

SVNM



Schweizerischer Verband Network Marketing



Der SVN stellt sich vor

Network Marketing
innovativ – zukunftsorientiert

Karrierechancen und Wachstumsmarkt

www.svnm.ch

SINNVOLL / VERÄNDERND / NACHHALTIG / MENSCHLICH

Der SVNM stellt sich vor

Für zunehmend mehr Menschen in der Schweiz stellt Network Marketing eine Ergänzung des Einkommens oder berufliche Neuausrichtung dar.

Kapitel	Seite
Vorwort Hans-Ulrich Bigler	4
Vorwort Otto Steiner-Lang	5
1. Was ist Network Marketing	6
2. Wachstumsbranche	6
3. Beruf und Berufung	7
4. Gleiche Chance für alle	7
5. Unterschied zwischen Network Marketing und Schneeball- bzw. Pyramidensystemen	8
6. Die Gründung	9
7. Aufgaben und Ziele – Zielsetzungen	9
8. Der Vorstand	10
9. Beirat	11
10. SVNM Organigramm	12
11. Statuten	13
12. Vorteile als Mitglied/Mitgliedernutzen	17
13. Mitgliedschaft	18
14. Unsere Partner	19
15. Mitgliederwerbaktion	24
16. Was wäre wenn ...	24



Liebe Unternehmerinnen, liebe Unternehmer

Als grösster Dachverband der Schweizer Wirtschaft ist der Schweiz. Gewerbeverband sgv, die repräsentativste Wirtschaftsorganisation in der Schweiz. Er ist auch der Dachverband des SVNM. Der sgv ist damit der wichtigste Ansprechpartner für KMUs und Gewerbetreibende in der Schweiz.

Vor diesem Hintergrund übernimmt der sgv die führende Rolle bei der Ausformulierung der politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in unserem Land für eine wettbewerbs- und wachstumsorientierte schweizerische KMU-Wirtschaft. Wir setzen uns ein für eine liberale Wirtschaftsordnung, für Selbstverantwortung, Eigentums-garantie und für Unternehmertum. Vor diesem Hintergrund engagieren wir uns jeden Tag für von neuem für einen schlanken und effizienten Staat und für ein unternehmensfreundliches Umfeld.

In einem globalisierten und dynamischen Umfeld ist es für einen Kleinstaat wie der Schweiz umso wichtiger, dass wir unsere freiheitlichen, wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen erhalten können, damit sich Gewerbe-, Handels- und Dienstleistungsbetriebe frei und ungehindert entfalten können. Neue Märkte und neue Markterschliessungen sind deshalb umso willkommener.

Dazu gehört auch Direktvertrieb/Network-Marketing, der ein überaus spannender Wachstumsmarkt und eine Branche mit grossem Potenzial darstellt. Viele Menschen in unserem Land haben hier bereits Beruf und Berufung gefunden – und es werden ständig mehr.



Diese noch junge Form des Handels bietet viele moderne und innovative Geschäfts- und Existenzmöglichkeiten, welche für immer mehr Menschen zusehends wichtiger wird. Es erstaunt daher nicht, dass die Branche nicht nur im Ausland, sondern auch in der Schweiz bereits eine erstaunliche Erfolgsgeschichte hervorgebracht hat. Als besondere Form des Direktvertriebs hat sich in den letzten Jahren die Form des Network-Marketings erfolgreich entwickelt. Für immer mehr Menschen ist es zu einer wichtigen Einkommensquelle geworden. Network-Marketing bietet die Möglichkeit, ohne nennenswerte finanzielle Investitionen, ein eigenes Handelsgeschäft zu eröffnen und zu entwickeln.

Daraus sind mittlerweile schon unzählige -heutzutage gesuchte – Teilzeit-Arbeitsplätze entstanden. Viele haben die Chance beim Schopf gepackt und daraus, für sich oder ihre Familien, einen Haupterwerb aufgebaut, der viel individuelle Freiheit bietet. Wichtige Faktoren für den Erfolg im Network-Marketing sind Fähigkeiten wie Eigeninitiative, Kommunikationsfähigkeit oder der Wille, sich im Leben ständig weiter zu entwickeln.

Dies alles sind Aspekte, welche auch die Grundlagen für ein prosperierendes Land wie der Schweiz sind. Der sgv freut sich, wenn noch mehr Menschen eigeninitiativ und selbstverantwortlich ihre persönliche Zukunft in die Hand nehmen.

Hans-Ulrich Bigler

Direktor Schweiz. Gewerbeverband

Liebe Networkunternehmerinnen, liebe Networkunternehmer,

die Schweiz hat in den letzten Jahren in einem sich wandelndem Umfeld eindrücklich bewiesen, dass die Menschen, die hier leben und arbeiten, innovativ und zukunftsorientiert sind.

Insbesondere der Direktvertrieb mit Network-Marketing hat sich in unserem Land zu einem dynamischen und wachsendem Handelssektor der Wirtschaft entwickelt, welcher einer zunehmenden Zahl von Menschen teilzeit- oder hauptberuflich eine Arbeits- und Existenzmöglichkeit bietet. Die Möglichkeit ohne grosses Startkapital selbständig Karriere zu machen und dabei flexibel und unabhängig zu sein – diese Chance bietet das Network-Marketing.

Erstaunliche Erfolgsgeschichten hat diese Branche bereits hervorgebracht. Doch geht man der Frage nach, wem es im Direktvertrieb/Network-Marketing gelingt, finanzielle Unabhängigkeit und persönliche Freiheit zu erreichen, dann rückt der einzelne Mensch in den Fokus. Mehr noch als in anderen Branchen ist Erfolg im Network-Marketing abhängig von der eigenen Persönlichkeit und den eigenen kommunikativen Fähigkeiten. Um als Networker erfolgreich zu sein, müssen Menschen zwei Grundvoraussetzungen erfüllen. Erstens: Sie müssen sich selbst motivieren können. Zweitens: Sie müssen in der Lage sein, andere für sich, ihre Ideen und Produkte zu gewinnen.



Die Studie «Direktvertrieb/Network-Marketing: Karriere-chancen im Wachstumsmarkt der Zukunft» ermöglicht aufgrund der vielen erhobenen Daten und Fakten eine genaue Standortbestimmung für die Branche.

Sie verdeutlicht die steigende Bedeutung des Direktvertrieb/Network-Marketing im Handel, aber auch für den Arbeitsmarkt. Direktvertrieb/Network-Marketing bietet seinen Geschäftspartnern nicht nur eine vielseitige Beschäftigung und eine leistungsgerechte Belohnung, sondern vor allem auch flexible Arbeitszeiten. Dadurch ist beispielsweise eine gute Vereinbarkeit von Familie und Beruf möglich.

Auf diesem Weg wünsche ich den tausenden Geschäftspartnern im Direktvertrieb/Network-Marketing in der Schweiz für die Zukunft viel Freude und Erfolg. Sie tragen mit Ihrer täglichen Arbeit und unermüdlichem Einsatz viel zur Vielfalt des Arbeitsmarktes in unserem Land bei.

Otto Steiner-Lang

Präsident des Schweizer Verband Network-Marketing (SVNM)

1. Was ist Network Marketing

Network Marketing: Der direkte Vertrieb von Produkten und Dienstleistungen vom Hersteller an den Endverbraucher.

Engagierte, unternehmerisch denkende Menschen finden im Direktvertrieb einen einfachen, aber bewährten Einstieg in die Selbständigkeit. Voraussetzung ist weder ein hohes Startkapital noch eine spezielle Ausbildung.

Eine Network-Partnerschaft beginnt mit dem Aufbau des eigenen Unternehmens und der daraus resultierenden Förderung von Geschäftspartnern – ähnlich wie bei einem Franchise-Modell.

Beim Franchising entscheidet der Konzern über die Gründung von neuen Filialen, verbunden mit hohen Investitionen. Im Network Marketing kann jedoch jeder mit geringem Kapitaleinsatz eine eigene Vertriebslinie aufbauen.

Die Aufgabe eines Network Geschäftspartners besteht in der Vernetzung und Betreuung dieser Linie. Dafür erhält er eine Umsatzbeteiligung, basierend auf den erwirtschafteten Umsätzen aus diesem Filialnetz.

Ein markantes Merkmal des Network Marketing ist, dass ein bereits gegründetes Unternehmen nicht Standort gebunden ist und jederzeit europaweit bzw. international grenzüberschreitend weiter ausgebaut werden kann.



2. Wachstumsbranche

Der Vormarsch von Direktvertrieb und Network Marketing ist nicht mehr aufzuhalten. Wissenschaftliche Daten und Fakten belegen dies eindrucksvoll. Im Gegensatz zum Einzelhandel konnte der Direktvertrieb in den letzten 15 Jahren einen kontinuierlichen Zuwachs verzeichnen.

Laut einer Studie aus 2009, erstellt von Prof. Dr. Michael Zacharias, Professor an der Fachhochschule Worms hat sich der Direktvertrieb in den letzten zehn Jahren innerhalb Europas wesentlich dynamischer entwickelt als der traditionelle Verkauf über den Einzelhandel. Die hohen Wachstumsraten der Branche sind im Wettbewerbsvergleich beeindruckend und das Entwicklungspotential enorm. Der Direktvertrieb ist eine wachsende Branche, in der immer mehr Menschen Einkommen, aber auch neue soziale Kontakte finden.

Die Zukunft des Network Marketing liegt in dem Auslöser einer Kaufentscheidung. Sie beruht zu 80 Prozent auf emotionalen Faktoren wie Sympathie und Vertrauen und nur zu 20 Prozent auf Fakten.

Persönliche Empfehlungen und Mundpropaganda sind immer öfter das entscheidende Kriterium, ob ein Kunde kauft oder nicht.



3. Beruf und Berufung

Die Motivation vieler Arbeitnehmer ist so niedrig wie schon lange nicht mehr. Fast neun von zehn Arbeitnehmern fehlt es im Job an Pflichtgefühl und Engagement. Rund 70 % leisten Dienst nach Vorschrift und 18 Prozent haben sich innerlich bereits von ihrem derzeitigen Arbeitgeber verabschiedet.

Für viele Menschen kann Network Marketing einen beruflichen Neuanfang darstellen. Voraussetzung für den Einstieg in diese Branche ist: Der Zugang zu unternehmens- und produktunabhängigen Informationen, die als Orientierungshilfe dienen und dadurch Entscheidungen aus Unwissenheit vorbeugen können.

Im Gegensatz zu den meisten Geschäftsgründungen ist die Investition, um ins Network Marketing einzusteigen überschaubar und das finanzielle Risiko entsprechend gering. Entscheidend für den Erfolg ist dabei auch die Wahl des Network-Unternehmens. Der Schweizer Verband hilft dem Networker durch zahlreiche Seminarangebote und Ausbildungshilfen die richtige Wahl zu treffen.

4. Gleiche Chance für alle

Begeisterung für das Produkt

Die Produkte oder Dienstleistungen sind die Grundlage eines jeden Network Marketing Geschäfts.

Aufbau des Geschäftes

Die Kandidaten wählen.

Präsentation vor Publikum

Der Erfolg oder Misserfolg eines Geschäftes hängt zu einem Grossteil von einer gelungenen Präsentation ab



5. Unterschied zwischen Network Marketing und Schneeball- bzw. Pyramidensystemen

Direktvertrieb bzw. Network Marketing	Schneeball- bzw. Pyramidensysteme
<p style="text-align: center;">LEGAL ***</p> <p>Produkte und/oder Dienstleistungen mit Nutzen und Nachfrage</p> <p>Produkte werden direkt beim Hersteller bezogen – für alle Ebenen zum identischen Preis</p> <p>Bonus bzw. Provision nur für Produktumsatz (meist Zufriedenheitsgarantie und Rückgaberecht)</p> <p>Überholen übergeordneter Vertriebspartner ist möglich</p> <p>Überschaubarer Investitionsrahmen ohne grosses Risiko, Startersets meist unter 100 CHF</p> <p>Zeitpunkt des Einstiegs spielt keine Rolle</p> <p style="text-align: center;">Langfristig</p> <p style="text-align: center;">Nicht der Erste, sondern der Beste</p>	<p style="text-align: center;">ILLEGAL ***</p> <p>Meist kein Produkt oder ein Produkt ohne Nutzen oder Nachfrage, Lizenzgebühr</p> <p>Produkte werden von der nächsthöheren Ebene bezogen – und von Stufe zu Stufe mit Preisaufschlag weiterverrechnet</p> <p>Provision für das Anwerben neuer Vertriebspartner (Kopfprämie), der eigentliche Verkauf wird zur Nebensache</p> <p>Überholen übergeordneter Teilnehmer ist nicht möglich</p> <p>Hoher finanzieller Einsatz, Vertragsstrafen, Mindestabnahme, teure Kurspakete</p> <p>Zeitpunkt des Einstiegs ist wichtig</p> <p style="text-align: center;">Kurzlebig</p> <p style="text-align: center;">Die Letzten in der Kette gehen leer aus</p>

6. Die Gründung

Am Donnerstag, den 03. Mai 2007 trafen sich in Uitikon-Waldegg bei Zürich über 400 im Network Marketing tätige Frauen und Männer, um den Schweizer Verband Network Marketing (SVNM) zu gründen.



Leitbild

Der SVNM ...

- ... ist ein anerkannter schweizerischer Wirtschaftsverband von Handelsunternehmen im Bereich Network Marketing.
- ... will den Stellenwert von Network Marketing in der Schweiz stärken und sich im Konsummarkt zukunfts-trächtig etablieren.
- ... strebt in Politik und Wirtschaft Rahmenbedingungen an, um die Voraussetzungen für die Tätigkeit des Network Marketing innerhalb der Handelsbranche zu optimieren.
- ... pflegt den Dialog sowie die Zusammenarbeit mit Behörden, öffentlichen Institutionen und Medien.
- ... unterstützt die Fachkompetenz und fördert die Zusammenarbeit seiner Mitglieder im Einklang mit den Verbandszielen.

7. Aufgaben und Ziele – Zielsetzungen

Der Verband SVNM hat es sich zur Aufgabe gemacht, das Image der Network Marketing Branche zu fördern und vertritt die Interessen auf politischer und gesetzlicher Ebene. Ein erster zu verzeichnender Erfolg ist die Streichung des Network Marketing aus dem Lotteriegesetz!

Unser Ziel ist es, eine Aufklärungskampagne zu lancieren, die das Ansehen/Image von Network Marketing in der Öffentlichkeit positiv beeinflusst.

Network Marketing soll durch unsere Arbeit an Transparenz gewinnen. Bestehende, meist emotionale Vorurteile aufgrund von Erfahrungen mit unlauter arbeiten der Unternehmen in der Vergangenheit, sollen durch sachliche Diskussion und Aufklärung entkräftet werden. Bestehende Vorurteile aufgrund von negativen Erfahrungen mit unlau-

teren Unternehmen sollen durch Aufklärung abgebaut werden. Um alte Denkstrukturen zu durchbrechen, bedarf es einer starken Gemeinschaft von Networkern, denen eine tadellose geschäftliche Reputation wichtig ist.

Schwerpunkte

- Einheitliche Regelung im Bereich der Sozialversicherung
- Dienstleistungen für Mitglieder
- Aus- und Weiterbildung
- Mitgliederwerbung
- Zusammenarbeit mit anderen Organisationen
- Positionierung am Markt

8. Der Vorstand



Otto Steiner-Lang

Präsident
 Aussenbeziehungen
 Öffentlichkeitsarbeit
 Aus- und Weiterbildung



Peter Trachsel

Vize-Präsident
 Aussenbeziehungen
 Öffentlichkeitsarbeit
 Aus- und Weiterbildung



Markus Roth

Aufnahmegremium
 Qualitätssicherung
 im Verbandswesen



Daniel Hayoz

Qualitätssicherung im Verbandswesen
 Marketing, Kommunikation



Walter Hari

Marketing, Kommunikation
 Aufnahmegremium



Guido Flammer

Ressort Romand



Werner Haab

Revisor



Renè Imhof

Revisor



Stefan Wildhaber

Aufnahmegremium

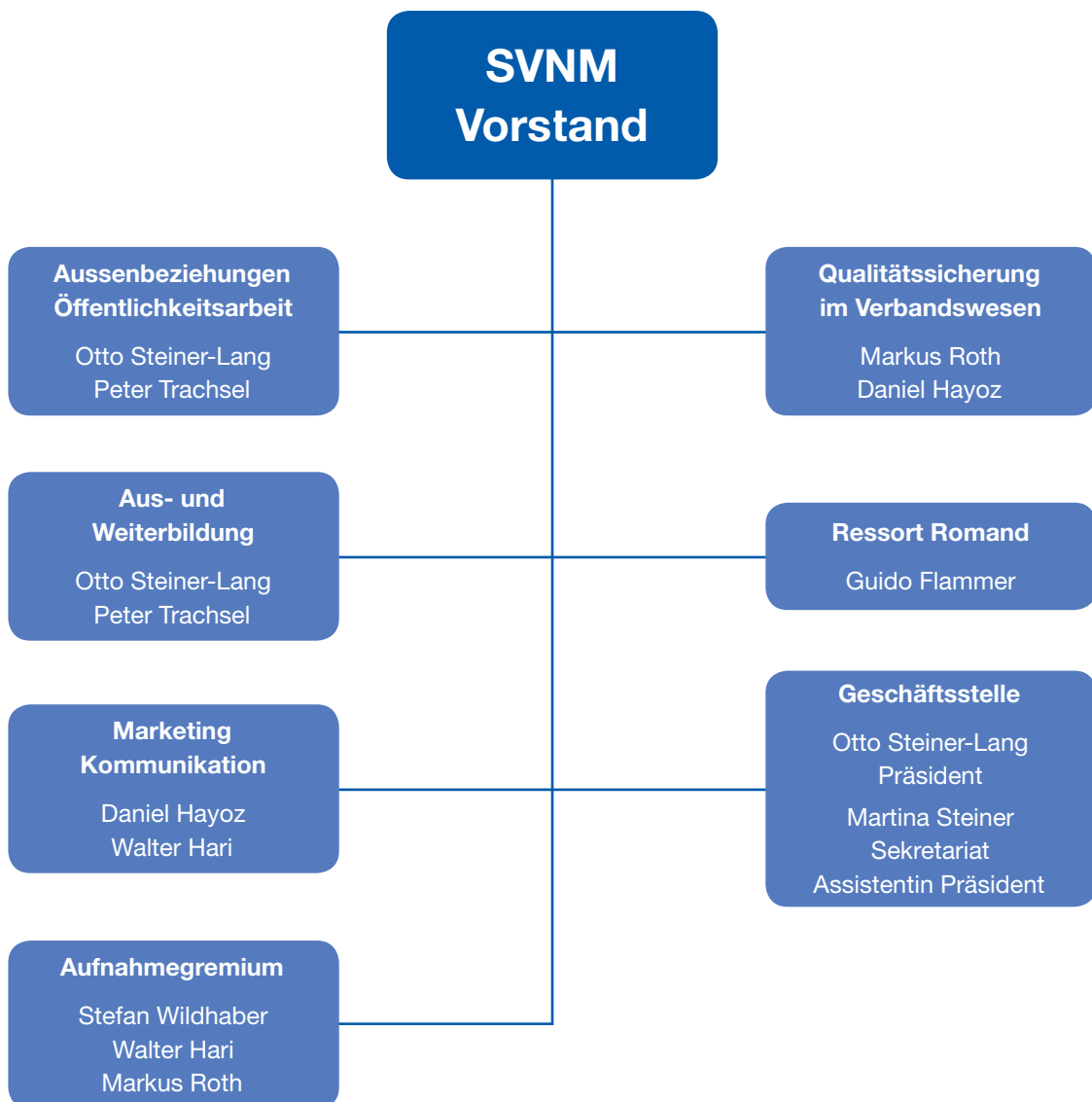
9. Beirat

Der Beirat des Schweizerische Verband Network Marketing übernimmt eine beratende und repräsentative Aufgabe im Vorstand.

Der Beirat besteht aus Vertretern der Mitgliedsfirmen (Konzerne) und von Vertretern privatwirtschaftlichen, öffentlich rechtlichen und sonstigen Einrichtungen, die das Ansehen von Network Marketing in der Öffentlichkeit wirkungsvoll unterstützen. Er ist gemäss Statuten auf 15 Mitglieder begrenzt.

Amway (Schweiz) GmbH	Frau Gudrun-Johanna Korec-Neszmerak MA
Anifit AG	Frau Daniela Grädel
Bestlife 3000	Frau Bea Jakob
Forever Living Products GmbH	Herr Casimiro Ierace
Lifeplus	Herr Antoine Kemmere
LR HEALTH & BEAUTY SYSTEMS AG	Frau Alessandra Viesti
Lyoness Suisse GmbH	Herr Adolf Weisskopf
i-like Metaphysik	Dr. Alfred Gruber
Navita Schweiz GmbH	Frau Marianne Braathen
PM International (Schweiz) AG	Herr Thomas Rauscher
Wissenschaftlicher Beirat	Prof. Dr. Michael Zacharias

10. SVNМ Organigramm



11. Statuten

Ingress

Alle Bezeichnungen in diesen Statuten gelten für weibliche und männliche Personen gleichermaßen.

1. Name, Sitz und Zweck

1.1. Name und Sitz

Unter dem Namen «Schweizerischer Verband Network Marketing» (SVNM) besteht ein Verein im Sinne des Artikel 60 ff. ZGB. Er ist politisch und konfessionell neutral. Sein Sitz befindet sich am Ort der Geschäftsstelle.

1.2. Zweck

Der SVNM bezweckt die Förderung und Unterstützung seiner Mitglieder sowie die Belange des Network Marketings in wirtschaftlicher, rechtlicher, politischer und gesellschaftlicher Hinsicht.

Der SVNM vertritt die Interessen

- seiner Mitglieder
- der Branche und des Verbandes selbst
- gegenüber Behörden, Organisationen und Instituten sowie in der Öffentlichkeit.

Der SVNM ist für eine gute Aus- und Weiterbildung seiner Mitglieder sowie für ein gutes Ansehen der Branche in der Öffentlichkeit und bei den potentiellen Kunden besorgt. Er fördert die Zusammenarbeit und den Erfahrungsaustausch unter den Mitgliedern.

2. Mitgliedschaft

2.1. Erlangen der Mitgliedschaft

Einzelpersonen, die im Bereich des Network Marketings selbstständig tätig sind und Handelsfirmen, die ihre Produkte und/oder Dienstleistungen über Network-Marketing vertreiben, können die Mitgliedschaft im SVNM beantragen. Die Aufnahme erfolgt durch den Vorstand.

2.1.1. Aufnahme-Kriterien für Handelsfirmen

- Firma oder Niederlassung (Tochterfirma) mit Sitz in der Schweiz (Handelsregistereintragung muss erfolgt sein). Sollte kein Sitz (Hauptsitz oder Tochtergesellschaft) in der Schweiz sein, muss der Marketing-Plan für die Vertriebspartner sowie die oder das Produkt und/oder die Dienstleistung nach CH-Recht abgestimmt sein.
- Anerkennung des SVNM-Leitbildes und Identifikation mit dem-selben.

Der Aufnahme-Prozess ist in den Ausführungsbestimmungen «Aufnahme neuer Mitglieder» festgehalten.

2.1.2. Aufnahme-Kriterien für Einzelpersonen/Ein-Person-Unternehmen

- Vertriebspartner einer Mitglieds-Handelsfirma des SVNM. Die Mitgliedschaft beim SVNM darf nur in Bezug auf die Vertriebspartner-schaft mit der entsprechenden Firma genutzt werden.
- Anerkennung des SVNM-Leitbildes und Identifikation mit dem-selben.
- Anerkennung des SVNM-Verhaltenskodex (Ethik-Regeln) und Identifikation mit dem-selben.

2.1.3. Aufnahme-Kriterien für Sponsoren, Förderer und Gönner

Förderer und Gönner des SVNM können Firmen und Einzelpersonen werden, welche aufgrund ihrer Tätigkeit mit der Branche verbunden sind oder mit dem SVNM oder dessen Mitgliedern in engem Kontakt stehen.

2.2. Mitgliederkategorien

Es bestehen folgende Mitgliederkategorien:

- Aktivmitglieder
- Passivmitglieder
- Ehrenmitglieder
- Sponsoren, Förderer und Gönner

2.3. Erlöschen der Mitgliedschaft

Die Mitgliedschaft erlischt, wenn ein Mitglied unter Einhaltung einer dreimonatigen Kündigungsfrist auf das Ende eines Kalenderjahres schriftlich den Austritt erklärt. Mit der Beendigung der Mitgliedschaft erlischt gleichzeitig jeder Anspruch auf das Verbandsvermögen sowie auf die Vergünstigungen und Vorteile für SVN-Mitglieder.

Mitglieder, welche den Statuten, Richtlinien oder Verbandsbeschlüssen zuwiderhandeln, ihren Verpflichtungen nicht nachkommen oder auf andere schwerwiegende Art gegen die Interessen des SVN verstossen, können auf Antrag des Vorstandes durch die Generalversammlung ausgeschlossen werden. Diese entscheidet endgültig.

3. Organisation und Geschäftsführung

3.1. Organe

Die Organe des Verbandes sind:

- die Generalversammlung
- der Vorstand
- die Geschäftsstelle
- die Rechnungsrevisoren
- der Beirat

3.2. die Generalversammlung

3.2.1. Ordentliche Generalversammlung

Grundsätzliches:

Die ordentliche Generalversammlung findet einmal jährlich, in der Regel im ersten Semester statt. Dabei steht die Behandlung der statutarischen Traktanden im Vordergrund.

Befugnisse

Die Generalversammlung hat insbesondere folgende Befugnisse:

- Abnahme des Jahresberichts
- Abnahme der Jahresrechnung und Entlastung des Vorstandes
- Festsetzung der Jahresbeiträge
- Genehmigung des Voranschlages für das kommende Geschäftsjahr
- Wahl des Präsidenten, der Mitglieder des Vorstandes sowie von zwei Rechnungsrevisoren
- Beschlussfassung über den Beitritt zu anderen Organisationen

- Beschlussfassung über Geschäfte, welche durch den Vorstand oder durch Mitglieder beantragt werden
- Ernennung von Ehrenmitgliedern
- Beschlussfassung über die Änderung der Statuten
- Auflösung des Verbandes
- Verwendung des Verbandsvermögens

3.2.2. Ausserordentliche Generalversammlung

Eine ausserordentliche Generalversammlung wird durchgeführt, wenn es die Mehrheit des Vorstandes oder mindestens ein Fünftel der Mitglieder mit schriftlich eingereichtem Gesuch und unter Angabe der Gründe verlangt. In diesem Fall muss die Versammlung innert sechzig Tagen nach Einreichung des Gesuchs stattfinden.

3.2.3. Einberufung

Die Einladung erfolgt mindestens dreissig Tage vor der Durchführung schriftlich und unter Angabe der Traktanden.

3.2.4. Anträge von Mitgliedern

Anträge, welche an der Generalversammlung behandelt werden sollen, müssen der Geschäftsstelle mindestens 14 Tage vor der Versammlung schriftlich eingereicht werden.

3.2.5. Stimm- und Wahlrecht

An der Generalversammlung sind alle Aktiv- und Ehrenmitglieder stimmberechtigt und haben je eine Stimme. Die übrigen Mitglieder haben Antragsrecht und nehmen mit beratender Stimme an den Verhandlungen teil.

Die Generalversammlungen sind ungeachtet der anwesenden Anzahl von stimmberechtigten Mitgliedern beschlussfähig.

Abstimmungen und Wahlen erfolgen in der Regel offen. Ein Drittel der anwesenden Stimmberechtigten kann geheime Abstimmung oder Wahl beschliessen. Bei Abstimmungen gilt das absolute Mehr der anwesenden Stimmberechtigten.

Bei Wahlen gilt im ersten Wahlgang das absolute, im zweiten das einfache Mehr.

Bei Stimmgleichheit hat der Vorsitzende den Stichentscheid.

3.3. der Vorstand

3.3.1. Präsident und Vorstand

Der Vorstand besteht aus dem Präsidenten sowie aus mindestens vier Mitgliedern. Er wird jeweils auf eine Amtsdauer von drei Jahren gewählt und konstituiert sich selbst.

Der Präsident – oder bei dessen Verhinderung der Vizepräsident – leitet den Verband und vertritt ihn nach aussen.

Der Vorstand tagt so oft es die Geschäfte verlangen oder auf Begehren von mindestens drei Vorstandsmitgliedern.

Die Mitglieder des Vorstandes werden für ihre Arbeit entschädigt.

3.3.2. Aufgaben und Pflichten

Der Vorstand leitet die Geschäfte des SVNM und vertritt ihn gegen aussen. Er ist gegenüber den Mitgliedern für die Erledigung sämtlicher Aufgaben, welche ihm per Statuten oder Beschlussfassung durch die Generalversammlung übertragen werden, verantwortlich. Er kann in allen Angelegenheiten, die nicht ausdrücklich anderen Organen des Verbandes übertragen sind, autonom entscheiden.

Dem Vorstand kommen insbesondere folgende Aufgaben zu:

- Organisation des Vorstandes sowie Bestellung von Kommissionen und Arbeitsgruppen zur Prüfung und Bearbeitung spezieller Aufgaben
- Aufnahme von Neumitgliedern
- Wahl der Geschäftsstelle und des Geschäftsleiters
- Erlass von Richtlinien und Reglementen sowie Beschlussfassung über Verträge

- Pflege der Beziehungen zu Behörden, Medien sowie zu anderen Organisationen und Institutionen
- Vorbereitung und Durchführung von Generalversammlungen
- Berichterstattung über die Tätigkeiten des vergangenen Jahres
- Vorbereitung und Umsetzung von Jahresprogrammen
- Unterschriftenregelungen

3.4. Geschäftsstelle/Geschäftsstellenleiter

Diese führt die Verbandsgeschäfte und nimmt mit beratender Stimme und Antragsrecht an den Vorstandssitzungen teil.

Die Aufgaben und Tätigkeiten der Geschäftsstelle und des Geschäftsstellenleiters werden in einem separatem Vertrag und Pflichtenheft geregelt.

3.5. die Rechnungsrevisoren

Die Rechnungsrevisoren werden auf eine Amtszeit von zwei Jahren gewählt. Sie prüfen die Jahresrechnung und erstatten der Generalversammlung Bericht und Antrag.

3.6. der Beirat

3.6.1. Wahl

Der Beirat besteht aus maximal 15 Mitgliedern. Er wird vom Vorstand jeweils auf eine Amtsdauer von drei Jahren gewählt. Der Vorstand kann die Mitglieder des Beirates ohne Angabe von Gründen jederzeit vor Ablauf der Amtszeit von drei Jahren mit sofortiger Wirkung abberufen.

Der Vorstand kann nach freiem Ermessen auf die Wahl des Beirates verzichten.

3.6.2. Mitglieder

Folgende Personen können als Mitglieder des Beirates gewählt werden:

- Aktivmitglieder des SVNM
- Ehrenmitglieder des SVNM
- Förderer und Gönner des SVNM
- Dritte, die nicht Mitglieder des SVNM sind



3.6.3. Befugnisse

Der Beirat hat gegenüber dem Vorstand und der Geschäftsstelle grundsätzlich beratende Stimme und ein Antragsrecht, wobei der Vorstand nach freiem Ermessen entscheidet, ob und in welchen konkreten Angelegenheiten welchen Mitgliedern des Beirates beratende Stimme und ein Antragsrecht zukommt sowie ob und an welchen Vorstandssitzungen welche Mitglieder des Beirates teilnehmen dürfen.

Der Vorstand kann dem Beirat oder dessen einzelnen Mitgliedern ohne Angabe von Gründen die beratende Stimme, das Antragsrecht sowie die Teilnahme an Vorstandssitzungen verweigern.

4. Finanzen

4.1. Einnahmen

Die Einnahmen des SVNM setzen sich zusammen aus Mitgliederbeiträgen, Sonderbeiträgen, freiwilligen Beiträgen, Sponsorbeiträgen, Erträgen aus der Verbandstätigkeit, Zinsen sowie aus Schenkungen, Zuwendungen oder Vermächtnissen.

4.2. Verwendung der Mittel und Haftung

Die Einnahmen und das Vermögen des SVNM werden ausschliesslich zur Förderung des Verbandszwecks verwendet.

Für Verpflichtungen des SVNM haftet ausschliesslich das Verbandsvermögen.

Das Rechnungsjahr entspricht dem Kalenderjahr.

5. Schlussbestimmungen

5.1. Statutenänderungen

Anträge betreffend Statutenänderungen sind den Mitgliedern zusammen mit der Einladung zur Generalversammlung schriftlich zu unterbreiten.

Beschlüsse über Statutenänderungen bedürfen zu deren Gültigkeit der Zustimmung von zwei Dritteln aller anwesenden Stimmberechtigten.

5.2. Auflösung

Für die Auflösung des SVNM ist eine Zweidrittelmehrheit aller stimmberechtigten Mitglieder erforderlich.

Über die Verwendung des Vermögens im Fall einer Auflösung entscheidet die Generalversammlung.

5.3. Inkrafttreten

Diese Statuten wurden am 19. März 2016 von der Generalversammlung beschlossen und treten sofort in Kraft.

Üetliburg, 19. März 2016

Otto Steiner-Lang
Präsident

Peter Trachsel
Vize-Präsident

12. Vorteile als Mitglied/Mitgliedernutzen

Werden auch Sie Mitglied beim Network Marketing Verband. Erkennen Sie die Faszination und die Chance mit Network Marketing Ihr eigenes Geschäft zu starten!

Mit einem Jahresbeitrag von Fr. 250.– treten Sie dem Schweizerischen Verband Network Marketing bei.

Sie profitieren von zahlreichen Dienstleistungsangeboten, wie z. B. verschiedene Basisseminare inklusive Diplomabschluss, Ausbildungsseminare – Unterstützung bei Fragen zur Existenzgründung, Geschäftsaufbau und Organisation

Sie erhalten alle zwei Monate einen Newsletter und haben die Möglichkeit am interessanten Verbandsleben teilzunehmen und Ihre Zukunft aktiv mitzugestalten.



Mitgliedernutzen

- Presseinformation Berufsbild
- Anerkennung des Berufzweiges
- Erfahrungsaustausch
- Beratung in geschäftlichen Bereichen
- Weiterbildung (Fachinformationen)

Image Verbesserung in der Öffentlichkeit

Durch eine gezielte Informationspolitik, Veröffentlichungen, etc. soll das Ansehen des Berufstandes verstärkt und damit die Stellung im Markt verbessert werden.

Einflussnahme und Öffentlichkeitsarbeit

Ihre berufliche sowie persönliche Situation und Ihr Wohlstand hängen nicht nur von guten Arbeitsbedingungen ab, sondern auch von den wirtschaftlichen und politischen Verhältnissen. Als Verband nehmen wir Einfluss auf Behörden und die öffentliche Meinung, etc.

13. Mitgliedschaft

I. Aufnahmekriterien (gem. Statuten / Art. 2)

A Handelsfirmen

- Firma oder Niederlassung (Tochterfirma) mit Sitz in der Schweiz (Handelsregistereintragung muss erfolgt sein). Sollte kein Sitz (Hauptsitz oder Tochtergesellschaft) in der Schweiz sein, muss der Marketing-Plan für die Vertriebspartner sowie die oder das Produkt nach CH-Recht abgestimmt sein.
- Anerkennung des SVNM-Leitbildes und Identifikation mit demselben.

B Einzelpersonen/Ein-Person-Unternehmen

- Vertriebspartner einer Mitglieds-Handelsfirma des SVNM. Die Mitgliedschaft beim SVNM darf nur in Bezug auf die Vertriebspartnerschaft mit der entsprechenden Firma genutzt werden.
- Anerkennung des SVNM-Leitbildes und Identifikation mit demselben.
- Anerkennung des SVNM-Verhaltenskodex (Ethik-Regeln) und Identifikation mit demselben.

C Sponsoren, Förderer und Gönner

- Verbundenheit mit der Network Marketing Branche
- Enger Kontakt zum SVNM oder dessen Mitglieder

II. Aufnahmeprozess (Handelsfirmen)

Die Aufnahme von neuen Mitgliedern erfolgt auf schriftliches Gesuch hin durch den Vorstand. Eine Ablehnung des Gesuchs muss nicht begründet werden.

Prozess-Beschreibung:

1. Ist eine Anfrage bei der Geschäftsstelle eingegangen, erfolgt ein Interview mit einer Person des Aufnahmegremiums, der Geschäftsstelle oder eines Vorstandsmitgliedes.
2. Die Firma füllt den Fragebogen aus und sendet ihn mit den geforderten Unterlagen an die SVNM-Geschäftsstelle.
3. Überprüfung des MPL nach CH-Recht durch den Anwalt des SVNM (z.Zt. Büro SvH, Zollikon, Frau Keller) die Kosten erfolgen z.Lasten der interessierten Firma)
4. Nach der Freigabe durch den Anwalt erfolgt die Besprechung und Durchsicht des Aufnahmegremiums
5. Das Aufnahmegremium legt dem Vorstand den Antrag zur Genehmigung vor.

Genehmigt durch den Vorstand/Vorstandssitzung vom 04.02.2016 und die Generalversammlung vom 19.03.2016



14. Unsere Partner

	<p>Amway (Schweiz) AG Hochwertige Qualitätsprodukte aus den Bereichen Ernährung, Wellness, Schönheit und Haushalt</p>	<p>www.amway.ch</p>
	<p>ANiFit AG Nahrung für Hund und Katze ANimal FiTness – Ihr Haustier ist fit!</p>	<p>www.anifit.ch</p>
	<p>Bestlife3000 mit seiner einzigartigen Coloversum® Produktpalette</p>	<p>www.bestlife3000.net</p>
	<p>FOREVER LIVING PRODUCTS GMBH World Leader in Pure Aloe Vera</p>	<p>www.flp.ch</p>
	<p>i-like Metaphysik Die Vision der Firma i-like ist eindeutig: «Hilfe zur Selbsthilfe»</p>	<p>www.i-like.net</p>
	<p>Lifeplus Menschen helfen Menschen ihre Lebensqualität zu verbessern.</p>	<p>www.lifeplus.com</p>
	<p>LR HEALTH & BEAUTY SYSTEMS AG Höchste Qualität für ihre Schönheit und ihr Wohlbefinden</p>	<p>www.lrworld.com</p>
	<p>Lyonesse Money back with every purchase.</p>	<p>www.lyonesse.com</p>
	<p>naVita Schweiz GmbH Hochwertige, natürliche, artgerechte Fleischnahrung für Tiere sowie spürbar wirkungsvolle Humanprodukte</p>	<p>www.naVita.ch</p>
	<p>PM International AG (Schweiz) «Einfach. Erfolgreich.»</p>	<p>www.pm-international.ch</p>

Möchten Sie Partner und Sponsor des SVNM werden?
 Dann setzen Sie sich bitte mit der Geschäftsstelle in Verbindung.

SVNM

Schweizerischer Verband Network Marketing
Association suisse de network marketing
Associazione svizzera di network marketing

Amway

Amway Schweiz GmbH

Die Amway (Schweiz) GmbH wurde als fünfter europäischer Amway Markt im Jahre 1980 gegründet. Seit Bestehen konnte das Unternehmen erfolgreiches und stabiles Wachstum verzeichnen. Amway setzt bei der Entwicklung seiner Produkte in den Bereichen Kosmetik, Nahrungsergänzung, Haushaltsreinigung und Körperpflege hohe Massstäbe an. Von der Produktforschung bis hin zur Endverpackung sorgen dutzende Kontrollstellen dafür, dass jedes Produkt diesen hohen Qualitätsanforderungen entspricht. Das voll automatisierte und nach dem neuesten Stand der Technik ausgerüstete Zentrallager in Venlo, Niederlande, liefert hierbei die bestellten hochwertigen Produkte auf dem schnellsten Wege an die selbständigen Amway Geschäftspartner in der Schweiz.

Statement zum Verband

Der SVNM als interessenspolitischer Zusammenschluss stellt eine wertvolle Plattform des Dialoges innerhalb unserer Branche dar. Er versteht es Politik und Verwaltung in der Schweiz für die Belange des Network Marketing zu sensibilisieren. Als kompetenter Kommunikator des Stellenwerts unseres Wirtschaftszweiges fördert der SVNM darüber hinaus die Professionalität im Network Marketing.

ANiFiT

Natürlich gut.

ANiFiT AG

Michel Jüstrich war als Tierliebhaber überzeugt vom Trend hin zu möglichst natürlicher Tiernahrung – daraus wurde das ANiFiT Geschäftsmodell geboren. Aus Liebe zu den eigenen Haustieren sowie aus Respekt gegenüber deren Verhaltens- und Ernährungsbedürfnissen ist es die Maxime von ANiFiT, Tiere mit hochwertigster und artgerechter Nahrung zu ernähren. Dabei wird komplett auf schädliche Zusätze, Lockstoffe oder Fleischersatzstoffe verzichtet.

ANiFiT steht für

- 100 % offene Deklaration
- Höchster Fleischanteil
- Rohstoffe in Lebensmittelqualität
- Ohne Tierversuche

Unser Ziel ist es, dass sich in der Schweiz in über 200'000 Haushalten die Ernährungssituation für Hunde und Katzen durch beste Nahrung verbessert und immer mehr Tiere durch eine Top-Nahrung mit hohem Fleischanteil gesund ernährt werden. ANiFiT ist ein Familienunternehmen und eines der am schnellsten wachsenden Direktvertriebsunternehmen der Schweiz. Das Unternehmen blickt auf eine erfolgreiche, 13-jährige Firmengeschichte zurück und ist Teil der Unternehmensgruppe um Michel Jüstrich, zu der unter anderem die Firmen Nahrin und Similasan gehören.

Statement zum Verband

Der SVNM als Unterverband des Schweizer Gewerbeverbandes ist für unsere Branche extrem wichtig. Meinungsbildung und politische Einflussnahme sind entscheidende Massnahmen, Network-Marketing und Direktvertrieb in der Schweiz noch mehr Glaubwürdigkeit und Seriosität zu verleihen und somit diese Branche für mehr Personen interessant zu machen.

Bestlife3000

GO FOR YOUR LIFE - GO BESTLIFE

Bestlife3000

Seit über 12 Jahren setzt Bestlife3000 mit seiner einzigartigen Coloversum®Produktpalette auf einen bewährten Vertriebsweg: Die persönliche Weiterempfehlung von hochwertigen Produkten von Mensch zu Mensch.

Seit Unternehmensgründung im Jahr 2002 vertreibt Bestlife3000, als Pionier in Sachen Colostrum-Produkte, erfolgreich seine hochwertige Produktpalette ausschliesslich über selbständige, ausgebildete und kompetente Beraterinnen und Berater. Durch den Direktvertrieb kann Bestlife3000 seine Coloversum® Produkte zu attraktiven Preisen anbieten, da Kunden bei Bestlife3000 als Hersteller und Produzent direkt über Beraterinnen und Berater einkaufen können.

Bestlife3000 setzt vor allen Dingen vor allem auf Qualität, daher verarbeitet das Unternehmen ausschliesslich hochwertiges Colostrum mit einer hohen Bioverfügbarkeit der Inhaltsstoffe.

Nebst den Coloversum®-Produkten vertreibt das Unternehmen auch äusserst erfolgreich den kürzlich rundum erneuerten und den neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen angepassten Formula®-Drink. Auch hier wird ausschliesslich auf Top-Qualität der verwendeten Zutaten geachtet. Für alle Menschen die unsere Produkte schätzen und weiterempfehlen, bietet das Unternehmen ausserdem aussergewöhnliche Verdienst- und Karriere-möglichkeiten. Dass bei uns alle Partner gleich behandelt werden zeigt auch, dass die Inhaberin des Unternehmens, Bea Jakob, ihr Einkommen aus dem genau gleichen Karriereplan erwirtschaftet wie jeder andere Bestlife3000-Partner auch.

Bestlife3000 – ein Unternehmen von Mensch zu Mensch!



FOREVER

Forever Living Products Switzerland GmbH

Das US-Unternehmen Forever Living Products ist seit 1999 in der Schweiz präsent. Es vertreibt auf Aloe Vera basierende Kosmetika und Nahrungsergänzungen. Im Jahre 1978 gegründet, verfügt es heute über weitläufige Aloe-Vera-Plantagen in den USA, Mexiko und der Dominikanischen Republik; hier wird Forever als sozial engagierter Arbeitgeber für seine grosszügigen Arbeitsbedingungen sehr geschätzt. Im trockenen Klima der Plantagen kann die Aloe Barbadensis Miller aus durchschnittlich dreihundert Sonnentagen Energie tanken. Aus den von Hand geernteten Aloe-Blättern wird ein reichhaltiges Blattmark gewonnen, das mittels eines patentierten Stabilisierungsverfahrens haltbar gemacht wird. Und dieses Gel macht den Unterschied: Forever-Produkte enthalten nicht nur wenige Tropfen davon – in seinen Top-Produkten steht das Aloe-Vera-Gel an der Spitze der gelisteten Inhaltsstoffe. Zahlreiche Qualitätssiegel bestätigen die hochwertige Verarbeitung der Forever-Produkte. Mit seinen Gewichtsmanagement- und Fitnessprodukten liegt das US-Unternehmen voll im Trend: Das «F.I.T.»-Programm ermöglicht das

Abnehmen ganz ohne Hungern und Jo-Jo-Effekt. Und mit dem Top-Seller Argi+™ ist das Unternehmen auch bei Amateur- und Profisportlern inzwischen ein Begriff. Unter den Network-Unternehmen gilt Forever als jenes mit den höchsten Bonusausschüttungen; die hohen Margen ermöglichen es zahlreichen Menschen in der Schweiz, sich schon in kurzer Zeit und mit etwas Engagement einen kleinen Zusatzverdienst zu leisten. Über die Jahre lässt sich so ein Geschäft mit beachtlichem Gewinn aufbauen. Forever Schweiz gehört dem Dach-Verband Forever Living Products Germany/Austria/Switzerland mit Sitz in München an; Administration und Logistikzentrum sind in Frauenfeld beheimatet; von hier werden die Schweizer Vertriebspartner direkt beliefert. Forever Living Products Switzerland GmbH unterstützt den SVNM seit seiner Gründung im Jahre 2007; zahlreiche seiner Vertriebspartner sind hier Mitglied und nehmen die Dienste in Anspruch.

Statement zum Verband

Gerade in unserer Branche ist es wichtig, an der notwendigen Lobby zu arbeiten. Mit dem SVNM haben wir hier eine Institution, die die Besonderheiten der Branche kennt und nach aussen zukunftsweisend vertritt!



Life Plus

Lifeplus entstand, als sich mehrere Personen mit denselben Idealen hinsichtlich Gesundheit, Lebensweise und Hilfsbereitschaft zusammenfanden. Sie waren davon überzeugt, dass Menschen ihr Leben mit entsprechender Unterstützung selbst zum Positiven verändern können.

Dieser Überzeugung sind wir auch heute noch, zwanzig Jahre später. Bei uns stehen die Menschen und ihr Wohlbefinden stets im Mittelpunkt. Wir entwickeln Rezepturen, die das allgemeine Wohlbefinden fördern, und stellen Informationen über die Vorteile der Nahrungsergänzung bereit, mit denen sich jeder selbst ein Bild machen kann. Unser Geschäftsmodell ist ideal für alle, die sich eine flexible Tätigkeit von zu Hause aus wünschen und ihr volles Potenzial entfalten möchten. Wir zeigen Menschen, wie sie ihre Lebensqualität schon mit wenigen kleinen Ände-

rungen verbessern können, und nutzen unsere langjährige Erfahrung, was das ganzheitliche Wohlbefinden angeht, um ihnen dabei beratend zur Seite zu stehen.



HEALTH & BEAUTY

LR Health & Beauty Systems GmbH

Unter dem Motto «More quality for your live.» produziert und vermarktet die LR Unternehmensgruppe mit Hauptsitz im westfälischen Ahlen über 600 verschiedene Schönheits- und Gesundheitsprodukte in rund 30 Ländern. Dazu zählen pflegende und dekorative Kosmetikartikel, Parfums und Nahrungsergänzungsmittel. Im Duftsegment arbeitet das 1985 gegründete Unternehmen mit Prominenten wie Bruce Willis und Karolina Kurkova zusammen. LR ist mit 1.100 Mitarbeitern sowie rund 300.000 registrierten Vertriebspartnern und Kunden eines der führenden Direktvertriebsunternehmen in Europa. Seit 2014 sind die Produkte von LR auch im Online-Kundenshop rund um die Uhr bestellbar. Die starke Marktposition von LR basiert vor allem auf der qualitativ hochwertigen Produktpalette und dem attraktiven, in der Branche beispielhaften Vergütungs- und Weiterbildungs-konzept für die Vertriebspartner. Mit dem 2009 gegründeten LR Global Kids Fund e.V. unterstützt LR finanziell notleidende Kinder und ihre Familien in den verschiedensten Ländern der Welt – schnell und unbürokratisch in Kooperation mit etablierten Institutionen vor Ort.

Statement zum Verband

Der SVNM stärkt den Stellenwert des Network Marketing in der Schweiz. Ein bedeutender, zukunftsorientierter Wachstumsmarkt für Konsum, Handel und Arbeit. In Zeiten des wirtschaftlichen Umbruchs bietet er selbständig erwerbenden Menschen kompetente Unterstützung in den Bereichen, Unternehmensführung, Weiterbildung und motivierendem Geschäftsaufbau.



Lyonesse

Lyonesse ist eine branchen- und länderübergreifende Shopping Community für Konsumenten, die ihren 5,5 Millionen Mitgliedern in 47 Märkten exklusive Einkaufsvorteile kostenfrei und unverbindlich zur Verfügung stellt. Mit einem unschlagbaren Netzwerk an Konzernen, klein- und mittelständischen Betrieben und Online-Partnerunternehmen ermöglicht Lyonesse vorteilhaftes Shoppen in allen Branchen. So gibt es für jeden Einkaufsgeschmack die passende Einkaufsmöglichkeit, wo Mitglieder ihre Cashback-Vorteile nutzen und attraktive Shopping Points sammeln können.

Mit der Marke Cashback Solutions spricht Lyonesse alle Partnerunternehmen an, die ein branchen- und länderübergreifendes Kundenbindungsprogramm nutzen möchten. Damit können sie loyale Kunden gewinnen und den Lyonesse-Mitgliedern spezielle Vorteile anbieten.

Die Marke Lyconet richtet sich an selbständige Unternehmer, die ein eigenes Shopping Network aufbauen möchten.

Statement zum Verband

Der SVNM ist für die Network Marketing Branche eine wichtige Plattform, um im schweizerischen Gewerbe und mit den Behörden den Dialog und Austausch zu pflegen. Er ist ein kompetenter, unterstützender Partner, der Brancheninteressen in der Öffentlichkeit sowie im politischen und wirtschaftlichen Umfeld professionell vertritt. Somit ist das reputationsfördernde Engagement des SVNM im Bereich des Network Marketings von grosser Wichtigkeit und unschätzbarem Wert für die ganze Branche.



i-like Metaphysik

Moderne Zivilisationseinflüsse bringen alle Lebewesen in kritische Bedrängnis. In gut 100 Jahren sind 6 Milliarden Menschen auf diesem Planeten dazugekommen, mehr als in den letzten 100.000 Jahren. Der Einfluss der «digita-

len Revolution» seit den 90-er Jahren macht sich immer mehr in Bereichen Gesundheit und Wohlbefinden negativ bemerkbar. Durch die über 25 Jahre lange Forschung und Entwicklung der i-like Gründer Dr. Alfred Gruber und seinem wissenschaftlichen Team sowie dem grossen, internationalen Experten-Netzwerk sind Lösungen für den Alltag entstanden, welche Wohlbefinden, Leistungsfähigkeit wie aber auch Resilienz fördern. Ob mit Meta-Convertern im Bereich Elektro-Smog, Bioresonanz-Vitalprodukte, Bioresonanz Körper- und Gesichtspflege und viele weitere Hilfsmittel, welche die Vitalität und das Wohlbefinden im Alltag fördern, steht die Ganzheitlichkeit für den Menschen und seine Umwelt immer im Zentrum. Für Privatanwender wie auch für Betriebe sind die, durch Universitäten zertifizierten i-like Ausbildungen und Produkteinsätze wegweisend für die moderne Zeit. Alles ist in der Schweiz entwickelt und produziert. Auf 100 % Natur, vegan, viele Energiezertifizierungen und ethisch, sowie ökologisch korrektes Handeln wird besonders geachtet.

Statement zum Verband

i-like handelt ethisch vorausschauend und bezieht ihren harmonischen Energiefluss aus dem Yin-Yang Prinzip der asiatischen Regenerationsphilosophie. Aus diesem Grund ist legales und soziales Handeln für i-like selbstverständlich. Der Zusammenschluss mit dem Verband ist ein weiterer Schritt für das Aufzeigen der Sinnhaftigkeit des sozial wohl korrektesten Vertriebssystems überhaupt. «Wir sind dankbar, dass wir ein Teil des Systems sein können» (Dr. A. Gruber)



naVita Schweiz GmbH – Hochwertige, artgerechte Tiernahrung mit einem hoch attraktiven Marketingplan ohne Investition

Der Überzeugung folgend, dass die richtige Ernährung eine wesentliche Grundlage für die Lebenserwartung und Lebensqualität von Tieren ist, produziert und verkauft naVita hochwertige Fleischmenüs für Hunde und Katzen, Kauartikel sowie Nahrungsergänzung für Tiere und Menschen. Unsere Rezepturen wurden von einem Schweizer Team aus einer Tierärztin, einem Tierheilpraktiker und Tierernährungsspezialisten erarbeitet. Wir legen sehr viel Wert auf

einen hohen Fleischanteil in der Nahrung, natürliche Inhaltsstoffe und eine sorgfältige, schonende Herstellung. Die naVita Produkte haben Lebensmittelqualität und zahlreiche Produkte bieten wir in Bio-Qualität. Wir sind stolz darauf, dass wir inzwischen viele Schweizer Produktionspartner gewinnen konnten, so dass immer mehr unserer Produkte Swiss made sind. Als Schweizer Unternehmen kennen wir genau die hohen Qualitätsansprüche unserer Kunden sowie unserer vierbeinigen Lieblinge und setzen diese in unseren Produkten um.

Für unsere Vertriebspartner haben wir einen Marketingplan entwickelt, der ihre Arbeit überdurchschnittlich vergütet; Sie starten ohne Investition und wir unterstützen sie bei ihrer Tätigkeit und beim Aufbau ihres Geschäftes mit kostenlosen Schulungen.

Statement zum Verband

Wir haben uns dafür entschieden, Mitglied im Schweizerischen Verband Network Marketing zu werden, da wir gerne mit anderen seriösen Unternehmen an einem positiven Erscheinungsbild der Branche arbeiten möchten und sehr an einem regen Erfahrungsaustausch interessiert sind.



Die PM-International Gruppe

PM-International AG zählt zu Europas grössten Direktvertriebsunternehmen in den Bereichen Gesundheit, Wellness und Beauty. Wir bieten hochwertige Nahrungsergänzungsmittel (FitLine-Serie) und Kosmetika (BeautyLine-Serie) an.

PM-International wurde 1993 gegründet und kann somit auf eine über 20-jährige Erfolgsgeschichte zurückblicken. Rolf Sorg hat die PM-International AG mit der Motivation gegründet, das zurückzugeben, was die Branche ihm gegeben hat: Auch anderen Menschen die Chance zu geben, finanzielle Freiheit zu erreichen und zwar egal aus welchem finanziellen und sozialen Hintergrund diese kommen. Auch heute, mit rund 220 Millionen Euro Jahresumsatz in über 35 Ländern, ist die PM-International ein Familienunternehmen mit der Intention, Premium-Produkte in den Markt zu tragen.

PM-International ist angetreten, die Führungsposition im Wachstumsmarkt Gesundheit, Fitness und Schönheit einzunehmen. Dabei konzentrieren wir uns auf das Premium-Segment und setzen auf innovative Produktkonzepte, die sich eindeutig vom Rest des Marktes abheben. Und wir haben ein Vertriebssystem realisiert, das den Erfolg des Unternehmens garantiert, indem es jeden, der sich dafür einsetzt, an diesem Erfolg beteiligt.

Unsere Vision

»Internationale Marktführung im Vertrieb hochwertiger Produkte für Gesundheit, Fitness und Schönheit von innen und aussen.«

Der Weg dahin sind innovative Produkte, die nachweislich zu dem beitragen, was sich eigentlich jeder wünscht: Mehr Lebensqualität durch gesteigertes Wohlbefinden und höhere Leistungsfähigkeit. Mehr Freude am Leben durch besseres Aussehen und eine jugendliche Ausstrahlung.

Statement zum Verband:

Der Verband ist für unsere Branche äusserst wichtig und unterstützend dabei, unsere Branche in der Öffentlichkeit, Politik und Wirtschaft zu vertreten. Die Arbeit des Verbandes ist von unschätzbarem Wert für alle Networker. Der Verband bietet die Sicherheit in Ruhe eine berufliche Zukunft mit Empfehlungsmarketing aufbauen zu können.

15. Mitgliederwerbeaktion

Die Stärke eines Verbandes ist von der Anzahl der Mitglieder abhängig. Je mehr Mitglieder wir haben, desto mehr Gewicht haben wir im politischen und medialen Umfeld.

Als Mitglied haben Sie die Möglichkeit bei der Mitgliederwerbeaktion mitzumachen.

Für jedes neue Mitglied, das Sie gewinnen, erhalten Sie eine Gutschrift von CHF 50.– auf den Jahresbeitrag für das kommende Jahr. Bringen Sie also fünf neue Mitglieder, so ist Ihre Mitgliedschaft für das kommende Jahr kostenlos.

Was hält Sie noch auf, Ihrer Organisation den Beitritt als eine als eine Investition in die eigene Zukunft zu erklären. Sie unterstützen damit die Positionierung am Markt und vieles mehr.

16. Was wäre wenn ...

... es den Schweizerischen Verband Network Marketing nicht gäbe?

Dank der Fachkenntnis und aktiven Mitarbeit der Gremien des SVNM's wurden im Schweizer Gesetz, konkret im neuen UWG (Gesetz für unlauteren Wettbewerb) die gesetzlichen Bestimmungen für Network Marketing im richtigen Wortlaut verfasst und von National- und Ständerat angenommen und abgeseget.

Hätte der SVNM als Branchenverband nicht aktiv mitgewirkt, wären die gesetzlichen Bestimmungen ganz anders heraus gekommen.

Heute jedoch ist Network Marketing in der Schweiz nicht nur gesetzlich geregelt und anerkannt. Network Marketing ist grade durch seine innovative Form ein wachsender Faktor der sich wandelnden Wirtschaftslandschaft in der Schweiz. Tausende von Teilzeit- und Vollzeit-Arbeitsplätze wurden bereits geschaffen.