



direktberater

NIEDERÖSTERREICH. DIREKTVERTRIEB. MULTILEVEL MARKETING. PARTYVERTRIEB.

4 - 2020

Gut zu wissen

6 Motivation

Nur Profit machen, ist kein Konzept

10 Innovation

Die Mobilität der Zukunft

14 Inspiration

Es wird, was du daraus machst



Herzensbildende Weihnachtsaktion

Köstliche Schokolade für kostbare Kinderseelen ... 8

NEU: B2B-CLUB BIETET VORTEILE!



Marketing:
Der Direktberater im Blickpunkt. 4

Bildung:
Webinar „Finanz-Online“ am 16. Dezember 2020 ... 8

Trends:
Der Geruch der Zukunft 13

MZ 192041701 M Ausgabe 17 / 2020 DIE 8 GROUP Kai Kremser, 7033 Pötsching, Brunnengasse 4 EUR 2,- ABO 10,- Retouren an „Postfach 555, 1008 Wien“ Cover: Fotolia

PROMOTION P.b.b. Verlagspostamt: Österreichische Post AG

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



*„Aber nur mit dem vollständigen
Firmenprofil im Firmenbuch A-Z
werde ich auf der Verkaufs-
plattform gefunden.“*

www.diedirektberater.at



Covid-19 - SchutzmaßnahmenVO

Aufgrund der neuen Covid-19 Regelungen sind insbesondere für Direktberater folgende angeführten Punkte interessant.

Die aktuelle Entwicklung der Corona-Infektionszahlen hat es notwendig gemacht, dass die Bundesregierung mit Wirksamkeit ab 3.11.2020 neue verschärfte Maßnahmen beschlossen hat.

Nachfolgende Punkte sind für Direktberater zu beachten:

a) Betriebsstätte: Führt eine Direktberaterin oder ein Direktberater am Gewerbestandort einen deklarierten Geschäftsraum oder ein gekennzeichnetes Büro, so gilt die Abstands- und Maskenpflicht und pro Kunde muss eine Fläche

von 10m² zur Verfügung stehen. In den meisten Fällen wird daher eine Produktvorstellung eher individuell stattfinden, sogenannte Verkaufspartys werden nicht möglich sein. Auf Grund der neuen verschärfte Maßnahmen sind folgende Dinge zu beachten:

b) Geschäftsvorstellungen oder Beratungspartys in Gasthäusern werden nicht möglich sein, da diese ja grundsätzlich geschlossen sind.

c) Zusammenkünfte in privaten Wohnbereichen sind grundsätzlich möglich.

Wir möchten Ihnen jedoch aus epidemiologischer Sicht empfehlen, nicht mehr als 6 Personen aus maximal zwei verschiedenen Haushalten zusammenkommen zu lassen.

d) Für Zusammenkünfte zu beruflichen Zwecken, die an sich unter die Ausnahmen der allgemeinen Ausgangsbeschränkung fallen, muss die Notwendigkeit begründet werden. Es ist daher zweckmäßig, sofern diese stattfinden sollen, diese so zu terminieren, dass die TeilnehmerInnen vor 20.00 Uhr zu Hause sind, um nicht

Probleme mit der Ausgangsbeschränkung zu bekommen. Um die Maßnahmen zur Eindämmung der Infektion zu unterstützen, soll stets bedacht werden, ob Zusammenkünfte unbedingt notwendig sind oder ob auch andere Möglichkeiten eine Reduzierung persönlicher Kontakte ermöglichen.

Insgesamt wird empfohlen von Gruppengesprächen und Verkaufspartys auf individuelle Beratung und persönlichen Verkauf umzustellen, um die persönlichen Kontakte größtmöglich zu reduzieren.

Gut zu wissen: B2B-Club bietet Vorteile!

Rechtsschutz: 3 Bonusprämien für Neugründer



Das Produkt „Recht & Direkt“ ist eine Rechtsschutzversicherung für Direktberater, die optimal auf die Bedürfnisse dieses Berufstandes abgestimmt wurde. Durch einen Rahmenvertrag mit der Zürich Versicherungs-Aktiengesellschaft können nun alle Direktberater von diesem umfassenden Leistungspaket mit günstigen Versicherungsprämien profitieren. www.direktvertrieb-versicherungen.at

Der B2B-Leserclub bietet Angebote für Business & Freizeit. Wenn Sie ein Angebot präsentieren wollen, senden Sie uns eine E-Mail mit Angebot und Preisvorteil an wien@die8.com

Das online-Blätterbuch gratis abonnieren!
Wertvolle Themen mit hilfreichen Links zu Lieferanten, Weiterbildung & Freizeit.

Ein Beitrag zum Klimaschutz!
www.die8.com/verlagsprogramm
Jetzt bestellen: faast@die8.com

Wo liegt eigentlich der Unterschied zwischen einem Verkäufer im Drogeriemarkt, im Schmuckfachgeschäft, in einem Elektronikmarkt, in einem Wäscheladen oder im Direktvertrieb?

Auf den ersten Blick: Es gibt keinen. Alle vermitteln qualitative Waren, die am Bedürfnispuls der Konsumenten liegen. Und dennoch: Vier weitere Blicke auf das Berufsbild.



Der Direktberater im Blickpunkt sich ändernder Einkaufsverhalten

Die Covid19-Pandemie und ihre Folgen haben das Einkaufsverhalten der Konsumenten nachhaltig verändert. Der Onlinehandel kann den Trend der vergangenen Monate bestätigen und wird zum Standard in unserer neuen Normalität, sagt uns die Statistik.

Was des Offlinehandels Leid ist des anderen Lohn, könnte man sagen. Aber ganz so ist es nicht, denn mit der wachsenden Handelsform Direktvertrieb kommen hybride Direktberater ins Spiel. Das sind immer stärker werdende Handelsplayer, die sehr wohl online reagieren, aber offline agieren und sich mit Beratungsstärke und persönlichem Lieferservice einen guten Ruf erarbeiten.

Das Berufsbild auf den zweiten Blick: Originalität durch die Ich-Eigenmarke

Ganz egal, welche Waren Sie oder Er vermitteln: Direktberater üben einen Beruf aus, der neben wirtschaftlichem Erfolg echte persönliche Zufriedenheit gibt, innerlich erfüllt und anderen Menschen einen hohen Nutzen bringt. Diese Lebensaufgabe oder „Berufung“ entwickelt sich ständig weiter und ist die Erfüllung dessen, was innerlich bewegt und antreibt und letztlich die Bestätigung für eine starke Persönlichkeit ist. Direktberater sind die modernen Nahversorger, bringen soziale Wärme und stets ein Lächeln mit in die Homeshoppingwelt.

(Es wird, was du daraus machst - Seite 14)



Produkte für Schönheit und Wellness: Qualität, Lifestyle mit Beratung und Lieferservice

Das Berufsbild auf den dritten Blick: Fachwissen als Schlüsselqualifikation

Erfolgreiche Menschen ergänzen ständig ihr Wissen. Je mehr aktuelles Wissen sie sich aneignen, umso mehr entwickeln sie ihre Talente und die Persönlichkeit, umso mehr wächst ihr Selbstvertrauen und ihr Marktwert. Prospektwissen wird künftig nicht ausreichen, um mündige Kunden mit „Halbwebwissen“ zu beraten.

Der Direktberater kann sich hier als „Fachberater“ klar positionieren.

Das Berufsbild auf den vierten Blick: Produktsicherheit und Markenvielfalt

Der Großteil der im Direktvertrieb umgesetzten Produkte entfällt auf Schönheits-, Gesundheits- und Wellnessprodukte, aber auch Nahrungsergänzungsmittel, gefolgt von Haushaltsprodukten.

Anders als im stationären Handel, hier muss der Händler sein Produktsortiment stets neu überdenken, schöpfen die meisten Direktberater aus einer breiten Range an Produkten ihres Direktvertriebsunternehmens, welche bei der Entwicklung die Qua-

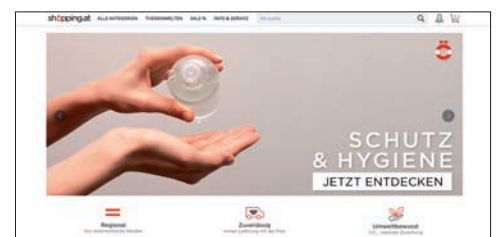


Produkte zur Stärkung des Immunsystems: Über Vitamine und Nahrungsergänzungsmittel wissen Direktberater mehr

lität der Inhaltsstoffe ebenso berücksichtigen, wie Markttrends und Design. Der Vorteil des Direktberaters ist, dass er aus einer sich ergänzenden großen Warenkiste hybrid verkaufen kann. Am Beauty- & Healthmarkt vertrauen die Konsumenten den emotionalen Worten des Verkäufers.

(Nur Profit machen ist kein Konzept - Seite 6) ▶

Gut zu wissen: Der Marktplatz



www.shoopping.at

Der digitale Marktplatz der österreichischen Post bietet Direktberatern einen professionellen Verkaufskanal, ein transparentes Gebührenmodell mit klaren Schritten und persönliche Ansprechpartner, vom ersten Kontakt bis zu den ersten Umsätzen. shoopping.at/a/haendler-werden



KommR
Herbert Lackner
 Obmann des Gremiums
 Direktvertrieb in der
 WKNÖ

Vordenken: *Gemeinsam schaffen wir ein positives Image und positionieren ein wertvolles Berufsbild.*

► **Das Berufsbild auf den fünften Blick: Die Dachmarke „Smiley“ unterstützt Ihre Kommunikation als Selbstmarketing**

Selbstmarketing bedeutet, seine Schokoladenseiten für alle sichtbar zu machen, einen Dialog herzustellen, eine Beziehung aufzubauen. Gute Beziehungen bedeuten Wertschätzung, Respekt und Klarheit in der Kommunikation, zum einen mit uns selbst, zum anderen im persönlichen und beruflichen Umfeld. Sie bieten die besten Chancen für persönliches Wachstum, beruflichen Erfolg und schaffen Vertrauen, weil Sie als „Original“ für bestimmte Werte eintreten und damit Ihre eigene Person als Markenpersönlichkeit etablieren.

Die vom Gremium Direktvertrieb designte Dachmarke Smiley unterstützt die Notwendigkeit, das Berufsbild Direktberater in



Produkte für Haushalt und Küche: Smart home cooking ist auch dem digital gebildeten Direktberater nicht fremd

den Köpfen der Konsumenten zu verankern. Was nur gelingen kann, wenn alle die selben Werte vertreten, sonst droht der Branche ein teurer Imageverlust. Sie sind ein Handelsunikat, denken, handeln und leben Sie das Prädikat Original, denn laut der Studie „European Trusted“ lieben europäische Verbraucher Marken, denen sie vertrauen können. Sie selbst sind Ihre stärkste Marke! Gemeinsam schaffen wir ein positives Image und positionieren ein wertvolles Berufsbild!

Nichts geht mehr? 615 Neugründungen!

Liebe Direktberaterinnen, liebe Direktberater!

Auch wenn nichts mehr so scheint wie es früher war, gehen wir mit sehr viel Mut und Zuversicht dem Jahresende entgegen und starten mit vielen neuen Ideen in das Jahr 2021. In diesem außergewöhnlichen Jahr hatten wir in NÖ einen Rekord von bisher 615 Neugründungen im Direktvertrieb. Trotz der vielen Verunsicherungen und Herausforderungen rund um uns fragen, wir uns immer wieder: Wie schaffen wir es trotzdem, unsere Branche mit Wachstum durch die Krise zu führen?

Viele Projekte konnten wir heuer realisieren:

- Kick Off Direktvertrieb mit Steffen Kirchner
- Steuerschulungen erstmals durch Webinare
- „Wunderwelt Direktvertrieb“ auf der WISA St. Pölten
- Digitalisierung Workshops Direktvertrieb
- 3 WIFI Lehrgänge „Direktvertrieb - Chance für die Zukunft“
- 40. Scheckübergabe für die möwe Präventionsworkshops

Behalten wir auch im neuen Jahr unseren respektvollen Umgang miteinander bei, mit Wertschätzung und Zusammenhalt.

Mein besonderer Dank gilt allen Kolleginnen und Kollegen, die sich mit mir im Ausschuss für die Interessen unserer Mitglieder bis 2025 zu Verfügung stellen. Es ist nicht selbstverständlich, ehrenamtlich kostbare Freizeit für die Branchenvertretung einzusetzen. Danke auch an Geschäftsführer Mag. Michael Bergauer und Sabine Wimmer für ihren unermüdlichen Einsatz und die ausgezeichnete Zusammenarbeit. Ich wünsche allen Direktberaterinnen und Direktberatern gute Weihnachtsgeschäfte, ein frohes gesegnetes Weihnachtsfest und ein erfolgreiches, gesundes Jahr 2021.

Herzlichst,
Herbert Lackner
 handel.gremialgruppe5@wknoe.at



Mit dem Kauf von Schokolade finanzieren Sie Präventiv-Workshops.

Die herzensbildende Weihnachtsaktion Seite 8

die möwe
 Kinderschutz hat einen Namen

Diese Schokolade ist **köstlich.**
 Kleine Kinderseelen sind **kostbar.**
 Das macht Sie und Ihre Kunden **glücklich.**

€ 3,50

Unentgeltliche Einschaltung



Nur Profit machen ist kein Konzept

Online-Shops haben kein Charisma, TV-Verkaufskanälen fehlt es an Empathie - aber alle machen Profit. Und was haben Sie im Face to face-Verkauf? Auch Profit und vielleicht ein Lächeln, aber das ist viel zu wenig. Offline-Verkäufer müssen mehr an ihrem Charakter arbeiten, sie müssen emotional intelligente Menschenversther sein. Das ist die Alleinstellung der Zukunft.

Natürlich, Ihr faszinierender Verkauf beginnt immer mit einem Lächeln, das ist aber noch keine Strategie. Natürlich punkten Sie mit ausgezeichnetem Produkt- und Anwenderwissen, aber um einen Kunden positiv zum (Zusatz)kauf zu manipulieren, bedarf es eines Emotionsmanagements: Gespür für die Wünsche, Gefühle und vielleicht Sorgen, was wiederum voraussetzt, ein „Menschenversther“ zu sein.

Menschen kaufen keine Produkte, sondern Problemlösungen und die Erfüllung ihrer Bedürfnisse

Nur: Überall dort, wo der Verstand regiert, ist der Zugang zu den Emotionen recht beschwerlich. Jede Menge Feingefühl und Empathie sind gefragt. Produkte oder Dienstleistungen, die keine Emotionen auslösen, sind für unser Gehirn wertlos. Und was für unser Gehirn wertlos ist, wird nicht gekauft, so der Neuro-Psychologe Hans-Georg Häusel.

Am Health- & Beautymarkt vertrauen Menschen den Produkten

Das ist gut so, denn deswegen bekommen Emotionen beim Verkaufsgespräch zunehmend an Bedeutung. Um Vertrauen aufzubauen, können Verkäufer persönliche Geschichten und eigene Erfahrungen in den Verkaufsprozess einbauen. Menschen kaufen von Menschen, die sie mögen und die authentische

Werte besitzen, und Menschen fühlen sich zu Produkten hingezogen, die ihren Werten entsprechen. Im Verkaufsgespräch gilt daher, Emotionen wie Vertrauen, Werte und Verlangen zu kommunizieren und anhand des Produkts deutlich zu machen. Trainieren Sie das mit Ihren FachverkäuferInnen, und fördern Sie verborgene Talente. Und vergessen Sie nicht: Unser Hirn will ein Happy End!

Gefühle@work

Mit der Entdeckung der emotionalen Intelligenz ist es zu einer Renaissance der Gefühle gekommen. Herausragende Leistungen der Menschheitsgeschichte kamen nicht nur dank IQ, sondern in hohem Maße durch Emotionen (EQ) zustande.

Buchtipps: Gefühle@work - Wie emotionale Intelligenz Unternehmen transformieren kann

Gefühle und Emotionen sind in vielen Unternehmen immer noch ein Tabu. Doch das muss kein Problem sein. Vivian Dittmar führt Schritt für Schritt durch ihr konsequent praxisorientiertes Modell.

Bebildertes Taschenbuch, 132 Seiten, ISBN 978-3-940773-55-5, Preis € 14,50. Bestellbar bei www.thalia.at





Maria Azzarone
Handelsfach-
wirtin und
Expertin für
emotionalen
Verkauf

Umfrage: *Wie wecken Sie die Kauflust beim Kunden, vermitteln ihm Sicherheit und womit überraschen Sie Ihre Kunden?*



Eveline Lindenau,
Kosmetiksalon Dorli,
8330 Feldbach:
*„Unsere Kunden haben jetzt große Lust am Kosmetik-
kauf und an den Behand-
lungen im Salon. Viele*

sagen, dass sie sich jetzt mehr für sich leisten möchten, der Urlaub ist ja ausgefallen. Wir animieren beim Verkaufsgespräch dazu, dass sie sich den Luxus einer Wohlfühlbehandlung – Streicheleinheiten für Körper, Geist und Seele – einfach öfter gönnen. Diese guten Gespräche haben uns motiviert und uns die Unternehmerkraft gebracht, die wir jetzt alle brauchen.“



Wolfgang Stummer,
Parfumerie, 1120 Wien
*„Unsere Stammkunden zu
betreuen liegt uns sehr am
Herzen, wir haben ein Zu-
stellservice eingerichtet, das
sie gerne annehmen und uns*

vertrauen. Covidbedingt werden Produkte seltener ausprobiert – dafür aber schneller gekauft. Es fehlt vielen Konsumenten die Lust, Neuigkeiten zu kaufen, sie nehmen die Kosmetik- oder Duftmarke, die sie bereits kennen. Wir versuchen, mit Fachinformation und Storytelling Bilder in den Köpfen der Kunden hervorzurufen, die sie von der Erlebnisanwendung eines Luxusproduktes überzeugen.“



Elisabeth Möstl,
Drogerie Lehnert,
4950 Altenheim
*„Das gute Fachgespräch -
unter Einhaltung aller
Hygieneregeln - zu einem
Kundenanliegen ist jetzt*

wichtiger denn je. Wir finden Problemlösungen und dazu gibt es bei der Produktvielfalt immer mehrere Varianten - alle werden vorgelegt, beschrieben, und der Satz: Damit wurden schon gute Erfahrungen gemacht! stimmt bei den Naturmitteln immer. Fachgespräche werden oft zu persönlichen Gesprächen, und aus Kunden wird mitunter ein guter Freund.“



Mag. Helga Huber,
Direktberaterin Juch-
heim Kosmetik, NÖ
*„Ich nehme mir ganz be-
wusst mehr Zeit für die Be-
ratung meiner Kunden und
halte auch den Liefer-
service in gewohnter Qualität
aufrecht. Überrascht sind die
Kunden von der Online-
Betreuung, denn „digital
sichtbar sein“ ist wichtig.
Die Folge: Weiterempfehlungen
und mehr Umsatz.“*

Schreiben Sie uns Ihre Erfahrungen oder Strategien an faast@die8.com

Schreiben Sie uns Ihre Erfahrungen oder Strategien an faast@die8.com

Vertrauenskultur:
Wie sieht der Kunde die Zukunft?

Nicht nur technisch betrachtet hat die Kundenkommunikation neue Formen angenommen, auch die Kundenpersönlichkeit ist eine andere. Kunden sind selbstbewusst und gut informiert, das verlangt auch von Unternehmen Anpassungen in Bezug auf die Kundenbeziehung. Trotz digitaler Verfügbarkeit von Produkten und der intensiven Nutzung von Smartphone und Tablet bevorzugt die Mehrheit noch immer klassische Kommunikationskanäle wie Telefon, E-Mail und den Offline-Besuch im Geschäft.

Wie kann man den Kunden von morgen begeistern?

Für den Verbraucher sind emotionale Faktoren wichtiger als messbare Produkteigenschaften. Ohne Empathie für den Kunden kann man heute weder ein Produkt noch eine Dienstleistung verkaufen. Emotionale Nähe schafft Vertrauen, das bindet Kunden, das erhöht die Weiterempfehlungsrate, das sichert loyale Kunden - und die Zukunft kann kommen!

www.maria-azzarone.de



euro
logisch

Mit der OeNB und m€ins die Finanzen im Griff

Finanz-Online bringt Vorteile

Wissen steigert den Marktwert. Wissen Sie, wie Sie künftig Spitzenleistungen erbringen wollen in chaotischen Zeiten? **Am 16. Dezember 2020 um 18.00 Uhr findet das Steuerseminar „Finanz-Online als Webinar statt. Rechtzeitig anmelden!“**

Direktvertrieb - Chance für die Zukunft. Der spezielle Direktberaterlehrgang ist mittlerweile so legendär wie beliebt, weil er in vier praktischen Modulen das Rüstzeug bietet für die steigenden Herausforderungen im Direktvertrieb. Gerade in der Vermittlung von Gesundheits- oder Schönheitartikeln gibt es eine Vielzahl an Weiterbildungsangeboten im WIFI. Wissen, welches man flankierend zu seinem Kernkompetenzthema einsetzen und verkaufen kann.

Wissen ist ein Schatz, den man heben muss

Wissen ist ein wertvolles Gut. Ein bewusster und veränderter Umgang mit Wissen macht Wissen zu einem wahren Schatz. Erfolgreiche Menschen ergänzen ständig ihr Wissen. Denn Wissen ist für immer und gibt Ihnen das nötige Selbstvertrauen, Ihre Ideen auch umzusetzen, Neues zu wagen. Das ist die neue Originalität des Handelns. Und mutiges Handeln setzt eine gesunde Portion an unternehmerischem Wissen voraus,

auch wenn Sie ein Kleinunternehmen betreiben. Für Ihre Kunden sind Sie ein „Big Player“, also gelten auch die selben Spielregeln.

Finanz-Online leicht nutzen: Steuerseminar am 16. November um 18 Uhr

Im Rahmen dieses Webinars führen wir Ihnen die wesentlichsten Aspekte von Finanz-Online vor, und anschließend haben Sie die Möglichkeit, Ihre Fragen bei der Eingabe Ihrer Steuererklärungen unter Hilfe-

stellung der beiden Referentinnen praxisnah zu testen.

Wer über Finanz-Online die Steuererklärung einreicht, hat eine zwei Monate längere Abgabefrist. **Die Referentinnen:** Gudrun Schubert und Sabine Kusterski

Webinar Steuerschulung: <https://bit.ly/2JiuiOV>



Um in naher Zukunft wieder Präventions-Workshops gegen Gewalt und sexuelle Misshandlung in Grundschulen in Niederösterreich durchführen zu können, hat sich das Landesgremium bei der letzten Ausschuss-Sitzung am 29.10. ein Pro-

Herzensbildende Weihnachtsaktion

jekt überlegt, an dem Sie alle mitwirken können!

Köstliche Schokolade für eine kostbare Kinderseele: 2 Euro pro Schokolade gehen an unser Direktberater-Hilfsprojekt

Und zwar können Sie alle bei unseren Ausschussmitgliedern und Bezirksvertrauenspersonen diese exklusive Schokolade von der Manufaktur Stix erwerben. Ein Stück dieser Schokolade kostet € 3,50, davon

fließen € 2,- direkt in die Workshopfinanzierung!

Wo können Sie die Schokolade kaufen?

Entweder bei den Bezirksvertrauenspersonen, siehe letzte Seite, oder bei folgenden Ausschussmitgliedern:

Barbara Fried (0699/81700957), Gerhard Adamec (0664/1115156), Herbert Lackner (0664/1221509), Veronika Kleinhauer (0676/5965703), Helmut Szele (0664/8334422). **Süßes macht happy!**

WEITERBILDUNG: WIFI-LEHRGANG - TERMINE 2021



„Direktvertrieb - Chance für die Zukunft“

WIFI Amstetten: 5. - 6. März 2021

WIFI St. Pölten: 11. - 12. Juni 2021

Dauer von 9 - 17 Uhr

Neue Förderung: Bis zu 50% der Kurskosten von € 240,- durch das Gremium. Bis zu € 120,- WIFI-Bildungsscheck durch die WKNÖ.

Alle Informationen zur Förderung des Lehrgangs unter: www.derdirektvertrieb.at/noe WIFI Kurs Direktvertrieb - Förderung



Was ist noch zu tun vor Ende 2020?

Wichtige Überlegungen und Handlungen vor dem Ende des Jahres können Ihre steuerliche Situation verbessern. Dazu ist es notwendig, dass Sie in etwa Ihren voraussichtlichen Gewinn - Ihre Einnahmen minus Ausgaben - kennen!

Sozialversicherung: Wenn Sie sich aus der Pflichtversicherung der gewerblichen Wirtschaft wegen KleinunternehmerIn ausnehmen haben lassen, dann darf im Jahr 2020 der Umsatz nicht mehr als € 35.000,- und der Gewinn 2020 nicht mehr als € 5.527,92 sein. Ist eine der beiden Grenzen höher, so fallen Sie in die Pflichtversicherung.

Was können Sie tun?

Sie können Vorziehkäufe /Ausgaben tätigen, wie etwa Vorfühware, Büromaterial, Werbeleistungen, u.a. Kauf von geringwertigen Wirtschaftsgütern, dh. langlebige Wirtschaftsgüter unter € 800,- , Akontozahlungen für Fortbildung kaufen – dies sind Beispiele. Die Ausgabe gilt in dem Jahr, in dem Sie zahlen. Aber bitte nur sinnvolle Ausgaben!



Mag. Gudrun Schubert

Steuerberaterin,
Wirtschaftsprüferin, eingetragene
Mediatorin, Trainerin in gewaltfreier
Kommunikation, Coach im
beruflichen Werdegang
die-steuerberaterin.at

Sind Sie KleinunternehmerIn bei der Umsatzsteuer, so darf der Umsatz nicht mehr als € 35.000,- sein, beachten Sie, dies ist eine Nettogröße, dh. bei Warenverkauf erhöht sich die Grenze um 20 %. Innerhalb 5 Jahren darf die Grenze einmalig bis zu 15 % höher sein

und Sie fallen noch nicht in die Umsatzsteuerpflicht.

Für Neuanschaffungen ab 1.9.2020 gibt es eine Investitionsprämie von 7 %, für Investitionen in den Bereichen Digitalisierung, Ökologisierung oder Gesundheit/Life-Science beträgt die Prämie 14 %. Der Antrag ist an das Austria Wirtschaftsservice bis 28.2.2021 zu stellen.

Registrierkasse: Ist der Barumsatz (= auch Bankomat und Kreditkarteneinzug) pro Jahr über € 7.500,- und der Gesamtumsatz pro Jahr € 15.000,-, so sind Sie verpflichtet eine Registrierkasse zu führen!



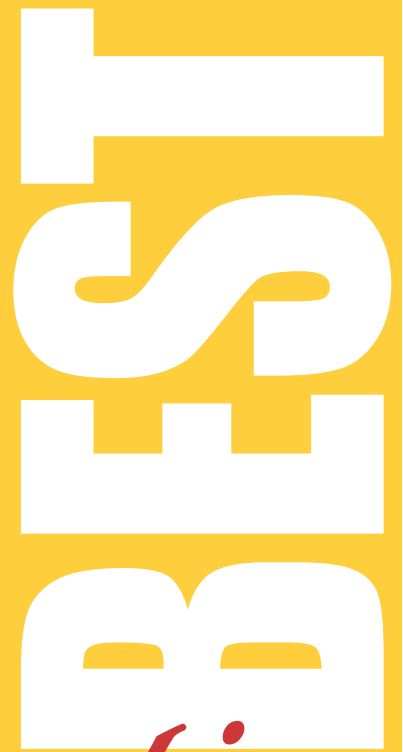
Jubiläum in der VS Perschling: 40. Scheckübergabe für die möwe-Workshop

Dadurch kann ein Präventionsworkshop gegen sexuelle Misshandlung und gegen Gewalt in den Familien vom Verein „die möwe“ Kinderschutzzentren durchgeführt werden. Der Spendenbeitrag kommt vom „Mühlberzupfer Gratulierungsverein“ der dieses wertvolle Projekt der DirektberaterInnen mit bisher € 8.921,- unterstützt. VD Edith Jagodic betonte, wie schwierig es derzeit ist, € 1000,- für solche wichtigen Projekte zu organisieren. Bgm Reinhard Breiner bedankte sich seitens der Gemeinde für die mehrmalige Finanzierung und Durchführung der Workshops. KommR Herbert Lackner bedankte sich für die großzügige Unterstützung bei seinen Musikfreunden im Namen der Fachgruppe Direktvertrieb.



WIFI-Lehrgang: Gratulation zu erfolgreich absolvierten 4 Modulen

WIFI Lehrgang „Direktvertrieb - Chance für die Zukunft“ in Neunkirchen. Eine hoch motivierte Gruppe von Direktberatern und am Direktvertrieb interessierten Teilnehmern. Nach Abschluss der 4 Module wird jenen Teilnehmern, die ein aufrechtes Gewerbe im Direktvertrieb haben das Zertifikat „Ausgezeichnete/r Direktberater/in“ überreicht. Herzlichen Glückwunsch! Mitglieder des Gremiums Direktvertrieb erhalten eine Förderung in Höhe von bis zu 50% der Lehrgangskosten vom Landesgremium Direktvertrieb rückerstattet. Nächster Lehrgang: 5. und 6. März 2021 WIFI Neunkirchen. Anmeldung unter: www.derdirektvertrieb.at/noe



practice



Karl Kremser
Unternehmer

**DIREKT
GESAGT**

Wir sind alle Unternehmer, selbst und ständig!

Das Gremium Direktvertrieb hat etwas unternommen, um das Berufsbild Direktberater als die „Wunderwelt des Handels“ auf der WISA zu präsentieren.

Der Veranstalter hat alles unternommen, um die Messe sicher durchführen zu können. Und die ausstellenden Direktberater haben alles unternommen, um das beste Selbstbild abzugeben.

Ergebnis: Trotz widriger Covid-Umstände war es keinesfalls unverantwortlich und auch für den Messeveranstalter gar nicht leistbar, die Messe abzusagen!

Was macht einen Unternehmer aus? Visionäres Denken, Ausdauer, Leidenschaft, Kreativität und: Mut zum Risiko, Zuversicht und: **Fairness!**

Warum jetzt ein Elektroauto, Volkswagen wird?

Genuss: *Erst an der Bar Platz nehmen, dann im SEAT*



Erst Tapas genießen, dann Fahrspaß erleben.

Hola! Juan Amador und SEAT eröffnen die erste Tapas-Bar mit automobil-DNA im Auhof-Center am Stadtrand von Wien. Durch dieses weltweit einzigartige Konzept fällt der Blick über den Tellerrand nicht schwer - auch wenn der Teller von Juan Amador, Österreichs einzigem 3-Sterne-Koch, mit den schönsten und leckersten Tapas bestückt ist - denn der Tischnachbar wird Ihre Aufmerksamkeit auf sich ziehen. Wo kann man schon in einer Bar sein neues Traumauto entdecken. Beim Design hat sich die hola! Tapas-Bar natürlich von ihren Partnern SEAT und CUPRA inspirieren lassen. Dadurch entsteht ein modernes, mediterranes Ambiente, das sich in drei Bereiche unterteilt: Die Gastronomie, das Lebensgefühl und die Kulinarik von Barcelona nach Wien transportiert, und zwei Präsentationsflächen, die jeweils den Marken SEAT und CUPRA gewidmet sind. www.seat.at

Buen provecho!



Fotos: SEAT

Sie heißen ID.3, Kona, Zoe, Taycon oder Tesla: Das E-Auto und wir, aber, passen wir zusammen? Passt so ein Wagen wirklich in unser Leben? Und doch ist es irgendwie elektrisierend. Wird das E-Auto zum Volkswagen?

Verantwortungsgefühl und Reichweite: So sieht die Mobilität der Zukunft aus.

Sie zählen sich zur technologischen Avantgarde mit dem neuesten Smartphone, dem neuesten Tablet und immer up to date mit den Digitalisierungsschritten? Insofern wird der Schritt zum E-Auto für Sie nicht groß sein, der Fortschritt, das Gefühl, ganz vorne mit dabei zu sein, wird Sie reizen.

Aber, Klimawende hin oder her, wieviel Stress macht so ein Elektroauto eigentlich?

Nervt es, ständig Ausschau nach Ladesäulen zu halten, und wie lange dauert der Ladevorgang? Stimmen die Reichweitenangaben in der Werbung und kann ich damit in den Urlaub fahren?

„Man fährt nicht mehr so schnell und ordnet sich dem Verkehr unter, man wird gelassener“, sagen die Einen. „Das Handicap am E-Auto ist eben, dass man über eine Stunde Pausen machen muss, wenn man weiter fährt, als eine Batterieladung reicht.“

Letztlich stellt sich die Frage, ob man sich als Hauptfahrzeug ein E-Auto anschafft, mit allen Bonis der Hersteller und vom Staat, oder bloß als Zweitauto, als Cityhopper.

Passt ein Auto mit Elektroantrieb überhaupt in unsere Lebenswirklichkeit?

Überall erleben wir gerade Umbrüche, aber einer der umfassendsten betrifft unser Verständnis vom Auto, der „heiligen Kuh“.

Aber es braucht neue Ideen, um mit möglichst wenig CO₂-Ausstoß von A nach B zu gelangen, und E-Autos sind inzwischen eine der ernst zu nehmenden Optionen. Und so kann im Kleinen eine große Veränderung klappen! Denn eines ist auch klar: Die Zeit in Richtung Mobilitätswende drängt, die Emissionen im Verkehrsbereich steigen nach wie vor an. Die Transformation unserer Mobilität in Richtung mehr Nachhaltigkeit ist ein entscheidender Faktor der Klimawende. ▶

weil es ein



Foto: ADAC

► **Die Vorzüge: Viel Antriebspower, günstige Betriebskosten, Bonus bei Kauf & Versicherung**

Und ja, die CO2-Bilanz gleicht sich erst bei Fahrleistungen ab etwa 50.000 km aus, aber: Da immer mehr Elektroautos mit realen Reichweiten von 300 bis 600 Kilometern und Schnellladeleistungen von bis zu 150 kW auf den Markt kommen und gleichzeitig das Schnellladenetz wächst, können auch längere Strecken immer besser mit Elektroautos zurückgelegt werden. Die Fahrzeuge und die Batterien halten das, was sie versprechen. In

Betrachtung der gesamten Betriebskosten (mit Steuern, Versicherung, Wartung, Energiekosten usw.) gibt es einige E-Autos, die pro Kilometer günstiger fahren als ein in Motorleistung und Ausstattung vergleichbarer Pkw mit Verbrennungsmotor.

Fahren mit einem Elektroauto macht Spaß. Der strombetriebene Motor bringt schnell eine hohe Leistung und beschleunigt unterbrechungsfrei, ohne dass Sie schalten müssen.

Und es gibt sie von klein bis extravagant. **Also, find your way to zero!**

Hobby Oldtimer: Porsche 911 ist eine wertvolle Aktie!

Oldtimer (30 Jahre) machen Spaß und können ein gewinnbringendes Hobby sein. Etliche Marken und Modelle erleben einen ungeahnten Boom, Wertzuwächse von bis zu 300% in vielleicht 15 Jahren lassen aufhorchen. In den vergangenen Jahren gab es eigentlich kaum einen Oldtimer, der nicht zumindest die Inflationsrate ausgeglichen hätte. Im Schnitt sind 5-7% Rendite pro Jahr realistisch. Natürlich kommt es auf den Einkaufspreis und den Pflegezustand des Autos an. **Hier ein Beispiel:**



(Ur)Porsche 911 S Targa
EZ 6/1976, 2,7 l-6Zylinder luftgekühlter Boxermotor, 175 PS, VK-Preis € 52.000,- inkl. MwSt. (ausweisbar)

Gut zu wissen: Damit stehen Sie gut unter Strom



KIA e-Niro

Der Niro ist in drei Varianten verfügbar - vollelektrisch, als Hybrid und als Plug-In Hybrid. Somit kommen Sie bequem an Ihre Ziele, 455 km weit mit 204 PS E-Motor ab € 37.990,- www.kia.at



The new VW ID.3

Im „MoonCity Vienna Pop-Up-Store“ präsentiert Volkswagen seine aktuellsten Elektromodelle wie e-Up, e-Golf, Passat GTE. **Modell e-Up:** 83 PS, € 22.590,- www.mooncity-vienna.at www.volkswagen.at



Renault Twingo

Renault hat das größte Angebot an E-Fahrzeugen in Europa und bietet mit seinem 92 PS-Elektroflitzer Twingo den preiswertesten Stromer an. Twingo electric um € 20.490,- www.renault.at



Autospar-Tipp:

Mit dem RENAULT Megane - Grand Coupe - bringt der Nischenanbieter Classic Dream Car diese Top-Limousine zu einem unschlagbaren Preis (nicht bei RENAULT in Österreich!): **Intens TCE-Benziner, 140 PS, Autom.** € 19.990,- www.autosparen.at

ERNÄHRUNG:

Inner Beauty mit Zukunft

Schönheit kommt von Innen und hat auch mit Ernährung zu tun.

Das ist eine große Herausforderung für Direktberater, die sich mit Nahrungsergänzungsmitteln beschäftigen. Denn Prospektwissen wird künftig nicht ausreichen, um mündige Kunden mit „Halbwebwissen“ zu beraten. Nahrungsergänzungsmittel überschwemmen den Markt, Laien haben kaum eine Möglichkeit, den Wert solcher Produkte richtig einzuschätzen.

Der Direktberater kann hier als Fachberater punkten

Bis 2020 wurde eine Steigerung des Marktvolumens auf 50,3 Mrd. EUR (zu heutigen Preisen) prognostiziert, die größten Potenziale stecken in den Bereichen Sport und Ernährung, und das Jahr ist noch nicht zu ende. Umsatzführend durch privaten Konsum sind Lebensmittel aus

biologischem Anbau, Nahrungsergänzungsmittel, gefolgt von Functional drinks und Functional food.

Und damit sind wir beim springenden Punkt:

NEM aus dem Direktvertrieb kommen meist aus ökologischem Anbau

Nahrungsergänzungsmittel aus dem Direktvertrieb erfüllen meist diese Ansprüche nach ökologischer Qualität und funktioneller Wirkung.

Apropos Wirkung: Ohne näher auf Begriffe wie Antioxidantien und Freie Radikale einzugehen sei eines festgehalten: Grundsätzlich sind Nahrungsergänzungsmittel bei einer perfekten Ernährung - wovon wir weit entfernt sind - überflüssig.

Hochwertige Nahrungsergänzungsmittel aber sind eine gute Lösung, dem Körper das zu geben, was dieser so dringend

braucht und was er bei der heute üblichen Ernährung nur allzu oft vermisst. Nahrungsergänzungsmittel sind keine Arzneimittel! Sie können Krankheiten oder Beschwerden nicht heilen oder lindern, aber Hand in Hand mit neuen Erkenntnissen aus der Forschung können manche Präparate den Wunsch des Konsumenten nach Wohlbefinden und Lifestyle erfüllen. Also: Ihre Kunden bauen auf Sie, aber nur, wenn Sie mehr wissen als Ihre Kunden und das Internet und zumindest ebenso viel wie ein Verkäufer aus dem Drogeriemarkt.

Übrigens: Die demografische Entwicklung verstärkt den Trend zum smooth Food, das auf die Bedürfnisse älterer Menschen abgestimmt ist. Die Geschmacksknospen nehmen im Alter ab, es wird gerne mehr Salz gegessen und die Gerichte müssten leicht kaubar sein.



KOSMETIK:

Digicos

Besonders bei jungen Menschen ist das Aussehen in digitalen Räumen auf individuellen Kanälen wichtig, mit dem Ziel, ihr Aussehen einem bestimmten Ideal anzupassen.

Im Kontext dieser „Selfie-Kultur“ haben viele NutzerInnen das Bedürfnis, in der Wirklichkeit genauso auszusehen wie die bearbeitete Version ihrer Fotos. Besonders das Altern wird negativ bewertet und es entsteht ein konstantes Streben nach jugendlicher Schönheit. In diesem Kontext steigt die Nachfrage nach professionellen Schönheitsprozeduren. Um den Komfort zu wahren, haben viele Kosmetik-Begeisterte das Bedürfnis, für ihre Behandlungen nicht immer das Haus verlassen zu müssen. Sie können sich vorstellen, dass Hightech-Geräte im Kosmetikbereich bald zur alltäglichen Ausstattung gehören. Und dass wir uns in der Zukunft nicht mehr vor Ort beim Friseur oder in der Parfümerie beraten lassen, sondern unsere Beauty-Angelegenheiten in die Hände von Smart-Mirrors legen und in die Hände eines beautyaffinen Direktberaters.

Gut zu wissen: So kommen Sie gut ins Geschäft

Die Körpersprache

In der Kommunikation zwischen Verkäufer und Kunden kommt der Körpersprache beider Beteiligten größte Bedeutung zu - und wird dennoch oft vernachlässigt.

Es ist wichtig, die Signale des Kunden richtig zu verstehen und mit der richtigen Körpersprache auch seine eigene Wirkung zu erhöhen. Wer etwas präsentieren will, hat die Hände immer oben. Sobald es aber ans Preisverhandeln geht, müssen die Hände runter. Zudem kann man aus dem Gang des Kunden ableiten, ob man ihn eher mit rationalen oder mit emotionalen Argumenten überzeugen kann. Und stemmt ein Kunde seine Hände in die Hüfte, dann heißt das: „Ich werde nicht beachtet“. Vorsicht ist auch bei der Wortwahl geboten. So gibt es eine Vielzahl an „Selbstmordwörtern“ wie vielleicht, eigentlich oder leider, die die Kunden nur verunsichern und zu keiner Kaufentscheidung führen würden.



Trend-Guide EPU: „The Next Generation of Business“

Der Trend-Guide für EPU bietet wertvolle Orientierungspunkte und zeigt, welche Voraussetzungen EPU jetzt schaffen können, um in Zukunft erfolgreich zu sein. Inmitten von Megatrends werden die Trends Real-Digital, Wirkkultur, Sinnökonomie, Globalisierung und Open Knowledge das Post-Corona-Zeitalter maßgeblich prägen. Das Trend Canvas-Tool hilft dabei, die Auswirkungen dieser Trends auf das eigene EPU zu erkennen und daraus nächste Schritte abzuleiten. Die Coronakrise hat auch den Beginn einer „Next Generation of Business“ eingeläutet. www.wko.at/trend-guide-epu

PARFUM:

Der Geruch der Zukunft

Manche Leute sagen, dass ein Duft einen Moment einfangen sollte. Viele Menschen bevorzugen bestimmte Düfte, die sie mit anderen Menschen oder Erinnerungen verbinden.

Aber wie sieht die Zukunft des Parfums aus? Werden Duftstoffe verwendet, um gesellschaftliche Unruhen zu kontrollieren? Werden Parfums die Mahlzeiten ersetzen? Was ist der Geruch von morgen, wird er sogar digital? Die Entwicklung von Geschmacks- und Geruchsschnittstellen steckt noch in den Kinderschuhen, aber es könnte bald schon möglich sein, das gesamte Spektrum der Sinneserfahrungen zu nutzen.



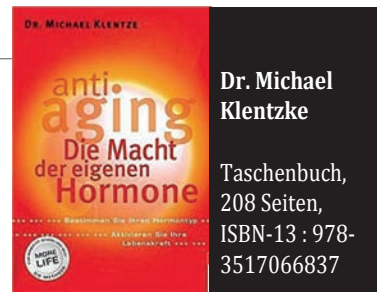
Parfum - synthetisch oder doch lieber natürlich?

Jedes Parfum setzt sich aus verschiedenen Duftstoffen zusammen. Man unterscheidet im Grunde zwischen natürlichen und synthetischen Stoffen. Dabei machen Parfumöle einen großen Teil des Duftes eines Parfums aus. Ein Parfum, das nach frischen Früchten, Gras oder anderen Düften riecht, muss jedoch nicht zwingend genau diese natürlichen Stoffe ent-

halten. Viele Unternehmen nutzen synthetische Parfumöle, welche die natürlichen Stoffe perfekt imitieren. Parfumliebhaber wissen, dass hochwertige Düfte aus natürlichen Essenzen bestehen, zumindest wird dies immer wieder beworben. Was dem Kunden nicht erklärt wird, ist das aufwendige Verfahren zur Gewinnung natürlicher Essenzen. Ohne groß auf diese einzugehen, ist es wichtig zu wissen, dass eine große Menge an Rohstoffen benötigt wird, um eine kleine Menge Essenzen zu erhalten. Dadurch wird die Herstellung sehr teuer, was sich auf den Preis des Duftes auswirkt.

Das Gros aller Konsumenten, die „Liebhaber qualitativ hochwertigen Parfums“ geht vorurteilslos an das Thema heran. Der Duft ist wichtigstes Kaufargument: Er muss gefallen, egal ob überwiegend natürliche oder synthetische Inhaltsstoffe verwendet wurden.

Innerhalb wie außerhalb der wachsenden Gruppe von Naturparfumkonsumenten gibt es unterschiedliche Einstellungen zum Thema. Lassen wir uns überraschen was die Zukunft der Düfte für uns noch alles bereithält und seien Sie offen für Neues!



Betreiben Sie Zielgruppenmarketing: Auch Best Ager altern!

Altern wird durch die Zunahme freier Radikale, durch Zunahme von Entzündungsprozessen und eingeschränkten Reparaturprozessen von geschädigten Zellen und Zellbestandteilen dominiert. Deshalb kann das Altern als inflammatorische Erkrankung (Entzündung und Zellzerstörung) angesehen werden. Altersbedingte Erkrankungen und das Nachlassen der körperlichen und geistigen Leistungsfähigkeiten sind die natürliche Folge.

Aufgabe ist es daher, Altersprozesse und Risikoverläufe rechtzeitig zu erkennen, sie zu stoppen oder auf jeden Fall zu verlangsamen. Dabei ist es wichtig, so früh wie möglich einzugreifen, um Alterskrankheiten wirkungsvoll zu vermeiden oder zu lindern. Der Weg dahin ist die Prävention und nicht die Reparaturmedizin.

Buchtip: Die Macht der eigenen Hormone

Fitness, Gesundheit und Sex sind keine Vorrechte der Jugend. Klentzkes Ansatzpunkt: Die Hormone. Jeder kann lernen, seine eigenen Hormone zu aktivieren und sie gezielt zu nutzen für bessere Lebensqualität.

Ambiente am Home-Arbeitsplatz

Durch die Verbesserung des Ambientes - es reichen meist kleine Änderungen - lässt sich die Lust an der Arbeit steigern und die Motivation steigt. Obwohl man sein Geschäft, sein Büro bestens pflegt und immer wieder aktualisiert, ergeben sich doch optische Disharmonien, weil im Laufe der Zeit eine Durchmischung verschiedener Stile und Konzepte entsteht. Da genügt der Besuch im einschlägigen Möbelfachhandel, um sich die Anregungen für seine Arbeitsstätte zu holen und sie auch gleich mitzunehmen. Aber auch der Schneider-online-Shop bietet lifestyle Trends zu moderaten Preisen. Und: Seien Sie mutig bei Farbtrends!



Outfit und Etikette für einen starken Auftritt

Die persönliche Ausstrahlung ist die wertvollste Aktie an der „Konsumentenbörse“.

Warum bringen einige Menschen mit der gleichen Ausbildung und den gleichen Bedingungen Spitzenleistungen

und andere tun sich schwer, zufriedenstellende Ergebnisse zu erzielen? Bevor das Produkt überzeugt, muss der Mensch überzeugen. Erscheinungsbild und Benimmetikette prägen Ihren Kompetenzstatus. Der erste Eindruck ist der wichtigste, denn Ihr Gegenüber reagiert zu 55% auf das Erscheinungsbild, zu 38% auf die Stimme und nur zu 7% auf den sprachlichen Inhalt. Das verschafft Ihnen und Ihrer Ich-Marke einen starken Auftritt.

Es wird, was Du daraus machst

Ist die aktuelle Corona-Krise ein trojanisches Pferd, das den Ausnahmezustand rechtfertigt, mit all den zu befürchtenden wirtschaftlichen, und in Folge psychischen Problemen? Das Gebot der Stunde lautet aufstehen und weitermachen als „Motor der Wirtschaft.“ **Nur durch emotionale Freiheit lernen wir, Chancen zu sehen. Leben heißt etwas wagen, sich trauen und vertrauen. Glaube an Dich!**

Momentan herrschen Unsicherheit und Instabilität, was viele Menschen aus ihrem Hamsterrad holt und ins Bewusstsein ruft, dass wir nicht einfach so weitermachen können wie bisher. Manche Menschen hängen an Ihrem Job, und die meisten Unternehmer an ihrer Berufung, einige an ihrem „Lebenswerk“, dem sie sich hingeben.

Aber echte Hingabe an eine Sache ist nur mit Freiheit möglich Niemand aber kann frei sein, wenn er nicht unabhängig ist. Immer wieder meldet sich eine diffuse Unzufriedenheit. Weil wir unseren wahren Wesenskern nicht kennen, der es ermöglicht, uns ein selbstbestimmtes Leben in emotionaler Freiheit zu leben. Aber wie gelingt emotionale Freiheit? Bedeutet es, sich selbst neu zu erfinden, oder besser gesagt, „zu sich zu finden“. Es klingt wie ein Sprung ins kalte Wasser. Zu vertrauen kann schwer

sein, kann sich anfühlen, wie der Beginn einer unsicheren Reise mit ungewissem Ziel. Doch manchmal, da bedeutet es auch Losgelöstsein, pure Freiheit.

Ändern wir die Perspektive, seien wir bereit für innere Veränderung und Ziele

Veränderung ist ein Lern-Tor, es kostet Kraft hindurchzutreten aber wir gehen gestärkt daraus hervor. Bevor man weiß, wo man hin will, muss man wissen, wer man ist und wo man steht. Vielleicht befindet man sich ja schon direkt neben dem Ziel und sieht es nur nicht. Um frei und konstruktiv nachzudenken, müssen wir zunächst aus allem Hektischen und Lauten herauskommen und Raum für Muße und uns selbst schaffen. Dabei ist es essenziell, Eigenverantwortung anzunehmen und sich über uns selbst und die eigenen Werte und Prioritäten klar zu werden. Innere Veränderung bringt Neuorientierung,



Die Zukunft passiert nicht einfach so, sie wird geschaffen

Von jenen, die daran glauben, an der Grenze blüht das Leben. Jetzt in der Krise, wo alles aufbricht, sollten wir uns nicht von Angst blockieren lassen, sondern trotz aller Risiken diesen Sprung in die Zukunft wagen. Die Krise beschleunigt vieles, also bewegen wir uns mit, in

Richtung Wachstum. Persönlich und geschäftlich. Also, nehmen Sie Ihr Team, Ihre Mitarbeiter mit, fördern Sie deren Talente. Kommunizieren Sie glaubhaft Ihre Anliegen, Kommunikation basiert auf Vertrauen. Es gibt nichts Wirksameres und Lohenderes, als echtes Interesse an Menschen zu zeigen. Es wird, wenn Du es machst!

Gut zu wissen: Mindfulness

Achtsamkeit für mich?

Eine wichtige Basis für ein starkes Immunsystem ist, unseren Stresslevel niedrig zu halten. Das gelingt, wenn man Mindfulness-Praktiken in den Alltag integriert. Mindful Life bedeutet für mich Achtsamkeit Schritt für Schritt in viele Bereiche unseres Alltagslebens einfließen zu lassen.

Herzlich willkommen im Mindful Business Club:

Es ist eine Plattform für Menschen, die bei sich und in ihrem Unternehmen etwas zum Positiven verändern wollen.

Infos: www.mindfullife.at



Foto: Fotolia.com



Buchtipps: Wer bin ich, und wenn ja, wieviele?
Ein Buch, das die Lust am Denken weckt!



Lernen und Genießen sind das Geheimnis eines erfüllten Lebens. Lernen ohne Genießen verhärtet, Genießen ohne Lernen verblödet.
In diesem Bestseller geht Precht der Frage nach, was ein erfülltes Leben ausmacht. Gleich in der Einleitung bietet er mit den obigen Worten eine passende Definition wider. Das erste Kapitel mit der Überschrift „Was kann ich wissen?“ beschäftigt sich mit Erkenntnistheorie und verknüpft Philosophie mit der Hirnforschung. Der zweite Teil „Was soll ich tun?“ konzentriert sich auf Ethik und Moral, dabei bezieht Precht neben der Hirnforschung auch die Psychologie und Verhaltensforschung mit ein. Das dritte Kapitel „Was darf ich hoffen?“ widmet sich zentralen Fragen, die die meisten Menschen in ihrem Leben beschäftigen, Fragen nach dem Glück, nach Freiheit, Liebe, Gott und dem Sinn des Lebens. Wenn Sie dieses Buch lesen, haben Sie den ersten Schritt auf dem Weg zum Glück schon getan.
Gebundene Ausgabe, ISBN-978-3-442-31143-9, Preis € 15,40. Bestellbar bei www.thalia.at



Valentin Faast
Dipl. Personaltrainer, Clubleiter Stars Fitness Wien

Unternehmergeist: Auszeit nehmen, um Kraft zu tanken

Auf der Ebene des grenzenlosen Verlustes findest du das Bewusstsein des Seins wieder. Und was könnte verlustreicher sein, als einmal nicht in unserem Geschäft zu sein, weil wir auf Sparflamme laufen. Vergessen Sie für einige Momente den Businessplan oder Masterplan und schmieden Sie einen Urlaubsplan, für drei Tage oder mehr. In diesen Zeiten mit eingeschränkter Reisefreiheit liegen die schönsten Orte als „Ankerplätze für die Seele“ gleichsam um’s Eck.

Ein Beispiel: Raus aus dem Job, der die Seele frisst, hinein ins Klösterreich voller Besinnung, Einkehr und Stille.

(www.kloesterreich.at)
Zunehmend entdecken Mediziner und Psychotherapeuten die Methode der Achtsamkeit, um dem Stress des Alltags entgegen zu wirken. Unter Achtsamkeit versteht man, die Aufmerksamkeit bewusst auf das aktuelle Erleben zu richten, von Moment zu Moment, und das, was man wahrnimmt, nicht zu bewerten. Sich eine Auszeit zu nehmen, das ist kein Luxus, sondern ein Zeichen der Selbstachtung.

#FEELAUSTRIA

Steh nicht still.
Lass den Alltag
zu Hause.

Schau über den
Tellerrand.

Hab ein offenes Ohr.
Suche das Echte.
Verlier Dich in Eindrücken
und finde Dich selbst wieder.



Fotos: Hotel Sepp

BEST Tipp:
CHARMANTE EXTRAVAGANZ



„Gemeinsam mittendrin“ - dieses Motto bestimmt das Lebensgefühl im Hotel SEPP. Das Alpine Boutique Hotel für Erwachsene und Gäste über 21 ist ein Ort, der verbindet: Altes mit Neuem. Tradition mit Zeitgeist.

Pool & Schnee 4. - 20. Dez. 2020
Almsommer 21. Mai - 1. Nov. 2021

5761 MARIA ALM | WWW.EDERSEPP.COM

Empfänger

Impressum:

Herausgeber: DIE 8 MEDIAGROUP KG, 1120 Wien, Marschallplatz 23 I 8 I 25, Geschäftsführung: Daniela Faast, E-Mail: faast@die8.com

Eigentümer und Verleger: DIE 8 GROUP OF COMMUNICATION, Karl Kremser, A-7033 Pötsching, Brunnengasse 4 (im Auftrag von WKÖ, LG Direktvertrieb, Wirtschaftskammerplatz 1, 3100 St. Pölten)

Offenlegung: Die Offenlegung gemäß §25 Mediengesetz ist unter die8.com/impressum ständig abrufbar.

Chefredaktion: Daniela Faast Redaktion: Mag. Michael Bergauer, KommR Herbert Lackner, Sabine Wimmer, Daniela Faast, Mag. Gudrun Schubert, Johann Kabicher, Margarete Mitterböck, Karl Kremser

Fotos: Kraus-WKÖ, Herbert Lackner, Johann Kabicher, Fotolia.com, die möwe, Die8, cityfoto.at, WKO BG, Michael Bergauer, Renault, KIA, VW Die Artikel geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wieder. Der teilweise oder vollständige Nachdruck von Artikeln/ Fotos ist nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlegers erlaubt.

Gendering: Die Berücksichtigung der Rechte von Frauen und Männern ist uns wichtig. Die Verwendung nur einer Form (weiblich oder männlich) dient einer größeren Verständlichkeit (Lesefluss) des Textes und soll keinesfalls Männer gegenüber Frauen oder Frauen gegenüber Männern diskriminieren, sondern für beide Geschlechter gleichermaßen gelten.

Hinweis: Trotz sorgfältiger Ausarbeitung und Prüfung dieses Druckwerkes sind Fehler nie auszuschließen. Jede Haftung des Herausgebers, des Verlages oder der Autoren dieser Informationen wird daher ausgeschlossen.

Gültige Anzeigenpreisliste Jänner 2021.

Das Magazin erscheint 4x jährlich als Printausgabe und Webmagazin.

Auflage: 72.640 Exemplare im Erscheinungsverband mit den BEST Medientiteln BEST EXPERT für KMU und BEST KLASSE für die österreichischen Pflichtschulen



Für Direktberater erreicht:

www.derdirektvertrieb.at/noe

Direktberater werden. Das Unternehmerservice

Facebook-Gruppe „Direktberater Niederösterreich“ www.facebook.com/DirektvertriebNOE/

Senkung von Steuern und Beiträgen

Eingangssteuersatz - Senkung von 36,5% auf 25%

Grundumlage - Senkung von 94,- auf 84,- Euro

SVA-Mindestbeitragsgrundlage - Senkung bei Krankenversicherung

Öffentlichkeitsarbeit

Soziales Marketing - Kooperation mit die möwe Kinderschutzzentren.

Workshops an über 40 Schulen finanziert - Werbewert über € 100.000,-

Unterstützung von Direktvertriebsmessen

Marke „Direktberater“ positioniert

Unterstützung der Neueinsteiger durch „KARRIERE-Events“ und WIFI-Lehrgang

Erweiterung der Rechte durch Gewerbeordnungsnovelle

„Profitieren Sie von unserer Erfahrung für Ihre Interessensvertretung“



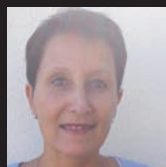
Für Konsumenten:

www.diedirektberater.at

Direktberater finden. Der bequeme Einkaufsvorteil

YouTube [www.youtube.com „Landesgremium NÖ Direktvertrieb“](http://www.youtube.com/LandesgremiumNO_Direktvertrieb)

Unsere klugen Köpfe, die Vertrauenspersonen in den Bezirken:



Ulrike Hafenschner

Wr. Neustadt
0664/736 23 791
ulrike.hafenschner@aon.at



Franz Pollak

Gmünd, Zwettl
0664/92 17 535
office@zeitundgeld.at



Andreas Weinberger

Waidhofen, Horn
0676/878 33 000
andy.weinberger@speed.at



Brunhilde Nadler

Gänserndorf
0676/878 35 530
b.nadler@aon.at



Gerlinde Kayser

Mistelbach
0664/736 52 588
gerlinde.kayser@aon.at



Karolina Neubauer

Amstetten, Waidhofen
0676/944 45 69
karolina.rasche@web.de



Helga Huber

Melk, Scheibbs
0676/640 00 32
helgahuber@yahoo.de



Werner Leinweber

Mödling
0660/27 47 399
jetzt@erfolgreichsein.at



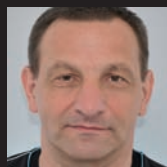
Johann Kabicher

Neunkirchen
0664/3012 012
johann.kabicher@gmx.at



Rebecca Figl-Gatterer

Tulln
0680/2000527
rebeccafigl-gatterer@gmail.com



Klaus Josef Koska

Hollabrunn
0664/40 68 931
klaus.koska@gmx.at



Michael Doppler

Bruck a.d. Leitha
0664/18 36 799
familie.doppler@hyla-austria.at



Helmut Rauch

Baden
0664/882 955 52
hrauch.mpb@gmail.com



Erich Track

Krems
0676/506 75 67
erich.track@gmx.net



Regina Track

St. Pölten
0676/407 37 74
regina.track@gmx.at



Margarete Mitterböck

Lilienfeld-Korneuburg
Stockereu
0664/106 63 36
kontakt@mjm-business.at

Mobil. Modern. Menschlich.

