

Hyla Germany GmbH gewinnt Network-Karriere Werte Award 2013

Die Hyla Germany GmbH ist im Juli 2013 mit dem Network-Karriere Werte Award 2013 ausgezeichnet worden. Dieser Ehrenpreis wird von der „Network-Karriere“ verliehen, Europas größter Wirtschafts-Zeitung für den Direktvertrieb. Die Hyla Germany GmbH erhält diesen Preis für ihre vorbildliche und nachhaltige Rolle in der Mitarbeiterführung und Kundenzufriedenheit. Michael Hausenblas, Geschäftsführer der Hyla Germany GmbH, zeigte sich höchst erfreut über die Ehrung: „Diese Auszeichnung bestätigt mir, dass wir mit unserer soliden, wertorientierten Arbeitsweise auf dem richtigen Weg sind. Sie haben mein Wort, dass wir so auch in der Zukunft arbeiten werden!“



Der Gewinner des Network-Karriere Werte Award 2013 wurde unter allen Direktvertriebsunternehmen Deutschlands ausgewählt. Mehr als 126.000 Network-Karriere-Leserinnen und -Leser haben sich in einer Online-Umfrage darüber geäußert, welche Unternehmen und Vertriebsteams sich am Markt besonders Wertekultur-orientiert verhalten und welche Firmen negativ auffallen. Damit die Größenunterschiede und die verschiedenen Anzahlen der Vertriebspartner der Unternehmen

ausgeglichen werden, wurden die Abstimmungsergebnisse nach einem Größenschlüssel gewichtet. Die kleinen und die großen Firmen haben also die gleichen Chancen. Zudem hat die Redaktion über einen Faktor ihre eigenen Erfahrungen mit den am Markt agierenden Network-Marketing-Unternehmen eingebracht. Sie kennt die Firmen und ihre Macher über Jahre ziemlich gut, weiß wo ihre Stärken und Schwächen liegen und ist auch über die berühmten „Leichen im Keller“ informiert.



Network-Karriere möchte mit der Verleihung des Network-Karriere-Wertekultur Award 2013 nicht einige Unternehmen auf einen Sockel stellen und diese als das Nonplusultra bezeichnen. Vielmehr will sie mit dieser Auszeichnungen erreichen, dass sich alle Unternehmen der Network-Marketing-Branche der Bedeutung einer unternehmerischen und menschlichen Wertekultur bewusst sind und diese Wertekultur durch einen entsprechenden Umgang mit ihren Vertriebspartnern, Mitarbeitern und Kunden in der Praxis mit Leben erfüllen.