WWW.NETWORK-KARRIERE.COM

03.2017 4,25 €

NETWORK-KARRIERE

EUROPAS GRÖSSTE WIRTSCHAFTSZEITUNG FÜR DEN DIREKTVERTRIEB

LR HEALTH & BEAUTY: GEMEINSAM AUF ERFOLGSKURS

„More quality for your life“: Dafür steht LR sowohl mit seinem attraktiven Geschäftsmodell als auch mit seinen innovativen Schönheits- und Gesundheitsprodukten. Tausende engagierte Vertriebspartner international und ein starkes Team vor Ort in der Unternehmenszentrale machen dies möglich.

www.seitz-mediengruppe.de

NETWORK-KARRIERE VERBINDET

„WELTWEIT WURDEN BEI LR NOCH NIE SO V

Dr. Thomas Stoffmehl ist seit 1. September 2015 CEO der LR Gruppe und verantwortet die Gesamtkoordination des Unternehmens sowie die Bereiche Vertrieb, Marketing & Kommunikation, Forschung & Entwicklung, Event, Human Resources. Network-Karriere-Herausgeber Bernd Seitz sprach mit Dr. Thomas Stoffmehl über sein erstes abgeschlossenes LR Geschäftsjahr.

Network-Karriere: In unserem letzten Gespräch im Frühsommer 2016 berichteten Sie stolz über weltweite Rekordumsätze in der LR Geschichte. Hat sich dieser Trend das Jahr über so fortgesetzt?

Dr. Thomas Stoffmehl: Ja, dieser positive Trend hat sich fortgesetzt, sodass 2016 für LR ein außerordentlich erfolgreiches Jahr geworden ist.

NK: Was heißt das in konkreten Umsatzzahlen im Vergleich zu 2015?

Dr. Thomas Stoffmehl: Mit einem Umsatz von knapp 258 Millionen Euro haben wir gegenüber dem Vorjahr um zwölf Prozent, währungsbereinigt um 15 Prozent, zugelegt und LR wieder auf Wachstumskurs gebracht. Wir sind damit erstmals seit 2009 wieder prozentual zweistellig gewachsen. Und wie stark wir mit unseren Vertriebspartnern performen, zeigt die Tatsache, dass wir im Dezember 2016 beispielsweise den höchsten Monatsumsatz in der LR Geschichte überhaupt eingefahren haben. Wir haben weltweit bei LR noch nie so viele neue Karrieren entwickelt wie in 2016. Also, LR ist auf einem guten Weg, wie man sieht.

Dr. Thomas Stoffmehl

© LR Kai Kremser

NK: Woher kommt das Wachstum?

Dr. Thomas Stoffmehl: Wir sind insbesondere international extrem erfolgreich. Türkei, Italien, Polen, Belgien, Niederlande und Spanien sind LR Wachstumstreiber mit Zuwächsen im zweistelligen Bereich. Aber auch in Deutschland haben wir bei der Gewinnung neuer Vertriebspartner um knapp 20 Prozent zugelegt und damit die Grundlagen für künftiges Wachstum geschaffen. Das ist eine hervorragende Entwicklung und belegt das Vertrauen in unser Geschäftsmodell.

NK: Umsatz ist bekanntlich nur ein Faktor für Unternehmenserfolg. Nicht weniger wichtig ist die Nachhaltigkeit, also die dauerhafte Treue der Vertriebspartner und deren Kunden. Gibt es gezielte Nachhaltigkeitsmaßnahmen bzw. ein langfristiges Nachhaltigkeitskonzept?

Dr. Thomas Stoffmehl: Wir konzentrieren uns wieder deutlich stärker auf die gezielte Unterstützung unserer Vertriebspartner. 2016 haben wir für die Intensivierung des Austauschs mit unseren Vertriebspartnern genutzt und dabei wichtige Erkenntnisse gewonnen, die kontinuierlich in den Ausbau unseres Network-Marketing-Geschäftsmodells einfließen. Wir sind ein lupenreines Network-Marketing-Unternehmen, bei dem der Vertriebspartner im Mittelpunkt unseres gesamten Tuns steht, diese eindeutige Ausrichtung ist auf langfristiges Wachstum angelegt. Alle Konzepte, die wir verabschieden, folgen diesem Prinzip und die Rückmeldung aus unserer Partnerschaft ist durchgängig positiv. Natürlich sind noch nicht alle zukünftigen Herausforderungen gelöst. Wir tun alles, damit wir gemeinsam erfolgreich sind und die Entwicklung der Karrieren unserer Vertriebspartner stärken.

NK: Einen wesentlichen Beitrag zum Erfolg dürften das Know-how und die überzeugende Persönlichkeit der LR Partner leisten. LR hat u. a. auch dazu ein spezielles Ausbildungskonzept?

Dr. Thomas Stoffmehl: Ja, auch hier haben wir intensiv an der Erweiterung unseres Ausbildungskonzeptes gearbeitet und bieten für unsere Vertriebspartner ein breites Spektrum an attraktiven Schulungsunterlagen, die von Produktinformationen bis zu Verkaufs- und Führungssupport reichen. Die Basis hierfür ist der intensive Austausch und Dialog mit unseren Vertriebspartnern, um sicherzustellen, dass wir bedarfsgerecht unterstützen. Wir sind hier aber noch lange nicht am Ende unseres Weges. Uns geht es vor allem darum, die Menschen, die zu uns kommen, langfristig für unser Geschäft zu begeistern. Wenn wir dies erreicht haben, geht es darum, die Vertriebspartner in ihren Karrieren zu entwickeln und sie zu befähigen, ihr Netzwerk erfolgreich auszubauen.

IELE KARRIEREN ENTWICKELT WIE IN 2016“

© LR Kai Kremser

© LR Kai Kremser

NK: Es hat ja eine Menge Veränderungen bei LR in 2016 gegeben. Wo steht LR heute?

Dr. Thomas Stoffmehl: Wir haben in 2016 einen wichtigen Schritt nach vorne gemacht, vieles verändert und LR wieder auf einen klaren strategischen Kurs gebracht. Das sieht man jetzt schon in den Zahlen und das wird sich in der weiteren positiven Entwicklung von LR zeigen. Damit sind wir gut aufgestellt, um die Herausforderungen der Zukunft zu bewältigen. Und die werden für alle MLM-Unternehmen gleichermaßen anspruchsvoll. Es gilt, in Zeiten der Digitalisierung das Geschäftsmodell zu modernisieren, ein erstklassiges, innovatives Produktportfolio anzubieten und eine motivierte Mannschaft und Partnerorganisation aufzubauen, um zukunftsfähig zu sein. Abzuwarten ist da keine Option, sondern man muss handeln. Wir tun das!

NK: Also ist der Ausblick 2017 ein positiver?

Dr. Thomas Stoffmehl: Auf jeden Fall – wir haben unsere Hausaufgaben gemacht. Wir haben ein erfahrenes und hochmotiviertes internationales Management-Team. Die in 2016 neu formierte Geschäftsführung mit Thomas Heursen und Dr. Andreas Laabs und mir funktioniert exzellent und arbeitet konsequent an der Erreichung unserer Ziele. Wir werden unsere Partner beim Aufbau ihrer Strukturen noch wirkungsvoller unterstützen, damit sie effektiver ihre Karriere vorantreiben können.

Die Anerkennung und das Feiern dieser Erfolge ist dabei ein wesentlicher Baustein: Wertschätzung kann es nie genug geben! Und wir werden weiter am Image des Direktvertriebs in der Öffentlichkeit arbeiten, damit unsere Partner ihre Kontakte noch besser überzeugen können. Die vielen Presseveröffentlichungen in 2016 haben bereits gezeigt, dass die Qualität und Relevanz von LR-Produkten wieder hoch ist und wir auf dem richtigen Weg sind. Deshalb bin ich überzeugt, dass 2017 ein weiteres LR Erfolgsjahr wird.

NK: Der deutschsprachige Direktvertriebs-Markt wird vielfach als schwierig bezeichnet. Ihre Zahlen sprechen eine andere Sprache. Ist dieser Markt wirklich schwieriger als vergleichbare Länder oder erfordert er einfach mehr Engagement, Motivation und Ideenreichtum?

Dr. Thomas Stoffmehl: Man muss im deutschen Markt einen klaren Fokus haben und sowohl bei den Produkten als auch in der Vermarktung/Business Opportunity überzeugend sein. Und man braucht engagierte und motivierte Vertriebspartner. Gerade darin liegt eine der großen Stärken von LR, und ich bin immer wieder beeindruckt von der Loyalität und dem Einsatzwillen der LR Partner. Aktuell sehen wir eine starke Entwicklung im Aufbau neuer Karrieren in Deutschland. „More quality for your life“ bedeutet also auch mehr Geschäftsmöglichkeiten und damit attraktive Verdienstmöglichkeiten bei LR. Das Erreichen eines nachhaltigen und stabilen Wachstumspfades in Deutschland ist in den nächsten 18 Monaten unser Kernziel. Auch die Januarzahlen zeigen, dass unsere Maßnahmen fruchten.

NK: Gehen wir noch einmal zurück in das Jahr 2016. Sie sind nicht nur CEO von LR, sondern auch Vorstandsvorsitzender des LR Global Kids Fund e. V. Wie und wo hat sich dieser Verein im vergangenen Jahr für nationale und internationale Hilfsprojekte engagiert?

Dr. Thomas Stoffmehl: Auch für den LR Global Kids Fund war das Jahr 2016 ein echter Erfolg. Wir haben das Spendenergebnis um 52 Prozent gegenüber 2015 auf rund 340.000 Euro gesteigert. Die Zahl unserer Fördermitglieder hat sich mit einem Plus von 59 Prozent enorm gesteigert und wir haben eine Partnerschaft mit der „Stiftung RTL – Wir helfen Kindern e. V.“ etabliert, bei der wir die RTL-Kinderhäuser in Stuttgart und Leipzig mit 100.000 Euro unterstützen. Daneben fördern wir weiterhin den Lunch Club in Ahlen und Projekte in acht weiteren europäischen Ländern. Zum Start des neuen Jahres haben allein im Januar über 100 Mitarbeiter und Vertriebspartner eine Fördermitgliedschaft abgeschlossen.

NK: Seldia, der führende europäische Branchenverband der Direktvertriebs-Unternehmen, hat Sie im Herbst 2016 für die kommenden zwei Jahre zum Chairman gewählt. Bei Ihrer Antrittsrede haben Sie Ihre Aufgaben und Ziele so definiert: „… den Direktvertrieb stärker als modernes Geschäftsmodell zu etablieren“. Gibt es dazu bereits konkrete Pläne?

Dr. Thomas Stoffmehl: Ja, wir sind in Abstimmung mit den anderen Seldia-Mitgliedern, um sowohl in Brüssel als auch in den anderen Ländern Europas den volkswirtschaftlichen Nutzen von Direktvertriebs-Modellen stärker positiv in die Öffentlichkeit zu tragen. Dies auf politischer Ebene und im Dialog mit den Medien. Das erfordert viel Überzeugungsarbeit und viele Gespräche in 2017 für den Chairman. Also auch hier wird es mir sicher nicht langweilig werden.

www.lrworld.com