



# INTERNETCOO



## Webstar The Mobile Revolution Das Vitality Network auf der Überholspur

→ MULTIMILLIONÄR JÜRGEN LIEBIG: Mein Leben nach LR → ERFOLGREICH MIT IMMOBILIEN: Omnium Finance → ZIELPLANUNG: So wird 2010 Ihr bestes Jahr → WIRTSCHAFT: Direktvertrieb in Polen → FRANCHISE: Der Wachstumsmarkt → DAS GRÜNE MONSTER: Der heißeste Opel aller Zeiten



Firmengründer Thomas Baasch aus Frankenthal



## Skyrace hits Network

„Wenn sich die Zeiten ändern, muss man die Arbeitsweisen anpassen.“ Diese profunde Erkenntnis hat den Pfälzer Firmengründer Thomas Baasch aus Frankenthal dazu bewogen, mit seinem bereits 1993 gegründeten Großhandel für Schmuckwaren nun im Direktvertrieb neue Absatzwege einzuschlagen. Expansion und die Erschließung neuer Märkte, gebaut auf den alten Fundamenten, versprechen einen sicheren Start in eine spannende und viel versprechende Zukunft. Für die erforderliche Umstrukturierung, konnte es nach der Überzeugung von Thomas Baasch keinen günstigeren Zeitpunkt geben. „Skyrace-Networks“ heißt das moderne und innovative deutsche Unternehmen, das Silberschmuck, Indianer- und Edelstahlschmuck mit topaktueller Jeansmode von ‚LABEL jeans‘ verbindet. Wir haben eine große Zahl von Einzelhändlern in unserem Kundenkreis, die durch die aktuellen Wirtschaftsturbulenzen ebenfalls neue Wege beschreiten wollen ohne auf das bisher Geschaffene verzich-

ten zu wollen“, erklärt Baasch. Network Marketing ist daher für ihn eine ideale Alternative und ein großer Segen zugleich, denn dieses Geschäftsmodell lässt sich bequem ohne größeres finanzielles Risiko, zu jeder Zeit und an jedem Ort betreiben. Außerdem hat dieser Vertriebsweg, nicht zuletzt durch eine positive Bewertung der Politik, zunehmend an Akzeptanz gewonnen. „Wir freuen uns über den äußerst gelungenen ‚Reifenwechsel‘ in unserem Unternehmen und werden nun mit frischem Mut und erwartungsfrohen Vertriebspartnern in unserem neuen von Mensch zu Mensch-Geschäft über Homepartys neue Absatzwege beschreiten.

Dass sich Schmuck und Mode ideal ergänzen ist den Menschen seit Urzeiten bewußt. Aus dieser Tatsache heraus entstand die Idee, sich zusätzlich als unabhängiger Vertriebspartner der Firma LABEL jeans, einem erfolgreichen jungen Jeans-Network-Unternehmen aus Bochum anzuschließen.



Anzeige:



## MÖCHTEN SIE LÄNGER JUNG AUSSEHEN?

Dank der neuen, innovativen ageLOC™ Produkte ist dies kein Wunschdenken mehr.

Nu Skin® hat die revolutionären ageLOC™ Produkte entwickelt, die gezielt auf die Quellen der Alterung wirken, um ein jugendliches Aussehen zu bewahren und die Zeichen der Hautalterung zu mindern.

Die vier neuen ageLOC™ Transformation Produkte wirken als ein System zusammen, indem sie die Haut reinigen, mit Feuchtigkeit versorgen und die Zellerneuerung anregen, für eine jünger und gesünder aussehende Haut.

Nehmen Sie das Schicksal Ihrer Haut selbst in die Hand und bestellen Sie Ihr ageLOC™ Transformation Paket:

Tel.: +49 (0)6196 930 450  
[www.nuskineurope.com](http://www.nuskineurope.com)

Erhältlich ab Januar 2010



ageLOC™ Transformation



© 2009 Nu Skin Products, Inc.



# HAPPY BIRTHDAY!

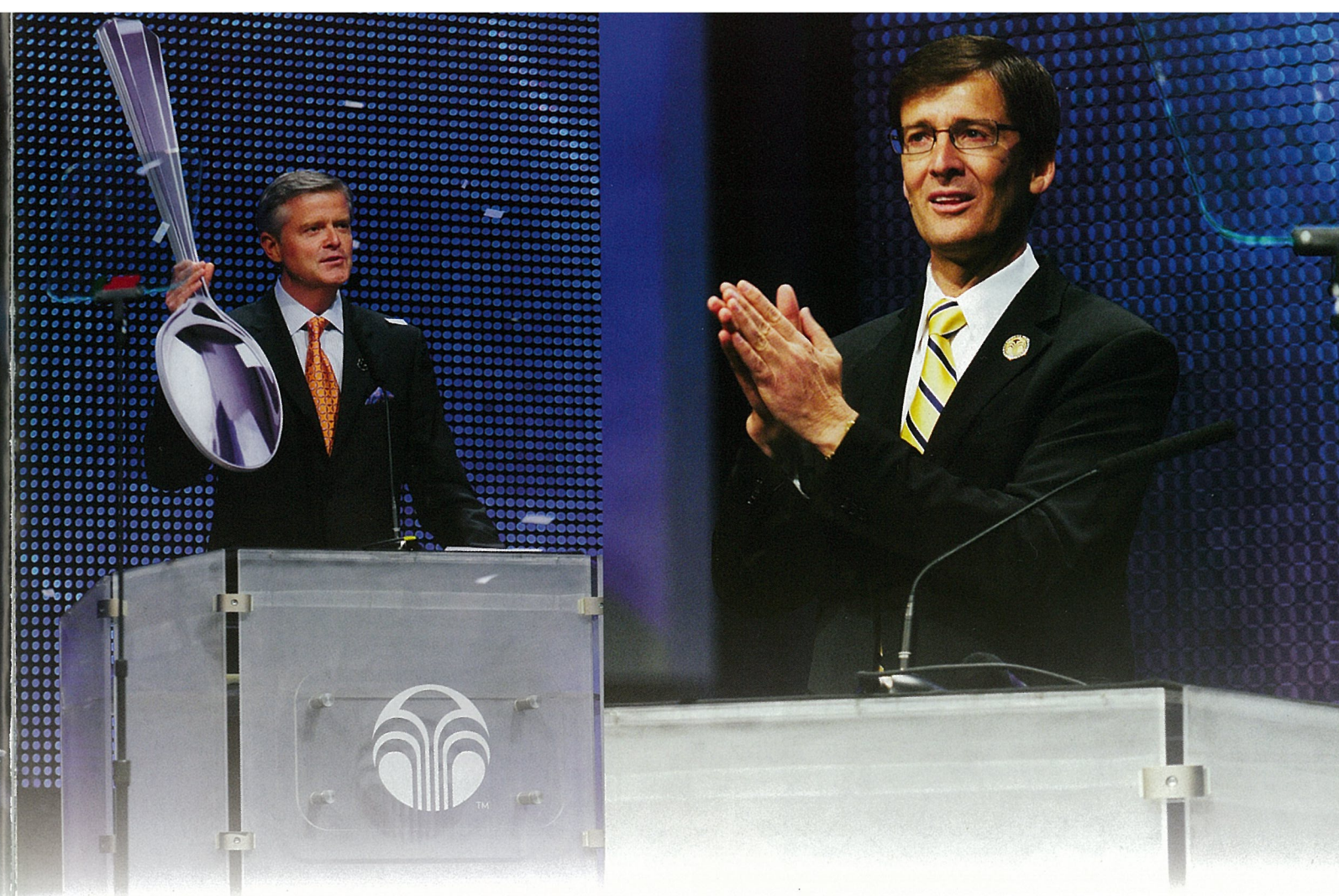
# 25 JAHRE

# NU SKIN ENTERPRISES

Das legendäre Nokia Theatre in Los Angeles, Premium-Veranstaltungsort für weltberühmte Veranstaltungen wie den „American Music Awards“, war vom 22. bis 24. Oktober 2009 der Schauplatz der diesjährigen globalen Convention von Nu Skin Enterprises, zu der über 12.000 Vertriebspartner aus 50 Ländern angereist waren. Denn es galt nicht nur, bei der jährlich wiederkehrenden Zusammenkunft die neuesten Entwicklungen, Zahlen, Daten und Fakten aus erster Hand zu erfahren – diese Convention stand unter einem ganz besonderen Stern: das 25-jährige Jubiläum von Nu Skin.

In Anwesenheit der Unternehmensgründer Blake Roney, Sandie Tillotson, Steve Lund, Kirk, Brooke und Nedra Roney eröffnete Truman Hunt, Präsident und CEO von Nu Skin Enterprises, die Convention und begrüßte die begeisterte Menge, deren größte Vertriebspartner-Delegationen aus den USA, Japan und Korea kamen. Im Mittelpunkt seiner Rede stand sehr schnell die offizielle Vorstellung der bereits mit Spannung erwarteten ageLOC Produkte als größte und umfangreichste Produkteinführung in der Firmengeschichte von Nu Skin. „Die Begeisterung unserer Vertriebspartner für unsere neue Hautpflegeserie hat zu einer Nachfrage von noch nie da gewesenen Umfang geführt, die unsere großzügigsten Umsatzerwartungen weit überstiegen hat“, und fuhr fort, dass die Entwick-

lung der neuen ageLOC Technologie der gesamten Nu Skin Vertriebspartnerschaft erneut eine ungeheure Geschäftsmöglichkeit eröffnet habe – nämlich die Chance, sich mit diesen exklusiven und wissenschaftlich anerkannten Produkten dem wachsenden weltweiten Trend nach jugendlichem Aussehen zu Nutzen zu machen. Den Beweis für die Richtigkeit von Truman Hunts Aussage lieferten kurz darauf in den Pausen zwischen den verschiedenen Redebeiträgen die Vertriebspartner, die die Verkaufstresen geradezu stürmten und innerhalb kürzester Zeit Produkte im Wert von insgesamt 16 Mio. USD kauften. Ein wahrhafter Rekord in der Geschichte von Nu Skin. Zusätzlich zu der ageLOC Produktreihe wurden einige das Geschäft unterstützende Marketinginstrumente vorgestellt, einschließlich eines



Online-Videos, das die Zukunftsperspektiven des Nu Skin Geschäfts zum Thema hat. Großes Interesse weckte auch ein Alterungssimulator, der dabei helfen soll, leichter mit anderen Menschen über die Anti-Aging-Produkte ins Gespräch zu kommen. Besondere Beachtung fand die umfassende Neugestaltung der Unternehmens-Homepage, deren neues Layout demnächst auch in Europa implementiert wird.

#### Mit ageLOC in die Zukunft

Bei dem Umfang des Themas zur ageLOC Technologie lag es nahe, dass die Vorstellung der einzelnen Produkte und die Erklärung zum besseren Verständnis und zur Schaffung von Hintergrundwissen breiten Raum einnahm. Das nach eigenen Angaben absolut revolutionäre, umfassende und klinisch getestete Hautpflegesystem soll bereits nach kurzer Anwendungsdauer für ein sichtbar jüngeres Hautbild sorgen. Die ageLOC Produkte sind mit einer exklusiven Inhaltsstoffkombination angereichert und stellen somit eine völlig neue Generation von Hautpflegeprodukten dar, die effektiv auf die sichtbaren Zeichen der Hautalterung zielen.

Die gesamte Serie wird weltweit in der ersten Hälfte 2010 verfügbar sein, wobei die Produkteinführung für Nordamerika, Japan und Europa im Januar beginnt, denen danach Länder wie

Südkorea, weite Teile Chinas und Südostasien folgen sollen.

#### Universelle Kooperation

Als ein weiteres Highlight konnte Dr. Joe Chang als einer der medizinisch-wissenschaftlichen Projektleiter zwei Schlüssel-Forschungspartnerschaften im Bereich der Altersforschung ankündigen:

»Besondere Beachtung fand die umfassende Neugestaltung der Unternehmens-Homepage, deren neues Layout demnächst auch in Europa implementiert wird.«

Mit der weltberühmten Stanford University und der Firma LifeGen Technologies. Die Forscher von Stanford haben ihr Hauptaugenmerk auf eine Darstellung der Gene während der fortschreitenden menschlichen Entwicklung und der damit verbundenen Alterung gerichtet und neue Wege erkundet, diese Entwicklung in Bezug auf die Hautalterung kontrollieren zu können. Nu Skins Abkommen mit Stanford zielt auf ein fortschreitendes Verständnis der grundlegenden, menschlichen Alterungsvorgänge, womit eine Umsetzung der wissenschaftlichen Erkenntnisse in eine einfache Anwendung durch den Ver-



braucher erreicht werden soll. Die Vereinbarung mit der renommierten Universität beinhaltet gleichzeitig den Zugang zu Gutachten über dermatologisch-klinische Versuche. Hinsichtlich der Zusammenarbeit mit LifeGen wurde ein Ausschließlichkeitsabkommen getroffen, wonach LifeGen's patentierten Methoden der Altersforschung zum Durchbruch verholfen werden soll. Inzwischen wurden die Laboratorien von Nu Skin und Pharnanex in Provo, Utah, in „Nu Skin Enterprises Zentrum für Altersforschung“ umbenannt, um zu verdeutlichen, dass man sich auf die Weiterentwicklung in der Forschung sowohl bei der Hautpflege als auch der Nahrungsergänzung konzentriert. Gleichzeitig wurden die wissenschaftlichen Beiräte von Nu Skin und Pharnanex zu einem einzigen zusammengelegt und zusätzlich um zwei führende Wissenschaftler aus dem Hause LifeGen, Richard Weindruch, Ph.D., und Tomas Prola, Ph.D., erweitert.

»Die Vereinbarung mit der renommierten Universität beinhaltet gleichzeitig den Zugang zu Gutachten über dermatologisch-klinische Versuche.«

#### Zukunftsorientiertes Geschäft

Auch im Hinblick auf die geschäftliche Entwicklung des Unternehmens gab es bereits im Vorfeld der Feiern zum 25-jährigen Bestehen des Unternehmens herausragende Zahlen zu vermelden: Die Einkünfte und Erträge für das dritte Quartal wuchsen auf 334,2 Millionen US-Dollar, was einer Steigerung von 8 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum bedeutet. Nach den Worten von CEO Truman Hunt gebe es verschiedene Gründe dafür, auch weiterhin ein kontinuierliches Wachstum erwarten zu können. Erstens: Nu Skins Konzentration auf den Anti-Aging-Markt punktiert eine fundamentale Geschäftsmöglichkeit, da einerseits die Verbraucher immer älter werden und andererseits die Zahl derjenigen wächst, die eine alternative Einkommensquelle suchen. Zweitens: Nu Skins Produktbestand zeichnet sich heute durch höchst innovative und nachweislich wirkungsvolle Hautpflegeprodukte aus, was sich in Zukunft auch stärker auf den Bereich der Nahrungsergänzung ausdehnen soll. Drittens: Nu Skins operative Marge habe sich, seit man 2006 begonnen hat, das Geschäft umzugestalten, ständig verbessert. Die Bemühungen des Unternehmens, seinen Wirkungsgrad zu erhöhen, werden Nu Skin unter dem Strich auch weiterhin dauerhafte Verbesserungen einbringen. Und schließlich: „Inflationsbereinigt stieg unser Ertrag um 7 % - verstärkt durch ständig

verbesserte Umsatzzahlen in Japan und zweistelliges Wachstum in Südkorea, Südostasien, Europa, Taiwan, einem Großteil Chinas und Lateinamerika“, so der Präsident des Unternehmens.

#### Soziales Engagement

Trotz der vergleichsweise kurzen Zeit, die man gemeinsam verbringen konnte und die hauptsächlich für intensive Workshops, hilfreiche Trainings und zu einem interaktiven Erfahrungsaustausch genutzt wurde, sollte die Anerkennung der unablässigen Bemühungen und Erfolge von Nu Skins gesellschaftlichem und sozialem Engagement nicht zu kurz kommen. Als ein Teil seines Auftrages, als eine positive Kraft dabei zu helfen, das Leben der Menschen überall auf der Welt zu verbessern, wurde Nu Skins „Force for Good“ zu einem wichtigen Baustein des Unternehmens und beinhaltet eine gemeinnützige Stiftung, deren soziale und gesellschaftliche Bestrebungen weitreichende Auswirkungen auf die örtlichen Handelsplätze weltweit haben. Am ersten Abend der Convention war die „Nu Skin Force for Good Foundation“ Gastgeber einer Spendengala im historischen ‚Millennium Biltmore Hotel‘ im Herzen von Los Angeles. Die annähernd 500 anwesenden Gäste spendeten der Stiftung mehr als 750.000 US-Dollar. Dieser Betrag fließt in vollem Umfang in weltweite Projekte, die den Kindern eine Hoffnung auf ein Leben ohne

»Nu Skins operative Marge habe sich, seit man 2006 begonnen hat, das Geschäft umzugestalten, ständig verbessert.«

Krankheiten, fehlende Bildung und Armut eröffnen soll. Als Überraschungsgast des Abends erschien Kaliforniens Gouverneur Arnold Schwarzenegger und konnte sich am Ende über eine 100.000 US-Dollar Spende der „Force for Good“-Stiftung freuen, die helfen soll, Freizeitprogramme für Schulkinder in Kalifornien einzuführen.

Um der gewaltigen Begeisterung aller Teilnehmer Raum zu geben, waren für ausgelassene Feiern am Abend des ersten Veranstaltungstages sämtliche Universal Filmstudios ausschließlich für die Nu Skin Vertriebspartner geöffnet. Nach einem Freitag, der von weiteren Workshops und Produktinformationen gekennzeichnet war, wurde dann 'Open-Air' auf dem riesigen Platz vor dem Nokia Theatre mit Livemusik bis tief in die Nacht von allen Teilnehmern enthusiastisch gefeiert. Hätte man die Teilnehmer gefragt, so wären sich alle einig darin gewesen, dass diese Convention ruhig noch mindestens einen Tag länger hätte dauern dürfen. (ral) ✓

■ Sunrider startete 1982 und begann zeitgleich lokale Veranstaltungen zu sponsern. Im Rahmen seiner Expansion in über 40 Länder, dehnte das Unternehmen sein Engagement auf die Unterstützung von Organisationen wie die Olympischen Spiele, UNICEF oder die Make-a-Wish (Wünsch Dir was) Stiftung aus.

■ Als die Tiens Group 1996 in China ihre Geschäftstätigkeit aufnahm, investierte sie in den Bau der ersten privaten Schule, dem Tianshi College in Tainjin, sowie in den Bau von Straßen, Schulen und Bohrungen in der Provinz Hebei.

■ Uptrend Network startete 2004 in Malaysia. Seitdem unterstützt das Unternehmen humanitäre Maßnahmen und solche zur Gesundheitsförderung in Form von Sach- und Geldspenden sowie Partnerschaften.

Der Global Philanthropy Report of the Direct Selling Industry enthält zahlreiche weitere Beispiele wohltätigen Engagements durch die Direktvertriebsindustrie und die in ihr tätigen Menschen. Er kann unter <http://www.wfdsa.org/press/pdfs/PR.pdf> eingesehen werden. Neben den an dieser Erhebung beteiligten Unternehmen, gibt es zahlreiche weitere Vertriebe, die national, international oder sogar global tätig sind. Viele dieser Unternehmen und deren Distributoren engagieren sich ebenfalls karitativ oder gemeinnützig. Beispiele hierfür liefert unsere Bildauswahl. Letztlich ist das Ganze einer Erweiterung des Hauptzieles der Branche. Denn primär hat sich die Direktvertriebsindustrie auf die Fahne geschrieben, die Lebenssituation der



Seit dem 1. März 2008 lässt Nu Skin Enterprises (NSE) für jede verkaufte Epoch® Baobab Body Butter einen neuen Baobab-Baum in Malawi pflanzen. Auf dem Foto übernimmt dies Steven J. Lund, Vice Chairman, Executive Director, Nourish the Children, NSE persönlich.



Seit Sommer 2008 unterstützt die Netcoo Unternehmensgruppe den BBC Warendorf und dessen Rollstuhlbasketballteam in der 2. Bundesliga

in ihr tätigen Menschen positiv zu verändern. Wie dies aussehen kann, zeigt eine ebenfalls durch die WFDSA durchgeführten Studie über den sozialen und wirtschaftlichen Einfluss des Direktvertriebs in Brasilien, in der ein unbekannter Vertriebspartner zitiert wird: „Durch meine Tätigkeit als Berater erwirtschaftete ich einen finanziellen Zuschuss. Der fließt in meine Lebenshaltungskosten und Urlaube. Durch das Extra an Geld fühle ich mich unabhängiger und bekomme so die Gelegenheit, neue Leute kennenzulernen.“ (FW) ✓

#### Die am "Global Philanthropy Report of the Direct Selling Industry" 2008 beteiligten Unternehmen

4Life \* 5LINX Enterprises Inc. \* ACN Aloette Cosmetics \* Amorepacific \* Amway \* Anniq Skin Care Products \* Avon Products, Inc. \* Avroy Shlain cosmetics \* Belcorp USA/L'Bel Paris \* Best World International Ltd \* Betterware UK Ltd \* Blessings Unlimited \* Celebrating Home \* Chung Ho Nice \* Coreana Cosmetics \* Creatique Designs, LLC \* Creative Memories \* Cutco Corporation \* Daymart Co. Ltd. \* DeTech, Inc. \* DLF \* E.EXCEL INTERNATIONAL(TAIWAN) ING \* ENERGETIX GmbH & Co. KG Bingen \* Georges Franck \* GNL International \* Gold Canyon \* HAPPY FAMILY CORPORATION \* Hiliving \* Hy Cite Corporation \* I3shop \* Infinitus (Hong Kong) Company Ltd, Member of LKK Health Products Group \* INFINUM \* Initial Outfitters \* Intimo Lingerie \* Kyowon \* Lia Sophia \* Life Force Australasia Pty Ltd \* Luxor Network Sdn Bhd \* Mannatech, Inc. \* Mary Kay Inc. \* Medifast \* Natura Cosmetics \* Nature's Sunshine Products \* Neways International \* NR Communication \* NSA \* Orenda International LLC \* Oriflame Cosmetics \* Phoenix Trading \* Princess House, Inc. \* Pulmuone Health Life \* RBC Life Sciences \* Regal Ware, Inc. \* Scentsy, Inc. \* SeneGence International \* Shaklee Corporation \* Signature HomeStyles \* Silpada Designs \* SimplyFun, LLC \* Stampin' Up! \* StemTech Health Sciences \* Sunrider International \* Swissgarde \* Synergy WorldWide \* Tahitian Noni International \* The Pampered Chef \* The Unlimited World \* Tiens Group \* Tupperware Korea \* Tupperware Southern Africa (Pty) Ltd. \* Unilever Thai Trading Ltd. \* Uptrend Network Sdn Bhd \* USANA Health Sciences \* Victoria Benelux \* VIE at home \* WoongJin Coway \* Woonjin Thinkbig \* Wynlife Healthcare, Inc. \* Yanbal Ecuador