



# Direktvertrieb

EINE INFORMATION DES BUNDESGREMIUMS DIREKTVERTRIEB  
WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH

# Insider

AUSGABE MAI 2021



## Wir sind ein wesentlicher Teil Europas!

Der Direktvertrieb hat sich als wichtiger Absatzweig und Stütze von Europas Wirtschaft etabliert. In der EU gibt es bereits ca. 6,9 Millionen Direktberaterinnen mit einem Umsatz von rund 30,3 Milliarden Euro.

## Liebe Direktberaterinnen und Direktberater,

seit über einem Jahr befinden wir uns in einer Situation, wie sie die meisten von uns vorher noch nie erlebt haben: weltweite Angst vor einem gefährlichen Virus, Ausgangs- und Besuchsbeschränkungen, wirtschaftliche und gesellschaftliche Eingriffe, Sorgen um Arbeitsplatz und Einkommen.

Wie sehr diese Pandemie die wirtschaftlichen Möglichkeiten beschränkt (hat), haben vor allem jene DirektberaterInnen gespürt, deren Geschäftsmodell vor allem auf Partyverkauf aufgebaut ist. Wer überwiegend mit Einzelberatung und -vermittlung tätig ist, wurde durch staatliche Verordnungen nie zur Untätigkeit gezwungen. Dementsprechend waren/sind auch die wirtschaftlichen Auswirkungen auf Direktberater sehr unterschiedlich.

Was uns aber allen gemeinsam ist: Die Sehnsucht, mit unseren Geschäftspartnern und Kunden wieder face-to-face zusammenkommen zu dürfen und damit auch dem dritten Teil unseres Slogans **mobil** (ist für uns in Coronazeiten ein Riesenvorteil gegenüber stationären Geschäften) - **modern** (waren und sind im virtuellen Bereich sehr gut aufgestellt) - **menschlich** wieder volle Geltung zukommt.

Seitens der Wirtschaftskammer haben wir uns all die Monate bemüht, Sie durch diese schwierige Zeit zu begleiten und für Rechtssicherheit und Transparenz der Hilfsmaßnahmen zu sorgen. Ein Dankeschön gebührt allen FunktionärInnen und MitarbeiterInnen in den Wirtschaftskammern für ihr Bemühen, allen Mitgliedern bestmöglichen Service zu bieten und vor allem auch Ihnen, liebe DirektberaterInnen für die Bereitschaft, epidemiologisch notwendige Maßnahmen mitzutragen und durch Bezahlung der Grundumlage trotz wirtschaftlicher Einbußen die volle Handlungsfähigkeit Ihrer Standesvertretung zu gewährleisten.

Ich wünsche Ihnen für die nächsten Monate Gesundheit und eine baldige Rückkehr zu allen persönlichen und wirtschaftlichen Annehmlichkeiten, wie wir sie aus der Vergangenheit vor der Pandemie gewohnt waren.

Ihr Peter Krasser

## Reden Sie darüber: Der Weitererzählwert ist die neue Währung!



### Storytelling

braucht eine klare  
Positionierung!  
Das sagt DDr. Paul  
Eiselsberg

### THEMEN DIESER AUSGABE

- ▼ Europa – Der DV ein wichtiger Teil
- ▼ Kleinunternehmerpauschalierung
- ▼ Neuer Leitfaden ist online



**KommR**  
**Peter Krasser**

Obmann Bundesgremium  
Direktvertrieb



**mobil. modern. menschlich.**

**Direktvertrieb**  
**Insider**

# Reden Sie darüber

## Der Weitererzählwert ist die neue Währung – Storytelling braucht eine klare Positionierung

**Wissen Sie, was man unter “Storytelling” versteht?** Bei Wikipedia kann man u.a. lesen:

“**Storytelling** (deutsch: „Geschichten erzählen“) ist eine Erzählmethode, mit der explizites, aber vor allem implizites Wissen in Form von Leitmotiven, Symbolen, Metaphern oder anderen Mitteln der Rhetorik weitergegeben wird. Es wird hauptsächlich in digitalen Medien angewandt, hat aber eine lange Tradition. Das Publikum konsumiert die Story nicht nur durch Zuhören, Lesen oder Anschauen, sondern kann aktiv als Prosumer in die Umsetzung auf News-Portalen, Blogs, Streaming-Plattformen und in der Virtual Reality eingebunden werden. Der Begriff Storytelling ist eng mit dem des Narrativ verbunden.”

Nun, Kommunikationsstrategien haben sich mit dem Einzug der digitalen Medien sehr wesentlich verändert. Und so wird dem Begriff “Storytelling” in Zukunft wohl noch viel mehr Raum geboten werden. Bei Wikipedia liest man dann weiter, dass ähnlich wie die Konstruktion von Gedächtnis im Gehirn Storytelling mit Assoziationen funktioniert. Über Dramaturgie und narrative Elemente werden Subtexte erzeugt, die das Erinnern von langen Zeiträumen ermöglichen.

“Storytelling bestimmt den Handlungsablauf, die Charakterisierung der Figuren und die Erzählperspektive der Geschichte. Storytelling erzeugt eine Metaebene, um eine übergeordnete Bedeutung, Weisheit oder sozio-kulturelle Zusammengehörigkeit zu vermitteln. Dies geschieht über eine Personifizierung mit dem Helden bzw. Antihelden der Geschichte, der durch seine Verwicklung in das dramatische Geschehen bei den Zuschauern Gefühle wie Angst, Wut, Freude, Begierde etc. hervorruft.”



**DDr. Paul Eiselsberg** unterstreicht, dass es gerade in hektischen und sehr herausfordernden Zeiten für eine Marke sehr wichtig ist, sich seiner klaren Positionierung bewusst zu werden. Und er meint weiter ...

“Für die Kommunikationsstrategie ist aus dieser Positionierung eine eigene Story für die Marke bzw. Person zu entwickeln. Zahlen, Daten und Fakten gehören natürlich dazu, aber die **Story hat mehr, vor allem Emotionen**. Die Story entscheidet über die Weiterempfehlung, der Weitererzählwert ist die neue Währung, gerade in Zeiten der vielen digitalen Kanäle. Hinter Storytelling liegt aber nicht nur eine Geschichte, sondern ein klares Konzept. Es steckt Methode dahinter. Die Anwendungsfälle für das Storytelling sind vielfältig, es kann sowohl für die Attraktivität der Arbeitgebermarke als auch für die Konsumentenentscheidung eingesetzt werden. Wichtig ist zunächst die eigene Zielgruppe und das Kommunikationsziel zu kennen. Diese Grundfragen des Marketings sind auch hier der Ausgangspunkt. Die Zielgruppenanalyse entscheidet über die richtige Story. Jede Story braucht aber auch eine Herausforderung, ein spannendes Element. Auch die Bilder – also die Metaphern – sind dabei entscheidend.”

## Neu überarbeiteter Leitfaden für Selbstständige im Direktvertrieb ab sofort online

Das Bundesgremium Direktvertrieb hat den Leitfaden aus dem Jahr 2010 neu gestaltet, um Unternehmerinnen und Unternehmern im Direktvertrieb sowie Interessierten an dieser aufstrebenden Branche wertvolle Informationen über die Möglichkeiten im Direktvertrieb zu geben und über die aktuellen Gesetze und Regeln aufzuklären. Im Besonderen sind dies:

der Weg zur Erlangung der Gewerbeberechtigung, die Vorgaben des Gewerberechts, die Konsumentenrechte im Direktvertrieb, der Fernabsatz, Internetpräsentation und -verkauf, die aktuell gültigen Vorgaben für Wettbewerb und Werbung, besondere Produktvorschriften wie z.B. bei Nahrungsergänzungsmitteln und Medizinprodukten, Steuerwesen und Sozialversicherung, die Datenschutz-Grundverordnung, das Verhältnis zwischen Direktvertriebsunternehmen und Direktberatern sowie nützliche Anlagen und Adressen.

Der aktualisierte Leitfaden befindet sich seit kurzem auf der Webseite des Bundesgremiums Direktvertrieb [www.derdirektvertrieb.at](http://www.derdirektvertrieb.at).



Scannen für mehr Informationen



**mobil. modern. menschlich.**

**Direktvertrieb Insider**

# Die Kleinunternehmerpauschalierung ... kann Steuervorteil sein und die Buchhaltung erleichtern !

Nach langwierigen Verhandlungen wurde die konkretisierende **Dienstleistungsbetriebe-Verordnung** zur Kleinunternehmerpauschalierung aus dem Steuerreformgesetz 2020 im Bundesgesetzblatt kundgemacht. Diese Verordnung regelt, ob eine Branche als Dienstleistungsbetrieb (im Sinne des § 17 Abs. 3a Z 4 EstG) einen Betriebsausgabensatz von 20 % absetzen kann oder als „anderer Betrieb“ 45 % gilt. Diese wichtige Unterscheidung richtet sich nach den in der Verordnung erfassten Branchenkennzahlen. Der Direktvertrieb mit der ÖNACE-Nr. 47.99 scheint in der Dienstleistungsbetriebe-Verordnung nicht auf, sodass daraus abgeleitet werden kann, dass für den Betriebsausgabensatz 45 % zur Anwendung kommen.

Konkret heißt das, dass Direktberaterinnen und Direktberater als Kleinunternehmer (Netto-Umsatz bis € 35.000,- im Jahr) ab dem Kalenderjahr 2020 die Kleinunternehmerpauschalierung wählen können, die ihnen erlaubt, ohne Führung von Wareneingangsbüchern und Einnahmen-/Ausgabenrechnung 45 % der Einnahmen pauschal als Betriebsausgaben abzusetzen. Für viele Direktberater kann dies zu einer wesentlichen Vereinfachung der Buchhaltung führen und mit der Absetzbarkeit von 45 % auch finanziell interessant sein.

## Hier 3 Beispiele zur Verdeutlichung:

### 1. Jemand ist NUR selbstständig im DV tätig

		bei Mitversicherung	beim Partner:
Einnahmen (Provisionen) im Jahr	€ 12.000,00		€ 12.000,00
Betriebsausgabenpauschale 45%	- € 5.400,00		- € 5.400,00
SVS – Mindestbetrag	- € 1.875,84	(da nur UV)	- € 125,04
<b>Gewinn</b>	<b>€ 4.724,84</b>		<b>€ 6.474,96</b>
Gewinnfreibetrag 13 %	- € 614,14		- € 841,74
<b>Steuerpflichtiges Einkommen</b>	<b>€ 4.110,02</b>	(innerhalb der	<b>€ 5.633,22</b>
Einkommensteuer	keine	Geringfügigkeit)	

\*) **Anmerkung:** Die Kleinunternehmerpauschalierung kann bis zu einem Jahreseinkommen von € 42.000,- angewandt werden (€ 35.000,- + 20 % MWSt = € 42.000,-). Betriebsausgabenpauschale höchst: € 18.900,-.



**Kleinunternehmer machen einen Nettoumsatz von bis zu EUR 35.000,- pro Jahr.\*)**

### 2. Jemand ist nebenberuflich im DV tätig:

Einnahmen (Provisionen) im Jahr	€ 12.000,00
Betriebsausgabenpauschale 45 %	- € 5.400,00
SVS – Unfallversicherung	- € 125,04
<b>Gewinn</b>	<b>€ 6.474,96</b>
Gewinnfreibetrag 13 %	- € 841,74
Steuerpflichtiges Einkommen Nebenberuf	€ 5.633,22
Einkommen unselbständige Tätigkeit	€ 12.000,00
<b>Gesamteinkommen</b>	<b>€ 17.633,22</b>
Einkommensteuer bis € 11.000,00	0,00
Einkommensteuer Rest € 6.633,22	€ 1.326,64

### 3. Jemand ist hauptberuflich selbstständig:

Einnahmen (Provisionen) im Jahr	€ 34.000,00
Betriebsausgabenpauschale 45 %	- € 15.300,00
SVS – vereinfachend Gewinn ohne SV x 26,83 % + Unfallversicherung	- € 5.142,25
<b>Gewinn</b>	<b>€ 13.557,75</b>
Gewinnfreibetrag 13 %	- € 1.762,51
<b>Steuerpflichtiges Einkommen</b>	<b>€ 11.795,24</b>
Einkommensteuer bis € 11.000,00	0,00
Einkommensteuer 20% von € 795,24	€ 159,05

**176 FREUNDE**



hat der österreichische Durchschnittsuser auf Facebook!

## Nahrungsergänzungsmittel

WISSEN

**Essenziell heißt lebensnotwendig!**

Der Mensch besteht aus 47 zwingend lebensnotwendigen Substanzen: das sind Aminosäuren, Fettsäuren, Vitamine und Spurenelemente. Würde nur eine davon ganz fehlen, wäre der Mensch nicht lebensfähig. Wesentlich ist, dass wir die optimale Dosis dieser Stoffe haben. Wenn der Wert bei der einen oder anderen Substanz nicht optimal ist, so bedeutet das für uns nicht gleich den Tod, aber unser Körper bringt nicht die volle Leistung oder zeigt andere Symptome.

Was aber auch wesentlich ist, dass Nahrungsergänzungsmittel – wie der Name schon sagt – eine Ergänzung zu unserer Ernährung darstellen. ♦

Foto: PIXNIO

# Europa: Der DV ist ein wichtiger Teil!

## Zeitersparnis und stressfreier Einkauf sind klare USPs der Branche

Dr. Angelika Winzig, Leiterin der ÖVP-Delegation im Europäischen Parlament und Co-Vorsitzende der interfraktionellen Arbeitsgruppe für KMU engagiert sich im Europäischen Parlament für die Klein- und Mittelbetriebe und vertritt den österreichischen Direktvertrieb in der EU.

„Der Direktvertrieb hat sich als wichtiger Absatzzweig und Stütze von Europas Wirtschaft etabliert. In der EU gibt es bereits ca. **6,9 Millionen Direktberaterinnen** mit einem **Umsatz von rund 30,3 Milliarden Euro**.

Zeitersparnis und stressfreier Einkauf sind Hauptmotive, über den Direktvertrieb einzukaufen. Der Faktor Zeit wird künftig noch mehr an Bedeutung gewinnen. Unser schnelllebiges Zeitalter verlangt von uns ein

höheres Maß an Flexibilität, die der Direktvertrieb ermöglicht. Österreichweit sind im Direktvertrieb rund 17.500 BeraterInnen vor allem in dieser Zeit auch als geschätzte „NahversorgerInnen“ tätig. Eine beachtliche Zahl, die angesichts der derzeitigen wirtschaftlichen Situation noch wichtiger wird. Der Direktvertrieb bietet somit auch neue Möglichkeiten für Arbeitssuchende.

Als teilweiser Ersatz für fehlende Nahversorger kann der Direktvertrieb gezielt der demographischen Entwicklung Rechnung tragen und so für unsere älteren MitbürgerInnen vollen Service zu fairen Preisen liefern.

Die Direktvertriebsbranche ermöglicht es – egal ob jung oder alt – **„sein eigener Chef zu sein“**. ◆

Foto: MEP Dr. Angelika Winzig



# Ich google das mal schnell ...

Google ist mit einem Anteil von knapp 95 % (Quelle: statista.com) die meist genutzte Suchmaschine in Österreich. Somit sollten Ihr Unternehmen und Ihre Angebote möglichst "on top" bei Google erscheinen. Websites Google-konform zu gestalten ist sowieso eine Grundvoraussetzung. Wer schneller ans Ziel kommen will, sollte sich für Google Ads entscheiden. Was aber zumindest gleich wichtig ist, ist ein geeigneter, seriöser, professioneller und kreativer Internet-Auftritt. Also man kommt – auch als Einzelkämpfer – nicht daran vorbei, eine eigene Website zu betreiben.

Entweder jemand interessiert sich bei der Google-Suche für ein Produkt, eine Dienstleistung oder für eine bestimmte Person/Unternehmen, also für Sie! Hier holt sich der User dann quasi noch eine "Bestätigung", mit wem er es zu tun hat. Über Google gefunden werden ist Alles! Oder fast Alles. Denn ebenso wichtig ist dann noch Ihr persönlicher Auftritt.

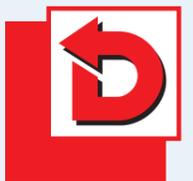


Um bei der Suche bei Google vorne mit dabei zu sein ist es wesentlich, dem User eigene Texte zu präsentieren. Damit schaffen Sie bei Google einen weiten Sprung in Richtung "on top", denn Google liebt eigene Texte und Kreativität. Kopieren Sie also nicht ganz einfach Texte des Herstellers in Ihre Website, sondern schaffen Sie Ihren ganz persönlichen Web-Auftritt.

**Probier's. Google Dich mal schnell. Viel Spaß!** ◆

## Eine Branche mit Zukunft

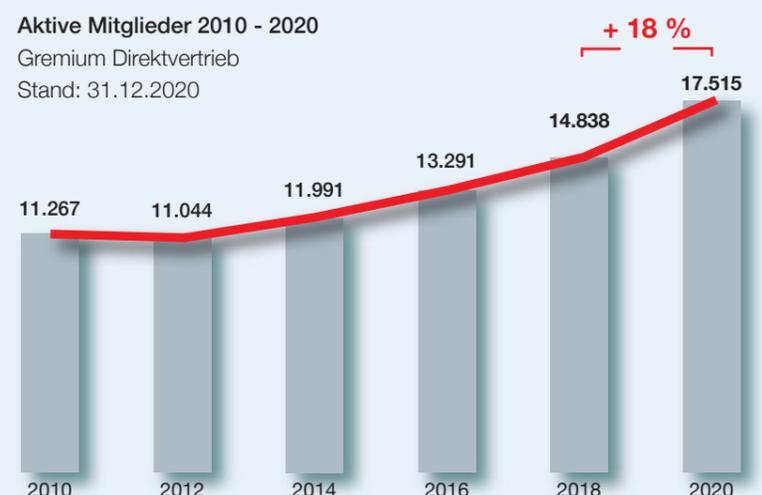
Ein Plus von über 1.500 aktiven Mitgliedern gegenüber 2019 ist das Ergebnis von Leistung, gelebter Visionen sowie tatkräftiger Unterstützung der Mitglieder durch alle Gremien des Direktvertriebs in Österreich und das, in Zeiten von Corona.



Der Direktvertrieb in Österreich ist weiterhin die Branche für Visionäre. Nicht zuletzt wegen der guten Vereinbarkeit von Arbeits- und Familienleben, dem Wunsch "mein eigener Chef zu sein" sowie stetig verbesserter Rahmenbedingungen gerade für EPU und KMU. Aber natürlich auch wegen der Zielstrebigkeit aller Direktberater hier zu Lande. In den letzten 10 Jahren ist die Zahl der aktiven Mitglieder im Direktvertrieb um **mehr als 55 % gestiegen**. Und dieser Trend hält an, so die Experten im Bundesgremium.

Andere reden darüber, der Direktvertrieb setzt um: Der Anteil der Frauen im Direktvertrieb ist mit **über 2/3** einzigartig. Das Argument "Vereinbarkeit von Familie und Beruf" drückt sich hier sichtbar in Zahlen aus. Auch die Altersstruktur der Branche zeigt eine positive Verteilung. Der "Nachwuchs" ist gesichert und die Jungen erkennen die Vorteile des Direktvertriebs an, so die Auswertungen der neuesten Statistik. **Diese Zahlen sprechen für den Direktvertrieb!** ◆

Active Mitglieder 2010 - 2020  
Gremium Direktvertrieb  
Stand: 31.12.2020



**mobil.  
modern.  
menschlich.**  
derdirektvertrieb.at

**Direktvertrieb  
Insider**