

25 Jahre Direktvertrieb

Interview mit **Wilfried Metzger** – Geschäftsführender Gesellschafter der HYLA International GmbH & Co KG



Wilfried Metzger – Geschäftsführender Gesellschafter der HYLA International GmbH & Co KG

„Wenn man das Marktpotenzial für mein Produkt kennt, gibt es für die Zukunft kein Limit.“

»Seine addressen – Finanz-Stuttgart-Herausgeber **Christof R. Sago** traf sich mit **Wilfried Metzger**, dem alleinigen Inhaber der HYLA International GmbH & Co KG, zum Gespräch. Der Filialstädter Unternehmer Wilfried Metzger, der mittlerweile mit seinem Produkt HYLA in mehr als 80 Ländern vertreten ist, berichtet über seine mehr als 25-jährige Erfahrung im Direktvertrieb. Das Interview fand in der Firmenzentrale der HYLA International GmbH & Co KG in Filialstadt statt.

Herr Metzger, was bedeutet eigentlich Direktvertrieb?

Der Direktvertrieb kann auf eine lange Tradition zurückblicken. Hier werden verkäufertaugliche Produkte direkt beim Endverbraucher vorgestellt. Dies geschieht in Form von Produktpräsentationen im Hause des Interessenten oder es werden mehrere Interessenten gleichzeitig (Partyverkauf) zu einer Produktpräsentation eingeladen.

Und wie können Sie, Herr Metzger, zum Direktvertrieb?

Nach Abschluss meiner Berufsausbildung zum Industriemechaniker und nach Beendigung der Bundeswehr stellte sich die Frage nach der weiteren beruflichen Laufbahn. Da ich schon immer vertriebsorientiert dachte und mich dadurch mit der Materie beschäftigte, begann ich, mich intensiv über mögliche Vertriebsformen zu informieren.

Durch einen glücklichen Zufall bekam ich meine ersten Kontakte zum Direktvertrieb. Und bereits 1987 gründete ich meine erste eigene Firma, die Metzger Vertriebs GmbH, die Reinigungsmittel vertrieb.

Heute sind Sie der Chef von tausenden Vertriebspartnern weltweit. Wie baut man ein solches Netzwerk auf?

Zuerst muss man ein Produkt haben, mit dem man sich zu 100% identifiziert. Dieses Produkt habe ich 1982 mit HYLA gefunden. Als ich die weiteren Vertriebsrechte für die HYLA-Produkte übernahm, wurde ausschließlich in Produktionsland Slowenien verkauft. Die HYLA-Produktion bestand damals aus den zwei Eigentümern, Herrn Pogacar und Herrn Ejovic, beiden Ingenieuren, und einigen wenigen Mitarbeitern. Wie man so sagt: Alles Anfang ist schwer... Und so war es auch bei mir. Mit einem Produkt, das keine Karrieren, weltweit Geschäftspartner zu finden, bedurfte wahr Arbeit und eines cleveren Willens. Das Vertrauen in die Qualität des Produkts und die Geschäftspartner war und ist ebenfalls ein Kriterium.

Wie hat sich Ihr Geschäft mit HYLA in den letzten 25 Jahren entwickelt?

Mein großes Ziel war es schon immer, weltweit tätig zu sein. Diese Chance hatte und habe ich nach heute mit HYLA. In der Zwischenzeit wurde aus dem damals unbekanntem Produkt HYLA eine Marke und ein weltweit tätiges Unternehmen. In über 60 Ländern wird der HYLA erfolgreich angeboten und weltweit, ständige Produktinnovationen und Weiterentwicklungen haben uns in der Branche die Luft- und Raumreinigungspalette zu einem marktführenden Anbieter gemacht. Auch die Gründung der HYLA International GmbH & Co KG in 1999 war ein wichtiger Schritt in internationale Geschäft.

Wie sehen Sie die Zukunft des Direktvertriebs in Bezug auf die

weltweit wachsende Interessengruppe?

Die Mehrheit hat sich in den letzten 25 Jahren verändert, Internet und Telemarketing haben auf dem Markt immer Platz gefunden. Jedoch finden Verkauf von Produkten, die jeder kennt, Erklärungsbefähigte Produkte, wie der HYLA, werden auch in der Zukunft direkt beim Endverbraucher vorgestellt werden müssen. Nur so ist gewährleistet, dass der Endverbraucher den Nutzen direkt spüren und erleben kann. Durch den direkten Kontakt unserer Vertriebspartner zum Kunden wird auch ein hervorragender After-Sales-Service gewährleistet.

Wie sehen Sie die Entwicklung Ihres Unternehmens?

Wenn man das Marktpotenzial für mein Produkt kennt, und das ist jeder private Haushalt, dem gibt es für die Zukunft kein Limit! Die deutsche Markt hat sich im letzten Jahr sehr positiv entwickelt, auch unser größter Kunde, HYLA U.S., oder andere Vertretung in Moskau wächst stetig. Neue Länder wie z.B. Indien, China, Katar und andere bestätigen mich darin, die Zukunft positiv entgegenzusehen. Saubere Luft braucht jeder auf der Welt!

Nicht eine Frage zum Schluss: Was ist Ihr Ziel für die Zukunft?

Den Namen HYLA- und die Produktlinie – Wasser als Filter – in die Welt herauszutragen und einen großen Marktanteil zu bekommen. Denn wir haben etwas Besonderes zu bieten. Jeder, der die HYLA sieht, möchte ihn haben!

25 years of direct marketing

»Seine addressen – Finanz-Stuttgart-publisher **Christof R. Sago** met with **Wilfried Metzger**, the sole owner of HYLA International GmbH & Co KG for an interview. The entrepreneur from Filialstadt, **Wilfried Metzger**, talks about direct marketing. He has over 25 years of experience, and his HYLA product is sold in more than 60 countries. What does direct marketing mean?

As the term indicates, products in need of explanation are introduced directly to the end-user. This includes product presentations at the homes of those interested, or if there are several people interested (party sales), they are invited to a product presentation.

And how did you get involved in direct marketing?

After completing my professional training and my military service, I had to decide where to take my career. Since I had always been sales-oriented, I began to learn about the various types of sales. A coincidence brought about my first contact with direct marketing, and in 1987 I founded my first company, Metzger Vertriebs GmbH.