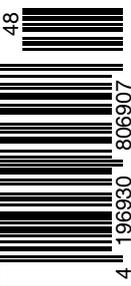


Heft 48 - 9. Jahrgang - 06/2013 - 6,90 € - 11,50 SFR - 10 US\$ - Ausgabe Juli / August 2013

International Business & Lifestyle Magazin

# INETCOO



**35 JAHRE**

**FOREVER  
LIVING PRODUCTS**

**Das weltweit erfolgreichste  
Aloe Vera Unternehmen**



FOREVER

Forever Aloe -  
Forever biggest -  
Forever und ewig



*35 Jahre  
Forever Living Products*



1995 wurde FOREVER Deutschland/Österreich mit Sitz in Frankfurt am Main gegründet. Im Jahr 2008 wurde dann die österreichische Zentrale in Wien eröffnet – ein Prachtbau, prominent gelegen im Wiener Botschaftsviertel. Im Frühjahr 2009 erwarb Forever Living Products Schloss Freiham, am westlichen Rand von München gelegen. Für Rex Maughan wurde damit „der Traum wahr, einen würdigen Firmensitz in Deutschland zu haben“. In liebevoller Kleinstarbeit wurde das malerische Schloss behutsam saniert und renoviert. Was der Öffentlichkeit in Wien und München präsentiert wird, ist für Dr. Florian Kaufmann, Geschäftsführer von Forever Living Products Deutschland/Österreich, „ein Meilenstein in der Erfolgsgeschichte von FOREVER“.

Es gibt wohl kaum jemanden in der großen Welt des Network Marketing, dem diese drei Buchstaben nichts sagen oder bedeuten: **FLP**.

**FLP** steht für **Forever Living Products** – und damit für einen Giganten im Network Marketing, einen Global Player par excellence. Das Unternehmen vereint all das, was ein modernes Business nicht nur erfolgreich, sondern auch groß und mächtig macht: Wachstum und Beständigkeit, innovative Produkte und traditionelle Werte, Sinn für Menschlichkeit und das ganz große Geschäft.

Ein Riese also, der nicht nur für Kenner der Branche untrennbar mit dem Firmengründer Rex Maughan und der Aloe Vera, einem der größten Wunder unserer Natur, verbunden ist. Ein Unternehmen, das vor 35 Jahren mit der Vision einer besseren Zukunft an den Start ging und heute mit Stolz zurückblickt auf seine Vergangenheit, während der es ihm gelungen ist, das Leben von Millionen Menschen positiv zu verändern.

Ein wahr gewordener Traum, der bei Forever Living Products jedoch noch nicht zu Ende geträumt ist, denn **FLP** ist kein Unternehmen wie alle anderen.

**FLP** lebt, arbeitet und agiert nicht nur im Gestern und Heute, sondern auch im Morgen – **FLP** ist eben **FOREVER**.

**S**ie ist stachlig und eher unscheinbar, hat keinen Stamm, sondern scheint nur aus lanzettartigen und in Rosetten angeordneten Blättern zu bestehen. Genau dort, wo sich andere Pflanzen gar nicht wohl fühlen, lebt sie erst richtig auf – eben da, wo es wüstenähnlich heiß und unendlich trocken ist. Ihre Blätter sind aller klimatischen Dürre zum Trotz fleischig, prall und saftig – sind prall gefüllt mit einem Gel, in dem die Aloe Vera jene Flüssigkeit speichert, die sie überleben lässt.

Eine Flüssigkeit, die zudem angereichert ist mit einer Fülle von Nährstoffen: Das sogenannte Aloe Vera-Gel, ein unglaubliches Zauberwerk der Natur, das von vielen Kulturen dieser Welt seit Jahrhunderten genutzt wird – und für uns moderne Menschen in Cremes und Lotionen, als Getränk und in Tabletten „verpackt“ wird, um uns gesünder und schöner zu machen, länger leben zu lassen.

Nicht umsonst bezeichneten die alten Pharaonen die Aloe als „Pflanze der Unsterblichkeit“. So als hätten sie vor 2000 Jahren schon geahnt, dass irgendwann einmal ein Mann aus dem amerikanischen Westen daher käme, um die „unsterblichen“, und damit sagenhaften, Eigenschaften der Aloe Vera dazu zu nutzen, ein Unternehmen zu gründen, welches im dritten Jahrtausend unter dem passenden



*Gründer Rex Maughan in der Anfangszeit*

Namen Forever Living Products in die Geschichte des Network Marketing eingehen würde.

Nein, sie ahnten es nicht, konnten es nicht ahnen. Aber dieser Mann kam tatsächlich: Er hieß Rex Maughan, war der Sohn armer Farmer, hatte sich sein Studium selbst finanziert und als Immobilienmakler ein Vermögen erwirtschaftet – und entdeckte Ende der 70er Jahre die Aloe Vera als die Business-Idee seines Lebens.

1978 ging er mit nur drei Aloe Vera-Produkten an den Start – und legte damit den Grundstein für sein 

Unternehmen, das sich binnen kürzester Zeit zu einem Imperium entwickelte und heute, 35 Jahre nach seiner Gründung, zu den absoluten Top-Leadern der Branche zählt.

Mit einem aktuellen Jahresumsatz von mehr als 2,5 Milliarden US-Dollar, der Präsenz in über 150 Ländern, einem rund 200 Wellness- und Beautyprodukte umfassenden Sortiment und fast 10 Millionen Vertriebspartnern in aller Welt ist Forever Living Products nicht nur Global Player, sondern ein echter Gigant des Network-Business – und trotz seiner ungeheuren Größe noch immer inhabergeführt.

Ja, Rex Maughan ist Firmengründer, FLP-Präsident und –Vorstandsvorsitzender zugleich – und leitet auf diese Weise ein Unternehmen, das immer noch weiter wächst und den Höhepunkt seiner Blüte noch immer nicht erreicht zu haben scheint. Ein Unternehmen, das den Mann aus Idaho zum Milliardär werden ließ, aber auch Millionen anderer Menschen dieser Welt in vielerlei Hinsicht reich machte und auch weiterhin reich macht. Zu ihnen gehören zum einen jene unzähligen, auf allen Kontinenten lebenden Kunden von Forever Living Products, die die Aloe Vera als gesund, fit und schön erhaltenden und für sie unverzichtbaren Lebensbegleiter kennen und schätzen – zum anderen jedoch auch die millionenstarke Mannschaft von Distributoren, die durch FLP finanziell selbständig und unabhängig oder gar selbst zum Millionär geworden sind.

Die Grundidee, die Vision von Forever Living Products, ist auch heute noch genau dieselbe wie jene, mit der Rex Maughan sein Unternehmen vor 35 Jahren gründete. Er, der sich aus dem Nichts heraus mit harter Arbeit ein gesünderes und reicheres, schöneres, besseres und damit vor allem unabhängiges Leben erkämpft hatte, wollte all seinen Mitmenschen dieselbe Möglichkeit eröffnen.

Auch sie sollten die Chance auf eine gesündere und reichere, schönere und bessere Zukunft, auf Freiheit, Unabhängigkeit und Erfolg erhalten. Eine Chance, der er mit Forever Living Products einen Namen und ein Zuhause gab – eine Chance, die inzwischen millionenfach genutzt wurde und für unzählig viele Menschen den Traum von mehr Gesundheit und Schönheit, aber auch der kleinen und ganz großen Karriere wahr werden ließ.

35 Jahre Forever Living Products – das sind nicht nur 35 Jahre Business und Wachstum, sondern vor allem auch 35 erfolgreiche Jahre im Dienst der Menschen.

Und das muss natürlich gefeiert werden – Happy Birthday, FLP!



### Vor 36 Jahren ...

... war das Business Forever Living Products zwar noch nicht „geboren“, im Kopf von Rex Maughan aber bereits als klar definierte Vision existent. Er träumte davon, ein Unternehmen zu gründen, das all jenen, die sich eine bessere Zukunft wünschten und bereit waren, dafür Einsatz zu bringen und zu arbeiten, jene Möglichkeit bieten würde. Auch ihm hatte das Leben diese Möglichkeit beschert, er hatte sie beim Schopfe gepackt – und sich damit sein großes Glück erarbeiten können, für welches er unglaublich dankbar war und das er nun mit seinen Mitmenschen teilen, von dem er etwas an die Gesellschaft zurückgeben wollte. Ein tief in seinem Innern wohnender Drang, den Rex Maughan als die beste Keimzelle für ein ganz neues, ganz anderes Unternehmen sah – und den er 1978 in die Tat umsetzte, nachdem er der womöglich „größten Liebe seines Lebens“, der Aloe Vera, begegnet war.

*„Ein ehrlicher Tageslohn für eine ehrliche Tagesarbeit –  
so lautet meine Devise, und der FOREVER-Marketingplan  
setzt ihn erfolgreich um“*

(Rex Maughan)

### Aber immer der Reihe nach...

„Irgendwo in Idaho“ wuchs er auf, zusammen mit seinen Geschwistern auf der Farm seiner Eltern, wo sie allesamt hart arbeiten mussten, um gerade mal genug zu essen zu haben. Ein Schicksal, das Rex damals mit vielen anderen Kindern teilte. Aber vielleicht waren die nicht so wie er in den Genuss einer Erziehung gekommen, die sich auf die Vermittlung von Werten wie Loyalität, Integrität und Ehrlichkeit konzentrierte – und ihm überdies ganz früh unmissverständlich klar machte, dass „ohne Fleiß kein Preis“ möglich war. Es war sicherlich nicht zuletzt diese Prägung, die ihn zum guten Schüler werden ließ und ihn anspornte, alles zu tun, um anschließend das College und danach auch noch die Universität besuchen zu dürfen. Da seine Familie nicht in der Lage war, ihn finanziell zu unterstützen, jobbte er „nebenbei“ – bis zu 40 Stunden in der Woche, um sich diese Ausbildung leisten zu können. Ein Einsatz, der sich lohnte, denn er graduierte mit den Schwerpunkten Wirtschaftsprüfung und Immobilien und stieg zunächst bei einer Steuerberatungsgesellschaft ein, sattelte jedoch nur zwei Jahre später um und fing bei der Immobilienfirma Dell Webb, dem zu jener Zeit ersten börsennotierten Unternehmen Arizonas, an. Hier machte er ganz schnell richtig Karriere, wurde Vice President und verdiente genug Geld, um sich nach und nach ein ansehnliches Vermögen aufbauen zu können. In dieser Lebensphase entstand für Rex Maughan auch der erste Kontakt mit dem Network Marketing. Jedoch verhielt es sich nicht so, dass er selbst auf das Business aufmerksam wurde – nein, es waren ehemalige Schulfreunde, die gerade dabei waren, Network Marketing Netze aufzubauen. Sie wollten ihn dafür engagieren, auf einer Vertriebsleiter-Versammlung doch einmal zu offenbaren, wie hart man im „normalen“ Business arbeiten müsse, um ordentlich Geld zu verdienen, so viel Geld zu verdienen wie er – und im Zuge dessen ihr eigenes Business als deutlich „leichtere“ Verdienstquelle darstellen. Rex Maughan war offen und sagte „Ja“, ging hin und erzählte von sich, sah



### Chronologischer Überblick der Unternehmensentwicklung

- 1978 Gründung des Mutterunternehmens Forever Living Products
- 1981 Gründung von Forever Resorts
- 1984 Überschreitung der Umsatzgrenze von 100 Mio. US-Dollar
- 1995 Gründung von FOREVER Deutschland/Österreich
- 1998 Überschreitung der Umsatzgrenze von 1 Mrd. US-Dollar
- 2006 Einführung des Adler-Logos
- 2009 Gründung von Forever Giving
- 2012 weltweit 2,5 Mrd. US-Dollar Umsatz, fast 10 Mio. Distributoren, Präsenz in über 150 Ländern rund 200 Produkte im Sortiment
- 2013 Eröffnung des Forever Direct Vertriebszentrums für Europa

aber auch hin und hörte zu. Das Vertriebssystem, das gesamte Konzept an sich gefiel ihm sehr. Noch mehr jedoch faszinierte ihn die Idee, Menschen zu motivieren, zu schulen und zu sponsern, sie dabei zu unterstützen, ihre Stärken gewinnbringend einzusetzen – und ihnen so zu einer Karriere, zu finanzieller Unabhängigkeit und einer gesicherten Zukunft zu verhelfen. Was ihm allerdings nicht gefiel, war die Network Marketing übliche Entlohnung, die jenen Wenigen in den obersten Positionen den Großteil des erwirtschafteten Gewinns beschert, während sich die großflächige Basis den kleinen Rest teilen muss – und dadurch eindeutig demotiviert wird. Angesichts dessen dachte Rex Maughan einfach um, nämlich flächiger und breiter, damit auch weiter und vor allem größer – und fragte sich, wie es denn wäre, wenn man nicht großen Profit mit nur einigen Wenigen, sondern stattdessen Profit mit Vielen teilen würde. Die Idee des Network Marketing, das den Geschäftspartnern von der „niedrigsten Stufe“ an eine angemessene Bezahlung garantiert, ließ ihn nicht mehr los – und so entwickelte er einen Geschäftsplan, obwohl er noch gar kein Produkt hatte. Aber auch das würde er finden, dessen war er sich, aufgrund seines unerschütterlichen Vertrauens in sich selbst, gewiss. Ergo machte er sich nun auf die Suche: Auf die Suche nach jenem Produkt, das besser war als all das, was es zuvor gegeben hatte – und damit sein neuartiges Geschäftskonzept perfekt ergänzen und auch ihn dazu befähigen würde, etwas Besseres zu bewerkstelligen. ▶



Als weltweit größter Anbauer von Aloe Vera baut FOREVER seine rund 60 Mio. eigenen Pflanzen überwiegend in Texas und in der Dominikanischen Republik auf insgesamt rund 3200 Hektar Fläche an. In Dallas, Texas, werden in unternehmenseigenen Produktionshallen von mehr als 40.000 Quadratmetern Fläche mittels Einsatz modernster Anlagen monatlich über 2,7 Millionen Liter Aloe Vera abgefüllt. Darüber hinaus produziert FOREVER an einer weiteren, erst in 2010 eröffneten Produktionsstätte in den USA Nahrungsergänzungsmittel. Die Produktionsanlagen von FOREVER sind auf dem neuesten technischen Stand und verfügen über Forschungs- und Entwicklungslabore.

Wer sucht, der findet – wenn er offen genug ist und so wie damals Rex Maughan ziemlich genau weiß, was er will. Der Mann aus Idaho wusste, was er wollte: Ein Produkt, das nicht jeder vertrieb – eines, das gesund und essbar war. Am besten ein Hausmittel, das eigentlich jeder kannte, aber noch nie wirklich „en vogue“ gewesen war und es verdiente, ins Rampenlicht gezogen zu werden. Ein Produkt wie die Aloe Vera, auf das der Suchende in zweierlei Hinsicht aufmerksam wurde: Zum einen, als man ihm in der Apotheke zur Behandlung seines Sonnenbrandes ein sogenanntes Cool Gel empfahl, das als Hauptwirkstoff Aloe Vera enthielt und ihn durch seine phänomenale Wirkung verblüffte, zum anderen durch die Bekanntschaft mit einer Gruppe von Ärzten, denen es endlich gelungen war, das Gel der Aloe haltbar zu machen – und die nun völlig frustriert darüber waren, dass die aus dieser Heilwunderpflanze gewonnenen Mittelchen nun trotz allem ein unbeachtetes Dasein fristeten und in den Läden verstaubten. Für Rex Maughan ein Zeichen – und die Entscheidung: Für das Produkt Aloe Vera und die Gründung seines eigenen Unternehmens.

Damit ging seine 13-jährige Ära bei Dell Webb zu Ende – und das Zeitalter von Forever Living Products brach an. Und das war am Anfang nicht unbedingt golden. Rex Maughan musste sich mühen, um Distributoren zu akquirieren. Sein Sortiment umfasste anfänglich gerade mal drei Produkte. Zweifel an seiner Idee, seinem Business befielen ihn indessen nie – er hatte ja genügend Marketingkonzepte studiert, um zu wissen, welche Fehler andere gemacht hatten und er nicht machen durfte. Also versprach er seinen Vertriebspartnern nichts, was er nicht halten konnte – und setzte klar auf harte Arbeit und Wachstum.



Das Konzept ging auf: Nur sechs Jahre später überschritt der Umsatz seines Unternehmens, welches damals nur in den USA aktiv war, die 50-Millionen-Dollar-Grenze – und katapultierte sich damit auf die Top 3-Liste der Network Marketing Unternehmen dieser Welt. Das Firmenlogo, eine Möwe, oder genauer gesagt die Möwe Jonathan aus Richard Bachs Roman, die nicht wie alle anderen war, sondern sich traute, wagte und riskierte, immer aufs Ganze ging, hatte Rex Maughan also perfekt gewählt. Forever Living Products war eben eindeutig anders – anders als die Businesses seiner Zeit, und daran hat sich bis heute nichts geändert.

Ende der 80er Jahre schließlich begann FLP, sich international auszurichten. Ein Schritt, der die Umsätze explodieren ließ. Von 1990 auf 1991 verdoppelte das Unternehmen seinen Umsatz, noch nicht einmal fünf Jahre später knackte es die berühmte 1 Milliarde-Dollar-Schallmauer.

Heute, im Jahr 2013 und bei einem Umsatz von mehr als 2,5 Milliarden US-Dollar und unter der Schirmherrschaft des neuen Logos, eines Adlers mit weit ausgebreiteten Schwingen, der die Lüfte ebenso beherrscht wie Forever Living Products sein Geschäft, ist die Marktpräsenz des Konzerns unübersehbar, zeigt sich höchst eindrucksvoll und geradezu überwältigend.

Dabei ist Forever Living Products mehr als nur ein Business-Imperium mit Haupt-Firmensitz in Scottsdale/Arizona und Länder-Headquarters, die bevorzugt in schmucken Schlössern oder herrschaftlichen Villen untergebracht sind. FLP hat sich binnen kürzester Zeit zu einem Konzern entwickelt, der inzwischen auch „Forever Resorts“ und damit 20 Hotels, 30 Ranches (unter anderem J.R.Ewings „Zuhause“,

die Southfork Ranch), 300 Hausboote und zahlreiche Yachthäfen umfasst. FLP steht für eine gelebte und hart erarbeitete Vision, einen wahr gewordenen Traum – und Rex Maughan ist mehr als ein Milliardär, er ist einer der reichsten Männer der USA, das beinahe väterlich und gleichzeitig geschäftsmännisch agierende Oberhaupt der FLP-Familie, die jeden einzelnen Vertriebspartner integriert und unterstützt. Es ist jene inhabergeführte Atmosphäre, die diesen Network Marketing-Giganten von allen anderen unterscheidet – der von Rex Maughan permanent gelebte, warmherzig-familiäre Stil, der allseits präsent ist und sich auf jeden Mitarbeiter überträgt. Maughans unglaubliche Aktivität ist auch heute noch, in reifen Jahren, die ihn 16-Stunden-Tage absolvieren, rund um den Globus zu seinen Niederlassungen reisen lässt, um in stetigem direktem Kontakt mit seinen Distributoren zu stehen, trotz der Größe seines Imperiums immer ansprechbar und erreichbar, immer irgendwie „da zu sein“. Da zu sein für seine Familie, die ihr Zuhause liebevoll FOREVER nennt und täglich weiter wächst – und so überaus deutlich macht, welches Entwicklungspotenzial die FLP-Vision heute, 35 Jahre nach der Gründung des Unternehmens, noch in sich trägt.

## Die Produkte – forever quality, forever innovativ

Wachstum – für den bewusst wertekonservativen Rex Maughan eines der Zauberworte, die sein Leben und die Existenz von Forever Living Products als auch seiner Distributoren bestimmen. ▶

Wachstum demonstrierte auch die Produktpalette, die sich innerhalb der letzten 35 Jahre von anfänglich 3 auf inzwischen gut 200 Artikel vergrößerte. Das Sortiment umfasst heute neben vier verschiedenen Aloe Vera-Getränken auch Mineralwasser, dazu Nahrungsergänzungsprodukte und das FOREVER Gewichtsmangement-System, eine Körper- und zwei Gesichtspflegeserien, außerdem dekorative Kosmetik, Haushalts- und Tierpflegemittel und Bienenprodukte. Fast das gesamte FLP-Sortiment basiert auf der grandiosen Wirkung der wohl wertvollsten Aloe überhaupt, der „echten“ Aloe Barbadensis Miller, und wird vielfach bereichert durch die Beigabe innovativer Wunderwaffen wie etwa Propolis und Gélée Royale, Mangostan und Granatapfel. Allesamt Inhaltsstoffe, die ihr natürliches Potenzial gerade in der Gemeinschaft besonders gut entfalten, sich optimal ergänzen und jenen gesund und schön erhaltenden, nachhaltig Kraft und Energie spendenden Effekt zeigen, den alle FLP-Kunden ebenso schätzen wie das herausragend gute Verhältnis von absoluter Top-Qualität und angemessenem Preis.

Dieses garantiert konstante Preis-Leistungs-Verhältnis ist nur möglich, da das Unternehmen die Produktion komplett selbst durchführt und damit jeden Arbeitsschritt – vom Rohmaterial bis zur Fertigstellung – im Griff hat. Im Falle der Aloe Vera-Artikel bedeutet dies, dass FLP die Pflanzen auf eigenen Plantagen anbaut, das Gel in einem speziellen Hightech-Verfahren und unter strengen Auflagen gewinnt, es abfüllt oder weiterverarbeitet, selbst verpackt und lagert und schließlich vertreibt. Forever Living Products sorgt so in jeder Phase der Produktion für seine Unabhängigkeit von Herstellern, Zulieferern oder Verteilern und kontrolliert die gesamte Vertriebskette, ist vor etwaigen Preiserhöhungen und Qualitätsminderungen geschützt. Auf diesem Wege kann das Unternehmen dauerhaft jene Aloe Vera-Top-Qualität bieten, auf die nicht nur alle Kunden, sondern auch die 10 Millionen Distributoren bauen, denen der Vertrieb der Produkte ihre finanzielle Unabhängigkeit ermöglicht.

### Rex Maughan zum Erfolgsgeheimnis von FLP:



*Ich werde oft gefragt, was das Geheimnis unseres Erfolges ist. Je mehr ich über diese Frage nachdenke, desto mehr bin ich davon überzeugt, dass die 35 Jahre stetigen Erfolges auf vier Hauptfaktoren basieren: unsere Distributoren, unsere Produkte, unser Marketing-Plan, die Unterstützung unser Mitarbeiter.*



So gilt das Unternehmen mit seinen rund 60 Millionen Pflanzen, die es auf FOREVER-eigenen, insgesamt rund 3.200 Hektar großen Plantagen in Texas, Mexiko und der Dominikanischen Republik kultiviert, heute als der größte Aloe Vera-Anbauer der Welt. Bei jedem Produktionsschritt gehen Handarbeit und modernste Technik Hand in Hand, jiddische Kosher-Regeln werden ebenso strikt beachtet wie islamische Reinheitsgebote. Ein bis ins Letzte durchdachtes und perfekt organisiertes, „blitzsauberes“ Procedere, welches allmonatlich in über 2,7 Millionen Liter abgefüllter Aloe Vera resultiert – und für das FLP als erstes Unternehmen überhaupt mit dem Siegel der International Aloe Science Council (IASC) belohnt wurde. Eine Auszeichnung, die FOREVERs Position als Weltmarktführer für Aloe Vera-Produkte auch aus wissenschaftlicher Sicht legitimiert. Und ja, es besteht kein Zweifel: FOREVER ist der Konkurrenz mit seinen einzigartigen Produkten weit voraus – und hat sich seit seiner Gründung einen Qualitäts- und Innovations-Vorsprung erarbeitet, den andere in diesem Produktsegment agierende Unternehmen möglicherweise nie mehr werden aufholen können.



Rund 4000 begeisterte Distributoren aus aller Welt kamen 2012 zur FOREVER Super Rally in Phoenix (USA) und fieberten der großen Entscheidung entgegen: Auf Platz 3, hinter Japan und dem Erstplatzierten Brasilien, erreichte FOREVER Deutschland, Österreich, Schweiz unter den Top-Ten einen sensationellen dritten Platz.

## Forever family, forever fair – gegenseitige Unterstützung und großzügige Vergütung

Ein großartiges Network Marketing-Unternehmen braucht ein großartiges Produkt – und einen großartigen Marketingplan, der allen Vertriebspartnern die gleichen Möglichkeiten bietet und gute Arbeit mit gutem Geld belohnt. Für Rex Maughan war genau das nicht nur ein wichtiger Teil seiner Vision, sondern die Vision überhaupt. Die Aloe Vera mit ihrer seit Jahrhunderten bekannten, legendären Wirkung sollte als unverbrauchter verkäuferischer Selbstläufer sein zentrales Produkt sein – und durch ein faires Vertriebssystem ergänzt werden, das jedem Distributor so schnell wie möglich zu finanzieller Unab-

hängigkeit und Sicherheit verhelfen sollte. Dies ist Rex Maughan mit FOREVER wohl gelungen und so meint er zurückblickend: „Ich war nie auf der Suche nach mehr Entlohnung, sondern wollte lediglich einen Weg finden, andere dabei zu unterstützen, sich ein Geschäft aufzubauen. Diese Möglichkeit sollte jedermann erhalten – und mir war klar, dass dafür die Distributoren höhere Gewinne erhalten und mehr Anteil am Erfolg des Unternehmens haben müssen, das Vermögen geteilt werden muss und auf keinen Fall zu einigen wenigen Auserwählten fließen darf.“

Als Rex Maughan sein Unternehmen gründete, gründete er es auch auf jenen Marketingplan, der seine Vertriebspartner bis heute für ihr Engagement und ihre Arbeit großzügig – und damit nach Ansicht des FLP-Gründers angemessen – belohnt. „Ein ehr-

*Als Sohn armer Farmer wuchs Rex Maughan im US-Bundesstaat Idaho auf – mit nur 3 Produkten legte er 1978 den Grundstein für ein Imperium, das auf mittlerweile über 2,5 Mrd. US-Dollar und 10 Millionen Vertriebspartner angewachsen ist*

*„Man sollte das Gute nie als selbstverständlich ansehen, sondern sich täglich dafür einsetzen und mit Fleiß und Ehrlichkeit, mit voller Integrität und Loyalität und nach dem Kriterium der Rechtschaffenheit versuchen, sich über die Erwartungen des gestrigen Tages zu erheben. Das ist die Kultur unseres Unternehmens – und gleichzeitig das Vermächtnis von FOREVER“* (Rex Maughan)

licher Tageslohn für eine ehrliche Tagesarbeit – so lautet meine Devise und der FOREVER-Marketingplan setzt ihn erfolgreich um.“

Das aus Provisionen, Boni, Prämien und Incentives bestehende und auf Mindestabnahmen und laufende Kosten verzichtende Vergütungskonzept hat sich bewährt, den Test der Zeit bestanden und Distributoren an den grandiosen FLP-Umsätzen gerecht partizipieren lassen, solide und langfristige Existenzen geschaffen. Und das bei einem Marketingplan, der sich gemäß der FLP-Philosophie nie geändert hat und sich auch zukünftig nicht ändern wird. Rex Maughan hat Menschen dabei geholfen, sich etwas dazu oder gar einen kompletten Lebensunterhalt zu verdienen, den Kindern ein Studium oder eine andere gute Berufsausbildung zu finanzieren, sich ein Traumhaus zu bauen, eine Traumreise zu leisten oder sich aus der Verschuldung zu befreien. Und er hat ganz vielen Menschen zu Wohlstand und Reichtum, ja sogar gigantischen Reichtümern verholfen – es dürfte weltweit kaum ein anderes Network Marketing-Unternehmen mit einer höheren „Millionärs-Dichte“ geben als bei FLP. Wer Rex Maughan kennt, weiß, wie der Forever Living Products-Gründer über derartige Laudationen denkt, wie er darauf reagiert. In diesem Fall würde er bescheiden erwidern, dass er ja nur ein Produkt und damit die Mittel zur Verfügung gestellt habe, die seine Vertriebspartner benötigten, um ihr Leben in die Hand zu nehmen und endlich eine

Chance zu bekommen, ihr Leben so zu leben, wie sie es sich eigentlich schon immer gewünscht hatten.

Schon richtig, Mr. FLP – aber auch die Bereitstellung jener Mittel, allen voran der Marketingplan, hat mehr als nur ein bisschen Anerkennung verdient. Er bietet allen FOREVER-Beratern hervorragende Möglichkeiten und große Chancen – und damit freie Bahn auf dem Weg nach oben, eben echte Freiheit. All dies sind Vorzüge einer großartigen Business-Idee, einer Business-Idee, die die Distributoren zu einem großen und weltweit immer größer werdenden Team zusammenschweißt – und ihnen das Gefühl gibt, Teil einer einzigen großen Familie zu sein.

Und so verkörpert die FOREVER-Familie das Gute des Unternehmens und bildet gleichzeitig die Basis des beständigen, langfristigen Erfolges jedes Einzelnen als auch von FLP insgesamt. Im Rahmen jenes „We are family“-Feelings ergibt es sich ganz natürlich und quasi automatisch, dass jeder jeden, man sich gegenseitig beim „Erfolgreich-sein“ unterstützt – und dadurch selbst erfolgreich ist.

Auf der amerikanischen Website seines Unternehmens bringt Rex Maughan die Essenz seines „Forever family“-Prinzips auf den Punkt: „FLP eröffnet eine einzigartige Geschäftsmöglichkeit, die jedem Distributor Selbständigkeit garantiert und Unabhängigkeit ermöglicht – ihn aber niemals alleine lässt.“

## Forever culture, forever giving – für eine strahlende Zukunft

Ebenso wichtig oder noch wichtiger als Umsatz und Gewinn ist für Forever Living Products das Gute – das, was das Unternehmen für andere tut, und hier wiederum, wie es dies tut. Für FLP geht es um mehr – um eine strahlende Zukunft. Die muss natürlich geschaffen, dafür muss gearbeitet werden – und dies sieht man bei FOREVER nicht als Verpflichtung, sondern als Freude. Schließlich bietet jeder neue Tag eine neue Möglichkeit dazu, ist ein Geschenk, an dem jeder für das Unternehmen Tätige anderen helfen kann, ihre Ziele zu erreichen, ihre Träume zu verwirklichen. „Dann wird auch der eigene Erfolg ganz automatisch, wie selbstverständlich folgen“, so Rex Maughan. „Man sollte das Gute nie als selbstverständlich ansehen, sondern sich täglich dafür

### FLP Top 5 Leader – Deutschland, Österreich und Schweiz – Rolf Kipp ist weltweit der erfolgreichste Vertriebspartner (Rangliste FLP Mai 2013)

Platz	Deutschland	Österreich	Schweiz
1.	Rolf Kipp	Robert Chalaupka	Susanna Graf
2.	Helga Kastl	Tanja Martinz	Monica Zanetti & Matthias Kuhn
3.	Dietmar & Christel Reichle	Helga & Ewald Rauschgott	Riccardo & Brigitte Wenger
4.	Horst & Marita Kelm	Augustin & Maria Theresia Hönegger	Philipp Ritte
5.	Friedhelm Rücker	Maria Anna Doppelreiter	Viviane Ehrli & Hanspeter de Seibus

einsetzen und mit Fleiß und Ehrlichkeit, mit voller Integrität und Loyalität und nach dem Kriterium der Rechtschaffenheit versuchen, sich über die Erwartungen des gestrigen Tages zu erheben. Das ist die Kultur unseres Unternehmens – und gleichzeitig das Vermächtnis von FOREVER.“

In diesem Zusammenhang erklärt sich auch die immer stärker werdende Tendenz von FLP, in allen Phasen der Produktion und des Vertriebes mit Methoden zu arbeiten, die mit der Natur und dem Nachhaltigkeits-Anspruch in Einklang stehen. So erhalten nicht nur die jetzt Lebenden eine Chance auf eine bessere Zukunft, sondern auch all jene, die nachfolgen – unsere Kinder und Kindeskiner. So ist es FOREVER gelungen, seine weltweite Abfallproduktion in den vergangenen sechs Jahren um die Hälfte zu reduzieren und gleichzeitig die Recycling-Quote von 26 auf 61 Prozent zu erhöhen. Hinzu kommt, dass die auf den FLP-eigenen Plantagen wachsenden Aloe Vera-Pflanzen etwa zwei Millionen Tonnen CO<sub>2</sub> in Sauerstoff umwandeln und auf diesem Wege die Klimabilanz unseres Planeten verbessern.

Im Jahre 2009 schließlich erfolgte die Gründung von Forever Giving. Ein Fonds, der es den Kunden und Distributoren des Unternehmens ermöglicht, für karitative Zwecke Geld zu spenden, um dieses in Zusammenarbeit mit gemeinnützigen Organisationen notleidenden Menschen zur Verfügung zu stellen. Hier liegen Rex Maughan, seiner Frau Ruth und allen selbständigen und angestellten Mitarbei-

tern des Unternehmens besonders jene Kinder am Herzen, denen es an Lebensmitteln, medizinischer Versorgung und Bildungsmöglichkeiten mangelt – und die keine Zukunft haben, obwohl sie als Kinder unser aller Zukunft sind. Hier setzt FOREVER an und macht einen Unterschied, packt mit an und unterstützt, hilft und steht zur Seite – und leistet damit eine gemeinnützige Arbeit, die der philanthropische Firmengründer als seine größte Errungenschaft ansieht.

## Forever global – FOREVER in Deutschland, Österreich und der Schweiz

Wer von Amerika aus als Global Player agieren möchte, muss den Sprung über den großen Teich wagen – und kommt an Europa nicht vorbei. So entschloss sich Rex Maughan im Jahr 1995 für die Gründung von FOREVER Deutschland/Österreich. Damals noch mit Sitz in Frankfurt am Main, während die österreichische Niederlassung seit 2008 in einem repräsentativen Prachtbau im Wiener Botschaftsviertel untergebracht ist und FLP Deutschland sein unternehmerisches Zuhause inzwischen am Rande von München gefunden und sich im malerischen, liebevoll restaurierten Schloss Freiham bestens „eingearbeitet“ hat.

Nach einem 2002/2003 erlebten regelrechten Aloe Vera-Boom in Deutschland sind die Umsätze hier als auch in Österreich und dem seit einiger Zeit ebenso angegliederten Nachbarland, der Schweiz, stabil. „Wir sind stolz auf die Leistung unserer insgesamt 550.000 im Ländertrio D/A/CH agierenden Distributoren, die auch in diesen wirtschaftlich schwierigen Zeiten mit Begeisterung bei der Arbeit und noch immer umsatzstark unterwegs sind. Das zeigt uns, dass auch in diesem europäischen Bereich noch Entwicklungspotenzial für FOREVER vorhanden ist. Ein Potenzial, das unserer Meinung nach bisher nicht ausgeschöpft wurde, da Network Marketing in Europa noch nicht so populär ist und in seiner Begrifflichkeit wohl mehr und weiter erklärt werden muss. Und daran arbeiten wir ebenso wie am Ausbau unserer hiesigen Stellung als Best in Class-Anbieter und Innovator“, so Dr. Florian Kaufmann, Geschäftsführer von FOREVER Deutschland/Österreich/Schweiz.



*Mit in Europa 15 Millionen verkauften Gel-Flaschen pro Jahr ist Forever Living Products Spitzenreiter bei den Aloe-Vera-Getränken. Über 60 Millionen angebaute Aloe-Vera-Pflanzen und eine Produktion von mehr als 32 Millionen Litern purem Aloe Vera Gel pro Jahr machen FOREVER zum weltweit größten Hersteller und Vertreiber von Aloe-Vera-Produkten.*



Derzeit wird in Deutschland gut die Hälfte des FOREVER-D/A/CH-Umsatzes erwirtschaftet, die beiden Nachbarländer teilen sich die verbleibenden 50 Prozent. Zu den absoluten Topsellern zählen die



FLP Headquarter in Scottsdale, Arizona, USA



Die berühmte Southfork Ranch aus der TV-Serie Dallas gehört auch Rex Maughan

Aloe Vera-Getränke, gefolgt von ARG1+ und dem Aloe Vera Gelly. Von den in Europa vertriebenen 164 FLP-Produkten bleiben also noch gut 158, die in den kommenden Jahren ordentlich „gepusht“ werden wollen. Dennoch sieht Dr. Kaufmann entspannt in die Zukunft und freut sich auf die in wenigen Wochen stattfindende FOREVER Challenge im italienischen Riva del Garda: „Unser Business ist kein 100-Meter-Lauf, sondern ein Marathon. Wir setzen auf kleine, aber konstant aufeinander folgende Schritte – denn das ist gesund für FOREVER und unsere Vertriebspartner.“

## Und wo will FLP in der Zukunft hin? Noch höher, noch weiter?

Jetzt, in diesen ökonomisch heiklen Zeiten, die uns alle fordern wie wohl noch nie zuvor?

Rex Maughan weiß, wo er, wo sein Unternehmen FOREVER hin will, hin soll: „In den vergangenen 35 Jahren haben wir viele Veränderungen und auch Erschwernisse erlebt – und ich habe immer gesagt, dass Veränderungen gut sind, wir im Geschäftsleben nicht still stehen dürfen, den Wandel willkommen

heißen müssen. Und ich glaube daran, dass die Nachfrage nach qualitativ hochwertigen Produkten, erstklassiger Führung und einem starken Marketingplan unseren Erfolg gerade in Zeiten wie diesen stabilisiert. Allerdings weiß ich auch, dass es nicht ausreicht, wenn wir uns den ständig verändernden Anforderungen des Marktes nur anpassen – wir müssen zusätzlich auch wachsen. Dies wiederum wird möglich, indem wir den hohen Standard unserer Produkte halten, unser Sortiment fortwährend mit Innovationen bereichern und unseren hervorragenden Marketingplan mit neuen Märkten auf dieser Welt teilen. Bisher sind wir in über 150 Ländern präsent – bei weltweit 190 Ländern bleiben uns da noch etwa 40 Expansionsmöglichkeiten und auch in unseren Stammländern haben wir noch immer nicht alle Personen mit unseren Produkten und unserer Business-Idee erreicht. Wir dürfen nicht vergessen, dass





die Menschen heute älter werden und mehr Verantwortung für ihre Gesundheit übernehmen denn je zuvor – dürfen nicht vergessen, dass ihr Interesse an alternativen Methoden und einer grundsätzlichen gesundheitlichen Verbesserung ebenso wächst, wie der Wunsch nach einem besseren Lebensstil und der Verwirklichung ihrer Träume. So lange dies so bleibt, sehe ich noch keinen Sättigungspunkt in unserem Geschäftsbereich – und damit ein immer noch

bestehendes Wachstumspotenzial, das FOREVER ausschöpfen kann, soll, muss!“.

So fühlt, denkt, spricht Rex Maughan – und jetzt trotz seines gereiften Alters immer noch um den Globus, ist immer noch auf der Suche nach neuen Möglichkeiten und Geschäften, nach Menschen, die seine Vision teilen und weiter in die Welt tragen möchten. Dies tut er heute noch genau so wie vor 35 Jahren – immer getreu dem Motto:

# Forever Living = Forever Aloe, Forever biggest, Forever und ewig!

(AP)

Die erste Global Rally von FOREVER auf Hawaii ist ein gigantisches Event gewesen. Auf dem wunderschönen Hawaii, der förmlich nach Blumen duftenden Insel im Pazifik mit seinen atemberaubenden Naturschönheiten, haben sich alle Qualifikanten der ersten Global Rally von FOREVER versammelt.

Insgesamt wurden im Rahmen des Chairman's Bonus sagenhafte 21.623.325 Dollar (umgerechnet 16.588.500 Euro bzw. 20.370.000 Schweizer Franken) überreicht! Den höchsten Scheck hat Rolf Kipp erhalten: Der deutsche Double Diamond Manager kann sich über fast 1,2 Millionen Dollar freuen. Viele weitere DACH-Distributoren (Deutschland / Österreich / Schweiz) präsentierten auf Hawaii stolz ihre Bonus-Schecks – und feierten ein grandioses Fest unter Palmen! Weltweit ist FOREVER in über 150 von 195 derzeit existierenden Ländern vertreten. Firmengründer Rex Maughan hat in einer bewegenden Rede über seinen eigenen Werdegang berichtet – von seinem hart arbeitenden Vater auf der Ranch in Idaho, wo er schon als Kind in den Ferien von morgens bis abends mithelfen musste, bis hin zum ersten eigenen Milliardenumsatz 1988 – und appellierte eindringlich an alle:

„Arbeitet nur mit positiven Menschen – verschwendet keine Zeit, die negativ Denkenden umzustimmen. SMILE!!! Be a positive thinker: The power of FOREVER is the power of love!“.

Verschiedene Projekte von der Wohltätigkeitsorganisation FOREVER Giving der letzten Jahre wurden vorgestellt – beispielsweise für die Opfer des Hurrikan Sandy oder der Umweltkatastrophen auf den Philippinen, aber auch Engagements für Familien in Phoenix. Zwei Schecks in Höhe von jeweils 50.000 Dollar wurden auf der Bühne an Hawaiianische Organisationen übergeben, die sich um kranke Kinder kümmern. FOREVER Deutschland/Österreich/Schweiz unterstützte die Initiativen gleich vor Ort durch den Kauf sogenannter Aloe-Babys im Hawaii-Look – einem Geschenk von Managing Director Dr. Florian Kaufmann an jeden Qualifikanten.



## Neue Produkte für Schönheit & Wohlbefinden

FOREVER Flawless – das ist eine neue luxuriöse Sonya Kosmetik-Linie, die in Hawaii unter großem Jubel vorgestellt wurde. Diese innovative Serie spricht mit ihren natürlichen und perfekt aufeinander abgestimmten Farben jede Frau an – ist auch für diejenigen perfekt, die auf einen absolut natürlichen Look stehen oder sich bisher vielleicht auch gar nicht geschminkt haben.

Eine grandiose erste Global Rally – und, last but not least, wurde verraten, wo man sich im nächsten Jahr trifft. Wir sagen nur: See you in London – dort steigt die Global Rally 2014!

## Länder Top Ten

Gespannt verfolgten alle Teilnehmer die Bekanntgabe der diesjährigen Länderrangliste – DACH war wieder unter den Top Ten im internationalen Ranking.

### DIE AKTUELLEN FOREVER TOP-TEN-LÄNDER:

- Platz 1: Brasilien
- Platz 2: Japan
- Platz 3: Indien mit Sri Lanka
- Platz 4: Nigeria
- Platz 5: Türkei mit Kasachstan, Kirgistan, Aserbaidschan, Irak
- Platz 6: USA & Kanada
- Platz 7: Deutschland, Österreich & Schweiz
- Platz 8: Südafrika
- Platz 9: Frankreich mit Algerien, Marokko, Guinea, Guadeloupe, Mauritius, Martinique, Réunion Island, Französisch Guyana, Tunesien
- Platz 10: Großbritannien mit Island

# Aloha Forever



## Neuestes Flaggschiff von FOREVER

Der aktuelle Coup von FOREVER ist die Eröffnung eines gigantischen Vertriebszentrums im Business Park Borchwerf, strategisch günstig zwischen den Häfen von Rotterdam und Antwerpen gelegen. Das Gebäude verfügt über 17.000 Quadratmeter Fläche – und ist damit zwei Mal so groß wie das Olympische Stadion in Athen, allein durch 15 riesige Tore können Im- und Export-Lieferungen entgegengenommen werden. Seit der Eröffnungsfeier, die am 18. Mai stattfand, werden von hier aus täglich mindestens 7.000 Pakete an Distributoren in mehr als zehn Länder verschickt. Bei der Eröffnung des Vertriebszentrums war fast das gesamte Executive Team von FOREVER aus den USA vor Ort, Firmengründer Rex Maughan wurde mit einem Gabelstapler auf die Bühne gebracht. Insgesamt haben über 2.300 Gäste – darunter Distributoren aus ganz Europa – das Grand Opening auf FOREVER Top Niveau verfolgt.

Neben der Abwicklung der Distributorenaufträge wird über FOREVER Direct auch die gesamte Massenfracht in die EMEA Region (Europa, Naher Osten und Afrika) in mehr als 90 Länder abgewickelt. Das vollautomatisierte Werk schafft 125 Arbeitsplätze. Von außen schimmert das hochmoderne Gebäude gold-metallic, in den topmodernen, stylischen Büros harmonisieren die Hauptfarben von FOREVER – ein großer Aloe-Garten sorgt ebenfalls für Flair. Von einer Verbindungsbrücke im ersten Stock aus können Besucher die Abläufe hautnah verfolgen.

Ein europäisches Vertriebszentrum, das die Lieferkette von FOREVER weiter optimieren wird. Schon heute ist der Name FOREVER weltweit ein Symbol für Gesundheit, Schönheit und Erfolg – und eine unglaubliche Reise, die so viele Menschen seit der Firmengründung vor genau 35 Jahren mit Rex Maughan erlebt haben. Die Weichen für eine vielversprechende Zukunft sind gestellt.

Hier noch ein Rex Maughan Erfolgstipp für unsere Leserinnen und Leser:

*Das Wichtigste: Helfen Sie anderen, ihr Ziel zu verwirklichen – und Ihr eigener Erfolg wird automatisch folgen. Denken Sie immer daran, das Gute nicht für selbstverständlich anzusehen. Jeder Tag bietet eine neue Möglichkeit, sich über die Erwartungen hinaus zu erheben. Jeder Tag ist ein Geschenk.*



## Dietmar & Christel Reichle

### Diamond Manager Deutschland

Dietmar Reichle fühlt sich „committed – committed to FOREVER“.

„Bei FOREVER ist der Unternehmens-Name Programm – und Network Marketing ein Business, das mir unendlich viel Spaß macht.

So viel Spaß, dass ich dieses Geschäft 24 Stunden am Tag lebe und niemals das Gefühl habe, tatsächlich zu arbeiten. Einfacher geht's wirklich nicht: Ich tue tagtäglich nur zwei Dinge – Produkte empfehlen, von denen ich ohnehin begeistert bin und angenehme Kontakte pflegen, das heißt, ich kümmere mich um meine Kunden.

So bin ich die Nummer 9 aller FLP-Distributoren dieser Welt geworden – das klingt unglaublich, ist aber wahr!“

# DIETMAR & CHRISTEL REICHLER



**K**eine Frage, dass für Dietmar Reichle und seine Frau Christel, die gemeinsam als FOREVER-Power-Paar agieren, nie etwas anderes als Network Marketing oder ein anderes Unternehmen als FLP in Frage käme. „Ich kenne kein anderes Unternehmen, das solch einen Kundennutzen, also derart sensationelle Produkte bietet – und außerdem alles andere zur Verfügung stellt, was man als Vertriebspartner braucht, um rundum erfolgreich zu sein. Und Erfolg heißt für mich: Gutes Geld verdienen und gleichzeitig auch noch ausreichend Zeit zu haben, um meinen Erfolg zu genießen, denn nur dann führe ich ein erfülltes Leben und bewege mich nicht wie ein Hamster in einem Hamsterrad. FOREVER bietet mir und meiner Frau diese Erfüllung – und das seit nunmehr 12 Jahren!“.

Die Hamsterrad-Nummer kennt Dietmar Reichle tatsächlich selbst, hat sie in seinem „Leben vor FOREVER“ vielfach erlebt. Er weiß leider (oder Gott sei Dank?) nur zu gut, wie es ist, rund um die Uhr zu arbeiten, dabei (wenn überhaupt) nur mäßig zu verdienen und nicht weiter zu kommen, seine Lebensqualität über Jahre hinweg nicht verbessern zu können – und hat sich gerade deshalb irgendwann ganz bewusst für FOREVER entschieden.

Dieses „Irgendwann“ ergab sich für Dietmar Reichle in einem Lebensabschnitt, da er sich schon hinreichend als Tausendsassa und Arbeitstier bewiesen hatte – und trotzdem noch immer nicht dort angekommen war, wo er eigentlich hin wollte.

1959 im badischen Meßkirch geboren, absolvierte er hintereinander je eine Ausbildung als Krankenpfleger, Bürokaufmann und Konditor, war auf der MS Europa als Discjockey unterwegs und eröffnete anschließend zwei Cafés, arbeitete nebenher als Verkäufer für Werbezeiten beim privaten Rundfunk und betrieb SB-Sonnenstudios. Jede dieser Tätigkeiten entpuppte sich früher oder später in irgendeiner Weise als unbefriedigend – und 1993 schließlich war Dietmar Reichle offen für etwas Neues, für eine Veränderung. Das Neue kam in Form einer Einladung daher – eine Einladung zu einem Herbalife-Meeting in Konstanz. Der damals 34-Jährige ging hin, hörte sich alles an, stieg dann ins Business ein und gab Vollgas, gehörte nach nur 10 Monaten zum Herbalife Millionaire Team. Damit erkannte er Network Marketing als jenes Zuhause, das er sich immer gewünscht hatte

– aber auch, dass Herbalife selbst nicht „sein“ Unternehmen war, denn die dahinter stehende Philosophie harmonierte nicht mit seiner Persönlichkeit, seiner ureigenen Philosophie. Also machte er sich mit einem eigenen Network Marketing-Unternehmen selbständig – mit einem herausragenden Produkt, das so herausragend war, dass es sich nie verbrauchte, ergo nie nachbestellt wurde und nicht gerade für horrenden Umsätze sorgte. Die Konsequenz für Dietmar Reichle: weiter suchen – aber diesmal nach einem Network Marketing Unternehmen, das wie angegossen passte. Und genau da lief ihm sein späterer Sponsor und damit FOREVER über den Weg, man ließ ihn seinen ersten Schluck Aloe probieren – und der passionierte Networker wusste, dass es passt, wie maßgeschneidert sitzt.

Das war am 16. März 2001 – der Tag, an dem Dietmar Reichles Reise in den Erfolg begann. Eine Reise, auf die der jetzt im schweizerischen Kreuzlingen lebende Badener seine Frau Christel mitnahm.

„Wir beide vertreiben zusammen monatlich Produkte im Wert von 12.000 bis 15.000 Euro, davon zu 80 Prozent an Stammkunden. Auf Hawaii haben wir uns gerade unseren bisher höchsten Bonus-Scheck abgeholt – 115.770 Euro. Wir sind nicht nur auf diesen Betrag stolz, sondern auch auf unser Team, mit dem wir diese Leistung in gemeinschaftlicher Arbeit erbringen konnten. Das Team ist alles, denn ohne Team funktioniert Network Marketing nicht. Das Geschäft muss auf zwei soliden Beinen stehen, braucht Kunden und Partner, die duplizieren – es muss verkauft und gesponsert werden.“

Dietmar Reichle gibt unumwunden zu, dass ihm Geld, die gerechte Belohnung für seine Arbeit und die seiner Frau, wichtig ist – aber genauso wichtig oder noch wichtiger ist es ihm, andere in den Erfolg zu führen und wachsen zu sehen, füreinander da zu sein. Das findet er besonders schön in seinem Beruf, den er als seine Berufung erkannt hat – und in dieser Hinsicht ist er zu 100 Prozent einer Meinung mit seinem großen Vorbild, FOREVER-Gründer Rex Maughan.

Das Ehepaar Reichle wird also ganz sicher auch in Zukunft „committed to FOREVER“ sein, das Network Marketing-Business weiterhin täglich „ohne Arbeits-Gefühl“ leben – und auf diese Weise forever ein erfülltes Leben führen. (AP) ✓