

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.“

»feine adressen – finest« Stuttgart-Herausgeber **Christof R. Sage** traf sich mit **Wilfried Metzger**, dem alleinigen Inhaber der HYLA International GmbH & Co KG, zum Gespräch. Der Filderstädter Unternehmer Wilfried Metzger, der mittlerweile mit seinem Produkt HYLA in mehr als 60 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 Filderstadt statt

Herr Metzger, was bedeutet eigentlich »Direktvertrieb«?

Der Direktvertrieb kann auf eine lange Tradition zurückblicken. Hier werden erklärungsbedürftige 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 kamen 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 Reinigungsprodukte 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 weltweiten Vertriebsrechte für die HYLA-Produkte übernahm, wurde ausschließlich im Produktionsland Slowenien verkauft. Die HYLA-Produktion bestand damals aus den zwei Eigentümern, Herrn Pogacar und Herrn Erjavec, beides Ingenieure, und einigen wenigen Mitarbeitern. Wie man so sagt: Aller Anfang ist schwer... Und so war es auch bei mir. Mit einem Produkt, das keiner kannte, weltweit Geschäftspartner zu finden, bedurfte vieler Arbeit und eines eisernen Willens. Das Vertrauen in die Qualität des Produktes und die Geschäftspartner war und ist ebenfalls ein Kriterium.

Wie hat sich Ihr Geschäft mit HYLA in den letzten 20 Jahren entwickelt?

Mein großes Ziel war es schon immer, weltweit tätig zu sein. Diese Chance hatte und habe ich noch 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 verkauft. Ständige Produktinnovationen und Weiterentwicklungen haben uns in der Branche der Luft- und Raumreinigungsgeräte zu einem namhaften Anbieter gemacht. Auch die Gründung der HYLA International GmbH & Co KG in 1999 war ein weiterer Schritt ins internationale Geschäft.

Wie sehen Sie die Zukunft des Direktvertriebes in Bezug auf das

stetig wachsende Internetangebot?

Der Markt hat sich in den letzten 25 Jahren verändert. Internet- und Teleshopping haben auf dem Markt ihren Platz gefunden. Jedoch für den Verkauf von Produkten, die jeder kennt. Erklärungsbedürftige Produkte, wie der HYLA, werden auch in der Zukunft direkt beim Endverbraucher vorgeführt werden müssen. Nur so ist gewährleistet, dass der Endverbraucher den Nutzen direkt spüren und erkennen 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, dann gibt es für die Zukunft kein Limit! Der deutsche Markt hat sich im letzten Jahr sehr positiv entwickelt, auch unser größter Kunde, HYLA U.S., oder unsere Vertretung in Moskau wächst stetig. Neue Länder wie z.B. Indien, China, Kirgistan und andere bestätigen mich darin, der Zukunft positiv entgegenzusehen. Saubere Luft braucht jeder auf der Welt!

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

Den Namen »HYLA« und die Produktidee – Wasser als Filter – in die Welt hinauszutragen und einen großen Marktanteil zu bekommen. Denn wir haben etwas Besonderes zu bieten. Jeder, der den HYLA sieht, möchte ihn haben!

25 years of direct marketing

»feine adressen – finest« Stuttgart-publisher Christof R. Sage met with Wilfried Metzger, the sole owner of HYLA International GmbH & Co KG for an interview. The entrepreneur from Filderstadt, 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 have 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.