

# **Der große Network- Marketing Report**

**Die Wahrheit über Network-Marketing**

- Network-Marketing – was es wirklich ist
- Schluss mit unbegründeten Vorurteilen
- Wie Sie ein solides, dauerhaftes Einkommen erzielen
- Wie Sie mit Network-Marketing ein Vermögen machen können
- Gründe, warum Network-Marketing vor einem großen Boom steht
- Wie Sie das richtige Unternehmen finden

## 1. Network- Marketing – was es wirklich ist.

### Nichts ist so beständig wie der Wandel.

Vor 15 Jahren konnte man mit einer Videothek durchaus noch eine berufliche Existenz gründen. Heute kann man sich Filme bereits im Internet bestellen. Videotheken verschwinden in diesen Tagen genauso schnell, wie sie entstanden sind.

Die Notwendigkeit, sich Veränderungen anzupassen, ist wichtiger geworden denn je, denn die Entwicklung vollzieht sich in einer immer schneller werdenden Geschwindigkeit. War z.B. der *Schrift-Setzer* über tausend Jahre ein bedeutender Beruf, so ist er innerhalb von nur wenigen Jahren seit dem Computer-Zeitalter verschwunden. Unsere Kinder kennen diesen Beruf größtenteils schon gar nicht mehr.

Die sich ständig verändernden Voraussetzungen betreffen so gut wie jede Branche. Zeiten ändern sich. Bedürfnisse ändern sich. Mit wenigen Ausnahmen: Wir werden immer essen und trinken müssen. Wir werden uns höchstwahrscheinlich auch in 100 Jahren noch waschen und ankleiden. Und wir werden immer einen Kommunikations- und Fortbewegungsbedarf haben. Aber wir werden in einigen Jahrzehnten möglicherweise kein Benzin mehr verwenden, sondern Wasserstoff. Unsere Häuser werden vielleicht nur noch mit Wind- und Sonnenkraft beheizt, u.s.w.!

**Aber unabhängig davon, welche neuen Märkte, Produkte oder Dienstleistungen entstehen, wir werden immer etwas kaufen und verkaufen. Ohne dem ginge gar nichts.**

Und genau hier, bei den Vertriebswegen, verändert sich ebenfalls ständig etwas. Die Globalisierung ist Realität geworden. Wir stehen alle in einem weltweiten Wettbewerb. Die Folgen sind u.a. erbitterte Preiskämpfe, Verdrängung und eben effektivere Vertriebsformen.

In den 70er und 80er Jahren gab es eine regelrechte "Überschwemmung" mit Network-Marketing Unternehmen. Von Finanzprodukten bis zu Kochtöpfen, Haushaltswaren, Kosmetik-, Schmuck- oder Nahrungsergänzungsprodukten waren schon bald alle Branchen abgedeckt. Hunderte solcher Firmen kamen und gingen und versprachen das große Geld. Doch viele waren nur darauf aus, den Menschen das Geld aus der Tasche zu ziehen.

### Aus dieser Zeit stammen die meisten Vorbehalte gegen Network-Marketing.

Und wir Deutschen wissen aus unserer eigenen Geschichte nur allzu gut, wie lange es dauert, bis Vorurteile wieder abgebaut werden. Doch wir leben jetzt und müssen uns auf eine Zeit vorbereiten, die nicht gerade leichter werden wird:

#### -- Hohe Arbeitslosigkeit

Über 5 Millionen Arbeitslose in Deutschland im Jahre 2005. Selbst die Zahl arbeitsloser Akademiker war noch nie so hoch, wie es heute der Fall ist.

#### -- Rekord-Insolvenzen

40.000 Firmenpleiten allein im ersten Halbjahr 2002 bei den mittelständischen Betrieben. So viele wie nie zuvor. Die Spitze des Eisberges ist dabei noch lange nicht in Sicht. Die Kosten und Steuerbelastungen werden immer höher und gleichzeitig führt der immer härter werdende, globalisierte Wettbewerb mehr und mehr dazu, dass es zu Verdrängungen kommt.

### **-- Weitere, drohende Entlassungswellen**

Wenn bei weiteren Unternehmen das Licht ausgeht, bedeutet dies natürlich, dass auch weitere Arbeitsplätze vernichtet werden. Experten prognostizieren, dass uns die größte Entlassungswelle in nahezu allen Branchen noch bevorsteht. Selbst Berufe, die bisher als "sicher" galten, sind davon betroffen. Und es wird immer schwieriger, einen neuen Arbeitsplatz zu finden oder eine Selbständigkeit ohne hohes Risiko zu gründen.

Verstehen Sie das bitte nicht falsch. Es geht nicht darum Pessimismus zu erzeugen. Ganz im Gegenteil. Aber es ist an der Zeit, die Augen nicht länger vor der Realität zu verschließen und weiterhin darauf zu vertrauen, dass man selbst nicht betroffen sein wird.

Direkt oder indirekt.

### **Sicher ist nur, dass nichts mehr sicher ist.**

Wäre es nicht ein besseres Gefühl, wenn wir unser Leben selbst mehr kontrollieren könnten? Wenn wir selbst entscheiden könnten, wann, wo, wie und mit wem wir arbeiten? Wir haben es selbst in der Hand, für uns und unsere Familien mehr wirtschaftliche Sicherheit zu schaffen und uns unabhängiger von äußeren Einflüssen zu machen, wenn wir zusätzlich ein **zweites Standbein** aufbauen. Eines, das auf **mehreren Säulen** steht und nicht einstürzt, wenn z.B. unsere eigene Arbeitskraft einmal nicht mehr gefragt ist oder ausfällt. Gleichgültig was wir beruflich tun – es besteht eine relativ große Wahrscheinlichkeit, dass dies nicht für den Rest unseres Lebens so bleiben wird.

Freiwillig oder unfreiwillig.

Was wäre, wenn Sie – aus welchen Gründen auch immer – ab morgen kein Einkommen mehr hätten? (z.B. durch Krankheit, Arbeitsplatzverlust, Insolvenz, Aktieneinbruch, etc.)

Ich denke, wir sind uns einig, dass man in einem üblichen Angestelltenverhältnis nie wirklichen Wohlstand erlangen kann. Darüber hinaus begünstigt die Lage am Arbeitsmarkt die Tatsache, dass die meisten Angestellten beruflich nicht sonderlich zufrieden sind. Weil sie wissen, dass es schwer ist, eine andere Anstellung zu finden, sind sie praktisch gezwungen, die Willkür und Launen von Vorgesetzten, Mobbing oder ein schlechtes Arbeitsklima zu "ertragen".

### **Ihr Chef wird immer nur soviel zahlen, damit Sie nicht kündigen. Und Sie werden nur soviel arbeiten, damit Sie nicht gekündigt werden.**

Eigentlich eine unvorteilhafte Voraussetzung für beide Seiten, denn der Arbeitnehmer ist nicht wirklich motiviert, den Erfolg des Unternehmens als seine wichtigste Priorität zu betrachten und das Unternehmen lässt dem Arbeitnehmer kaum einen Spielraum, um persönlich von Gewinnen zu profitieren.

Jeder Mensch kann allein immer nur so viel verdienen wie die eigene Arbeitskraft in der Lage ist zu erwirtschaften. Wir haben alle nur 24 Stunden am Tag zur Verfügung.

Das gilt natürlich auch für Bill Gates (Microsoft-Gründer). Aber warum ist er dann reicher als andere? Arbeitet er härter? Ist er intelligenter? Hat er einfach nur Glück gehabt? Er hat ein Imperium geschaffen, das aus Tausenden von Angestellten, Produktverteilern und Verkaufsstellen besteht. Über sich selbst sagte er einmal, er wäre nichts, ohne seine 20 engsten Mitarbeiter.

Eine bemerkenswerte Aussage!

### **Wie wäre es, wenn Sie sich mit 20 Mitstreitern ein Imperium schaffen könnten?**

**Das ist der Grundgedanke von Network-Marketing. Es ist das Prinzip, Arbeitskraft und Zeit zu multiplizieren. Dieses Prinzip ist keineswegs ungewöhnlich. Jedes Unternehmen ist so aufgebaut.**

### Stellen Sie sich vor, Sie eröffnen ein Restaurant.

Dieses Restaurant hat ein maximales Fassungsvermögen von 50 Sitzplätzen. Und nun nehmen wir einmal an, der Laden läuft so gut, dass Sie ständig ausgebucht sind. Jeder Gast verweilt etwa 2 Stunden in Ihrem Restaurant und verzehrt Speisen und Getränke im Wert von durchschnittlich 10.- Euro. Nach 10 Stunden Öffnungszeit hätten Sie einen Tagesumsatz von 2.500.- Euro gemacht. Geht man davon aus, dass die Kosten (Materialeinsatz, Miete, Personal, etc.) etwa 70% ausmachen, bleibt Ihnen ein Bruttogewinn von täglich 750.- Euro. Da Sie aber sehr wahrscheinlich einen Kredit von – sagen wir – 100.000.- € für das Investitionskapital aufnehmen mussten, bleibt Ihnen persönlich in den ersten Jahren vielleicht nur die Hälfte davon. Das entspräche einem zu versteuernden Jahreseinkommen in Höhe von 135.000.- €. Man könnte also durchaus sagen, Sie sind erfolgreich und haben ein stattliches Einkommen erarbeitet. Selbst die Hälfte wäre immer noch ein sehr guter Verdienst.

Jetzt nehmen wir an, Ihre Spezialität wären Hamburger und Sie machen Ihr Restaurant zur Marke und entwickeln ein Logo mit einem großen **M**. Weil Ihr Konzept so erfolgreich ist, bieten Sie es nur weiteren Franchise-Nehmern an, an deren Umsätzen Sie mit nur 2% beteiligt werden. Sagen wir, im Laufe einiger Jahre konnten Sie insgesamt 100 Franchise-Nehmer gewinnen, die alle einen Tages-Umsatz von 2.500 € machen. Für Sie entspräche dies einem zu versteuernden Einkommen in Höhe von 5.000.- € am Tag. Monatlich wären das etwa 150.000.- € bzw. 1,8 Millionen € im Jahr.

Das ist in diesem Beispiel **13 mal mehr**, als das, was Sie alleine erwirtschaften konnten. Haben Sie dafür härter gearbeitet? Nein. Sie sind lediglich an der Leistung anderer mit nur **2%** beteiligt. Nicht schlecht, oder...?

Eigentlich könnten Sie Ihr eigenes Restaurant jetzt wieder schließen, der Bank auf einen Schlag das Geld für das Investitionskapital zurück zahlen und sich mehr um Ihre Yacht kümmern oder mehr Zeit mit Golfen verbringen. Es ist ohne Frage viel wert, ein gut laufendes Geschäft zu haben. Aber es ist viel sicherer, von einem Netzwerk zu profitieren, das auf vielen Säulen steht. Es ist der effektivere Weg, mehr Geld zu verdienen und gleichzeitig weniger Zeit aufbringen zu müssen (bzw. mehr Zeit für andere Dinge zu haben). Selbst wenn 50% (!) Ihrer Franchise-Nehmer wieder ausfallen, oder wenn Sie statt mit 2% nur 1% an den Umsätzen beteiligt wären, würden Sie weiterhin mehr als 100.- € pro Stunde verdienen (und zwar rund um die Uhr – 365 Tage im Jahr). Das entspricht immer noch einem Jahreseinkommen von fast einer Million Euro.

Würden Sie Ihre Geschäftspartner unter diesen Umständen nicht auch unterstützen und alles tun, um ihnen zu helfen, erfolgreich zu sein?

Nehmen wir an, es würde Ihnen selbst gelingen, nur 10 Franchise-Nehmer zu gewinnen (und nicht 100). Und nehmen wir an, diese 10 Franchise-Partner wären sehr zufrieden mit dem Geschäft. Und nehmen wir weiter an, Sie bitten nun diese Partner, das Geschäft weiter zu empfehlen und machen Ihnen das Angebot, 1% von den Umsätzen an sie abzugeben, die bei den neuen Franchise-Nehmern entstehen und obendrein selbst nur noch *ein* statt *zwei* Prozent an Sie zahlen zu müssen. Jetzt brauchen Sie sich nur noch um 10 Franchise-Nehmer zu kümmern, indem Sie ihnen zeigen wie man das Geschäft betreibt und ihnen helfen, **es genauso zu tun, wie Sie**. Um wie viel leichter ist es **jetzt** geworden, auf die Zahl von 100 Franchise-Nehmern zu kommen...?

### Genau das ist Network-Marketing!

Der Unterschied ist nur, Sie brauchen nicht 100.000.- € Schulden bei der Bank zu machen. Sie benötigen kein Personal, kein Ladengeschäft, kein Lager und tragen praktisch kein Risiko. Einzig und allein Ihr Engagement und eine kleine Anfangs-Investition, die zwischen 250.- und 1.000.- € liegt, reichen, um genau das selbe Resultat erzielen zu können. Es ist eine Tatsache, dass es keine andere Industrie gibt, die in den letzten zwei Jahren mehr Millionäre hervorgebracht hat, als das Network-Marketing. Alle 5 Sekunden steigt irgendwo auf dem Erdball jemand in dieses Geschäft ein!

## Network-Marketing wird in Deutschland oft unterschätzt.

In den USA oder in Japan ist diese Geschäftsform schon längst zu einem wesentlichen Wirtschaftsfaktor geworden und wird sogar an Universitäten gelehrt. Weltweit werden derzeit jährlich über **180 Milliarden US-Dollar** auf diesem Vertriebsweg umgesetzt. Wir reden also über eine nicht gerade kleine Industrie, sondern über eine Größenordnung, die sich mittlerweile zu einem bedeutenden Wirtschaftsfaktor entwickelt hat – bei gleichzeitig überdurchschnittlichen Zuwächsen (trotz Rezession). Dabei steht der große Durchbruch dieser Geschäftsform erst noch bevor. Warum genau, sage ich Ihnen in Kapitel: "Gründe, warum Network-Marketing vor einem Boom steht". Wenn Sie die Zeichen der Zeit erkennen und **jetzt** in dieses Geschäftsmodell einsteigen, werden Sie mittel- und langfristig zweifelsfrei davon profitieren.

Das System macht Sinn, denn anders als bei üblichen Vertrieben beruht Network-Marketing auf der **Weiterempfehlung** von Produkten oder Dienstleistungen.

Network-Marketing macht keine Werbung, sondern lebt von der "Mund-zu-Mund-Propaganda". Eine äußerst effektive Methode, um eine Nachricht zu verbreiten oder um auf ein gutes Produkt aufmerksam zu machen, das schon seit Menschengedenken eingesetzt wird. Network-Marketing spart auch Kosten, die Groß- und Einzelhandel verursachen, weil direkt an den Endverbraucher verkauft wird. Hinter dem Begriff Network-Marketing verbirgt sich also nichts Geheimnisvolles oder etwas "Anrüchiges", sondern ein System der Entlohnung derjenigen, welche die Aufgabe der Werbung (nicht des Verkaufens) "ersetzen". Die Idee des Network-Marketing basiert auf der Erfahrung, dass es nichts Besseres gibt, als empfohlen zu werden.

Aufgrund der vielen Vorteile für den Hersteller, für den Vermittler und gleichzeitig auch für den Kunden, wird sich dieses System in den nächsten Jahrzehnten immer weiter und immer schneller durchsetzen. Es ist eine echte "win-win-win"-Situation.

## **2. Schluss mit unbegründeten Vorurteilen**

Network-Marketing ist zunächst ein ganz normales Handelsgeschäft. Und doch stellt es viele unserer Gewohnheiten auf den Kopf. Die meisten Menschen tun sich schwer damit, neue Wege anzunehmen und umzudenken. Wir glauben, ein gutes Produkt zu kaufen, nur weil wir es hundert mal im Fernsehen in einem Werbespot, in ganzseitigen Anzeigen oder auf Plakaten gesehen haben. Die Werbung arbeitet mit ungeheuren psychologischen Einflüssen, die so geschickt genutzt werden, dass es uns nicht einmal bewusst wird. Die Medien haben eine unvorstellbare Macht. Sie können unsere Meinungen steuern und uns zu einem bestimmten Verhalten verführen. Die Folge ist, dass die meisten Verbraucher eher ein bekanntes Markenprodukt wählen, weil sie im Unterbewusstsein davon ausgehen, dass dies mit Qualität verbunden ist. Doch auch das stimmt oft nicht. In der Regel bezahlt man mehr für die Verpackung und den Marken-Namen als für das eigentliche Produkt. Dem Verbraucher wird suggeriert, dass er "in" sein muss und so kauft er eher das Produkt, **welches er glaubt zu kennen**. Was man nicht kennt, ist fremd. Und was fremd ist, betrachten wir vielfach mit einer ablehnenden Haltung. Doch auch das, was bei Markenprodukten beworben wird, muss noch lange nicht "drin" sein.

### **Oder sind Sie der Meinung, dass uns die Werbung immer die Wahrheit verspricht?**

Die Produkte, die von den seriösen Network-Marketing-Unternehmen angeboten werden, sind oft von viel besserer Qualität und bieten in der Regel zusätzliche Vorteile, sie sind nur nicht so bekannt. Dies mag einer der Gründe sein, warum manche Menschen ihnen skeptisch begegnen.

### **Im Folgenden die häufigsten Vorurteile und Missverständnisse:**

## **-- Network-Marketing ist ein unseriöses Pyramiden- oder Schneeballsystem**

Das ist ein folgenschwerer Irrtum und eine weit verbreitete Unwissenheit. Einer der Hauptgründe, warum sich viele Menschen erst gar nicht näher mit Network-Marketing beschäftigen und sich somit selbst der Chance auf ein lukratives Geschäft berauben.

Dieser Punkt sollte zunächst erst mal klar sein, bevor wir an dieser Stelle noch etwas deutlicher werden. Ja, es hat eine Reihe solcher illegalen Pyramiden-Systeme gegeben, die in der Regel schnell "aufflogen" und sich dann noch schneller wieder auflösten. Leider wurde dies insbesondere von den Medien aufgrund mangelnder Recherchen immer wieder mit dem Begriff Network-Marketing in Verbindung gebracht, so dass es nicht verwunderlich ist, dass viele – verunsichert durch Unwissenheit – alles in einen Topf geworfen haben. In Deutschland gibt es längst klare gesetzliche Regelungen, die ein solches "Verfahren" eindeutig untersagen ([§ 6c des UWG gegen den unlauteren Wettbewerb](#)). Solche Methoden haben nichts mit Network-Marketing zu tun. Der Gesetzgeber unterscheidet sehr wohl zwischen einem legalen Network-Marketing Unternehmen oder einem illegalen Schneeball- bzw. Pyramiden-System. Beides gleichzeitig gibt es nicht.

Illegale Pyramiden-Systeme "tarnen" sich zwar gerne als Network-Marketing-Unternehmen, um sich selbst als eine legale Vertriebsorganisation darzustellen. Leider ist es auch hier nicht anders als in anderen Branchen: Schwarze Schafe, Abzocker und Betrüger schädigen die sauberen Unternehmen.

### **Doch Pyramiden-Systeme erkennt man vor allem daran,**

- dass sie entweder keine greifbaren Produkte vertreiben - "Scheingeschäft"
- dass man sich in das Unternehmen mit einer größeren Summe einkaufen muss - "Investition"
- dass Waren mit einer überzogenen Mindestabnahme bestellt werden müssen - "Kellerware"
- dass man sich in eine höhere Stufe im Vergütungsplan "einkaufen" kann - "Chancenverzerrung"
- dass man monatliche Mindestzahlen (Vertriebspartner / Umsatz) zu erbringen hat - "Leistungszwang"
- dass sich die Waren von einer Ebene zur nächsten immer mehr verteuert - "Scheinumsatz"
- dass derjenige, der früher einsteigt, immer mehr verdienen wird - "keine Leistungsgerechtigkeit"

Je mehr es vorrangig um Geld geht und je verlockender die Verdienstmöglichkeit zu sein scheinen, die schön gerechnet dargestellt werden, umso mißtrauischer und wachsamer sollte man sein.

**Es gibt kein legales "über-Nacht-reich-werd-Konzept".**

Unsauber operierende Schein-Firmen sind gekommen und genauso schnell wieder verschwunden. Leider haben sie enttäuschte Partner hinterlassen und damit natürlich für einen negativen Ruf gesorgt. Es sind die "schwarzen Schafe", die das offiziell anerkannte Network-Marketing missbrauchen und so tun, als wäre es dasselbe. Doch das gerät mehr und mehr in die Geschichtsbücher und sollte als "Erfahrungsphase" zum Ende des letzten Jahrhunderts verstanden werden.

### **Ein legales Network-Marketing-Unternehmen hat mit all dem nichts zu tun!**

#### **Die gute Nachricht ist:**

Network-Marketing Unternehmen (welche offiziell unter dieser Vertriebsbezeichnung auftreten dürfen), die nachweislich rechtlich geprüft auf dem Markt sind und sich fest etabliert haben, können so gut wie ausnahmslos als seriös und rechtlich "sauber" bezeichnet werden. Sie alle haben sich speziell deshalb bewährt, weil sie mit Substanz und einer moralisch korrekten Ethik arbeiten. Sie sind zuverlässig und verfügen über eine Logistik, die denen großer Versandhäuser in Nichts nachstehen. Diese Unternehmen werden die Giganten von morgen sein und viele alte Vertriebsformen überholen. Und zwar genau deswegen, weil sie dem "Normalverbraucher" die Chance geben, daran zu partizipieren. Dies wird dazu führen, dass besonders Einzelhändler davon betroffen sein werden. Ihnen kann im Besonderen nur geraten werden, sich auf diese Entwicklung rechtzeitig einzustellen und Network-Marketing nicht als "Feind" zu betrachten, sondern als Vertriebsform der Zukunft, die schon heute (zunächst als zweites Standbein) genutzt werden kann.

Experten prognostizieren, dass im Jahr 2010 ca. 75% der Bevölkerung entweder Kunde oder Vertriebspartner bei einem Network-Unternehmen sein werden.

Wir dürfen selbst nicht den Fehler begehen, alles in einen Topf zu werfen. Vom Prinzip her ist nichts gegen einen Schneeball-Effekt zu sagen. Ein einfacher, kleiner Schneeball kann eine Lawine auslösen. Und dies sollte lediglich als "Bildnis" verstanden werden, was deutlich machen soll, wie dynamisch die Entwicklung in einem Netzwerk sein kann. Auch gegen Pyramiden ist nichts einzuwenden. Die stabilsten und sichersten Bauwerke der Welt wurden in Ägypten errichtet und gelten auch noch im dritten Jahrtausend als unübertroffen – trotz der technischen Möglichkeiten von heute.

Es ist in diesem Zusammenhang übrigens mal interessant zu wissen, dass die Franchise-Industrie anfangs mit ähnlichen Klischees zu kämpfen hatte. Ende der 50er Jahre wären Franchise-Unternehmen in den USA sogar fast verboten worden. Bei einer Abstimmung im US-Kongreß fehlten ganze 11 Stimmen. Der Grund: Man betrachtete sie zunächst als "Pyramidensysteme". Zum Glück kam es nicht zum Verbot, denn heute stellt die Franchise-Industrie einen nicht mehr wegzudenkenden Wirtschaftsfaktor dar, dem weltweit Millionen von Menschen ihren Arbeitsplatz verdanken.

### **-- Network-Marketing ist etwas für Träumer und nichts "Handfestes"**

Dieses Vorurteil hat sehr viel mit dem Image von Network-Marketing zu tun. Denn neben der Notwendigkeit Geld verdienen zu müssen, strebt jeder Mensch natürlich auch nach gesellschaftlichem Ansehen. Es klingt eben nach was, wenn man sagen kann: "Ich bin Medienmanager" oder "Ich arbeite bei der Bank". Wie hört sich das überhaupt im Network an? "Ich bin Networker"...?

Wenn Sie Medienmanager sind, bleiben Sie doch Medienmanager. Wenn Sie bei der Bank arbeiten, arbeiten Sie doch weiter bei der Bank. Aber nutzen Sie zusätzlich eine clevere Geschäftsmöglichkeit, das ist alles.

Wissen Sie, woher dieses Vorurteil kommt? Es ist dieselbe Klischee-Kategorie wie beim allgemein bekannten Spruch: "Wer nichts wird, wird Wirt!" (Mal ganz nebenbei – es gibt viele Wirte, die es zu Wohlstand und finanzieller Unabhängigkeit gebracht haben.)

**Um es ganz klar zu sagen: Zu glauben, Network-Marketing sei nur etwas für Träumer und nichts "Handfestes", ist purer Unsinn!**

Warum aber dennoch einige Menschen dieses Bild haben, hängt damit zusammen, dass manche Network-Unternehmen auf Geschäftspräsentationen den Leuten geschickt vorgaukeln, wie leicht es doch sei, quasi "über Nacht" reich zu werden. In aller Regel geht es vorrangig immer nur um das schnelle, große Geld. Und genau das erzeugt all die Missverständnisse und führt genau zum Gegenteil von dem, was Network-Marketing tatsächlich zu leisten im Stande ist: Nämlich jedem Menschen eine solide und dauerhafte Einkommensquelle zu ermöglichen.

Dabei ist das Prinzip Network-Marketing ein effizientes und intelligentes Geschäftsmodell. Eine echte Chance für jung und alt, Mann oder Frau, Vermögende oder finanziell Notleidende. Das Problem ist nur, dass man in den meisten Fällen nicht gezeigt bekommt, wie's wirklich geht!

Es sind im Prinzip nur einige und einfache Regeln, die aber erst einmal gelernt sein wollen. Und hier beginnt das nächste Missverständnis. Ohne es auch nur ansatzweise in Frage zu stellen, wird es wie selbstverständlich akzeptiert, dass man einen Beruf, wie Arzt oder Automechaniker erst einmal erlernen muss. Ironischer Weise glauben aber viele Menschen bereits alles über Network-Marketing zu wissen und sind nicht bereit, etwas anzunehmen bzw. zu lernen. Auch das ist von elementarer Bedeutung – um nicht zu sagen, es sollte eine der **Grundvoraussetzungen** sein.

Man kann selbst Experte in einem anderen Fachgebiet sein. Man kann selbst als Geschäftsführer eines großen Unternehmens unter Beweis gestellt haben, wie erfolgreich man ist. Man kann Professor an einer Universität oder Architekt sein – niemand wird die Kompetenz auf diesen Gebieten in Frage stellen, aber es bedeutet noch lange nicht, dass man die richtigen Eigenschaften und Kenntnisse für Network-Marketing besitzt. Oft sind es die einfachsten Leute, die sehr erfolgreich sind. Nicht, weil das Geschäft etwas für die "ungebildete Schicht" ist, sondern weil sie es weniger kompliziert machen.

### Es ist nicht kompliziert, man muss nur wissen wie es geht!

Daher ist es entscheidend, das richtige Unternehmen mit der richtigen Philosophie zu finden und einen Sponsor zu haben, der wirklich aktive Hilfe beim Aufbau des eigenen Geschäftes leistet und in der Lage ist, die richtige Herangehensweise zu vermitteln.

Das ist der ganze Unterschied.

Dann ist Network-Marketing nichts für Träumer, sondern eine erstklassige Chance für Jedermann und jede Frau, sein eigenes Leben verändern und verbessern zu können, sofern es ein seriöses Network-Marketing-Unternehmen ist, dem man sich anschließt.

**Network-Marketing ist genauso etwas "Handfestes" wie jedes andere Unternehmen auch. Diejenigen, die in dieser Industrie erfolgreich sind, haben höchsten Respekt verdient.**

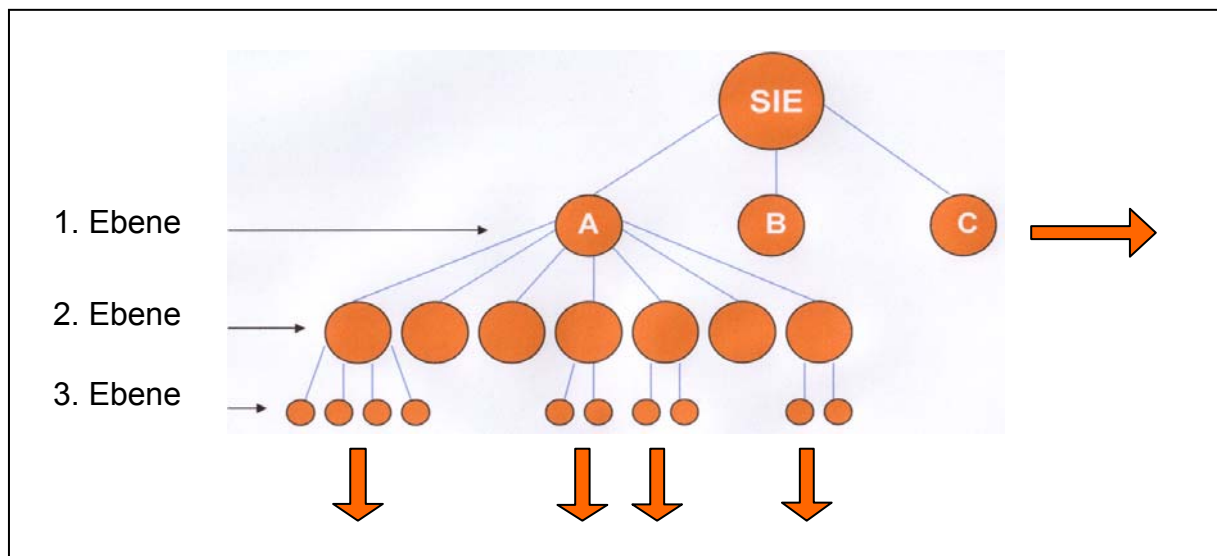
### **-- Bei Network-Marketing verdienen immer nur "DIE DA OBEN"**

Stimmt und stimmt doch nicht.

Wenn Sie ein bekanntes Markenprodukt kaufen, verdienen dabei etwa nicht "die da oben"? Der Unterschied ist doch nur, dass ein klassischer Hersteller nicht *die* Menschen bezahlt, die sein Produkt weiterempfehlen, sondern dieses Geld in Werbung steckt, die uns das Produkt aber letztlich auch nur "empfiehlt". Natürlich ist es so, dass diejenigen, die eher in das Geschäft eingestiegen sind, von den Ergebnissen profitieren, die von anderen, die danach gekommen sind, erzielt werden. Bei einem fairen Vergütungsplan (Marketingplan) lässt das System aber zu, dass jemand, der später gekommen ist, **erfolgreicher** sein kann, als jemand, der schon längere Zeit dabei ist.

**Klingt unlogisch? - Ist es aber nicht!**

Um das zu erklären, müssen wir allerdings ein wenig fachliches Wissen voraussetzen. Wir sprechen von "Downline" (das ist die Vertriebsorganisation, die unter Ihnen entsteht) und "Upline" (die Ebenen, die über Ihnen stehen). Dann gibt es noch den Begriff der "Linien" und "Ebenen". Die erste Ebene sind die Personen, die Sie persönlich kontaktiert und in das Geschäft gebracht haben. Die zweite Ebene sind die Personen, die Ihrer ersten Ebene (Ihren persönlichen Partnern) ins Geschäft gebracht wurden, u.s.w.



*Diese Grafik soll ein Beispiel demonstrieren.*



**Beispiel:**

Stellen wir uns vor, Sie würden drei neue Vertriebspartner gewinnen (A, B und C). Das ist Ihre erste Ebene. Die werben ihrerseits wiederum neue Vertriebspartner an. Das wäre dann deren erste und Ihre zweite Ebene. A hat es geschafft, in seiner ersten Ebene insgesamt 7 neue Partner zu gewinnen. Sie selbst haben es auf drei gebracht (A, B und C). **Wer wird nun mehr verdienen?** Sie profitieren zwar von Ihrer gesamten Downline (also auch von den Erfolgen von A), aber werden unter Umständen erst dann mehr verdienen, wenn die Downlines Ihrer anderen Partner (B oder C) ebenfalls weiter wachsen oder wenn Sie selbst ebenfalls mehr als drei Partner in Ihrer eigenen, ersten Ebene aufgebaut haben. Es wird A zwar nie möglich sein, Sie in der Hierarchie (Struktur) zu überrunden, aber er hat die gleichen Chancen, wie Sie, kann mehr verdienen als Sie und kann im Unternehmen einen wichtigeren Status einnehmen als Sie. Sie wären dann lediglich der Sponsor oder die Upline eines sehr erfolgreichen Partners. Das ist zwar nicht schädlich für Ihr Geschäft, im Gegenteil, aber die höhere Anerkennung bekommt immer der, der auch mehr geleistet hat. Daher ist es auch völlig ohne Bedeutung, wie viele Ebenen über Ihnen stehen oder wer sich über Ihnen befindet, wenn Sie in ein Network-Marketing Geschäft einsteigen.

**Entscheidend ist einzig und allein, was Sie bereit sind zu leisten.**

Sie verdienen nicht an Ihrer "Upline" sondern ausschließlich an Ihrer "Downline".

Doch sie verdienen auch deshalb an Ihrer Downline, weil Ihnen Ihre Upline erst einmal dabei hilft, einen Downline aufzubauen und weil Sie von dem Erfahrungsschatz Ihrer Upline profitieren. *Der Franchise-Nehmer einer Hamburger-Filiale ist auch ein selbständiger Geschäftsmann - und doch profitiert er von dem Konzept, das sein Franchise-Geber einmal aufgebaut und erprobt hat. Und er profitiert von den vielen anderen Schwester-Filialen, die sein Produkt bekannt machen. Denn wer schon einmal in einer anderen Stadt in einem solchen Restaurant gut bedient wurde, geht vielleicht auch gerne in Ihres.* Versuchen Sie also die Person, die Sie auf das Geschäft aufmerksam gemacht hat, nicht zu übergehen. Erstens wäre es dem- oder derjenigen gegenüber unfair (Sie würden es umgekehrt ja auch nicht gut finden), zweitens hat es diese Person verdient, fair behandelt zu werden (immerhin sind Sie so auf die Geschäftsmöglichkeit aufmerksam gemacht worden).

Das Schöne an dem System ist, Sie können sich über jeden einzelnen Erfolg, der in Ihrer Downline erzielt wird, freuen. Denn auch Sie profitieren davon. Neid ist hier völlig fehl am Platz. Denken Sie um. Beim Network-Marketing gibt es kein "Stühle-Sägen" oder "Mobbing". Es ist auch Ihr Erfolg, wenn Sie anderen dabei helfen, erfolgreich zu werden. Es ist ein "sich gegenseitig Unterstützen"! Einige tun sich schwer damit, dies zu verstehen, weil sie es aus der eigenen Firma anders gewohnt sind.

Und noch etwas, betrachten Sie Ihre Schwesterlinien als Konkurrenz. Der Erfolg eines jeden Einzelnen in einem Network-System ist letztendlich vorteilhaft für alle.

Und wenn Sie sich mit entsprechendem Leistungseinsatz eine Organisation aufgebaut haben, würden Sie es als unfair empfinden, wenn Sie nicht auch die Früchte ernten können, indem Sie an allen Umsätzen beteiligt werden, die in Ihrer Gruppe entstehen?

**Warum soll es also ungerecht sein, wenn "die da oben" auch an Ihren Umsätzen verdienen? Ihr Chef tut das doch auch!**

Anstatt also lange darüber nachzudenken, sollten Sie lieber die Chance nutzen und anfangen. Und zwar jetzt. Andere werden diese Chance auch in Zukunft ergreifen. Warum wollen Sie nicht die Möglichkeit nutzen, dass diese Menschen vielleicht Teil Ihrer eigenen Organisation sein könnten?

Hüten Sie sich allerdings vor Geschäftsmodellen, bei denen Sie erst einmal mehrere Tausend Euro zahlen sollen und bei denen es angeblich um das schnelle und leicht verdiente Geld geht. Hier könnte sich der Verdacht durchaus bestätigen, dass nur "die da oben" verdienen. Solche Firmen kommen und gehen innerhalb kürzester Zeit. Das hat nichts mit einem soliden Geschäftsaufbau zu tun.

Lassen Sie sich auch nicht von *ganz Neuen, jetzt noch viel besseren, Schnellreichtsystemen* überzeugen. Achten Sie darauf dass das Unternehmen schon einige Jahre am Markt ist, denn nur dann kann auch gewährleistet werden, dass Sie sich in einem sicheren Unternehmen befinden. Es gibt Unternehmen am Markt, welche schon viele Jahre bestehen und sich erst im Verlauf der Firmengeschichte für Network-Marketing entschieden haben. Wichtig ist nur, dass das Mutterunternehmen erfolgreich am Markt etabliert ist. Unternehmen die aus dem Boden sprießen ohne Background, sind zu 95% zum Scheitern verurteilt.

**Network-Marketing ist einfach aber nicht leicht.** Und "nicht leicht" bedeutet nicht "harte Arbeit". Es muss nur erst einmal gelernt werden. Es braucht Zeit und Standfestigkeit. Sie sind Ihr eigener Boss. Niemand ist da, der Sie dazu verpflichten kann, etwas zu tun. **Das bedeutet Selbstdisziplin**, - und abends mal auf die Quizshow oder auf "Gute Zeiten, schlechte Zeiten" zu verzichten. Und genau das ist für viele Menschen eben nicht leicht. Doch es ist möglich, dass man sich selbst dazu erziehen kann.

### **-- Ich kenne keinen, der für Network-Marketing in Frage kommt**

Eigentlich müsste es heißen: "Ich habe Angst davor, die Leute anzusprechen, die ich nicht kenne... und ich glaube, dass die Leute die ich kenne es sowieso nicht machen werden!" Da sollte man sich aber nicht täuschen. Einer der größten Fehler, den die meisten Menschen machen, ist der, andere Menschen schon im Vorfeld zu beurteilen. Jeder – aber wirklich jeder – kommt in Frage.

Die, von denen ich geglaubt habe, sie machen es nicht,  
die machen es.  
Und die, von denen ich geglaubt hatte, sie machen es,  
die machten es nicht.

Es sollte auf keinen Fall darum gehen, den eigenen Freundes- und Bekanntenkreis "abzugrasen". Fakt ist, dass es da draußen von zukünftigen, potentiell erfolgreichen Network-Marketing Stars nur so wimmelt. Es werden Krafffahrer sein, es werden Manager sein, es werden Hausfrauen sein, Universitäts-Professoren, Bankangestellte, Steuerberater, Polizeibeamte, Elektriker und Geschäftsleute. Sie alle haben einen gemeinsamen Nenner: Sie wollen teilhaben an einer sehr effektiven Möglichkeit, mehr Geld und/oder mehr Zeit und Lebensqualität zu verwirklichen.

Die eigenen Bedenken, genau solche Personen zu finden und sie für die eigene Organisation zu gewinnen, hält manchen davon ab, es überhaupt zu versuchen. Denn wenn wir absolut sicher wären, dass wir ab morgen fünf oder sogar zehn echte *Rennpferde* in unserem Team hätten, würden wir das Geschäft sofort beginnen. Und wer jetzt NEIN sagt, kann an dieser Stelle ruhig aufhören weiter zu lesen, denn er belügt sich selbst!

### **Einige gute Leute für die eigene Organisation zu gewinnen, das ist der Schlüssel.**

Es würde bedeuten, dass wir uns selbst mehr und mehr zurücklehnen könnten, weil diese Personen das Geschäft unter uns weiter erfolgreich aufbauen würden. Richtig?

Richtig! Aber das geht natürlich nicht von heute auf morgen. Solche Leute muss man erstmal finden. Und um 5 erfolgreiche Partner in der eigenen Downline zu haben, muss man möglicherweise insgesamt 10 Partner gefunden und mindestens 20 oder vielleicht sogar 30 Personen angesprochen haben. Richtig? Bleiben wir bei der Realität. Die Wahrheit ist, dass die Quote in der Regel höher liegt. Lassen Sie sich nicht vormachen, dass man nur ein paar Menschen auf die Geschäftsmöglichkeit aufmerksam machen muss und schon läuft alles wie von selbst. Wenn man angeblich mit so wenig Aufwand sehr viel verdienen kann, ist meistens etwas faul! Wieviele Menschen wären Sie bereit zu kontaktieren, um Ihre Ziele zu erreichen? Um ein besseres Leben zu führen, finanziell unabhängig zu sein und sich für den Rest Ihres Lebens abzusichern? 50? - 80? oder 100 ???

Legen wir mal eine sehr negative Prognose fest. Sagen wir, Sie müssten 1.000 oder 2.000 Menschen kontaktiert haben (nur ansprechen, nur fragen - nicht überzeugen), um ein großes Geschäft zu haben und überdurchschnittlich zu verdienen. Das scheint unmöglich?

*Wenn Sie nun (ein Jahr lang) täglich mit 5 Menschen Kontakt aufnehmen würden?*

Beispiele: Bäcker, Busfahrer, Postbote, Zeitungsverkäufer, Imbissladen, Arzt, Blumenladen, Menschen auf dem Flohmarkt, Tankwart, ein kurzer Smalltalk an der Bushaltestelle, etc., etc.

Wenn es einen Weg gäbe, wie Sie diese Personen auf das Geschäft aufmerksam machen könnten, ohne etwas verkaufen zu müssen (täglich nur 5, summiert sich in einem Jahr auf stattliche 1.825 Personen), glauben Sie dann, dass 5 gute Networkpartner hängen bleiben könnten?

**Das entspricht einer Erfolgsquote von mickrigen ca. 0,3%! Erscheint Ihnen das realistisch?**

Ich sage Ihnen: Es geht überhaupt kein Weg daran vorbei, dass Sie auf diesem Weg erfolgreich werden.

Das hat in keiner Weise etwas mit verkäuferischer Raffinesse zu tun. Es ist schlicht das Gesetz der Zahl. **Kein Geheimnis - Kein Trick - Sondern Fakt!**

Stellen Sie sich vor, Sie machen ein Jahr lang täglich nur 5 Personen auf die Geschäftsmöglichkeit aufmerksam und Sie ernten 1.800 mal ein "nein Danke - kein Interesse", finden aber 25 Menschen, die in Ihr Geschäft mit einsteigen werden. 10 werden es vielleicht nur zum Einkauf nützen, 10 werden daraus einen kleinen Nebenverdienst machen und 5 Partner werden ihrerseits ihre Downline erfolgreich wachsen lassen. Und die werden Sie finden! - Dann haben Sie ein Jahr lang insgesamt 1.825 Menschen angesprochen – nicht mehr und nicht weniger. Es bedeutet aber, dass Sie damit regelmäßiges Einkommen erzielen können, dass Sie vielleicht bereits zu diesem Zeitpunkt finanziell unabhängig macht.

Von nun an unterstützen Sie nur noch diese 5 Partner, die Ihr Geschäft zum Erfolg führen. Theoretisch kann dieses Ergebnis auch schon nach einem Monat erreicht werden. Aber das ist wieder Theorie. Es gibt tatsächlich solche Fälle, doch sind das die Ausnahmen. Nach dem realistischen Zeitraum von etwa einem Jahr gibt es allerdings kaum einen Zweifel, dass Sie Ihr Ziel erreichen werden.

Und wenn Sie jetzt denken, 5 Kontakte werden Sie nicht schaffen, dann machen Sie doch 2-3 und es dauert dann eben zwei Jahre, um das gewünschte Ergebnis zu erzielen. Würde sich das nicht auch lohnen?

Die Gewinnzone (break even) kann jedoch schon nach wenigen Wochen erreicht werden – Und das praktisch ohne finanzielles Risiko.

Und noch mal - es geht nur um einen kurzen Kontakt - eine Frage! Sie wechseln mit Ihrem Gegenüber zwei bis drei Sätze. Erklären werden Sie das ganze Network-System nur denjenigen, die nach dem Kontakt auch wirklich Interesse bekunden. **Wie heißt es so schön: Fragen kostet nichts!**

Welches andere Geschäftsmodell kann Ihnen das bieten?

Ich verspreche Ihnen schon jetzt, dass Sie auch nach einem Jahr nicht aufhören werden weiterhin mit Menschen zu sprechen, weil es anfangen wird, Ihnen Spaß zu machen. Das Gesetz der Zahl funktioniert. Die Erfolgreichsten haben es vorgemacht. Wer sich für einen bestimmten Zeitraum konsequent daran gehalten hat, wurde unweigerlich erfolgreich.

Es gibt dabei nicht eine einzige Ausnahme. Es funktioniert.

Man muss nur bereit sein, es anzuwenden. Das Rad muss nicht neu erfunden werden. Aber wenn man will, dass es sich dreht, muss man selber wenigstens losfahren.

### Und wie spricht man die Menschen an bzw. wie genau geht man vor?

Nun, eine gute Upline und seriöses Unternehmen wird Ihnen genau dabei helfen! Es wird Ihnen zum Start eine (zumeist kostenlose) Einarbeitung garantieren und Ihnen ein Programm von Kursen oder Seminaren anbieten. Aber Vorsicht! Wenn dieser "Unterricht" teuer ist, liegt der Verdacht nahe, dass man Sie abzocken will. Das Ziel eines Networkers ist nicht der Verdienst über Kurse, sondern über den Umsatz. Allerdings braucht ein erfahrener Networker sein Wissen auch nicht kostenlos anzubieten. Schließlich könnten sie das hier erworbene Wissen in Zukunft auch in anderen Bereichen oder Unternehmen anwenden. Davon hätte Ihr "Lehrer" dann aber nichts. Erkundigen Sie sich einmal bei der IHK über die üblichen Preise von Tageskursen und Seminaren. Hier finden Sie eine seriöse Grundlage für Ihre Einschätzung. Achten Sie auch darauf, dass Sie nur von Menschen geschult werden, die Ihr Wissen aus der Praxis bezogen haben und nicht nur aus der Theorie. "Redner" hat unser Land nämlich schon genug und die haben uns nicht weit gebracht.

### **-- Verkaufen ist nichts für mich**

Viele haben die Auffassung, Network-Marketing ist "verkaufen". Und verkaufen kann, oder will ich nicht.

Auch hierzu muss man etwas ausholen, wenn man wirklich verstehen will, warum diese Geschäftsform nahezu für jeden – aber auch wirklich für jeden – geeignet sein kann.

Manchmal wird behauptet, dass es sich in keiner Weise um eine Verkaufstätigkeit handelt. Manche meinen noch eins drauf legen zu müssen, indem sie potentiellen Mitarbeitern glauben machen wollen, dass ihnen die Kunden praktisch von allein, wie Taubeneier in den Mund fliegen und dass es sich um ein konkurrenzloses Produkt handelt, welches man nur zu verteilen braucht.

Es ist schön, hin und wieder zu träumen, aber ich rate Ihnen, sich von diesen Aussagen fern zu halten. Wer solche "Argumente" liefert, will Ihnen etwas schön reden. Es gibt nicht das *eine* Produkt, das sonst keiner hat, und - niemand kann in allen Bereichen immer nur der Beste sein. Die eine Firma hat hier ihre Vorteile, eine andere dort. Mal ist das eine Unternehmen die Nummer Eins, mal ein anderes. Auch die Songs der "Beatles" waren nicht alle in den Charts. Und nicht alle ihrer Hits waren eine Nummer Eins. Trotzdem gehören sie zu den erfolgreichsten Musik-Bands aller Zeiten.

Natürlich ist es wichtig, dass das Produktangebot besondere Merkmale oder Vorteile aufweist, die sich von anderen Produkten auf dem Markt abheben. Aber es wird immer auch andere Unternehmen geben, die zumindest teilweise etwas Vergleichbares anzubieten haben. Hier gilt ebenso: Bei einem Produkt ist das eine Unternehmen besser – bei dem anderen hat eine andere Firma die Nase vorn.

Viel wichtiger ist es, dass ein Unternehmen bestrebt ist, sich den ständig ändernden Nachfragen anzupassen. Wie die Beatles auch ständig neue Songs kreiert haben, sollte auch ein Network-Marketing Unternehmen daran arbeiten, neueste Technologien und Innovationen zu integrieren bzw. auf den Markt zu bringen. Achten Sie also darauf, ob ein Unternehmen schon viele Jahre alte Socken schwingt, oder ob sich das Unternehmen und die Angebote weiter entwickelt haben. **Das ist Substanz!**

Doch zurück zum Verkauf.

Zunächst gibt es allgemein ein sehr unterschiedliches Verständnis für den Begriff "verkaufen". Oft wird verkaufen mit Assoziationen verbunden wie: Vertretertätigkeit oder Haustürgeschäfte, was man mit psychologisch geschulten Raffinessen und Penetranz gleichgesetzt.

Das ist Schnee von gestern. Wir leben im 21. Jahrhundert. Der professionelle Vertrieb hat heute nur noch dann langfristig Erfolg, wenn qualifiziert und ehrlich beraten wird. Man kann durchaus kurzfristig Geld verdienen, indem man andere Menschen durch Täuschungen versucht übers Ohr zu hauen. Aber ein zweites Mal wird man diesen Kunden dann sicher nicht mehr zu einem Kauf bewegen können. Ein Unternehmen, das sich an diese Spielregeln nicht hält, wird keine zwei Jahre überstehen.

Die Zeiten, in denen ein Staubsaugervertreter den Fuß in die Tür stellt, sich in überrumpelnder Form Zugang in eine Wohnung verschafft und auf das wehrlose Opfer solange einredet, bis dieses dann schließlich etwas kauft, sind vorbei.

Verkaufen heißt nicht "Überreden", heißt nicht, auf den potentiellen Kunden Druck ausüben - Verkaufen bedeutet: Zuhören und auf Vorteile aufmerksam machen. Das ist im Kern eigentlich schon alles.

### **Im Network-Marketing hat verkaufen aber noch eine ganz andere Bedeutung:**

Vergessen Sie jetzt bitte mal für einen Moment alles, was Sie sich je über das Verkaufen vorgestellt, oder was Sie je über Verkaufen gelernt haben. Versetzen Sie sich stattdessen in eine Situation, die wir alle so (oder ähnlich) fast täglich erleben:

Du, ich war gestern mit Evi in "Der Schuh des Manitu". Der Film ist einfach genial. Ich hab mich fast weggeschmissen.  
Den müsst Ihr Euch unbedingt anschauen.  
Und das neue Imperial-Kino ist so toll umgebaut worden. Die Sitze sind super breit und der Sound spitzenklasse.

Und wenn derjenige, den Sie angesprochen haben, sich den Film tatsächlich angesehen hat, werden Sie ihn anschließend sicher fragen: Und? Hat's dir gefallen...? Sie ernten dann entweder begeisterte Zustimmung - oder - ein: "Na ja, war nicht so mein Ding". Macht das nun den Film, der Ihnen so gefallen hat "schlechter"? Finden Sie ihn jetzt auch nicht mehr so gut? Oder war das gar eine Ablehnung gegen ihre Person? Sind sie etwa ein schlechter Verkäufer? - Aber wenn er begeistert war, dann unterhalten Sie sich sicher noch weiter über diesen Film ... und sie beide empfehlen diesen Film möglicherweise nocheinmal weiter. **Empfinden Sie das als "verkaufen"?**

Natürlich ist das auch eine Art von Verkauf. Aber der treffende Begriff in diesem Fall ist eher "Empfehlung". Sie haben lediglich auf etwas aufmerksam gemacht. Wie wäre es denn, wenn Ihnen das Kino für Ihre Empfehlung ein paar Euro als kleines "Dankeschön" zukommen lassen würde.?

### **Genau das verstehen wir im Network-Marketing unter "Verkauf".**

Sie machen nur auf etwas aufmerksam. Das ist alles! Es ist so simpel, dass die meisten Menschen sich schwer damit tun, es zu verinnerlichen. Viele machen es dann selbst zu einer komplizierten Angelegenheit und wundern sich, dass es nicht funktioniert. So entsteht natürlich sehr leicht die Ansicht, dass man nichts verkaufen möchte, weil man meint, dass man nicht verkaufen kann. So, wie man auf einen Kinofilm aufmerksam machen kann, könnte man z.B. auch auf eine gute Geschäftsmöglichkeit aufmerksam machen. Darauf kann es im Grunde nur zwei Reaktionen geben: Ja oder Nein. Interesse, oder nicht.

Und jetzt erinnern Sie sich bitte: Sie benötigen nur 5 mal ein "Ja", so dass es Ihnen nichts ausmachen muss, wenn Sie 1.800 mal ein "nein" ernten. Denn von den fünf Personen, die mit Ihnen das Geschäft groß aufbauen, werden Sie in Zukunft sehr wahrscheinlich leben können. Und zwar nicht schlecht. Aus 5 können 500 oder 5.000 werden – Ihre Organisation, an deren Umsätzen Sie in Zukunft mit einigen Prozenten beteiligt sind.

**Ihre 5** x 5 x 5 x 5 x 5 = 3.125 in Ihrer gesamten Organisation.

Stellen Sie sich einen Sänger vor, der eine große Karriere als Popstar machen möchte. Es wird wohl kaum ein Produzent von allein auf ihn zukommen. Also geht er auf Produzenten zu. Es ist sicher auch sehr unwahrscheinlich, dass gleich der erste Produzent von seinem Talent überzeugt sein wird und ihm einen Plattenvertrag anbietet. Auch Elvis wurde anfangs als Künstler belächelt. Und das weiß der Sänger. Er weiß, dass er so viele Produzenten wie möglich auf sich aufmerksam machen muss. Vielleicht Hunderte. Er weiß aber auch, dass er nicht alle 100 Produzenten von sich überzeugen muss, um erfolgreich zu werden. **Sondern nur einen Einzigen**

Weltweit gibt es viele erfolgreiche Networker, deren Vertriebsstrukturen teilweise bis zu 200.000 Partner haben. Haben diese Networker jeden Partner selber ins Geschäft gebracht? Nein – Sie haben vielleicht 50 oder 100 Partner selber ins Geschäft gebracht und ihr Wissen weiter vermittelt.

Machen Sie sich bitte frei von eigenen Blockaden. Diese Art von Verkauf, mit der man beim Network-Marketing erfolgreich werden kann, hat nichts mit dem üblichen Verständnis einer Verkaufstätigkeit zu tun. Natürlich lebt Network-Marketing von getätigten Umsätzen. Fallen Sie nicht darauf herein, wenn man Ihnen etwas anders vormachen will. Wie sollen denn Umsätze entstehen, wenn nichts ge- bzw. verkauft wird? Und woher sollten dann Ihre Provisionen kommen? Eben! Aber verkaufen bedeutet beim Network-Marketing eben nicht verkaufen, sondern "empfehlen".

Sie selbst werden nicht mehr als eine Hand voll Kunden bedienen. Diese Kunden sind Menschen, die nicht in Ihr Geschäft mit einsteigen wollen, aber Ihre Ware gut finden. Das eigentliche Wachstum und ein beständiges Einkommen entsteht durch den Aufbau Ihrer eigenen Organisation. Übrigens, ein gutes Network-Unternehmen beliefert alle Partner direkt. Sie sollten nicht damit beschäftigt sein, die Struktur mit Ware zu beliefern oder ein Lager zu unterhalten (das erfordert Kapital und beinhaltet ein Risiko). Also, kein Lieferwagen und kein Kisten schleppen. Sie kümmern sich lediglich um Ihre persönlichen Kunden, die ja zumeist sogar aus Familie, Freunden oder Bekannten bestehen. 95% Ihrer Zeit gehört so dem Geschäftsaufbau.

Das, was zählt, ist Beständigkeit und das Gesetz der Zahl. Je mehr Menschen Sie auf eine Information aufmerksam gemacht haben, die man z.B. im Internet einsehen kann, um so größer die Chance, dass Sie die richtigen Partner finden werden.

**Wenn ich glaube, dass nichts funktioniert,  
dann stelle ich mir einen Steinarbeiter vor, der einen Stein spalten will.  
Er schlägt hundert Mal auf den Stein ein, unbeirrt.  
Erst der 101. Schlag spaltet den Stein. Doch er weiß, dass nicht dieser  
Schlag den Stein gespalten hat, sondern die einhundert Schläge zuvor.**

*Jacob Riiss*

Personen, die Interesse haben, werden Ihnen das schon zu verstehen geben. Wenn Sie versuchen jemanden zu überreden oder zu überzeugen, werden Sie das bei dieser Person auch in Zukunft immer wieder tun müssen. Jemand, der das Prinzip verstanden hat und grundsätzlich offen ist, eine solche Chance zu ergreifen, wird es von ganz allein erkennen.

Die größere Herausforderung liegt vielmehr darin, solchen Menschen beim Geschäftsstart zu helfen und sie dabei zu unterstützen, erfolgreich zu werden.

### **Helfen – nicht belehren! Aktiv unterstützen – nicht nur reden !**

Mit anderen Worten: Alles was Sie tun, muss einfach und duplizierbar sein. Es muss so sein, dass es von so gut wie jedermann nachgemacht werden kann. Führen bedeutet vormachen. Das wichtigste in diesem Geschäft ist ganz bestimmt nicht "reden", sondern "TUN"!

Es wäre tödlich für das Geschäft, wenn Sie die Einstellung hätten, dass es unter Ihrer Würde wäre, **selbst** die einfachsten Dinge zu tun. Sie können es dann auch nicht von anderen erwarten. Und wer meint, alles sowieso besser und anders machen zu können: Auch das ist zu 99% eine Garantie dafür, dass das Geschäft nicht laufen wird. Glauben Sie mir, das haben schon Tausende vor Ihnen versucht. Die meisten haben allein nur deshalb aufgegeben, weil sie nicht bereit waren, von denen zu lernen oder etwas anzunehmen, die in dieser Branche schon über einen längeren Zeitraum ihre Kompetenz unter Beweis gestellt haben.

Das Rad wurde bereits erfunden!

Nur allzu gern hört man ein "Ja, aber..." oder, ein "Bei dir ist das ja etwas anders..." Hören Sie nicht auf die ewigen "Besserwisser" und "Dauernörgler". Lassen Sie sich nicht beirren von Menschen, die immer nur reden, sondern machen Sie das nach, was die Erfolgreichen dieser Branche vorgemacht haben. **Haben Sie einfach ein wenig Vertrauen.**

**Wenn Du den Menschen hilfst, das zu bekommen, was sie wollen, wirst auch Du alles bekommen, was Du Dir wünschst.**

### **-- Die wenigsten verdienen Geld – die meisten zahlen nur drauf**

Sie kennen bestimmt den Spruch: "Zeig mir deine Freunde und ich sag' dir wer du bist."

Man kann es aber auch noch etwas deutlicher sagen: "Sieh' dir das durchschnittliche Einkommen deiner zehn besten Freunde an, es dürfte ziemlich genau dem entsprechen, was du verdienst".

Eine verblüffende Erkenntnis, nicht wahr? Das hat sehr viel damit zu tun, dass wir von unserem Umfeld geprägt werden. Von wem würden Sie sich lieber zeigen lassen, wie man Millionär wird? Von einem Millionär oder von einem, der monatlich 2.000 Euro verdient? Letzterer wird Ihnen nämlich erklären, dass es sowieso nicht geht. Und er weiß es nicht, weil es ihm wahrscheinlich auch nie jemand gezeigt hat. Warum? Weil auch er von seinem Umfeld geprägt wurde, das ihm sagte, es geht nicht. Immer und immer wieder bekommen wir die gleiche Vorstellung auferlegt: Du musst zur Schule gehen, Du musst eine Ausbildung machen oder studieren, dann musst Du 40 Jahre lang arbeiten gehen und dann musst Du in Rente gehen. Ja, du *musst* in Rente gehen! Viel Aufwand damit es zum Leben grade mal so reicht.

Wie heißt es so schön in dem Werbeslogan einer Bank? **"Schönes Leben noch ..."**

Woher kommt die Meinung, dass im Network-Marketing nichts verdient wird? Wir haben ja schon darüber gesprochen, dass es sehr entscheidend darauf ankommt, ein seriöses Unternehmen zu finden und in der richtigen Weise vorzugehen. Es stimmt, dass viele, die ins Network-Marketing Geschäft eingestiegen sind, entweder so gut wie gar nichts verdienen oder sogar mehr investieren, als sie einnehmen (nicht nur Geld, sondern auch Zeit und Engagement).

### **Ja, es ist wahr. Aber es ist nur die halbe Wahrheit.**

Solche Unternehmen, die zu diesem Vorurteil beigetragen haben, gibt es größtenteils schon gar nicht mehr. Sie waren in der Tat nur darauf aus, möglichst viele Leute zu finden, um an deren Geld zu kommen. Sie spielten mit der Hoffnung der Menschen auf eine bessere Zukunft und haben sie fallen lassen.

Außerdem wird oft der Zeitraum zu kurz bemessen, um überhaupt die Möglichkeit zuzulassen, dass sich das erbrachte Engagement rentieren kann. Ungeduld ist also auch ein Grund. Und wer gar denkt, ein Geschäft ließe sich ganz ohne "Investitionen" aufbauen, der ist ebenfalls schief gewickelt. Nicht einmal ein Angestellter oder Arbeiter bekommt sein Geld vorab. So ist es nun mal, erst Leistung, dann Geld! Erst Holz, dann Feuer!

Es ist aber eine Tatsache, dass ein sehr hoher Anteil der Vertriebspartner bei den bewährten Network-Marketing-Unternehmen einen monatlichen Durchschnittsverdienst von ca. 500 Euro erzielt. Das klingt nicht viel (immerhin 1.000 DM), aber für die meisten ist es ein willkommenes Extra-Einkommen, mit dem sie vielleicht die Rate für das Auto oder den nächsten Urlaub finanzieren können.

### Übrigens, wann hatten Sie Ihre letzte Lohnerhöhung?

Viele haben auch gar nicht die große Karriere als Ziel, sondern wollen ihre persönliche Finanzlage einfach nur ein wenig verbessern. Und ganz ehrlich, sehr viel mussten sie in der Regel nicht dafür tun.

Fakt ist, dass jeder im Network-Marketing die reale Chance hat, jedes finanzielle Ziel zu erreichen und dass **viele** es **nachweislich** geschafft haben. Um Spitzenverdiener zu werden, sollte man allerdings über einen unerschütterlichen Willen verfügen und ein diszipliniertes Engagement aufbringen. **Man muss es selber wirklich und ernsthaft wollen.** Es nützt Ihnen nichts, es jemandem einzureden. Machen Sie es sich nicht schwerer als es ist und investieren Sie Ihre Zeit in einem solchen Fall lieber in einen neuen Kontakt. Network-Marketing bietet Ihnen alle Möglichkeiten, ohne finanzielles Risiko.

### Die Chance ist da.

Es kommt nun aber auch mal darauf an, was man daraus macht.

### Wie Sie im Network-Marketing wirklich Geld verdienen können!

Sollten Sie in dieses Geschäft einsteigen, ist der wichtigste Rat, den man Ihnen geben kann, vielleicht der, dass Sie es als Ihr eigenes Unternehmen ansehen sollten, denn es ist Ihr eigenes Unternehmen, in das Sie Ihr letztes Geld investiert und für das Sie zusätzlich noch einen Kredit bei der Bank über eine Million Euro aufgenommen haben. Unter solchen Voraussetzungen würden Sie das Geschäft ohne Frage mit Ihrem höchstmöglichen Engagement und mit absoluter Ernsthaftigkeit betreiben.

**Sie würden alles tun, damit diese Investition kein Misserfolg wird.**

Wenn Sie das Ziel haben, durch Network-Marketing vermögend zu werden, müssen Sie das Grundprinzip dieser Geschäftsform verstanden haben und kompromisslos befolgen. Tag für Tag und mit aller Gewissenhaftigkeit, als wäre es ein "ganz normales Unternehmen". Sonst wird's nix...

Wer alles nur als ein "Hobby" betrachtet, wird in der Regel nur solche Partner finden, für die es ebenfalls nur ein Hobby ist und dann wird auch die Höhe des Einkommens nur dem eines Hobbys entsprechen.

### Steter Tropfen höhlt den Stein.

Wenn Sie jeden Tag nur einen Menschen ansprechen, und das diszipliniert und konsequent ein Jahr lang, werden Sie erfolgreicher werden, als jemand, der in einem Monat mit 150 Personen spricht und die restlichen 11 Monate nichts mehr tut.

Stellen Sie sich vor, sie wären Schriftsteller  
und hätten ein Jahr Zeit ein Buch über 365 Seiten zu schreiben.  
Was wäre leichter?  
Es in der letzten Woche zu schreiben, oder jeden Tag eine Seite zu verfassen?  
Am dritten Tag Ihrer Bemühungen hätten Sie immer noch 362 Seiten vor sich.  
Aber Sie wissen, dass Ihr Buch am Ende des Jahres fertig sein wird.

### Und was bringt es genau, wenn man täglich mit einem Menschen spricht?

Da es das Gesetze der 100%igen Serie nicht gibt, wird ein Teil dieser Menschen gar kein Interesse bekunden. Ein kleiner Teil wird sich das Network-Marketing-Konzept näher anschauen. Manche sagen nun wiederum Nein, manche wollen es probieren, werden also zu einem Partner in Ihrem Geschäft und manche werden zu Ihren Kunden, weil sie nur an der Ware interessiert sind.

Gehen Sie jetzt einmal davon aus, jeder Vertriebspartner hat Selbst einen durchschnittlichen monatlichen Eigenumsatz von ca. 100 €. Produkte, die Sie in ihrem eigenen Geschäft erwerben, können für den Eigenverbrauch sein (nicht nur für Sie persönlich, sondern auch für Ihre Familie) oder Sie haben zwei, drei Endkunden, an die Sie diese Produkte weiterverkaufen können. Bei einem Weiterverkauf haben Sie eine Handelsspanne. Gewinnen Sie nun durchschnittlich einen neuen Vertriebspartner je Monat hinzu und die neuen Vertriebspartner gehen genauso vor, bringt also pro Monat jeder nur einen neuen Vertriebspartner ins Geschäft, multipliziert sich die Anzahl der Partner monatlich mit je ca. 100 €. Diese Quote dürfte mehr als realistisch sein, denn es gibt Einzelne, die gewinnen mehrere Personen in einer einzigen Woche!



So und nicht anders kommt der Umsatz im Network zustande. Aber nur, wenn das Unternehmen, dem Sie sich als Partner anschließen werden, mit Verbrauchsgütern arbeitet. Dann ... und nur dann! Sollte es sich nämlich um Finanzdienstleistungen, Versicherungen oder um teure, langlebige Produkte handeln, dann werden sich in dieser Firma wirklich nur die Verkaufsprofis behaupten. Wenn Sie kein Verkäuferherz haben, dann lassen Sie die Finger von einer solchen Firma, auch wenn sie seriös ist. Bei einer Geldanlage oder Versicherung hat der einzelne Partner oder Kunde nicht Monat für Monat wieder den entsprechenden persönlichen Bedarf. Oder schließen Sie etwa Monat für Monat ein Hausratversicherung ab, kaufen wöchentlich eine Waschmaschine und jeden Monat ein neues Auto? Grundsätzlich sind solche Produkte auch im Network gut, aber nur, wenn sie mit alltäglichen Verbrauchsgütern gekoppelt sind.

**Alles, was Sie dann noch brauchen, sind drei, vier oder fünf gute Leute in Ihrer ersten Ebene.**

Wenn Sie diese Personen tatkräftig unterstützen, werden es immer mehr werden. Ob Sie es wollen oder nicht. Bitte verstehen Sie mich in diesem Punkt nicht falsch. Ich möchte hier nicht den Eindruck erwecken, als ob es ein Kinderspiel wäre, ein Einkommen zu erreichen, das höher als 2.000 oder 3.000 Euro im Monat liegt. Und wer im Network-Marketing mehr als 10.000 Euro im Monat verdient, hat in der Regel sehr diszipliniert dafür gearbeitet (nicht zwingender Weise sehr viel – aber konstant über einen längeren Zeitraum).

Andererseits ist es nicht besonders schwer, 500 € zu verdienen. Wäre doch kein schlechter Start, oder ...?

Ein Teil der Vertriebspartner beim Network-Marketing gibt nach einem Zeitraum von etwa einem halben Jahr auf. Warum? Weil Sie nur an das glauben, was sie gerade sehen (das Geld, das sie bis zu diesem Zeitpunkt bekommen haben) und nicht in der Lage sind, das zu erkennen, was kommen wird, wenn Sie weiter machen.

**Ein Erfolgreicher fängt da an, wo ein Erfolgloser aufhört!**

Wenn Sie dabei bleiben, täglich Ihre Kontakte zu machen, wird es gar nicht anders gehen, als dass Sie nach einem bestimmten Zeitverlauf in die wirklich interessante Phase kommen und zu denen gehören werden, die sehr gutes Geld verdienen.

Geben Sie auf keinen Fall auf. Lassen Sie sich auch nicht von "klugen Ratschlägen" anderer von Ihren Zielen abbringen. Konzentrieren Sie sich auf das, was Sie erreichen wollen und auf das, was Sie sich zur täglichen Aufgabe gemacht haben.

- ▶ Was wollen Sie erreichen?
- ▶ Was ist für Sie wichtig?
- ▶ Wie wichtig ist es Ihnen wirklich?
- ▶ Und was sind Sie bereit dafür zu tun?

Das klingt oft leichter als gesagt. Besonders dann, wenn z.B. der eigene Partner (Ehefrau oder Ehemann) nicht wirklich hinter Ihnen steht. Gerade in der Startphase. In vielen Fällen ist es eher die Praxis, dass genau an dieser Stelle mehr herumgörgelt, als motiviert und unterstützt wird. Um sich von solchen negativen Einflüssen nicht verunsichern zu lassen, muss man schon einen sehr gefestigten Charakter und viel Selbstvertrauen haben. Reelle Chancen haben nur die Lebensgemeinschaften, die gemeinsam an einem Strang ziehen. Mit Sätzen wie: "Ich lege dir doch keine Steine in den Weg", und "Mach du mal, ich unterstütze dich auf meine Weise", oder "Wenn ich nicht bald Ergebnisse sehe, dann ..." schaufeln Sie Ihrem Partner bereits das Grab, in dem Sie ihn beerdigen werden.

Ganz ehrlich, eigentlich heißt das alles ja nur: Ich nehme gerne das Geld, wenn Du es wider Erwarten schaffst, was ich nicht glaube, aber *ich* werde mich nicht engagieren und ich werde aufgrund Deines Engagements *nicht* bereit sein, auf etwas zu verzichten. Haben wir uns verstanden. Und nun mach!

An dieser Stelle ist guter Rat teuer! Lassen Sie sich nicht gleich scheiden, aber denken Sie vielleicht mal darüber nach, ob hier nicht ein grundsätzliches Problem ihrer Partnerschaft zu Tage kommt, das es zu lösen gilt.

Und die Anderen?

Lassen Sie Ihr Umfeld doch reden und ziehen Sie "Ihr Ding" durch. Wenn Sie nach einem Jahr immer noch begeistert Arbeiten und sich Ihr Leben merklich verbessert, verblässen solche Stimmen eigenartiger Weise wieder.

### **Bleiben Sie am Ball**

Wenn es überhaupt ein Geheimnis für den Erfolg geben kann, dann dieses.

**Und dann verdienen Sie auch Geld.**

## 3. Wie Sie solides, dauerhaftes Einkommen erzielen

Es gibt drei Möglichkeiten ins Network-Marketing Geschäft einzusteigen:

- a) sofort hauptberuflich
- b) zunächst nebenberuflich und später eventuell hauptberuflich
- c) auf Dauer ausschließlich nebenberuflich

**Der hauptberufliche Einstieg** ist nur denjenigen zu empfehlen, die mit dieser Geschäftsform vertraut sind und über ein finanzielles Polster verfügen, das groß genug ist, um eine erste Durststrecke von mindestens einem halben Jahr (besser 12 Monate) überbrücken zu können. "Zocker-Mentalitäten" kann man den Einstieg gar nicht empfehlen.

Ebenso unseriös wäre es, den sofortigen hauptberuflichen Einstieg in Network-Marketing als "rettenden Anker" solchen Menschen einreden zu wollen, die dringend auf ein festes Einkommen angewiesen sind. Beispielsweise Arbeitslosen oder solchen, die jeden Cent umdrehen müssen, um über die Runden zu kommen. Das notwendige Start-Kapital ist nicht hoch, aber es ist nun mal eine Tatsache, dass Investitionen erforderlich sind und es wird eine Zeit dauern, bis man stabil und genügend Geld verdient. Etwas anderes zu behaupten ist moralisch sehr bedenklich.

**Anders bei einem nebenberuflichen Einstieg.** Das kann in der Tat bedenkenlos jedem empfohlen werden. Egal ob man dies später eventuell zum Hauptberuf machen wird oder das Geschäft auf Dauer einfach nur ein zusätzliches Einkommen erzielen soll.

Es kommt nicht darauf an, wie viel Geld Sie in das Geschäft investieren. Wenn man ein Start-Kapital von 50.000 Euro aufbringen könnte, muss das noch lange nicht bedeuten, dass man in dieser Industrie erfolgreicher sein wird, als jemand, der gerade mal 500 Euro aufbringen kann. Vielmehr kommt es auf die richtige Handlungsweise an.

Ganz klar, wenn man über so gut wie keine Geldmittel verfügt, ist es (zumindest am Anfang) schwieriger und es dauert möglicherweise etwas länger. **Aber es geht** und kann der betreffenden Person ja gerade bei den finanziellen Problemen helfen. Allein die richtige Einstellung und ein konsequent diszipliniertes Engagement sind der Schlüssel, der jedem die selben Chancen bietet.

### **Die Vorteile von Network-Marketing sind im Wesentlichen:**

- so gut wie kein finanzielles Risiko (Start-Investition zwischen etwa 200 bis 500 Euro)
- nebenberuflicher Einstieg (in Ruhe und nebenbei ein "Fallnetz" aufbauen)
- geringer zeitlicher Aufwand (nur 60 Minuten pro Tag können schon reichen)
- ortsunabhängiges Arbeiten (Sie können arbeiten wo sie wollen)
- zeitunabhängiges Arbeiten (Sie können arbeiten wann Sie wollen)
- Sie sind Ihr eigener Chef (und können arbeiten mit wem Sie wollen)
- steuerliche Vorteile (Ihre geschäftlichen Aufwendungen werden steuerlich absetzbar)
- mehr finanzielle Sicherheit (durch ein immer größer werdendes Netzwerk)
- eine faire und reelle Chance, Ihre Ziele zu erreichen (durch ein starkes Unternehmen als Partner)

Das alles hat aber auch einen Nachteil: einige Menschen können mit so viel Freiheit nicht umgehen. Sie sind es gewohnt, gesagt zu bekommen, was sie, wo, wie und bis wann zu tun haben. Wer in der Veranlagung über nur wenig Selbstdisziplin verfügt, ist für Network-Marketing weniger gut geeignet.

### **Ein Schiff, das nicht weiß, wohin es will, wird nie ankommen!**

#### **Wer erfolgreich sein will, braucht Ziele.**

Und den unumstößlichen Entschluss, dieses Ziel für einen bestimmten Zeitraum ohne wenn und aber zu verfolgen. Am Anfang werden Zweifel aufkommen – verstärkt durch Stimmen aus dem Umfeld. Doch wer bereits beim kleinsten Gegenwind aufgibt, wird seine Ziele nie erreichen!

Was könnten das für Ziele sein? Die Verwirklichung von dem Traum eigener vier Wände? Eine lang ersehnte Weltreise? Ein neues Auto? Die Ausbildung der eigenen Kinder? Oder vielleicht eine bessere Absicherung für die eigene Altersversorgung?

Es ist ein gutes Hilfsmittel, sich selbst immer wieder an die eigenen Ziele zu erinnern. Wenn ein Schiff nur ein Grad vom Kurs abweicht, wird es sich – je länger es weiterfährt – immer weiter vom eigentlichen Ziel entfernen. Deshalb überprüft jeder Kapitän regelmäßig, ob das Schiff vom gewünschten Kurs abgewichen ist und korrigiert notfalls.

#### **Wer seine Ziele erreichen will, muss aber auch etwas dafür tun.**

Um seine Ziele erreichen zu können, ist es wichtig, keine einzige Woche auszulassen, um Kontakte zu machen und ebenfalls regelmäßig zu prüfen, ob man sein selbst gestecktes "Tages-Soll oder Wochen-Soll" erfüllt hat.

#### Aber wie macht man Kontakte?

Man kann z.B. Anzeigen in Tageszeitungen schalten. Eine Möglichkeit, die auch durchaus funktionieren kann. Es gibt dabei jedoch zwei Nachteile:

1. Anzeigen kosten Geld
2. Anzeigen sind anonym

Lassen Sie mich auf den zweiten Punkt etwas genauer eingehen.  
Stellen Sie sich vor, Sie würden eine Anzeige etwa mit folgendem Wortlaut aufgeben:

Top Geschäftsgelegenheit: konkurrenzloses Produkt.  
Wollen Sie von der ersten Stunde an dabei sein?  
Träume nicht Dein Leben, sondern lebe Deinen  
Traum. Tel. 01234-56789

Wie würde eine solche Anzeige auf Sie wirken? Und was glauben Sie, wie eine solche Anzeige auf andere wirkt? Wie viele dieser Art findet man in fast jeder Zeitung? Wie viele werden sich darauf melden? Wie qualifiziert werden diese Personen sein? - Und wie vermitteln Sie diesen Personen Ihre Seriosität und Ihren Erfolg. Wie gewinnen Sie das Vertrauen einer völlig fremden Person?

Der gleiche Effekt wie bei Handzetteln, die in Briefkästen geworfen oder verteilt werden. Ganz ehrlich: Wie gehen sie mit solchen Werbemitteln, Prospekten oder Flyern um? Wie viele Werbemails erhalten Sie täglich? Auf wie viele davon reagieren Sie?

Andere haben das Internet entdeckt und glauben, dass ihre Homepage quasi wie von selbst ihre Produkte verkauft oder neue Vertriebspartner gewinnt. Das Internet ist durchaus eine sehr gute Möglichkeit, effizient und erfolgreich neue Vertriebspartner zu finden, sofern es intelligent genutzt wird. Das Internet verkauft von alleine gar nichts. Es ist lediglich ein unterstützendes Hilfsmittel und vereinfacht die Kommunikation.

Also doch nur Freunde und Bekannte und Familie ansprechen?

**Nein. Und noch einmal nein!**

Natürlich sollen Sie auch die Menschen ansprechen, die Sie kennen. Wenn Sie morgen ein Reisebüro eröffnen würden, würden Sie das doch auch allen Ihren Bekannten und Verwandten mitteilen, oder? Und wo würden diese dann zuerst nach einem Angebot für die nächste Urlaubsreise fragen...?

Sprechen Sie Ihre Freunde, Verwandten und Bekannten ruhig an. Sagen Sie, dass Sie auf etwas sehr Interessantes gestoßen sind und dass sie, wenn sie wollen, sich das gerne mal ansehen können. Mehr nicht! Fangen Sie bloß nicht an, ihnen mit aller Macht etwas zu verkaufen oder sie mit Ihren Argumenten überzeugen zu wollen. Das geht meist nach hinten los. **Networker sind keine Missionare!**

**Besser sind die Menschen, die Sie nur flüchtig oder (noch) gar nicht kennen.**

Knüpfen Sie nette, unverbindliche Kontakte, reden Sie offen mit den Menschen, die Ihnen täglich begegnen. Gehen Sie mit offenen Augen und mit einer guten Stimmung durch die Welt und die Menschen werden auf Ihre Annäherungsversuche freundlich reagieren. Wenn Sie einen Laden hätten, müssten Sie dann nicht auch jeden freundlich anlächeln, der durch Ihre Türe kommt, egal wer oder was Ihnen diesen Tag eigentlich vergrault hat?

Jeder Mensch, den Sie kennen, und sei es noch so flüchtig, jeder Mensch, dem Sie soeben das erste Mal begegnen und jedem, dem Sie noch begegnen werden, ist ein potentieller Partner für Ihr Network-Unternehmen. Gehen Sie aber nicht mit dem Zwang durch die Welt, aus jeder Begegnung einen Kontakt machen zu müssen, das funktioniert nicht. Lassen Sie es einfach geschehen und wenn es passt, dann wird es auch etwas werden. Die Visitenkarte für Ihre Firma ist Ihr Gesicht, Ihre Umgangsformen und Erscheinungsbild. Wenn das stimmt, dann wird Ihr unverbindliches Angebot von Ihrem Gegenüber zumeist dankend angenommen.

Wenn Sie sich als erfahrener Networker (auf einer seriösen Ebene) dann noch die Möglichkeiten von Anzeigen, Wurfzetteln oder einer Homepage erschließen wollen, ist dagegen nichts zu sagen. Wenn Sie über die nötigen Mittel verfügen, dies zu finanzieren und sich, was das Ergebnis betrifft, keinen überzogenen Erwartungen hingeben, dann machen Sie es - und freuen Sie sich über die guten Kontakte, die Sie über diesen Weg noch bekommen werden. Ignorieren Sie aber den Mist, den Sie über diesen Weg ebenfalls mitgeliefert bekommen.

Denken Sie aber bloß nicht, Sie könnten sich damit um die eigentliche Arbeit herumdrücken und Ihre Ziele so einfacher erreichen.

**Gerade im Network gibt es keine Abkürzung zum Ziel - es geht nur über Ihre persönliche Leistung!**

## 4. Wie Sie mit Network-Marketing ein Vermögen machen können

Stellen Sie sich vor, Sie hätten ein Konto bei einer Bank. Dieses Konto wird täglich jeden Morgen mit 86.400 Euro aufgefüllt. Über das Guthaben können Sie frei verfügen. Am Abend würde das Konto wieder gelöscht werden und das Geld, das Sie nicht abgehoben haben, steht Ihnen nicht mehr zur Verfügung. Wie lange Sie davon Gebrauch machen können, ist jedoch unbekannt.

Wie würden Sie mit einem solchen Konto umgehen?

Würden Sie es auch nur einen Tag versäumen, Ihre 86.400 Euro abzuholen, solange es das Konto noch gibt?

Nun, wir alle haben ein solches Konto. Es nennt sich Zeit.  
Jeder Tag bietet uns 86.400 Sekunden.

Es kommt in der Tat darauf an, was wir aus der Zeit machen, die uns nicht unbegrenzt zur Verfügung steht. Und niemand weiß, für wie lange. Es ist völlig egal, wie Ihr Leben bisher verlaufen ist: "Der Rest ihres Lebens beginnt genau jetzt in diesem Moment."

Zeit ist neben der Gesundheit unser kostbarstes Gut, mit dem wir in einer wertvollen Weise umgehen sollten. Und so sollte das, was wir tun, auch sinnvoll und möglichst effektiv sein.

**Die Fußball-Legende Günther Netzer hat einmal gesagt:  
"Die klügste Strategie ist nicht so wertvoll wie ein dummes Tor."**

Dieser Satz ist einfach phantastisch. Er bringt es in exzellenter Weise auf den Punkt: Wir können uns unendlich viele Gedanken machen, was wir wie, wann und unter welchen Umständen anders oder besser machen würden. Viele suchen ständig das berühmte Haar in der Suppe oder nehmen sich all das, was sie jetzt gleich tun könnten, für später vor. Worauf es ankommt, ist das dumme, kleine Tor. Ohne Tor ist die beste Strategie wertlos. Und je öfter eine Mannschaft in Ballbesitz ist, desto größer die Chance, dass eines erzielt werden kann.

**Wir müssen es tun und nicht immer nur reden.**

**Und wer schnell "Viel" erreichen will, der muss auch schnell "viel" tun**

Machen Sie ein Jahr täglich 5 Kontakte und dann werden Sie auch ein solides, dauerhaftes, Einkommen erhalten. Wie Sie Kontakte machen, was man dabei sagen sollte und wie es danach weitergeht – das erfahren Sie von uns.

Das ist ziemlich einfach. Lassen Sie mich das anhand einer kleinen Geschichte demonstrieren:

Es war einmal ein sehr erfolgreicher Verkäufer. Der besuchte eines dieser Seminare, die vermitteln sollen, wie man noch bessere Umsätze erzielen kann. Am Ende ging der Verkäufer auf den Seminarleiter zu und sagte ihm: "Ich muss schon sagen, das, was Sie uns da vermittelt haben, war wirklich sehr eindrucksvoll." Der Seminarleiter fühlte sich geschmeichelt und bedankte sich. Doch der Verkäufer fügte hinzu: "Aber bei all den hilfreichen Tipps, haben Sie leider das Wichtigste vergessen." Die Stimmung des Seminarleiters schlug ein wenig um. Etwas genervt reagiert er. "Ach ja? Was soll das sein?" Der Verkäufer fuhr fort: "Eine Formel, die so etwas wie eine Garantie darstellt, die praktisch jeden Verkäufer erfolgreich – ja sogar reich machen kann." Jetzt wurde es dem Seminarleiter allerdings zu bunt. Was glaubte dieser Typ, wer er sei? Innerlich leicht kochend fragte er den Verkäufer dennoch: "Also gut. Was soll das für eine Formel sein?" Der Verkäufer nahm ein Stück Kreide und malte eine Grafik an die Tafel: Es waren zwei sich zugewandte Gesichter und dahinter stand: x 20 - "Das ist die Formel", sagte der Verkäufer. Der Seminarleiter war sehr erfahren, doch so etwas hatte er noch nie gesehen. "Ja gut – und was soll das jetzt bedeuten...? Der Verkäufer sagte: "Sprich jeden Tag mit 20 Menschen, und zwar persönlich von Gesicht zu Gesicht – und du wirst ein Vermögen verdienen..."

### Das allein ist das unumstößliche Gesetz zum Erfolg!

Vergessen Sie "verkäuferische Tricks". Sie müssen auf Menschen nicht einreden können wie ein staatlich geprüfter Schnellsprecher und Sie müssen auch niemanden "krampfhaft" zu etwas überreden. Verzichten Sie für ein Jahr auf das abendliche Fernsehen und machen Sie stattdessen Kontakte. Dann werden Sie sich anschließend wahrscheinlich Ihr eigenes Kino leisten können.

Der von Ihnen gewünschte Erfolg liegt einzig und allein in Ihrer Hand. Wenn Sie es eisern befolgen und täglich Kontakte machen, indem Sie Menschen ansprechen und auf die Geschäftsmöglichkeit mit Network-Marketing aufmerksam machen (aufmerksam machen – keinen Vortrag halten!).

**Wenn Sie also mehr erreichen wollen, erhöhen Sie lediglich die Anzahl der Kontakte.**

#### **Das ist alles!**

**Nein. Nicht ganz.** Sie wissen es vermutlich von allein, dass Sie mehr erreichen werden, je mehr Kontakte Sie machen. Aber gute Networker, die dieses Geschäft wirklich beherrschen, helfen auch denjenigen aktiv(!), die sie selbst ins Geschäft gebracht haben. Sie unterstützen ihre erste Ebene sowie auch ihre weitere Downline, arbeiten diese ein, machen vor und reden nicht nur.

Jeder Partner Ihrer Downline, den Sie persönlich kennen, zu dem Sie eine Vertrauensbasis aufbauen konnten und der Sie schätzen lernt, ist zukünftig eine tragende Säule Ihres Geschäftes. Jeder Partner, der im Fall eines Falles auch zu Ihnen kommen kann, wird nicht gleich die Flinte ins Korn werfen, wenn er einmal irgendwo ansteht. Er wird mit Ihnen reden und gemeinsam werden Sie eine Lösung finden.

## **5. Einige Gründe, warum Network vor einem großen Boom steht .**

Leonard Clements, einer der anerkanntesten Network-Marketing Experten:

Ich habe mich viele Jahre mit Network-Marketing beschäftigt und verfolgt, wie sich diese Industrie gewandelt hat. An all die Superlativen, die versprochen wurden, habe ich nie geglaubt. Um mich für ein interessantes Geschäft zu begeistern, brauche ich niemanden, der lässig vor einem roten Ferrari posiert und damit zum Ausdruck bringen will, wie erfolgreich er sei und wie erfolgreich auch ich sein könnte. Ich bevorzuge sachlichere Argumentation und Fakten.

Doch die Erfahrung hat auch dazu geführt, erkennen zu können, dass es noch nie zuvor so optimale Voraussetzungen für diese Geschäftsmöglichkeit gegeben hat wie jetzt (und ich meine damit wirklich jetzt, hier und heute). Die Zeiten haben sich geändert. Network-Marketing ist souveräner geworden und den Kinderschuhen entwachsen.

Auch wenn man es sich nur schwer vorstellen kann: Alles, was bisher in dieser Industrie passiert ist, waren nichts weiter als erste Gehversuche. Network-Marketing explodiert geradezu. Und zwar überall auf der Welt. Die kritische Masse wurde erreicht, so dass jetzt ein völlig neues Zeitalter in dieser Industrie beginnt. Diejenigen, die diese Möglichkeit erkennen und jetzt ergreifen, werden das Geschäft ihres Lebens machen. Sicherer, solider und damit besser als jede Aktienanlage.

Network-Marketing steht kurz vor einem unglaublichen Mega-Boom. Es wird definitiv passieren. Die folgenden Gründe haben meine Ansicht über Network-Marketing um 180 Grad verändert. Noch nie in der Geschichte hat es dafür so sachliche und verifizierbare Erklärungen gegeben, um einen kommenden Network-Marketing Boom nachzuvollziehen und erkennen zu können."

**Lesen Sie warum**

## **(1) Wirtschaftslage**

Es mag ironisch und vielleicht ein wenig "unterkühlt" klingen, aber es ist eine Tatsache, dass Network-Marketing in einer besonderen Weise von einer schlechten Wirtschaftslage profitiert. Und die ist im Moment nicht gerade rosig. Im Gegenteil – wir werden uns alle noch auf einen monumentalen Umbruch einstellen müssen, der die Situation auf dem Arbeitsmarkt sowie die Voraussetzungen für Unternehmen eher verschärfen als erleichtern wird. Und das rund um den Erdball.

Nicht etwa, dass Network-Marketing nur in schlechten Zeiten funktionieren würde, aber in solchen hat die Branche eben noch mehr Zulauf, denn die Menschen müssen sich nach Alternativen umsehen.

Allein um den eigenen Arbeitsplatz zu sichern, nehmen viele nach und nach immer größere persönliche Einschränkungen in Kauf. Wer hätte nicht gern mehr Freizeit – bzw. mehr Zeit für Dinge, die einem wichtig sind? Es ist also nicht nur eine Frage des Geldes, sondern auch der Lebensqualität.

Für beides wird sich der Wunsch nach einer Verbesserung drastisch vermehren.

Keine guten Aussichten? Für Network-Marketing könnten sie nicht besser sein.

## **(2) Demografische Fakten**

Beste Aussichten insbesondere für Produkte aus den Bereichen Wellness, Gesundheit und Anti-Aging durch die Baby-Boomer-Generation. Sie erreichen langsam das Alter um die 30 bis 50 Jahre. Der Bedarf lässt riesige Märkte entstehen.

Damit ist aber nicht nur ein großes Kundenpotential gemeint, sondern ein noch nie da gewesener Anteil einer Altersgruppe, die als Vertriebspartner der etwas reiferen Generation in Frage kommen. Sind denn ältere Menschen offener für diese Geschäftsform?

Nun, zunächst sind sie in der Regel eben "reifer" als jüngere und transportieren ein etwas glaubwürdiges Image. Das bedeutet, dass wir es mit einer Altersgruppe zu tun haben, die bereits über Erfahrung verfügt, die im Allgemeinen als zuverlässig gilt und die eher in der Lage ist, unternehmerisch denken und handeln zu können. Es besteht zudem ein größeres Verständnis dafür, wie wichtig es ist, vorzusorgen. Jüngere sind naturgemäß leichtfertiger und kümmern sich weniger um Zukunftsfragen. Es ist in diesem Zusammenhang einmal ganz interessant festzustellen, dass das durchschnittliche Alter von Network-Marketing Repräsentanten bei ca. 36 Jahren liegt. Dies entspricht im Groben etwa dem Querschnitt der gesamten Bevölkerung.

Hinzu kommt: Je älter man wird, um so schwieriger wird es einen neuen Arbeitsplatz zu finden. Und Entlassungswellen treffen besonders die über 50-jährigen. Die Politik scheint überfordert und versucht die Betroffenen möglichst frühzeitig in den Ruhestand zu schicken, um so die Bilanz der Arbeitslosenquote zu verschönen. Frühzeitiger Ruhestand bedeutet aber natürlich auch weniger Rente. Gleichzeitig wird alles immer teurer. Wie soll ein 50- oder 60-jähriger praktisch von einem auf den anderen Tag unter diesen Bedingungen finanziell überhaupt noch zurecht kommen? Viele sind gezwungen, zusätzlich ein Einkommen zu realisieren oder werden schlicht abhängig von anderen. Und der berühmte Posten als "Nachtwächter" kann ja wohl nicht die einzige Alternative sein.

Zurück zum Baby-Boom. Was passierte 25 Jahre danach? Na raten Sie mal: Die Baby-Boomer-Generation hat ebenfalls Kinder bekommen, die in den nächsten 7 Jahren alle das 18. Lebensjahr erreicht haben werden, bzw. z.T. bereits erreicht haben. Das ist die nächste große Welle, die für sich allein genommen bereits reicht, um Network-Marketing genügend Potential für die nächsten 40 Jahre zu bescheren – selbst wenn nichts weiter geschehen würde.

### **(3) Die Börse**

Die Situation an der Börse hat besonders in den letzten Jahren dazu geführt, dass viele Anleger z.T. schmerzhaft finanzielle Verluste hinnehmen mussten. Der Neue Markt (Internet und Telekommunikation) ist nach zunächst überschwänglichen Hoffnungen praktisch zusammen gebrochen. Analysten und Fond-Manager suchen nach neuen Unternehmen und Branchen, die gewinnträchtige Zuwächse versprechen. Inzwischen haben sie die Network-Marketing Industrie entdeckt, die gegenwärtig sehr genau geprüft wird (und Analysten sind von äußerst gewissenhafter Natur).

Das Ergebnis: Network-Marketing gehört zu den wenigen Branchen, die trotz Rezession jährlich um z.T. zweistellige Prozentpunkte wachsen – sich also genau antizyklisch verhalten.

#### **Das überzeugt selbst eingefleischte Zahlenmenschen.**

Dabei wurde festgestellt, dass es sich nicht um einmalige Zufallsgewinne handelt, sondern dass diese Industrie über einen sehr langen Zeitraum entsprechend positive Entwicklungen unter Beweis stellen konnte. In Europa und Deutschland lagen manche Unternehmen seit 2000 bei teilweise über 15% und international noch deutlich darüber.

Das bedeutet, dass Network-Marketing einen höheren Stellenwert und damit eine immer größer werdende gesellschaftliche Akzeptanz erhält.

### **(4) Angebot und Nachfrage**

Ende der 80er und Mitte der 90er gab es weltweit eine regelrechte "Überschwemmung" von immer neuen Network-Marketing Unternehmen. Ca. 95% überstanden nicht einmal die ersten zwei Jahre.

Was ist daran also die gute Nachricht?

Seit dem Jahr 2000 hat sich die Situation radikal verändert. Heute gibt es im Vergleich dazu nur noch einige wenige Unternehmen, die eine reale Zukunft haben. Und nur die wirklich seriös und solide operierenden Unternehmen werden langfristig unter Beweis stellen, dass Network-Marketing eine ernst zunehmende Geschäftsform ist, die auch Bestand hat.

Die gesamte Network-Marketing Industrie steht vor einer massiven Welle von Menschen, die in dieses Geschäft einsteigen werden.

#### **Warum?**

Es ist etwa wie das Verhalten an der Börse. Jeder möchte natürlich zu dem Zeitpunkt Aktien erwerben, bevor der Preis nach oben geht.

Aber woher weiß man, wann genau der Boom kommen wird?

#### **Gar nicht!**

Niemand kann voraussagen, wann genau etwas derartiges stattfindet. Aber ähnlich wie bei der Auswahl einer Aktie, kann man mittels Anhaltspunkten, Trends und historischer Erfahrungen eine Wahrscheinlichkeit ermitteln, die darauf schließen lässt, dass etwas passiert bzw. was zu erwarten ist – aber nicht zwangsläufig wann. Noch nie zuvor gab es so gute Bedingungen, die dafür sprechen, dass in den nächsten Jahren ungeheuer viel "frisches Blut" diese Geschäftsmöglichkeit ergreifen wird.

Aber wo kommen diese Menschen her?

In Deutschland sind derzeit etwa 600.000 bis 800.000 Menschen im Network-Geschäft.

#### **Das heißt, über 79 Millionen Deutsche sind es (noch) nicht.**

Und es bedeutet auch, dass Zehntausende oder sogar Hunderttausende von neuen Erfolgs-Stories nur darauf warten, erst noch geschrieben zu werden.

Die überwältigende Mehrheit wurde bisher entweder noch gar nicht oder in einer unvorteilhaften Weise angesprochen oder sie lassen sich von vorschnellen Meinungen bzw. Vorurteilen leiten. All das nur, weil es ihnen noch nie jemand richtig gezeigt hat.



## **(5) e-Commerce**

Wir leben im 21. Jahrhundert. Das Internet macht es leichter denn je, Inhalte zu übermitteln oder kommunizieren zu können. Und so wird die Möglichkeit, bequem von zu Hause aus im Internet einkaufen zu können (e-Commerce) oder die Leichtigkeit der Verbreitung von Nachrichten, Informationen und Dokumenten der Network-Marketing Industrie bisher ungeahnte Flügel verleihen. Das hat es in der Geschichte noch nicht gegeben!

Nun werden Sie vielleicht sagen: Ja, aber das Internet gibt es bereits seit 1990.

Was soll heute neu oder anders daran sein?

Ganz einfach. Im Jahr 2002 sind es bereits über 50% der deutschen Bevölkerung, die vernetzt sind (Quelle: ARD/ZDF Online-Studie 2002). Das macht den Unterschied.

### Das Internet ist wie geschaffen für Network-Marketing!

Gleichzeitig sollte man es jedoch nicht überbewerten. Wenn 50% online sind, heißt das natürlich auch, dass 50% nicht online sind. Auch ohne das Internet kann man alles erreichen. Aber - geschickt genutzt - ist es ohne Zweifel ein Vorteil. Das Internet übernimmt nicht die Arbeit, auf die es letztlich ankommt: nämlich der persönliche Kontakt. Aber es beschleunigt und vereinfacht die Prozesse ungemein. Das Internet bietet eine exzellente Unterstützung und ermöglicht den Aufbau einer eigenen Organisation schneller, effizienter, unkomplizierter und um ein Vielfaches kostengünstiger als je zuvor und wird die klassischen Vertriebswege mehr und mehr verdrängen.

Es hat ein neues Zeitalter begonnen. Network-Marketing ist definitiv, die Vertriebsform der Zukunft, die jetzt spürbar an Stärke und Akzeptanz gewinnt.

## **(6) Die Medien**

Medien leben von der Werbung. Und Network-Marketing macht keine Werbung, denn diese Industrie lebt wiederum von der "Mund-zu-Mund-Empfehlung".

Warum sollte es also so sein, dass Medien positiv über diese Wirtschaftsform berichten?

### Doch auch das wird sich nun ändern.

In den USA gibt es bereits über 100 Radio-Stationen, denen ein Weg aufgezeigt wurde, wie sie von diesem Geschäftsmodell nicht nur profitieren, sondern z.T. mehr Einnahmen erwirtschaften können als mit der Werbung. Aufgrund der ungünstigen Wirtschaftslage und fehlenden Geldern klagen gegenwärtig so gut wie alle Medien (TV, Radio, Zeitungen, Magazine oder Internet) über starke Einbrüche bei den Werbeeinnahmen. Zeigt man ihnen, wie sie von der Network-Branche profitieren können, werden sie dem auch positiver begegnen und entsprechend darüber berichten.

Und das soll funktionieren?

Nun, es findet bereits statt. Noch ein wenig zaghaft und eher im Hintergrund, aber die Erfolge sind überzeugend. Und da die Medien derzeit fieberhaft nach verbesserten Einnahmemöglichkeiten suchen, wird es nicht lange auf sich warten lassen, dass sich dieses Modell herumspricht und sich in rasendem Tempo verbreitet.

## **(7) Gesetzliche Regelungen**

Auch deutliche Gesetze begünstigen und bestärken die Voraussetzungen für seriös operierende Network-Marketing-Unternehmen. Es führt dazu, dass die schwarzen Schafe nicht nur besser entlarvt werden können, sondern dass sie auch mehr und mehr verschwinden.

An dieser Klarheit hatte es in der Vergangenheit teilweise gefehlt, so dass jetzt eine Phase eintritt, in der sich eine gesellschaftliche Akzeptanz zum Vorteil für diese Industrie entwickelt. Schon heute ist ein wesentlich günstigeres Klima für die Vertriebsform festzustellen, als es noch wenige Jahre zuvor der Fall war.

Und im Zuge der Europäisierung und der Globalisierung werden auch die Voraussetzungen für Network-Unternehmen zunehmend besser. Immer mehr Politiker erkennen, dass man mit den gesetzlichen Über-Regulierungen aus dem letzten Jahrhundert in der Zukunft auf einem globalen Markt nicht mehr bestehen kann.

**Auch wenn die Ich-AG nicht das gelbe vom Ei war - der Gedanke geht in die richtige Richtung!**

### **(8) Wachstum**

Schließlich ist es das Wachstum der Network-Marketing-Industrie selbst, das zu weiterer Akzeptanz führt. In den USA sind es inzwischen weit über 7 Millionen Menschen, die als Vertriebspartner in dieser Industrie tätig sind.

**Aus der Sicht der Politik sind es gleichzeitig über 7 Millionen Wähler.**

Und auch die Wirtschaft erkennt Network-Marketing als eine verbesserte Lösung, die effektiver und kostengünstiger ist, als klassische bzw. veraltete Vertriebsformen.

Etwa 6.000 (!) namhafte Unternehmen weltweit bereiten sich derzeit darauf vor, in dieses Geschäftsmodell einzusteigen. Sie mögen in Ihrer Firmengeschichte erfolgreich gewesen sein – es muss jedoch noch lange nicht bedeuten, dass sie auch die Tastatur des Network-Marketings beherrschen werden. Aber es zeigt, welchen Respekt man dieser Vertriebsform inzwischen entgegen bringt und dass die Zeiten vorbei sind, in denen man sich mit einem solchen Geschäftsmodell lieber nicht in Verbindung bringen lassen möchte.

In der Finanzbranche hat man das ungeheure Potential dieser Vertriebsform schon vor Jahren erkannt, aber geschickt hinter anderen Bezeichnungen versteckt. Keine Bank wollte den guten Ruf des Hauses auch nur ansatzweise in Gefahr bringen wollen. Heute gibt es bereits die ersten Bankhäuser, die direkt im Network-Marketing Geschäft sind.

Die Mehrheit der Hersteller haben aufgrund der schlechten Wirtschaftslage Absatzprobleme und suchen nach neuen Ideen. Sie registrieren die Erfolge beim Network-Marketing und versuchen künftig selbst davon zu profitieren. Es bleibt abzuwarten, wie viele davon scheitern werden. Wenn allerdings bekannte Marken mit Network-Marketing als Vertriebsform auf den Markt kommen, wird es in jedem Fall den Effekt haben, dass auch dies zu einem verbesserten Ansehen in der Gesellschaft führt. Einige (kluge) Unternehmen haben sich aber bereits an große, erfolgreiche Network-Unternehmen angeschlossen und verkaufen ihre Ware so zusätzlich auf einer zweiten Schiene, ohne Risiko. Auch hier ist eine zunehmende Akzeptanz zu sehen und die Angst durch solche Verbindungen seinen Namen zu schädigen, schwindet mehr und mehr.

Und so werden wir in Zukunft nahezu alles, was das Herz begehrt auch über Network-Firmen kaufen können - oder besser als Geschäftspartner daran verdienen können. Denn - nicht zu vergessen - verdienen wird an den Warenumsätzen **immer irgendwer!** Warum also nicht *der kleine Mann* von der Straße, der bisher sein Geld (als Kunde) *nur abliefern* durfte, oder sich in einem angestellten Verhältnis zu einem kleinen Lohn verdingen musste, in eben diesen Firmen.

Die heute etablierten Network-Marketing-Unternehmen haben für Ihre Erfahrung hart arbeiten und über viele Jahre Gegenwind und Durststrecken überwinden müssen. Aus diesen Lehrjahren sind sie um so gestärkter herausgekommen. Sie werden letztlich die Gewinner sein, wenn sich all die positiven Einflüsse vermehren. Und genau davon können Sie profitieren.

**Es gab noch nie zuvor einen besseren Zeitpunkt, als jetzt.**

## 6. Wie Sie das richtige Unternehmen finden

Wenn man sich grundsätzlich mit Network-Marketing anfreunden kann, ist natürlich die nächste Frage: welches Unternehmen in dieser Industrie ist für mich das richtige?

Nun, ich denke es ist verständlich, dass man hier keine allgemeingültige Antwort geben kann (dafür sollte man vielleicht mal ein individuelles Gespräch führen), aber ich kann Ihnen vielleicht ein paar nützliche Hinweise liefern, die Ihnen die Entscheidung ein wenig erleichtert.

### Zuerst achten Sie auf folgende Punkte:

- Wie lange ist das Unternehmen auf dem Markt
- Wie steht es um die Umsatzkurve (Steigerung) der letzten fünf Jahre
- Welche Geschichte hat das Unternehmen
- Wo ist der Sitz des Mutterunternehmens
- Wie transparent ist die Unternehmens-Gruppe
- Welche Philosophie vertritt das Unternehmen
- Wie verständlich ist das Marketing-Konzept
- Welchen Status haben Sie im Bezug auf das Unternehmen
- Welche Rechte, Pflichten oder Beschränkungen sind damit verbunden
- Wie hoch sind die Kosten für den Start
- Wie aufwändig und teuer sind Schulungen und Kurse
- Wie schnell werden Sie in die Lage versetzt, selbständig zu arbeiten
- Welche Ware bietet das Unternehmen an - ideal sind Verbrauchsgüter
- Wie vielfältig und aktuell ist das Warensortiment
- Wer stellt diese Produkte (wo und unter welchen Bedingungen) her
- Wie gut können Sie sich mit dem Warensortiment identifizieren
- Wie steht es um die aktuellen Trends

### **Das Unternehmen**

- Je länger eine Firma auf dem Markt positioniert ist, desto mehr spricht natürlich für Sie. Keine schlechte Firma kann sich über viele Jahre halten.

- Lassen Sie sich einige Zahlen zeigen. Jedes seriöse Unternehmen veröffentlicht seine Umsätze und Gewinne jährlich.

- Die Geschichte eines Unternehmens sagt zum Teil schon sehr viel über die Firma aus. Wann wie und von wem wurde die Firma gegründet. Welches Ansehen hat die Firma in ihrem Gründerland. Doch Vorsicht vor undurchsichtigen Firmengeflechten und Firmensitzen deren Örtlichkeit auf eine Verschleierung hinweist. Das Unternehmen, mit dem Sie zusammenarbeiten wollen sollte unbedingt auch einen Firmensitz in Ihrem Land haben. Wer das nicht tut, dem muss man unterstellen, dass er Sie im Ernstfall im Regen stehen lässt. Und jeder weiß selbst, wie einfach es ist, sich mit einer Firma herumstreiten zu müssen, die im Ausland sitzt.

- Das Unternehmen sollte aber international operieren. Eines der großen Vorteile beim Network-Marketing ist eben die Möglichkeit, weltweit tätig sein zu können. Stellen Sie sich vor, Sie stehen morgens auf und Ihre Organisation in Amerika hat gerade einen erfolgreichen Tag hinter sich. Und wenn Sie abends zu Bett gehen, werden Vertriebspartner aus Ihrer "Downline" in Thailand aktiv. Ist das nicht ein reizvoller Gedanke? Suchen Sie sich daher ein Unternehmen, das offiziell schon in mehreren Ländern präsent ist und insgesamt eine globale Ausbreitung anstrebt.

- Die Philosophie des Unternehmens muss Ihnen zusagen. Wenn Ihnen ein Unbehagen in der Magengegend bleibt, sollten Sie noch einmal eine Nacht darüber schlafen, bevor sie sich endgültig entscheiden. Die Philosophie (Grundaussage) muss zu Ihnen passen. Großmäuliges Verhalten sollte mit Vorsicht genossen werden. Auch der Versuch, die Konkurrenz schlecht zu machen, deutet auf ein Menschenverachtende Einstellung hin.

### Das Konzept

- Hier liegen die großen Unterschiede, die für unerfahrene Vertriebspartner nur schwer zu analysieren sind. Eines ist sicher: Jedes Unternehmen wird Ihnen versprechen, dass es den besten Marketingplan von allen hat. Finger weg von Systemen, die Sie in Ihrer Freiheit einschränken, wenn z.B. max. nur eine kleine Zahl von Anwerbungen in der eigenen, ersten Ebene erlaubt sind, oder wenn Sie eigene Kontakte an die Upline abgeben müssen etc.). Sie sollten jede Möglichkeit haben, so viele neue Vertriebspartner in Ihrer ersten Reihe zu platzieren, wie Sie es wollen und es ist auch gut, wenn in höheren Stufen bis in die Tiefe profitiert werden kann. Achten Sie darauf dass nicht eine Ebene überproportional hoch oder niedrig bewertet wird, sondern eine ausgeglichene Verteilung statt findet.

- Beachten Sie, dass Sie dieselben Verdienstchancen wie Ihr Sponsor und Ihre Upline haben können und diese einkommensmäßig sogar überholen können.

- Interessant ist auch, welchen Status man Ihnen einräumt. Sind Sie selbständiger Partner, oder operieren Sie nur als Verkäufer. Wie frei können Sie entscheiden, bzw. wie stark werden Sie reglementiert und unter welchen Umständen können Sie bzw. das Unternehmen den gegenseitigen Vertrag kündigen. Achten Sie schon deshalb darauf, damit man Sie nach erfolgreicher Arbeit nicht mit einer schwammigen Kündigung ausschalten kann und Sie damit um Ihren Verdienst gebracht werden. Gibt es z.B. eine Vererbbarkeit ihres Geschäftes (sonst ist es vielleicht doch nur ein Pseudogeschäft) und einen Linienschutz für das was Sie aufgebaut haben?

### Die Kosen für den Start

- Ein Starter-Set sollte nicht mehr als 500 Euro kosten. Dieses Set sollte eine Erstausrüstung sein: mit Geschäftsunterlagen und Informationsmaterial. Von großem Vorteil ist es, wenn dieses Starter-Set gleich die wichtigsten Produkte zum testen beinhaltet. Nur was Sie an sich selber ausprobiert haben, können Sie auch mit gutem Gewissen weiterempfehlen. Vorsicht, die Warenabnahme darf aber nie zur Bedingung gemacht werden.

- Fragen Sie, ob Sie evtl. einmal irgend eine Schulung unverbindlich und kostenlos ansehen dürfen, bevor Sie sich entscheiden. Ein gutes Unternehmen hat nichts zu verbergen und wird Ihnen das sicher ermöglichen.

- Lassen Sie sich das Schulungs-System zeigen und fragen Sie nach den Kosten die hierfür entstehen. Wenn pro Jahr mehrere tausend Euro dafür ausgegeben werden sollten, drängt sich der Verdacht auf, dass man Kasse machen möchte.

- Je schneller man Sie in die Lage versetzt, selbständig arbeiten zu können, um so besser. Nach wenigen Wochen sollte das im Großen und Ganzen der Fall sein. Eine Begleitung und Hilfestellung in den ersten Wochen ist aber nötig.

### Das Warensortiment

- Grundsätzlich gilt, Verbrauchsgüter sind ideal. Je umfangreicher ein Sortiment ist, um so besser. Allerdings darf eine Firma sich auch nicht in Vielfalt verzetteln. Ein Verbund von Warenanbietern ist dann eine gute Lösung. So kommt durchaus ein Top-Sortiment zustande.

- Fragen Sie auch danach, *wer* diese Produkte *wo* produziert, denn auch das ist eventuell ein Hinweis auf die Qualität der Ware.

- Können Sie sich mit dem Warensortiment grundsätzlich identifizieren? Probieren Sie vielleicht einige Produkte als Kunde aus, bevor Sie einsteigen. Eine seriöse Firma hat damit keine Probleme. Sie werden in jedem Fall ein Geschäft nur dann erfolgreich betreiben können, wenn

Sie die Produkte auch selbst gerne benutzen. Anders funktioniert es auch in anderen Branchen nicht. Oder stellen Sie sich mal einen Weinhändler vor, der den Alkohol verpönt oder einen Buchhändler, der Bücher hasst. Das heißt nicht, dass Sie jedes Buch gut finden, dass ihnen jeder Wein schmeckt, aber grundsätzlich muss es eben passen.

- Wie sind die Reklamationen oder Warenrückgaben geregelt?
- Übernimmt das Unternehmen die Haftung für die gelieferte Ware auch bei Ihrem Kunden?
- Wird jeder Partner schnell und direkt beliefert, kann er jederzeit ohne Mindestmengen bestellen und wie hoch sind die Zustellgebühren für den Partner?
- Und ein weiterer wichtiger Punkt: Verkauft das Unternehmen in den jeweiligen Märkten, in denen es tätig ist, nur Ware, die auch für diese Märkte zugelassen sind. Lassen Sie sich nicht einreden, dass Sie auch Produkte verkaufen können, die in Ihrem Heimatmarkt nicht offiziell zugelassen sind. Damit könnten Sie sich sehr viel Ärger mit den Behörden einhandeln. Solche Unternehmen haben ihren Sitz zumeist auch gar nicht in dem Markt, in dem Sie für sie tätig werden sollen. Hier gibt's nur eins: Finger weg.

### **Die aktuellen Trends**

#### Trend 1: Die Gesundheits- und Wellness-Industrie

Ein Aber-Milliarden-Markt. Es ist gegenwärtig definitiv die Branche mit den besten Zukunftsperspektiven. Kaum eine Branche hat solche Zuwächse wie die der Nahrungsergänzungen und der Anti-Aging Sparte.

#### Trend 2: Das Internet

Das ist die Zukunft. e-Commerce (Online-Shopping) wird mehr und mehr zur Selbstverständlichkeit. Gleichzeitig bietet es dem Network-Marketing eine ideale Plattform für einen erfolgreichen, risikolosen Geschäftsaufbau.

#### Trend 3: Die "Home-Office" Revolution

Immer mehr Menschen arbeiten vom "Heimbüro" im eigenen Zuhause. Für diesen Trend besteht sogar mittel- und langfristig eine ökologische und logistische Notwendigkeit. Die Unternehmen sparen Geld mit der Auslagerung von Büro-Räumen und die verkehrstechnisch kollabierenden Innenstädte werden von den täglichen Büro-Pendlern entlastet. Bestimmte Tätigkeiten können ortsunabhängig stattfinden. Die Telekommunikation sowie Online-Verbindungen machen es möglich. Die Vorteile sind so überragend, dass sich dieser Trend in den nächsten Jahren massiv verstärken wird. Es stellt sich nur die Frage, ob man als Angestellter für ein Unternehmen oder auf selbständiger Basis für sich selbst arbeiten möchte.

### **Bleiben Sie sich treu.**

Wenn auf Geschäftspräsentationen mehr vom Geld verdienen als von den Produkten gesprochen wird, sollten Sie vorsichtig sein. Lassen Sie sich nicht blenden und hören Sie auf Ihre innere Stimme. Das ist der beste Ratgeber. Es kommt darauf an, ein dauerhaftes Einkommen zu verwirklichen und nicht das schnelle Geld zu machen.

Sie müssen überzeugt sein, vom Unternehmen und von den Produkten.

### **Allein das ist Substanz**