

01 • 10

# OBTAINER

OBTAINER-ONLINE.COM

W O R L D W I D E

Die Macht der  
**EINIGKEIT**

10 Jahre Synergy WorldWide



INSIGHT

*Synergy EU Summit 2010*

# Die Macht der Einigkeit

Text: Tomas Klünner

# Das EU Summit 2010 verspricht ein Event zu werden, das die Bezeichnung „spektakulär“ verdient.

*Die Tage vom 16. bis 18. April 2010 werden etwas ganz Besonderes. Das steht jetzt schon fest. Denn an diesem Wochenende zündet das amerikanische Network-Unternehmen „Synergy WorldWide“ in der „Castello Arena“ in Düsseldorf die nächste Stufe seiner europäischen Vertriebs-Rakete. Das „EU Summit 2010“ verspricht ein Event zu werden, das die Bezeichnung „spektakulär“ verdient. Die „Creme de la Creme“ wird sich die Ehre geben und gemeinsam mit zahlreichen Special- und Ehrengästen, umrahmt von einem außergewöhnlichen Show-Programm, der Expansion des Unternehmens im lukrativen europäischen Markt das entscheidende Momentum verleihen.*

**S**ich gegenseitig fördern und daraus gemeinsamen Nutzen erzielen – das ist die Essenz des griechischen Wortes „Synergie“, oftmals und kürzer mit „Zusammenarbeit“ übersetzt. In diesem Sinne freut sich der OBTAINER, Ihnen mit dieser Titelstory die Chance, die mit Synergy WorldWide verbunden ist, klar vor Augen zu führen. Denn die Daten und Fakten, die es rund um die Firma aus Provo, Utah, zu vermelden gibt, sprechen eine deutliche Sprache. Aber lassen Sie uns dort beginnen, wo es sich gehört – am Anfang.

„Wenn Du wissen willst, wie die Zukunft eines Unternehmens wird – schau Dir seine Vergangenheit an“, lautet ein kluger Rat. Viele Networker haben in der Vergangenheit schwer bereuen müssen, diesem Rat nicht gefolgt zu sein. Wer heute mit dem Gedanken spielt, sich in den kommenden Jahren ein residuales Einkommen und einen überdurchschnittlichen Lifestyle zu erarbeiten, tut jedenfalls gut daran, ihn zu beherzigen, denn mindestens 80 % aller Network-Unternehmen

„sterben“ innerhalb der ersten fünf Geschäftsjahre. Synergy jedoch startet nunmehr nicht nur ins elfte Jahr, sondern kann zudem auf ein Mutterunternehmen verweisen, das seit beinahe 40 Jahren überaus erfolgreich am Markt tätig ist: Nature's Sunshine Inc., das wohl größte und renommierteste Unternehmen auf dem heißumkämpften US-amerikanischen Markt für Nahrungsergänzungsmittel. Ein milliardenschwerer, börsennotierter Gigant. Das gibt den Vertriebspartnern von Synergy WorldWide eine Sicherheit, die in den heutigen, krisengeschüttelten Zeiten einen hohen Wert darstellt.

Doch der Erfolgsweg von Synergy beginnt mit der Weitsicht und dem Talent von Dan Higginson, dem Gründer und Vorstandsvorsitzenden. Aus einem persönlichen Erlebnis heraus entwickelte er die Vision, ein Unternehmen aufzubauen, das Menschen in aller Welt hilft, gesünder und wohlhabender zu werden. Auf einer Dienstreise in den rauen Südwesten Amerikas erkrankt Dan Higginson schwer. Eine einheimische Familie der Navajo-Indianer pflegt ihn wieder gesund. Dies bringt ihn zum ersten Mal in Kontakt mit den Heilkräften der



Natur. Wenig später hat Dan, gerade frisch verheiratet, einen tragischen Autounfall, bei dem er sich die Wirbelsäule bricht. Dies konfrontiert ihn mit der Aussicht, nie wieder laufen und seine Träume nicht länger verfolgen zu können. Doch genau an diesem Tiefpunkt trotz er dem Urteil der „Experten“ und kämpft bis zu seiner vollständigen Genesung. Er wendet sich alternativen Heilmethoden zu und tatsächlich: Eine Kombination der Produkte mehrerer MLM-Firmen hilft ihm, seine Gesundheit zurückzugewinnen!

Von da an kennt Dan Higginson seine Lebensaufgabe. Gemeinsam mit einigen Freunden gründet er im Jahr 1999 „Synergy WorldWide“. Dan entscheidet sich für den Namen „Synergy“, weil dieser seine Vision von Einheit und Einigkeit widerspiegelt und dafür steht, dass Menschen, die zusammenarbeiten, mehr erreichen als es jeder Einzelne von ihnen alleine könnte. „Das Ganze ist mehr als die Summe seiner Teile“, diese Kernaussage der „Synergetik“ genannten Wissenschaft trifft auf das von Dan Higginson gegründete Unternehmen in besonderem Maße zu und findet Ausdruck im Signet des Unternehmens, das einen Kreis sich umfassender Arme zeigt. Ein solch synergetisches Zusammenspiel der verschiedenen Erfolgsfaktoren ist unerlässlich, wenn ein Unternehmen das Ziel hat, die magische Marke von „1 Milliarde Dollar Umsatz“ zu erreichen. Und dieses Ziel ist gesetzt. Dank der Klugheit und dem Realitätssinn eines strategisch denkenden Managements auf einen machbaren Termin – den 31. Dezember 2014.

## K1 – Die Firma

Wenn wir die sechs „Konvergenzen“ betrachten, also jene Faktoren, die synergetisch zusammenwirken müssen, wenn Großes entstehen soll und nach deren Zusammentreffen jeder, der ernsthaft nach einer Geschäftsidee sucht, auf der Ausschau ist, so stellen wir fest, dass sich Synergy in einer beneidenswerten Position befindet: Alle sechs Bereiche werden auf geradezu exemplarische Art und Weise erfüllt. Schauen wir uns die einzelnen Konvergenzen einmal etwas näher an. Der



**SYNERGY**  
leave a legacy

erste Bereich lautet „Company“, also „Firma“. Dan Higginson ging beim Aufbau von Synergy einen ungewöhnlichen Weg, der sich jedoch im Rückblick als sehr effizient erwiesen hat: Dan startete zunächst im japanischen Markt! Eine Entscheidung, die bei vielen Beobachtern eine Menge Stirnrünzeln verursachte – schließlich gilt Japan als der schwierigste und am härtesten umkämpfte MLM-Markt der Welt! Nicht zuletzt dank des von Dan entwickelten Vergütungsplans gelang es Synergy, nach nur neun Monaten ein derartiges Momentum zu entwickeln, dass die Firma am Ende ihres ersten Ge-



schäftsjahrs vom „Entrepreneur-Magazin“ auf Platz acht der am schnellsten wachsenden US-Unternehmen gewählt wurde. Eine Auszeichnung, die bei der Eröffnung des amerikanischen Marktes sicherlich hilfreich war. Die Dynamik, die Synergy dann im „Heimatland des MLM“ beim Vertriebsaufbau entwickelte, weckte das Interesse von „Nature’s Sunshine Products, Inc.“ (NSP), der heutigen Mutterfirma. Die Bündelung der Kräfte mit dem 1972 gegründeten und an der NASDAQ gelisteten „Wellness-Giganten“ brachte Synergy eine ganze Reihe schöner Synergie-Effekte, deren wichtigs-

ter sicherlich in der Nutzung der Produktionsanlagen von Nature’s Sunshine besteht. Der „Deal“ wurde im November 2000 abgeschlossen – und seit dem ist das Wachstum von Synergy geradezu überwältigend.

Heute lässt Synergy in der Produktionsstätte von NSP in Spanish Fork, Utah, produzieren. Durch eine 21 Millionen US-Dollar teure Erweiterung der hochmodernen Produktionsanlage übertrifft diese die Anforderungen der Regierung an die „Good Manufacturing Practice“ ebenso wie die Richtlinien der Weltgesundheitsorganisation für die „Herstellung und Sicherung der Qualität von Arzneimitteln“ und erfüllt alle pharmazeutischen Standards. Die mehr als 250.000 Quadratmeter große Produktionsanlage umfasst neben einem klimatisierten Auslieferungslager auch eine Laborausstattung auf dem neuesten Stand der Technik. Die auf diese Weise sichergestellte Qualität der Produktpalette lässt die Vertriebsstrukturen nicht nur in Japan und anderen asiatischen Märkten wie Taiwan, Thailand und Singapur boomen – dort aber ganz besonders, wie der Bericht von OBTAINER-Herausgeber Michael Sander über die „Geburtstagsfeier“ zum 10jährigen Synergy-Jubiläum zeigt, die im Herbst 2009 in Tokio stattgefunden hat (s. Seite 18).

## K2 – Das Management

Zusammenfassend können wir festhalten, dass Synergy mit NSP im Hintergrund im Bereich „Company“ optimal aufgestellt ist, permanent expandiert und sich mittlerweile in einer Vielzahl von Ländern am Markt etablieren konnte. Diese Erfolge sind nicht zuletzt dem hervorragenden Management zu verdanken, der zweiten Konvergenz, die es zu betrachten gilt. Neben dem Gründer und CEO Dan Higginson finden wir hier unter anderem Präsident Dan Norman, Marketing-Chef Tyler Rippey und den Leiter der Produktion, Stewart Rutter. Gemeinsam stehen sie für mehrere Jahrzehnte Network-Erfahrung und fundiertes wirtschaftliches Know-how. Auch die für die Regionen zuständigen Führungskräfte zeichnen sich



“L-Arginin beeinflusst das gesamte Gefäßsystem. Da es zur Entspannung der Arterien beiträgt, kann das Blut besser durch den Körper fließen. Außerdem besitzt L-Arginin eine unerwartet positive Auswirkung auf die reduzierte Bildung von Zahnstein. Wir können die Kraft von L-Arginin nicht länger ignorieren!”

— Dr. J. Joseph Prendergast,  
Mitglied des Medizinischen Beratungsgremiums  
von Synergy

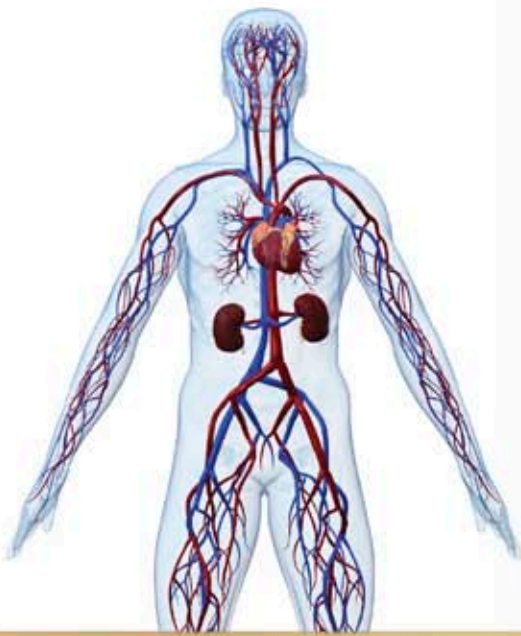
durch umfangreiches Fachwissen und hohe Kompetenz aus: Ben Magalai, geschäftsführender Direktor und Präsident für Japan, Thorsten Müller, Generalmanager für Mitteleuropa und Bengt Emanuelsson, Generalmanager für Skandinavien, um nur einige zu nennen. Die strategischen Entscheidungen der Vergangenheit haben sich bislang durchweg als „goldrichtig“ erwiesen – vom Timing der Markteröffnungen bis hin zur vorbildlich strukturierten Online-Präsenz, die potenzielle Interessenten schnell und umfassend informiert. Die Vision von Dan Higginson, das Motto „Leave a legacy“ (Hinterlasse ein Vermächtnis) und die Legacy-Foundation, eine von Synergy ins Leben gerufene Wohltätigkeitsorganisation, bilden gemeinsam die „sinnstiftende Klammer“, die diesen Durchbruch erhebt. Die volle Punktzahl also, auch in diesem Bereich.

## K3 – Die Produkte

Kommen wir zu Konvergenz Nummer 3: Die Produkte. Die bis hierhin schon aufgeführten Vertriebsfolge zwingen zu der Erkenntnis, dass die Produkte einfach funktionieren MÜSSEN – denn anders wären diese Erfolge niemals zu erklären. Was aber ist das Geheimnis der Synergy-Produkte? Es sei hier verraten: Das Geheimnis liegt im Zusammenspiel – in der Synergie – von drei außergewöhnlichen Produkten, die gemeinsam ein System bilden, das „V3“ genannt wird. Es handelt sich dabei um die Produkte „Chlorophyll“ (in Europa „PhytoLife“), „Mistify“ und „ProArgi-9 Plus“. Schauen wir uns diese Produkte einmal etwas näher an.

„PhytoLife“, beinhaltet all das „Grünzeug“, das wir so dringend benötigen, um gesund zu bleiben. Den Grundbaustein für alles, was grün ist, bildet bekanntermaßen das Chlorophyll, ein Stoff, der chemisch eng verwandt ist mit Hämoglobin, dem Grundbaustein unseres Blutes. Da moderne „Zivilisationsmenschen“ dazu neigen, viel zu wenig Obst und Gemüse zu sich zu nehmen, befindet sich mittlerweile bei fast 90 % aller Menschen in den industrialisierten Ländern der PH-Wert des Blutes im „sauren Bereich“. Die Fähigkeit von „PhytoLife“, diese Säure zu neutralisieren und das Blut wieder in den basischen Bereich zurück zu führen, hat – im Zusammenspiel mit einem hervorragenden Preis-Leistungs-Verhältnis – dafür gesorgt, dass „PhytoLife“, auf den asiatischen Märkten zu einem absoluten Top-Produkt avanciert ist.





„Mistify“, das zweite Produkt im V3-System, ist ein Saft, der alleine schon genug Potenzial hat, ein großes Network-Marketing-Unternehmen am Markt zu etablieren. Das haben in der Vergangenheit Aloe Vera, Noni, Mangostan und andere Naturprodukte hinreichend bewiesen. Der Saft der Acai-Frucht, einer Pflanze, die von der im Amazonasgebiet lebenden Urbevölkerung seit Jahrhunderten als Nahrung und Medizin genutzt wird, zeichnet sich durch den höchsten ORAC-Wert aus, der jemals bei einer Frucht gemessen wurde. Die Kraft der Acai-Beere, die so genannten „freien Radikale“ zu neutralisieren, ist somit höher als bei allen anderen Früchten – weshalb die Pflanze bei den Einheimischen wohl auch „Baum des Lebens“ genannt wird.

Der Dritte im Bunde der Synergy-V3-Produkte ist „ProArgi-9 Plus“, der Topseller, der das oftmals auch als „Wundermolekül“ be-

zeichnete L-Arginin enthält, welches zahlreiche nachgewiesene gesundheitsfördernde Eigenschaften hat. Die Entdeckung der sensationellen Eigenschaften von L-Arginin wurde im Jahr 1998 mit dem Nobelpreis für Medizin belohnt. Seit dem herrscht bei pharmazeutischen Firmen wie auch in der Lebensmittelindustrie ein gigantisches Interesse an diesem Stoff und es wurden große Summen in die Erforschung gesteckt.

„ProArgi-9 Plus“ wurde in Zusammenarbeit mit den führenden L-Arginin-Forschern entwickelt, darunter J. Joseph Prendergast und andere Experten für das menschliche Herz-Kreislauf-System. Ohne in die Details zu gehen, nur soviel: Der menschliche Körper produziert nur bis zur Mitte des zweiten Lebensjahrzehntes ausreichend Stickstoffmonoxyd (NO). Ab der Mitte des vierten Lebensjahrzehntes gilt NO-Mangel dann als eine der zentralen Ursachen für den Alterungsprozess und die damit





oftmals verbundenen Herz-Kreislauf-Probleme. Denn der Botenstoff NO übt zahlreiche positive Wirkungen auf die Blutgefäße aus und gilt daher als gefäßschützender Faktor. Zu den wichtigsten physiologischen Wirkungen von Stickstoffmonoxid zählt, dass es an der Regulation des Blutdrucks beteiligt ist, die „Anheftung“ von Leukozyten verhindert und somit der Entstehung von Atherosklerose vorbeugt, die Zusammenlagerung von Blutplättchen (Thrombozytenaggregation) reduziert und damit zum Schutz vor Herzinfarkten beiträgt, sowie der Verengung von Blutgefäßen entgegenwirkt. Dass „ProArgi-9 Plus“ quasi „nebenbei“ auch noch die „sexuelle Performance“ seiner Konsumenten unterstützt, sei da nur noch am Rande erwähnt ;-)

Die Regulierung des Säure-Basen-Haushalts durch „Phyto-Life“, der hohe antioxidative Schutz durch „Mistify“ und die Stärkung des Herz-Kreislauf-Systems durch „ProArgi-9 Plus“ – das ist das „synergetische Zusammenspiel der Kräfte“, das den Erfolg von Synergy WorldWide ausmacht und gleichzeitig ein Alleinstellungsmerkmal darstellt, das in der Branche seines gleichen sucht. Auch im Bereich „Produkte“ ist das Unternehmen also bestens positioniert.

## K4 – Der Vergütungsplan

Schauen wir uns also die nächste Konvergenz an, den Vergütungsplan. Spätestens an dieser Stelle wird es schwierig, nicht von einem Superlativ zum nächsten zu stolpern, hat Dan Higginson doch mit dem „Synergy Dual Linear Mega-Match® Plan“ ein Vergütungssystem kreiert, das gleichzeitig unglaublich einfach und hochgradig duplizierbar ist. Dabei liegt der Fokus klar auf dem Teamaufbau. Mit diesem Plan hat Synergy hinreichend bewiesen, dass es absolut möglich ist, einen legalen und langfristig funktionierenden Binär-Plan am Markt zu etablieren – und dass ein solcher Plan in der Lage ist, überdurchschnittliche Einkommen in unterdurchschnittlich kurzer Zeit hervorzubringen. Diesen Plan hier vollständig zu erklären, würde den Rahmen sprengen, weshalb wir nur die „Basics“ kurz vorstellen.

Es gibt insgesamt sieben verschiedene Möglichkeiten, mit Synergy Geld zu verdienen – vom Produktverkauf mit Gewinnspannen jenseits der 100 %-Marke bis hin zum „Global Share“, einer Gewinnbeteiligung am weltweiten Firmenum-



satz. Neben dem Fast-Start-Bonus, der den raschen Organisationsaufbau befördert, und dem „Resellers Elite Rebate“, der den Aufbau eines Stammes von Endkunden belohnt, gibt es die Basisprovision, den Führungsbonus und den „Mega-Match“, der die eigentliche Besonderheit im Marketingplan von Synergy darstellt: Dieser Bonus ermöglicht es den Synergy-Beratern, ihre Basisprovision Dollar für Dollar mit der aller persönlich gesponserten Mitglieder abzugleichen. Dass dies eine überaus lukrative Art ist, bezahlt zu werden, die ein nahezu grenzenloses Einkommenspotenzial eröffnet, haben nicht zuletzt alle Mitglieder des „Million Dollar Clubs“ bewiesen. In diese firmeninterne „Hall of Fame“ werden all jene Vertriebspartner aufgenommen, die mit Synergy schon mehr als eine Millionen US-Dollar verdient haben. Das stetige Anwachsen dieses illustren Kreises ist der beste Beleg dafür, dass auch in diesem Bereich alle Konvergenzkriterien erfüllt sind.

## K5 – Timing

Wie aber steht es um das „Timing“ und die Situation am Markt, das fünfte Konvergenzkriterium? Vom Feinsten, kann man da nur sagen, denn man muss nicht Paul Zane

Pilzer und seinen Bestseller „Die nächste Billion“ gelesen haben, um zu verstehen, dass „Gesundheit“ das mit Abstand begehrteste Gut in alternden Gesellschaften ist und dass daher wirkungsvolle Produkte, die mehr Vitalität und einen besseren gesundheitlichen Allgemeinzustand zur Folge haben, auf einen gigantischen Markt treffen. Mehrere Studien haben gezeigt, dass die alternden Baby-Boomer bereit sind, für qualitativ hochwertige Produkte aus dem Bereich der Nahrungsergänzung einen beachtlichen Teil ihres Einkommens auszugeben. Das V3-System von Synergy ist offensichtlich angetreten, sich ein großes Stück von diesem Kuchen abzuschneiden. Für Europa kommt derzeit noch ein dickes „Bonbon“ hinzu – der schon erwähnte „EU Summit 2010“. Das Timing könnte kaum besser sein! Die europäischen Top-Leader, allen voran Hakan E. Cetin – über den der OBTAINER Ende 2008 ausführlich berichtete –, arbeiten mit Hochdruck daran, die strategischen Voraussetzungen für das Networking in Polen und Osteuropa, aber auch in Spanien, Skandinavien und Mitteleuropa, zu optimieren. Gleichzeitig rühren sie die Werbetrommel für den Event in Düsseldorf, der die absolute Elite des Unternehmens „Synergy“ vereinigen wird.





Die fünf Topverdiener des Unternehmens haben ihre Teilnahme bereits zugesagt. Jedem Teilnehmer wird es möglich sein, aus ihren Geschichten zu lernen und zu erfahren, was ihnen geholfen hat, dahin zu kommen, wo sie sind. Double Presidential Executive Mark Comer und die präsidentialen Geschäftsführer Dianne und Lorin Leavitt werden ebenso anwesend sein wie William Francis und der „legendäre“ Tomioka-san, der eine der größten Synergy-Organisationen in Japan aufgebaut hat. Dan Higginson und fast das gesamte Synergy-Management werden kommen und Dr. J. Joseph Prendergast und Prof. Dr. R. Böger von der Universität Hamburg werden über die neuesten wissenschaftlichen Entwicklungen berichten. Alle Besucher werden an einer Verlosung teilnehmen, bei der es Reisen

und elektronische Gadgets zu gewinnen gibt, und neben diversen Produktproben und Gratisgeschenken werden alle Teilnehmer viel Motivation, resultierend aus dem aufregenden Wissen, zur rechten Zeit am rechten Ort gewesen zu sein, mit nach Hause nehmen. Halten wir also fest: Auch das fünfte Kriterium ist in jeder Hinsicht erfüllt.

sich ein zweites oder gar drittes „Standbein“ zu suchen, sorgen für einen kontinuierlichen Strom von Interessenten in die Network-Branche. Dort wartet dann – leider noch viel zu selten! – das System, von dem hier die Rede ist: Die „schlüsselartige Existenz“, das „duplizierbare Konzept“. Auch in dieser Hinsicht ist Synergy WorldWide exzellent aufgestellt.



## K6 – Das System

Kommen wir zum letzten Punkt, zum „System“. Nein, nicht zum gegenwärtigen Wirtschaftssystem – obschon auch dieses Ihrem Erfolg im Network Marketing zuarbeitet! Der voranschreitende Verlust „klassischer“ Arbeitsplätze und eine Lohnentwicklung, die immer mehr Menschen dazu zwingt,

Die Tools, mit denen Neueinsteiger mittlerweile starten können, sind absolut professionell. Automatisierte Web-Präsentationen, Online-Konferenzen, digitales Back-Office. Aber auch Broschüren, Workshops und Seminare. Jeder neue Vertriebspartner von Synergy hat so die Möglichkeit, sich sofort auf das Wesentliche zu konzentrieren: Auf das Teilen von Produkten und Geschäftsidee. Der Mega-Match-Vergütungsplan sorgt auf vorbildliche Weise dafür, dass die Zusammenarbeit gefördert und Konkurrenzdenken innerhalb und zwischen den Vertriebsstrukturen überflüssig wird.

Damit wären wir dann wieder beim Thema „Synergie“, der „Zusammenarbeit zum gemeinsamen Wohl“. Sie bildet die Grundlage der Einigkeit, welche das Band des Erfolges webt, das alle verbindet, die in und mit Synergy arbeiten. DAS macht dieses System so erfolgreich!

Womit auch die sechste und letzte Konvergenz gegeben wäre.

Die Rakete kann abheben!