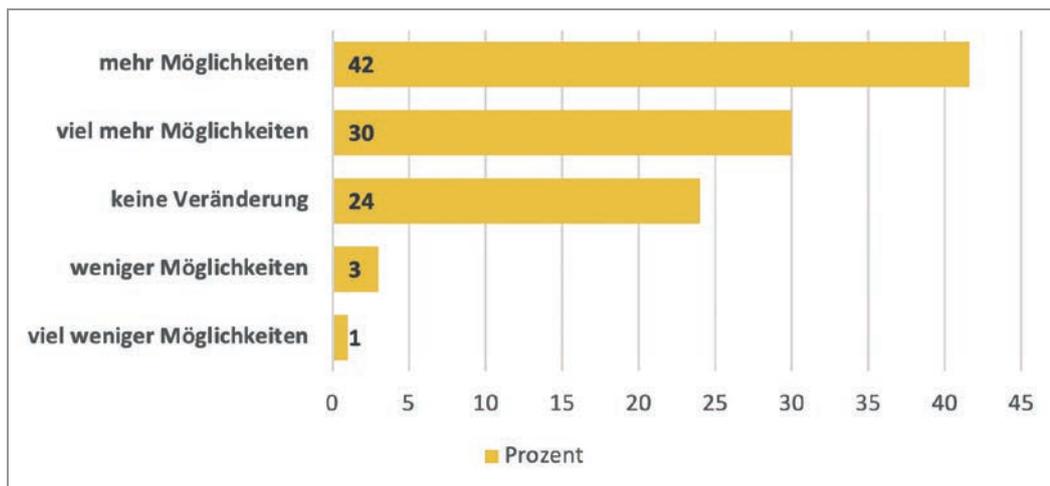


Abbildung 20: Möglichkeiten durch die Digitalisierung

Der Großteil der Befragten gibt an, Social Media vor allem zur Bewerbung von Produkten zu nutzen.

Frage 20: Ich nutze Social Media, um... (Mehrfachantwort möglich)

n = 1.349

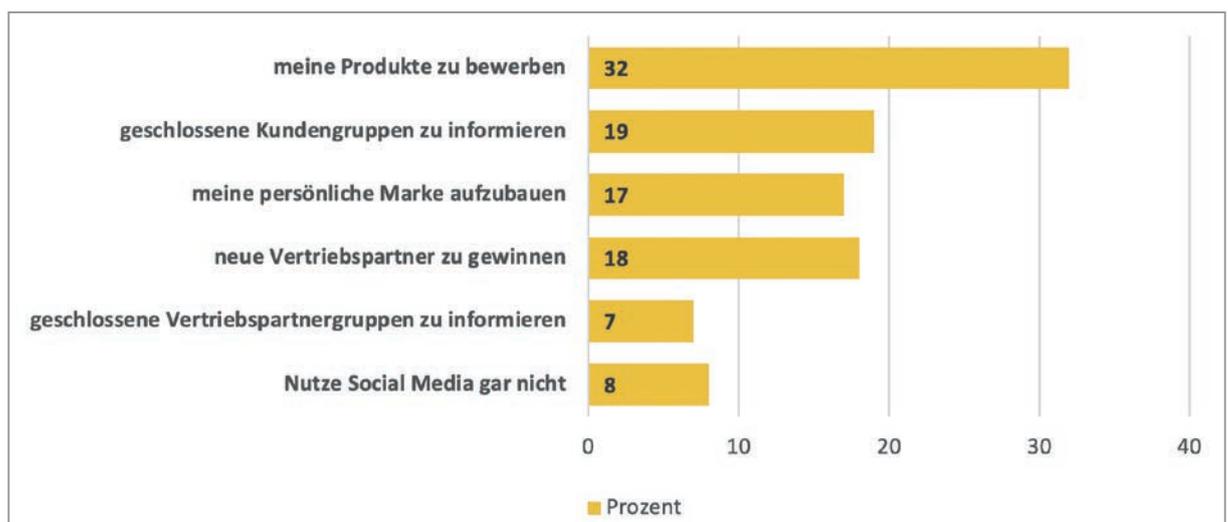


Abbildung 21: Nutzung von Social Media

Ein Drittel der Direktberater gibt an, über Social Media bereits Kunden gewonnen und auch Umsatz generiert zu haben. Aber auch das Auffinden von alten Bekanntschaften und die Erweiterung des Namenspotenzials wirken sich positiv auf den Geschäftserfolg aus.

Frage 24: Aus meinen Social Media Aktivitäten habe ich bereits folgende Ergebnisse erzielt (Mehrfachnennung möglich):

n = 1.345

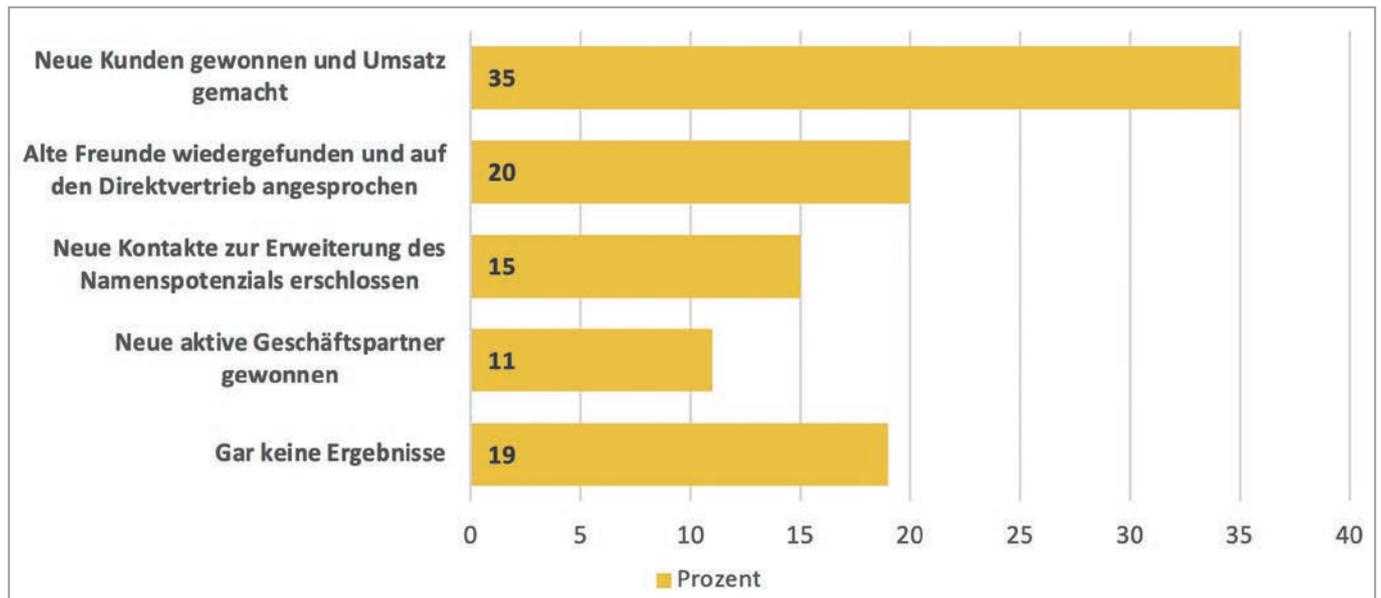


Abbildung 22: Ergebnisse aus Social Media Aktivitäten

Überwiegend benützen Direktberater Social Media zum Generieren von Followern und verwenden dazu Stories und Reels bzw. posten eigene Beiträge oder kommentieren andere. Bezahlte Werbung spielt dabei eine untergeordnete Rolle.

Frage 21: Meine persönlichen Fähigkeiten auf Social Media sind...

n = 1.342

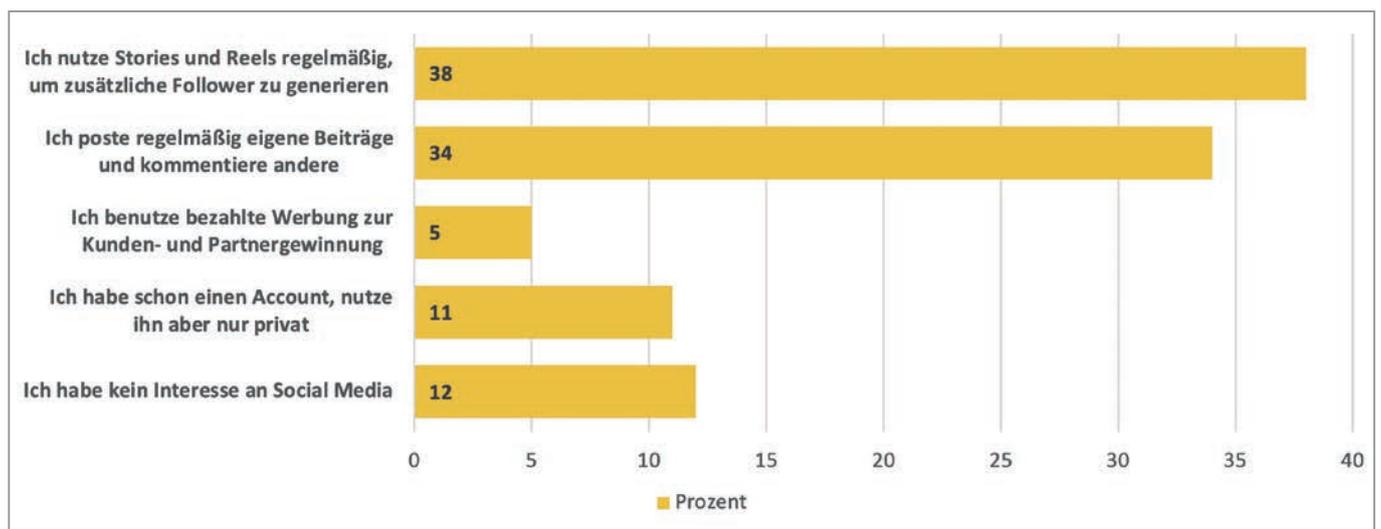


Abbildung 23: Einschätzung der eigenen Social Media-Fähigkeiten

Die Frage nach dem Zeiteinsatz für Social Media zeigt, dass die überwältigende Mehrheit der Direktberater nur wenige Stunden in der Woche in geschäftliche Social-Media-Aktivitäten investieren. Lediglich 5 Prozent beschäftigen sich in der Woche über 15 Stunden mit der Nutzung der sozialen Medien für ihr Geschäft.

Frage 22: Für meine Social Media Aktivitäten investiere ich folgende Anzahl von Stunden in der Woche:

n = 1.337

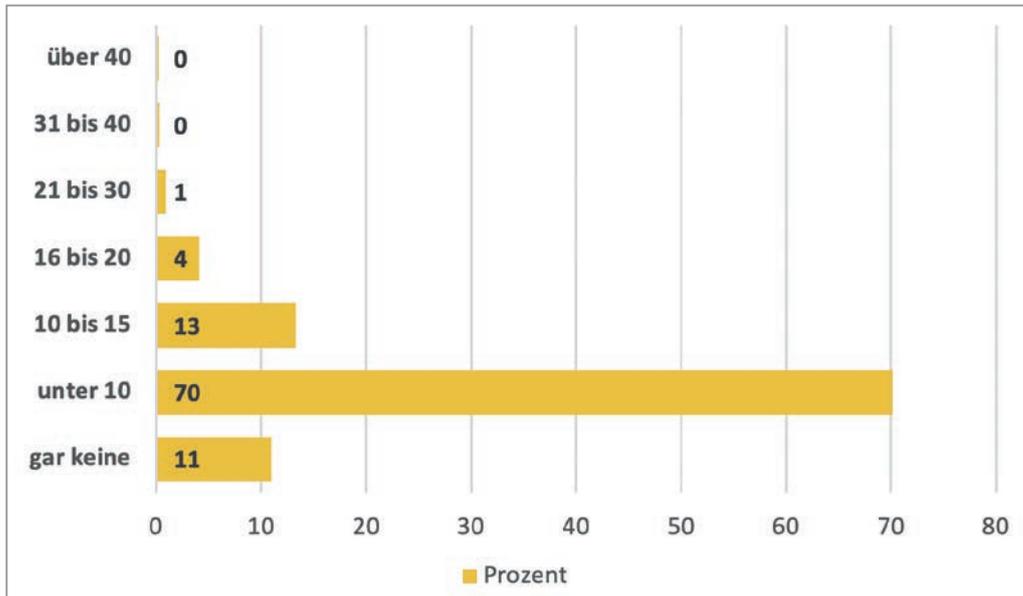


Abbildung 24: Zeiteinsatz Social Media

Der Großteil der Direktberater bezieht sein Wissen über Social Media aus eigenen Erfahrungen. Für die Zukunft besteht noch großer Bedarf an speziellen Ausbildungen, um erfolgreich zu arbeiten und die Möglichkeiten der Digitalisierung optional für den Geschäftsaufbau zu nutzen.

Frage 23: Mein Wissen für die Aktivitäten auf Social Media beziehe ich vorrangig:

n = 1.336

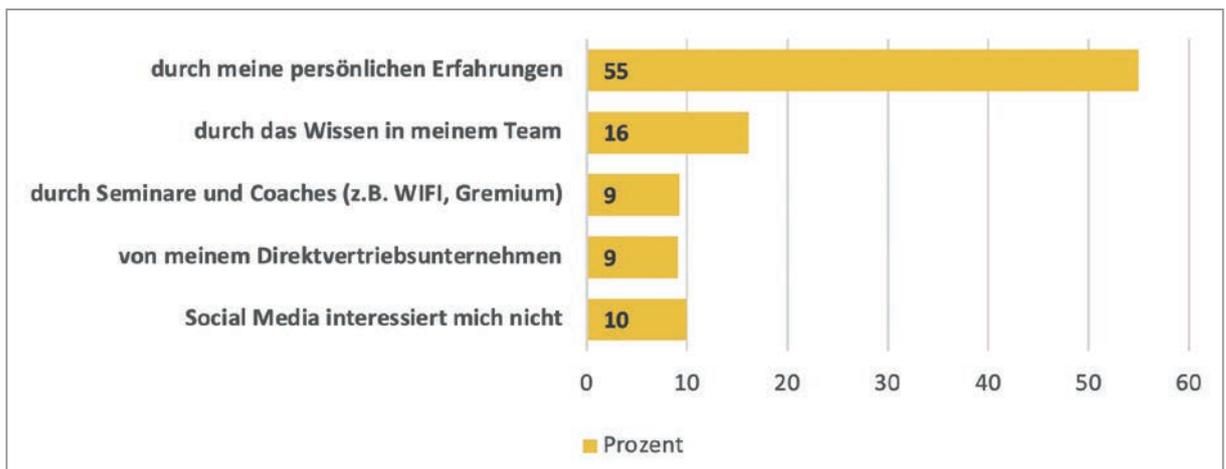


Abbildung 25: Bezug des Wissens für Social Media

Die geschäftliche Nutzung des Internets hat sich seit der letzten Erhebung vor sieben Jahren wesentlich erhöht, bietet aber noch viel Luft nach oben. Während die kommunikativen Möglichkeiten im Kontakt zu Geschäftspartnern und Kunden bereits recht intensiv genutzt werden, bedürfen erfolgreiche Aktivitäten zur Umsatzsteigerung ausgeprägteres Wissen in der Anwendung. Deshalb bemühen sich die Direktvertriebsgremien, vielfach in Zusammenarbeit mit den WIFIs, mit Kursen und Seminaren Direktberatern das nötige Know How in diesem Bereich zu vermitteln. Dazu gehört auch die Möglichkeit, die KI-Technologie im Direktvertrieb gewinnbringend einzusetzen.

2.8 Trends und Wachstumsprognosen

Die Zufriedenheitsquote mit der Tätigkeit im Direktvertrieb ist im Vergleich zu anderen Berufsgruppen beeindruckend: 94 Prozent der Direktberater sind sehr zufrieden bzw. zufrieden mit ihrer Tätigkeit, die restlichen 7 Prozent sind weniger zufrieden.

Die zentralen Fragen für die Zukunft des Direktvertriebs lauten:

Ist die Direktvertriebsbranche auch in Krisenzeiten attraktiv?

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 2024 nicht aus der Sicht von Theoretikern oder Außenstehenden beantwortet werden, sondern aus der Sicht der Direktberater selbst.

Sehr interessant ist auch der Rückblick auf die letzten Jahre mit der Herausforderung der Corona-Pandemie. Dabei zeigt sich, dass bei 44 Prozent der Direktberater in dieser Zeit ihr Geschäft sogar gewachsen ist. Dies kann als Beweis für die Stabilität der Direktvertriebsbranche in Österreich gesehen werden, auch wenn weltweit die Zahlen natürlich auch die Auswirkungen der Pandemie widerspiegeln.

Frage 18: Meine Geschäftsentwicklung hat sich ab 2020 folgendermaßen verändert:

n = 1.345

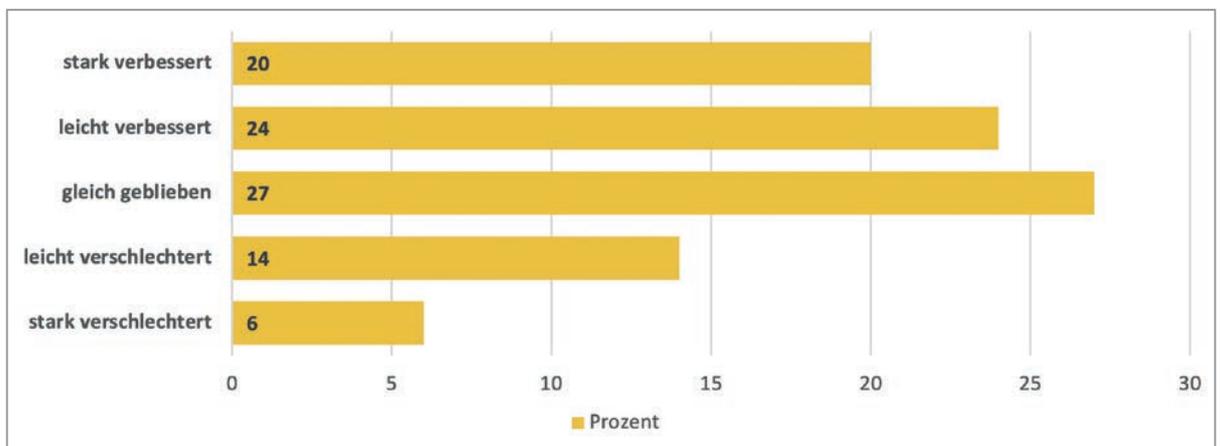


Abbildung 26: Geschäftsentwicklung ab 2020

Bei der Einschätzung der eigenen Einkommensentwicklung bis zum Jahr 2030 glauben 71 Prozent der Direktberater, dass ihr Einkommen stark ansteigen bzw. überhaupt ansteigen wird. Nur 20 Prozent erwarten keine Veränderung bei ihrem Einkommen.

Frage 17: Wie schätzen Sie Ihre persönliche Einkommensentwicklung im Direktvertrieb bis 2030 ein?

n = 1.347

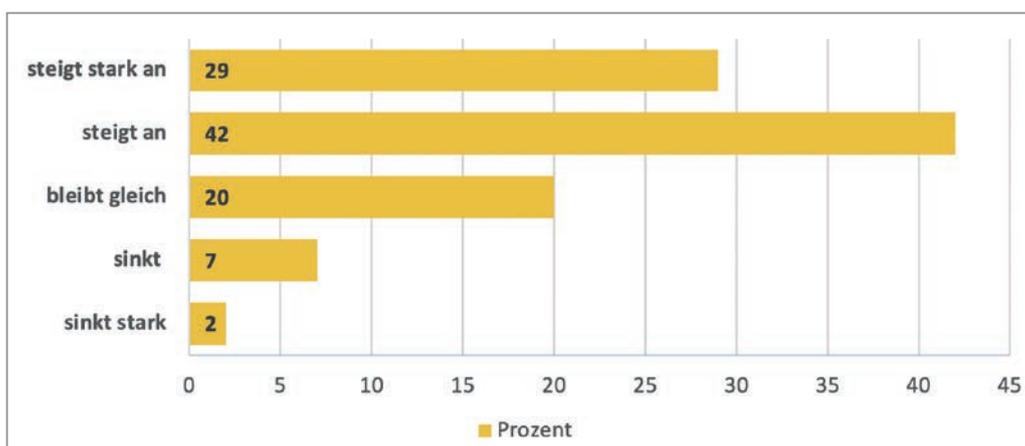


Abbildung 27: Einschätzung der eigenen Einkommensentwicklung bis 2030

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 Direktberater bezüglich Zufriedenheit mit der Berufstätigkeit und dem geplanten zukünftigen Zeiteinsatz in Betracht zieht:

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

Frage 15: In Zukunft beabsichtige ich, in meine Tätigkeit im Direktvertrieb zu investieren:

n = 1.356

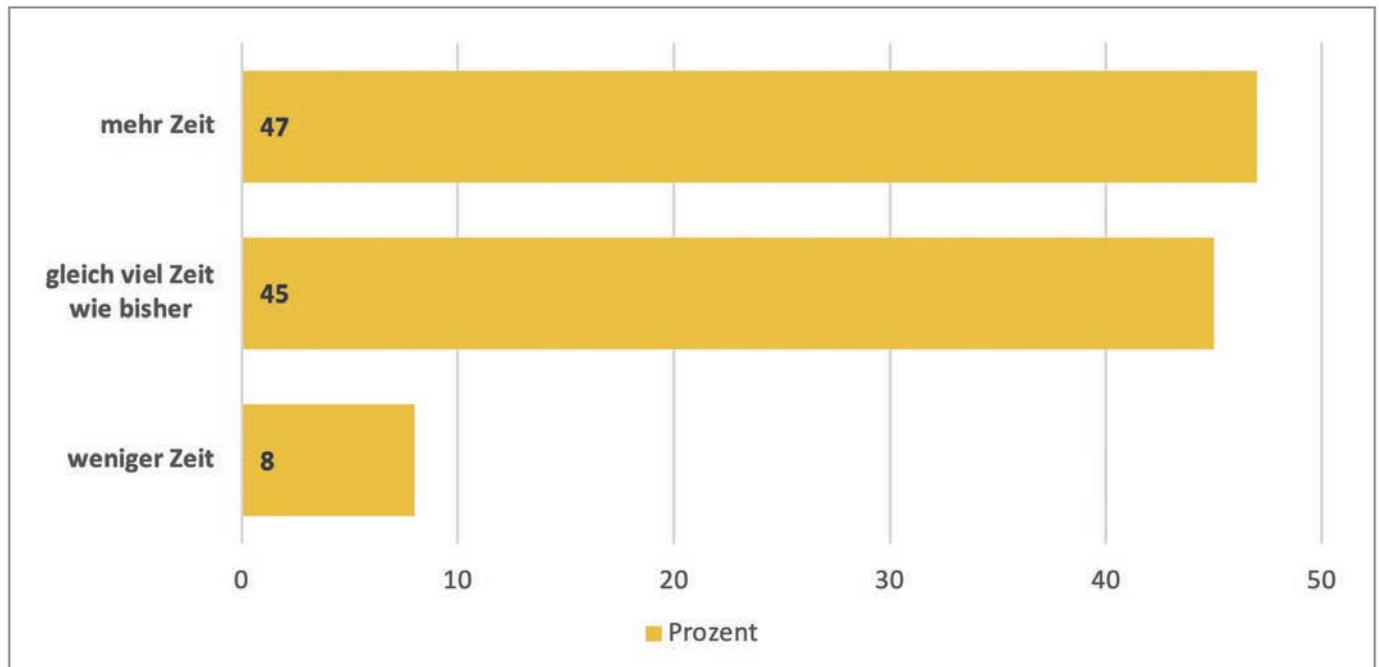


Abbildung 28: In Zukunft beabsichtigter Zeiteinsatz

Vor allem der 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 angeboten 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 die Gruppe der Direktberater gilt das schon heute. Der Anteil der Frauen im Direktvertrieb ist in den letzten 15 Jahren stark gestiegen und wird weiter steigen. Denn er bietet Anerkennung und persönliche Weiterentwicklung, Zusatzeinkommen und die Möglichkeit, Familie und Beruf zu vereinbaren.

3. Die Branchenvertretung in der Wirtschaftskammer Österreich

Als Unterstützung für ihre Geschäftstätigkeit werden von den Direktberatern folgende Angebote und Leistungen der Interessensvertretung am meisten geschätzt:

- Branchenveranstaltungen mit hochkarätigen Referenten
- Fachinformationen (Newsletter, Rundschreiben, Zeitschrift)
- 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
- Aus- und Weiterbildung

Die in Abbildung 29 zeigt, welche Leistungen der Interessenvertretung in der Wirtschaftskammer am häufigsten in Anspruch genommen werden.

Frage 34: Bisher habe ich folgende Leistungen meiner Interessenvertretung in den Wirtschaftskammern in Österreich genutzt bzw. nehme ich in Anspruch (Mehrfachauswahl möglich)

n = 1.329

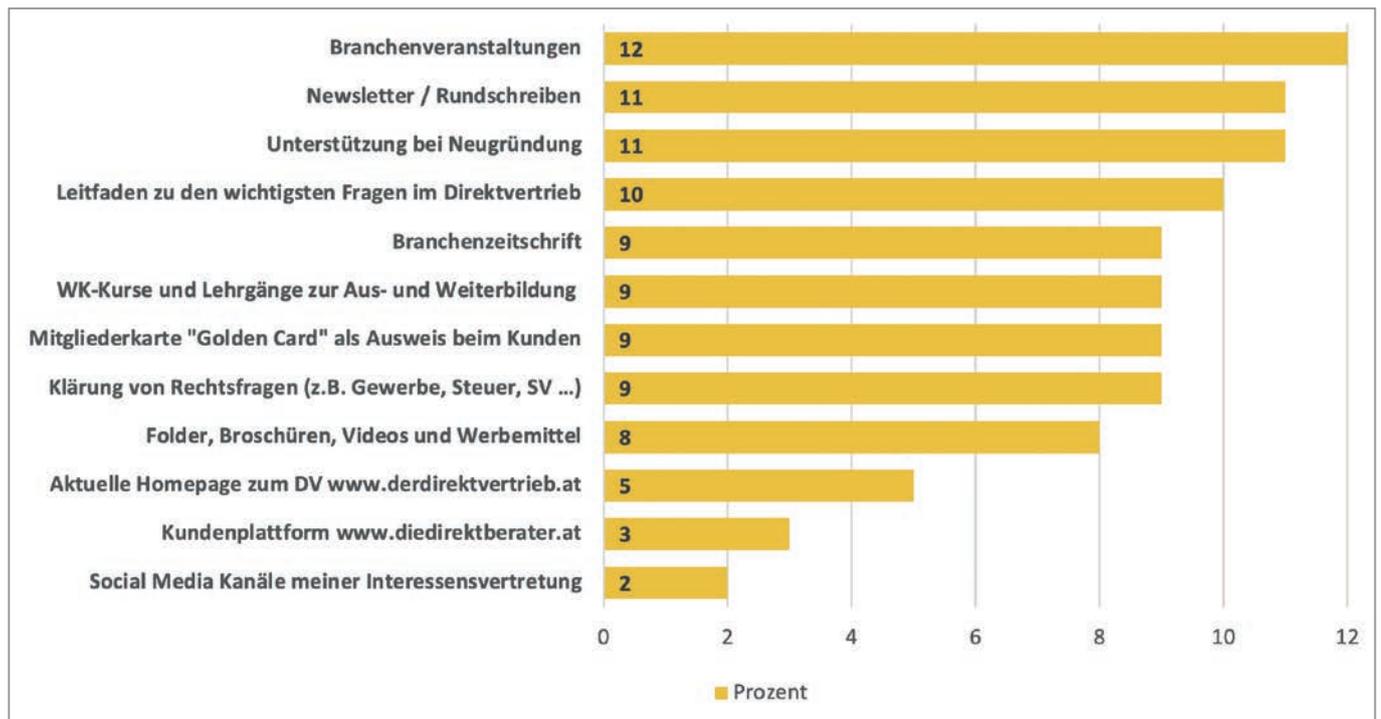


Abbildung 29: Leistungen der Wirtschaftskammer

Die persönlichen Eintragungen und Wünsche der Direktberater zeigen eine hohe Zufriedenheit mit der Interessensvertretung in der Wirtschaftskammer und ihren Angeboten.

Folgende Angebote stehen Direktberatern, Interessenten, Kunden und Institutionen als Informationsquelle über den Direktvertrieb in Österreich zur Verfügung:

Homepage des Bundesgremiums des Direktvertriebs – www.derdirektvertrieb.at



Leitfaden für Selbstständige im Direktvertrieb



Mit dem Direktvertrieb in eine erfolgreiche Zukunft

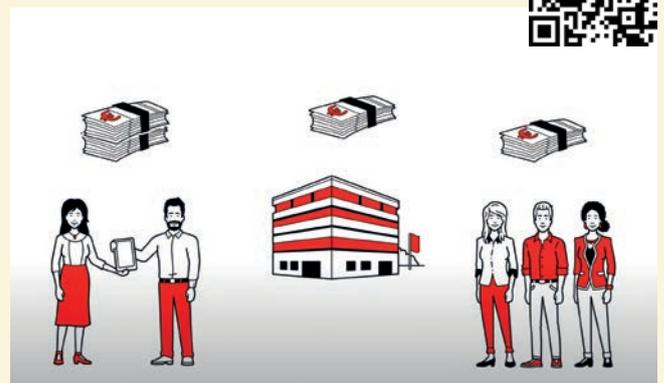


Direktvertrieb – einfach erklärt



www.youtube.com/watch?v=wTT0MrDR5yM&t=1s

Direktvertrieb – einfach starten



www.youtube.com/watch?v=WcE1D8KTxjA

4. 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 alle aktiven Direktberater eingeladen, online 50 Fragen zu ihrem geschäftlichen Werdegang im Direktvertrieb zu beantworten. Aus den erfolgten Rückmeldungen lassen sich folgende Erkenntnisse über den „typischen“ Direktberater in Österreich gewinnen:



Er ist fast ausschließlich für ein Unternehmen tätig, verkauft/vermittelt überwiegend Produkte aus der Wellness-/Gesundheitsbranche und übt die Tätigkeit vor allem nebenberuflich aus (75 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 Brutto-Monatseinkommen bei einer Tätigkeit bis 15 Stunden in der Woche beträgt bis zu 1.000 Euro.

Direktberater, die über 30 Stunden in der Woche in ihr Geschäft investieren, erzielen 4.000 Euro und mehr.

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 84 Prozent.

Trotz der gegenwärtigen weltwirtschaftlichen Turbulenzen sind die 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. Die vielfältigen Möglichkeiten durch die Digitalisierung und KI sind ein weiterer Wachstumsturbo für die Branche, die vor allem auch die junge Generation motiviert, sich mit dem Direktvertrieb zu beschäftigen.

Weit über die Hälfte der befragten 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.

Die Golden Card

Das Gütesiegel des Direktvertriebs



Max Mustermann

Mitgliedsnummer: 20212022

gültig bis: 12/2029

mobil. modern. menschlich

Gewerbetreibende im Direktvertrieb erhalten von ihrem Gremium in der Wirtschaftskammer automatisch die „Golden Card“, die sie als legal tätigen Unternehmer ausweist und auch dazu berechtigt, wertvolle Angebote ihrer Branchenvertretung zu nützen.

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.
- ... **Förderung: Kostenloser Zugang zu vielen Veranstaltungen, Zuschuss bei Seminarbesuchen**
- ... **Wertvolle Serviceleistungen:** Branchenfilme, Broschüren, Newsletter, Rechtsberatung u.v.m.

Mehr Information unter: www.derdirektvertrieb.at

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



www.derdirektvertrieb.at