

NETWORK-KARRIERE

Die Fachzeitung für internationale Marketing und Direktvertrieb

Sonderausgabe
zum Thema
neue Selbständigkeit

Mit **50**
zum alten Eisen?

Generation 50 plus:
Erfahrungen sind gefragt

Prof. Dr. h. c. Lothar Späth:
Jugendwahn ist untragbar

Die Karriere
nach der Karriere
in die Selbständigkeit

Sprechen Sie mit mir über Ihre berufliche Zukunft.

Einzelpreis
2,- € / 3,- SFR



Bernd Seitz
Herausgeber

Die Power-Generation darf nicht aufs Abstellgleis

Liebe Leserinnen und Leser,

Wer heute 45 Jahre und älter ist wird mit Entsetzen feststellen, dass die freie Wirtschaft die Mitarbeiter der Generation 50 Plus mehr und mehr – im wahrsten Sinne des Wortes – abschreibt. Angeblich sind sie zu teuer, nicht flexibel genug und oftmals auch nicht auf dem neuesten Stand der Technik. Erfahrung und Loyalität zählen vielfach nicht mehr. Dabei sind es gerade die Menschen dieser Generation, die es gewohnt sind, hohe Leistungen zu bringen und sich für ihr Unternehmen einzusetzen.

Die Meldungen überschlagen sich: Zehntausende, in der vollen Lebensblüte stehende Männer und Frauen, werden auf einmal nicht mehr gebraucht. Für den Ruhestand sind sie zu jung, für das Arbeitsleben angeblich zu alt. Und nun? Die Lösung kann der Weg in eine Selbständigkeit sein, die möglichst wenig finanzielle Risiken mit sich bringt. Wir möchten Ihnen mit der vorliegenden Broschüre einen Weg aus dieser fast

aussichtslosen Situation aufzeigen. Denn es gibt eine nach wie vor boomende Branche, die Menschen mit Lebenserfahrung und einem festen Willen die Möglichkeit gibt, beruflich und persönlich noch einmal durchzustarten: Die Network-Marketing- und Direktvertriebs-Branche!

Vergessen Sie zunächst einmal alle Bedenken, die sich bei Ihnen einschleichen und Gerüchte, die Sie vielleicht einmal gehört haben und machen Sie sich ein eigenes Bild von der Branche. Lesen Sie hier wie das Geschäft funktioniert, was Ihre künftigen Aufgaben sein könnten und wo die Chancen, aber auch die Risiken liegen. Diese Themen beantwortet die Broschüre umfassend und leicht verständlich. Wie das Direktvertriebsgeschäft erfolgreich betrieben wird, zeigt Ihnen zudem der bereits in der Branche tätige Geschäftspartner, der Ihnen diese Broschüre übergeben hat.

Wie jedes Geschäft ist auch Network-Marketing und Direktvertrieb nicht für Jedermann geeignet. Entscheidend für den künftigen Erfolg ist jedoch nicht die Frage, was Sie bisher gemacht haben, sondern mit welchem persönlichen Engagement Sie neue Aufgaben angehen wollen. Unternehmer kommt nun einmal von unternehmen.

Das „Wissen um Ihr künftiges Geschäft“ kann man schnell vermittelt bekommen.

Das „Wollen, etwas zu erreichen“ muss von Ihnen kommen.

In diesem Sinne herzlichst Ihr

Bernd Seitz

- 2 Editorial
 - 3 Inhalt/Impressum
 - 4 „Der Jugendwahn ist volkswirtschaftlich untragbar“
 - 6 Generation 50plus chancenlos auf dem Arbeitsmarkt
 - 8 Am Arbeitsmarkt ist keine Besserung in Sicht
 - 10 Ruhestand ist kein Thema
 - 16 Altes Eisen oder alter Fuchs ...
 - 19 Die Branche bietet viele Möglichkeiten
 - 25 Worauf Sie achten sollten
 - 28 Die Direktvertriebsbranche
 - 36 Die ersten Schritte in die Selbständigkeit
 - 40 Wie komme ich an neue Kunden und Berater?
 - 46 Das ist doch ein Schneeballsystem oder?
-

Impressum:

Die Generation 50plus

Herausgeber: GKM-Zentralredaktion GmbH
Boslerstraße 29, 71088 Holzgerlingen
Telefon: 0 70 31/7 44-2 01
Fax: 0 70 31/7 44-1 99
verlag@network-karriere.com
Chefredaktion: Bernd Seitz (v.i.S.d.P.)
Redaktion: Frank Wirtjes
Layout/Grafik: Thomas Prantl
Nachbestellung: www.network-karriere.com
Kundenservice: Cornelia Lutzweiler
abo@network-karriere.com

Druck: Central Druck Medien AG
Dornierstraße 14, 71034 Böblingen
Printed in Germany

Einzelbezug 2,- €

Konzept und alle Rechte auf Inhalte und Gestaltung:

GKM Zentralredaktion GmbH
(alle Anschriften siehe Verlag)

Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung der
GKM Zentralredaktion GmbH.



„Der Jugendwahn ist volkswirtschaftlich untragbar“



In der Ausgabe der Network-Karriere vom Januar 2005 erschien ein Exklusiv-Interview mit dem Ex-Politiker und Wirtschaftsmanager Prof. Dr. h. c. Lothar Späth. In den nachfolgenden Auszügen dieses Interviews äußerte sich Späth zu den Themen Selbständigkeit, Direktvertriebsbranche und der Beschäftigungssituation der über 50-Jährigen in Deutschland. Den derzeitigen Jugendwahn in der freien Wirtschaft hält er für fatal und volkswirtschaftlich untragbar.

Die Konsenspolitik zwischen Staat, Gewerkschaften und Arbeitgeberverbänden zu Lasten der Beitragszahler trage nicht länger: „In zehn Jahren werden die über 40-Jährigen durch den demografischen Wandel sowieso

die Mehrheit in den Firmen stellen. Die Sachverständigen sind sich nahezu einig und empfehlen daher eine Verlängerung der Lebensarbeitszeit. In Deutschland sind heute nur rund 40 Prozent der 55- bis 64-Jährigen noch berufstätig. Im internationalen Vergleich liegen wir damit im unteren Drittel der OECD-Länder.“ Einen großen Anteil daran hätten die durch die Politik ab Mitte der neunziger Jahre gesetzten Anreize zur Frühverrentung.

Die Unternehmen nutzen das zur „Verjüngungskur“ ihrer Belegschaften: „Heute kämpfen wir mit der Überalterung unserer Gesellschaft, steigenden Rentenbeiträgen und den negativen volkswirtschaftlichen Folgen der geringen Erwerbstätigkeit in dieser Altersgruppe. Abgesehen davon sind die Älteren zu qualifiziert, um ihr Wissen brach liegen zu lassen. Mit Kompetenz, Erfahrung und Reife können sie jüngere Kollegen anleiten und beraten.“

Neben dem Erfindergeist sieht Späth im unternehmerischen Mut von Menschen den wertvollsten Rohstoff Deutschlands. Diesen Unternehmergeist gelte es auch bei den nachwachsenden Generationen wachzurufen: „Schließlich fehlt es auch an einer wirklichkeitsgerechten Vermittlung des Unternehmerbildes an Schulen und Universitäten. Jungen Generatio-

nen muss mit auf den Weg gegeben werden, dass es die spannendste Aufgabe überhaupt ist, Risiken und Herausforderungen anzunehmen und die Früchte dieser Arbeit auch selbst ernten zu können. Denn dies trägt die Chance von Unabhängigkeit und Freiheit in sich.“ Diese Inhalte an junge Menschen weiterzugeben, dürfe nicht nur Aufgabe der Lehrenden sein.

Gerade Unternehmer könnten mit ihren Erfahrungen bei Schülern und Studenten Interesse wecken und Anreize setzen. Der Ex-Politiker ist davon überzeugt, dass die Qualität und Konsequenz des Managements der Unternehmen in der Direktvertriebs- und Network-Marketing-Branche darüber entscheiden, ob diese Geschäftsform eines Tages eine genauso normale und hochangesehene Vertriebsform wird wie es der Einzelhandel, Franchise oder Versandhäuser bereits sind: „Über ein umfassendes Bild der gesamten Industrie ver füge ich nicht. Klar ist jedoch, dass der Vertrieb ein wesentlicher Faktor für den Unternehmenserfolg ist. Mit ihren Netzwerken aus selbständigen Beratern sind die Direktvertriebe am Herzschlag ihrer Kunden. Das schafft kurze Kommunikationswege und schnelle Reaktionsmöglichkeiten auf die Bedürfnisse des Markts. Die Resultate sprechen für diesen Vertriebsweg.“ ■

Generation 50plus chancenlos auf dem Arbeitsmarkt

Institut Arbeit und Technik (IAT) untersuchte die Beschäftigung Älterer in deutschen Betrieben



„Die Wirtschaft ist auf alternde Belegschaften noch nicht eingestellt“

Ob sich die Deutsche Wirtschaft überhaupt auf die Alterung der Erwerbsbevölkerung einstellt, lässt sich zur Zeit nicht mit Sicherheit sagen. Es ist möglich, dass die Betriebe den veränderten Altersstrukturen und der abnehmenden Bereitschaft älterer Arbeitnehmer, angesichts von Rentenabschlägen aus dem Arbeitsleben auszusteigen, gegenüber Rechnung tragen. Doch der IAT Experte und Arbeitsmarktforscher Dr. Martin Bussig rät, sich nicht darauf zu verlassen. Es sei ebenso denkbar, dass die Arbeitgeber das Potential der älteren Erwerbstätigen ignorieren: „Angesichts der Einstellungsprobleme älterer Personen spricht einiges für dieses skeptische Szenario.“

Demnach sind die meisten Betriebe in Deutschland bis jetzt weder bereit noch in der Lage, sich auf das Altern der Gesellschaft und ihrer Belegschaften einzustellen. Strategien, von der Altersteilzeit über die Gestaltung der Arbeitsplätze und -abläufe bis hin zur Weiterbildung sind laut Brussig nahezu nicht existent: „Die Ursache liegt in der Mehrzahl nicht in einer eventuellen Diskriminierung Älterer. Es handelt sich ganz einfach um Unwissenheit.“ Brussigs Aussage stammt aus seinem Anfang 2005 erschienenen Alterübergangsreport, der die Beschäftigung Älterer im Lichte des Betriebspanels 2002 des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) untersucht. Beim IAB-Betriebspanel handelt es sich um eine repräsentative Arbeitgeberbefragung zu betrieblichen Bestimmungsgrößen der Beschäftigung, die seit 1993 jährlich bei den gleichen Betrieben durchgeführt wird. Die Analysen werden von Politik, Tarifparteien und Verbänden zur Entscheidungsfindung herangezogen.



Personalchefs schätzen die Leistungsfähigkeit und Erfahrung ihrer älteren Mitarbeiter.

Gegenwärtig haben die Betriebe die Möglichkeiten, sich an die Alterung potentieller Arbeitskräfte anzupassen, Ältere einzustellen und sie zu „pflegen“ oder künftig verstärkt um knapper werdende jüngere Arbeitskräfte zu konkurrieren. Rund 860.000, das sind etwa 41 Prozent, beschäftigen gar keine Älteren. Und 15 Prozent sind auch generell nicht dazu bereit, Menschen ab 50 einzustellen. 31 Prozent knüpft Bedingungen an die Einstellung Angehöriger der Generation 50plus. Hierbei sind Beihilfen wie Eingliederungszuschüsse am wichtigsten. Eine weitere Voraussetzung ist, dass es keine jüngeren Bewerber gibt. Dem gegenüber schätzen die Personalchefs die Leistungsfähigkeit und Erfahrung ihrer beschäftigten älteren Mitarbeiter. Und 54 Prozent aller befragten Betriebe gab an, auch über 50-Jährige ohne wenn und aber einzustellen. Die Realität sieht anders aus. Aus einer Studie der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) geht hervor, dass der Anteil der erwerbstätigen 55- bis 64-Jährigen in Deutschland mit 41 Prozent so gering ist wie in keinem anderen Industrieland. In Schweden beträgt der Anteil 70 Prozent, in Großbritannien und den USA 60 Prozent. ■

Am Arbeitsmarkt ist keine Besserung in Sicht

In Deutschland dürften mehr als sieben Millionen Arbeitsplätze fehlen



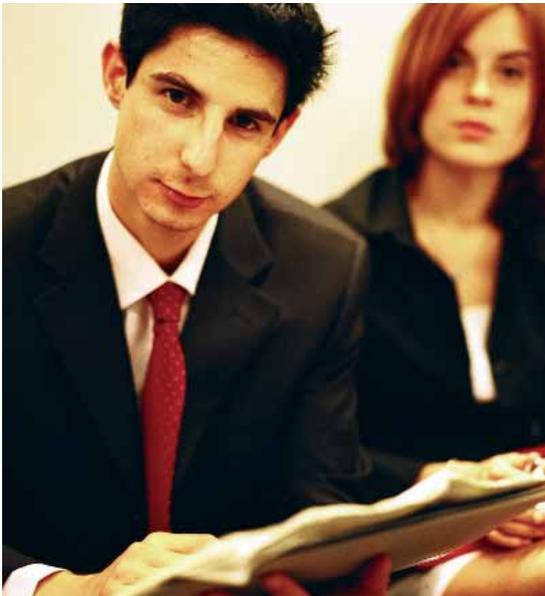
Fast fünf Millionen Arbeitslose zu Beginn des Jahres 2006 sind nicht die ganze Wahrheit. ABM-Stellen, Umschulungen und Weiterbildungsmaßnahmen lassen zwar die Statistik besser aussehen, am derzeitigen Mangel an Arbeitsplätzen ändern sie jedoch nichts.

Es ist müßig, über die Ursachen zu diskutieren oder nach den Schuldigen zu suchen. Die jetzige Situation in Deutschland ist das Ergebnis einer Jahrzehnte langen Fehlentwicklung in vielen Bereichen, einhergehend mit Bedenkenträgerei und Reformstau. Glücklicherweise sind diejenigen, die noch einen Arbeitsplatz haben. Selbstbetrug wäre es jedoch zu glauben, dieser sei sicher. Die einzige Konstante, auf die tatsächlich noch Verlass ist, heißt Veränderung. Sie wird zwar oft als etwas Bedrohliches angesehen, aber gerade in ihr liegt auch die Möglichkeit des Positiven.

Nehmen Sie die mit Veränderung verbundene Herausforderung doch einfach an. Niemand kann Sie hindern! Sie werden entdecken, welches großartige Potential in Ihnen steckt. Finden Sie nicht auch, dass sich Ihnen so viel bessere Perspektiven bieten als die Abhängigkeit von staatlicher Alimentierung?

Denn es ist leider so: Wer heute über 40 oder gar 50 ist, hat so gut wie keine Chance mehr, im herkömmlichen Arbeitsmarkt unterzukommen, wenn der bisherige Arbeitsplatz verlo-

ren geht. Ebenso schwierig stellt sich die Situation von Frauen dar, die nach den Jahren der Kindererziehung zurück in ihren Beruf wollen. Staatliche Institutionen können schon jetzt nicht mehr, als den Mangel zu verwalten. Und die über Jahrzehnte liebgewonnene Fassade des Vater Staat, der seine Bürger Kindern gleich versorgt, zeigt Risse und beginnt zu bröckeln. Neue Arbeitsplätze können nur durch



Wie geht es beruflich weiter? Die Arbeitsplatzproblematik beginnt immer früher.

Investoren entstehen. Genau hier stehen Deutschland und Europa mit der gesamten Welt im Wettbewerb um das Kapital derer, die es investieren wollen. Gehören Sie zu den Menschen, die in der sich stetig verändern-

den Lage eine Chance sehen? Dann spricht für Sie nichts dagegen, einmal ernsthaft über die Möglichkeit der Selbständigkeit nachzudenken. Und dies sogar dann, wenn Sie Ihren Arbeitsplatz noch haben. Sie wissen doch, Vorsicht ist die Mutter der Porzellankiste. Sind Sie bereits einer der fast fünf Millionen Arbeitssuchenden? Und wollen Sie auf Dauer der Mühle aus ABM, Hartz IV oder Umschulung entkommen?

Die haupt- oder nebenberufliche Selbständigkeit im Direktvertrieb und Network-Marketing bietet Ihnen ungeahnte Möglichkeiten dazu – nur Mut! Ideal ist es natürlich, wenn man nicht wartet, bis das Unternehmen, in dem man tätig ist, immer mehr Mitarbeiter mehr oder weniger charmant „entsorgt“, sondern sich rechtzeitig Gedanken darüber macht, welche Möglichkeiten sich in der Selbständigkeit bieten. Die Network-Marketing- und Direktvertriebs-

branche bietet die idealen Einstiegsmöglichkeiten. Denn diese, nach wie vor schnell wachsende Branche kann zunächst nebenberuflich betrieben werden, um dann auf die hauptberufliche Selbständigkeit umzusteigen. ■

Ruhestand ist kein Thema

Die Berater der Generation 50plus denken gar nicht ans Aufhören



Sie sind alle über 50 und betreiben ihr Geschäft mit Begeisterung. Der in der herkömmlichen freien Wirtschaft vorherrschende Jugendwahn ist in der Direktvertriebsbranche kein Thema. Otto Rehagel, der derzeitige Trainer der griechischen Fußballnationalmannschaft, sagte einmal, dass es keine alten oder jungen, sondern nur gute oder schlechte Spieler gibt. Gleiches gilt im Vertrieb. Hier gibt es lediglich Berater, die gute oder weniger gute Ergebnisse produzieren – und das vollkommen unabhängig vom Alter.

Mit 57 in die Selbständigkeit: „Viele meiner Bekannten waren verwundert, dass ich mit 57 Jahren noch die Risiken und Probleme einer Selbständigkeit auf mich genommen habe“, schildert Sabine Meier die Reaktionen ihres persönlichen Umfelds. Seit ihrer Heirat vor 35 Jahren war sie im Unternehmen ihres Mannes, einem KFZ-Reparaturbetrieb mit Lackiererei, beschäftigt. Sie erledigte die Buchführung, übernahm auch Arbeiten in der Werkstatt und wuchs so in die Führung eines Unternehmens herein. Ihren Wunschtraum, eine ei-

gene kreative Firma, verwirklichte sie im Juni mit der Eröffnung ihres Geschäfts „Die Fundgrube kreativ & mehr“. Ihr zweites Standbein, einen Direktvertrieb für Damenmode, lernte sie durch eine Freundin kennen. Seit September ist Sabine Meier im Zweiterberuf als Beraterin für Damenmode tätig. Da sie gerne mit Menschen zu tun hat, fühlt sie sich in beiden Tätigkeiten gut aufgehoben.

Freude an der Arbeit

Die Mutter und Großmutter denkt noch lange nicht an Ruhestand. Sie fühlt sich ausgefüllt und hält Menschen ab 50 für wesentlich belastbarer als viele junge Leute. Im Direktvertrieb sieht Meier ein ideales Betätigungsfeld für ihre Altersgruppe: „Während man als abhängig Beschäftigter in der herkömmlichen Wirtschaft kaum noch Perspektiven hat, stehen in dieser Branche jeder motivierten Person unabhängig vom Alter alle Türen offen.“ Zu den Vorzügen der Generation 50plus zählt die Geschäftsinhaberin die Lebenserfahrung und die höhere Belastbarkeit, verbunden mit Freude an der Arbeit. „Ich setze diese Kombination gezielt ein, wenn ich es mit Kunden zu tun

habe“, sagt sie und: „Auch in meinem Alter sucht man nach Möglichkeiten zur Selbstverwirklichung. Wünsche, Träume und Ziele sind kein Privileg der Jugend. Meine Vertriebstätigkeit ermöglicht mir beides, mich selbst zu verwirklichen und meine Träume in die Realität umzusetzen.“ Unabhängig vom Lebensalter, ist für sie die Unterstützung durch den Lebenspartner ein sehr wichtiger Erfolgsfaktor. Und dem natürlichen Alterungsprozess sowie gesundheitlichen Problemen wirken richtige Ernährung, bewusstes Leben und die Vermeidung von negativem Stress entgegen.



Wünsche, Träume und Ziele sind kein Privileg der Jugend.

Auch mit 80plus noch lange nicht in Rente: Cruisen und Golfspielen haben Susann Lange-Mechlen immer gelangweilt. „Ich brauche eine sinnvolle Aufgabe, um glücklich zu sein“, sagt die 83-Jährige Beraterin. ▶

12 | fünfzig plus

Entsprechend hat sie vor dem Tod keine Angst: „Ich bin mir sicher, auch im Himmel ein interessantes Betätigungsfeld zu finden.“ Bei ihrem Unternehmen fühlt sie sich gut aufgehoben, weil hinter den Produkten Wissenschaftler stehen, die sie persönlich kennt. Ansonsten findet Lange-Mechlen, dass sich eher Network-Marketing Unternehmen bei Distributoren gut aufgehoben fühlen können



Runter von der Couch. Hin zu Menschen und aktiv bleiben. Das hält jung.

als umgekehrt. Hängt doch der Erfolg einer Geschäftsidee maßgeblich von den tragenden Säulen des aufzubauenden Netzwerks ab: „Sind die Berater gut, wird die Organisation wachsen. Früher einmal nannte man Leute, die hier hervorragend waren, Mentoren. Der einzige – und leider nicht zu ändernde – wunde Punkt ist, dass man beim Einstieg nicht weiß, wie

wichtig dieser Sponsor (Mentor) ist. Da bleiben oftmals Talente auf der Strecke, die hätten entwickelt werden können“, erklärt die zur Hälfte in Deutschland und zur Hälfte in Kalifornien lebende Dame.

Als Vorzug der Generation 50plus sieht sie die Erfahrung:

„Es ist leichter, ein Ziel zu erreichen, wenn man von jemandem eine genaue Karte zur Verfügung gestellt bekommt, die Umwege und Sackgassen deutlich markiert.“ Sie persönlich sieht in ihrem Alter nur einen gravierenden Nachteil: „Mein Lebensalter zu nennen deprimiert mich ein wenig. Nicht, weil bereits Hörrohr und Rollstuhl meine nächsten Verwandten geworden sind, sondern weil die Zeit für die wichtigen Projekte, die ich noch verwirklichen will, so verdammt knapp wird.“ Die Distributorin hat nach wie vor einen 16-Stunden-Tag. Wenn es ihr möglich ist, macht sie eine Stunde Mittagspause. Altersbedingtes Nachlassen ist ein Fremdwort für sie, was auch durch ihren besonderen Humor deutlich wird: „Ich bin Präventologin geworden, weil Vorbeugen sinnvoller ist als Heilen. Dafür musste ich nur von den Edelsteinen zu den Gallensteinen wechseln.“

Seit 30 Jahren im Direktvertrieb, seit 46 Jahren verheiratet:

„Wir haben nie daran gedacht, mit 60 oder 65 Jahren in den Ruhestand zu ge-

hen. In unserem Führungskreis gibt es kaum Fluktuation, wir sind somit richtig zusammengewachsen und zum Teil befreundet. Die Anerkennung ist ein wunderbares Dankeschön für 20 Jahre Aufbauarbeit, und das ‚Dazugehören‘ hält jung“, sagt Ilse Brockmann. Nach wie vor ist es der 67-Jährigen eine große Freude, Mitarbeiterinnen zum Erfolg zu verhelfen. Der Besuch aller angebotenen Seminare hilft ihr und ihrem 70-Jährigen Mann, „auf dem Laufenden“ zu bleiben.

Es sind die Langfristigkeit und die Philosophie, die sie immer noch für ihr Unternehmen tätig sein lassen. Es sitzt in der Schweiz, ist dort Marktführer im Direktvertrieb und seit 34 Jahren aktiv. Der persönliche Kontakt zu den Inhabern der Familien-AG gibt beiden die Sicherheit, das richtige Geschäft zu betreiben. In den 20 Jahren Aufbauarbeit haben sie eine selbständig arbeitende Vertriebsorganisation ge-

schaffen, die es ermöglicht, nicht nur finanziell, sondern auch zeitlich unabhängig zu sein. So können die beiden, auch in einem Alter, in dem Otto

Normalverbraucher längst verrentet wurde, das Geschäft weiter auf- und ausbauen und gleichzeitig das Leben genießen.

Keine Zwangsverrentung

„Die große Stärke der Generation 50plus ist die Fähigkeit, sehr intensiv arbeiten zu können“, findet das Paar. Die Chance für ältere Menschen liege in der Möglichkeit, dass jeder so lange tätig sein kann, wie er es möchte. „Es gibt keine Zwangsverrentung.“ Positives Beispiel ist für die Brockmanns eine 84-Jährige Dame in der Schweiz, die vor 34 Jahren zusammen mit ihnen



Die große Stärke der Generation 50plus ist die Fähigkeit, sehr intensiv arbeiten zu können

begann, das Geschäft aufzubauen. Sie führt nach wie vor ihr Team und hat ihren Kundenstamm. „Im Gegensatz zu den meisten Gleichaltrigen steht ▶

14 | fünfzig plus

sie mitten im Leben, weil sie gebraucht wird und dazu gehört“, macht das Ehepaar deutlich. Ruhestand ist kein Thema für Christine Kopitz (52) – auch nicht mit 60 oder 65. „Ich möchte auf das, was ich durch meine Tätigkeit an positivem Feedback erhalte, nicht mehr verzichten.“ Anderen Menschen zu deren Erfolg zu verhelfen und darauf den eigenen zu begründen, passt ideal zu ihrer Lebenseinstellung. Schon in der Zeit, in der sie ihre Kinder großzog, war die gelernte Erzieherin immer wieder nebenbei berufstätig. Zusätzlich engagierte sie sich in vielen

Ehrenämtern: „Ich war immer auf der Suche nach einer sinnvollen Tätigkeit, die mir Spaß macht.“ Als vor sieben Jahren ihr drittes Kind das Elternhaus verließ, suchte Kopitz eine neue Herausforderung. Etwas, das mit Menschen zu tun hat und dem Organisationstalent einer dreifachen Mutter gerecht wird. Als sie sich zum ersten Mal auf eine Anzeige meldete, traf sie auf einen Kosmetikvertrieb. Sie fühlte sich von Anfang an richtig aufgehoben, die Tätigkeit liegt ihr, und „die Ansprechpartner waren kompetent, freundlich und geduldig. Kurzum, es passte alles.“ „Ich sehe gera-

de für die Generation 50plus eine wunderbare Möglichkeit, noch mal richtig durchzustarten. Die Lebenserfahrung allgemein und Erfahrung im Umgang mit Menschen sind gute Voraussetzungen für den Bereich Team-



Lebenserfahrung und Erfahrung im Umgang mit Menschen sind gute Voraussetzungen für Teamführung und Leitung.

führung und Leitung. Die Kinder sind groß. Zeit und Energie für etwas Neues sind vorhanden. Dazu kommen Geduld und Gelassenheit als Tugenden, die bei jüngeren Personen oft nicht so ausgeprägt sind“, schildert sie die Vorzüge der Menschen ihrer Altersgruppe. Menschen, die viel tun, sollten unabhängig vom Alter auch entsprechend verdienen, findet sie. Krank würden im Alter meist die, die zu viel Zeit haben, darüber nachzudenken, was ihnen weh tut. Ihre eigenen Zukunft sieht Kopitz so: „Wenn es mir irgendwann (frühestens in 20 Jahren) zu viel werden sollte, werde

ich einfach weniger tun. In ganz ferner Zukunft möchte ich als alte, forschende, grauhaarige Dame mit meinem silbernen Stock auf Meetings gehen, um andere Menschen zu motivieren.“

Deutsch-Englisches Joint Venture: Ruhestand ist für die gebürtige Britin Penny (52) und Siggí Karsch (51) ein Fremdwort: „Wer diese Branche im Blut hat, empfindet seine Tätigkeit nicht als Arbeit sondern als Lebensart. Und diese Art der Lebensgestaltung wollen wir persönlich nie aufgeben“, sagt das Paar, das sich im Net-



Im Direktvertrieb lernt man ständig neue Menschen kennen, ist permanent in Aktion und kann seine Erfahrungen einbringen.

work-Marketing kennengelernt hat. Ältere Menschen hätten oft ein Gefühl von Einsamkeit und Nicht-mehrgebraucht-zu-werden. „Im Direktvertrieb hingegen lernt man ständig neue Menschen kennen, ist permanent in

Aktion, kann seine Erfahrungen einbringen, und als positiver Nebeneffekt löst sich auch das Problem mit der eventuell zu niedrigen Rente.“ Das Paar ist der Meinung, dass der enge Kontakt zu vielen jüngeren Menschen ältere Networker jung bleiben lässt.

Portion Lebenserfahrung

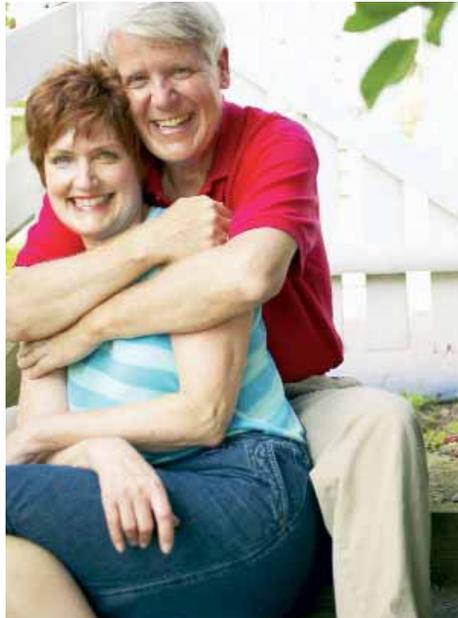
Zudem fühlen die Führungskräfte sich bei ihrem jetzigen Unternehmen, ein über lange Jahre erfolgreich agierender Weltkonzern, gut aufgehoben. „Die Herausforderung, den Erfolg des Unternehmens in Westeuropa mit gestalten zu können, gefällt uns ebenfalls.“ Und sie machen deutlich: „Es gibt keinen Ersatz für Erfahrungen. Fast elf Jahre erfolgreicher Vertriebsaufbau geben uns die ‚Weisheit‘, andere Menschen unterstützen zu können.“ Die Karschs geben aber auch zu: „Es bedarf einer Portion Lebenserfahrung, zu erkennen, dass man nicht alle Fehler selbst machen muss.“ Entsprechend wollen viele Menschen ihre eigenen Erfahrungen machen. Sind sie dann „auf die Nase gefallen“ nehmen sie doch den Rat der Älteren an. Die beiden über 50-Jährigen sehen in der Möglichkeit, ein Geschäft bei freier Zeiteinteilung zum großen Teil von zu Hause aus aufbauen zu können, einen Umstand, der gerade älteren Menschen entgegen kommt. ■

Altes Eisen oder alter Fuchs ...

50 plus Einsatz gleich Erfolg im Direktvertrieb

„In den Stellenanzeigen der großen Tageszeitungen sind offensichtlich nur noch flexible, belastbare, weltläufige, hochdynamische Persönlichkeiten mit 20 Jahren Berufserfahrung gefragt – aber bitte nicht älter als Mitte 30“, bringt Michael Strachowitz es auf den Punkt. Der Network-Trainer und sein „Kollege“ Roland Arndt sind über 50 und wissen auch aus eigener Erfahrung um die Stärken ihrer Generation.

Glaubt man den neuesten Statistiken, so hat heute nur noch jeder zweite Mann zwischen 55 und 65 Jahren einen Arbeitsplatz. Bei den Frauen ist es in der selben Altersgruppe nur noch jede dritte, die einer regelmäßigen Beschäftigung nachgeht. Wir verabschieden also einen Großteil unserer Mitmenschen aus der Wirtschaft, wenn sie am meisten Wissen angesammelt haben und auf dem höchsten Stand ihrer Erfahrungen sind“, sagt Roland Arndt (54). Dieses brachliegende Potential vieler „aussortierter“ Menschen wird oft im Direktvertrieb ganz neu entdeckt. „Viele Damen und Herren mit Kontakt-, Fitness- und Beziehungs-Kompetenz erhalten durch das Network-Marketing eine wirkliche Chance, beruflich ganz neu durchzustarten. Viele Networker binden gerne die ältere Generation in ihre Strukturen und Linien ein ... diese Zielgruppe besitzt gute Verbindungen, kommt leicht mit



Stimmt der Job, klappt es auch in der Familie. Im Direktvertrieb arbeiten viele Paare zusammen und haben die gleichen Interessen.

Stimmt der Job, klappt es auch in der Familie. Im Direktvertrieb arbeiten viele Paare zusammen und haben die gleichen Interessen.

ihren Mitmenschen ins Gespräch und stellt eine Bereicherung beim Durchführen von Veranstaltungen dar“, verdeutlicht der Trainer. „Wer ältere Menschen ins Abseits drängt, der baut ein kommunikatives Klima auf, unter dem er vermutlich leiden wird, wenn er selbst in die Jahre gekommen ist“, zeigt der 54-



Erfahrung ist der beste Koch... Das gilt vor allen Dingen im Umgang mit Menschen. Roland Arndt, weiß mit 54 über was er spricht.

Jährige auf. Um im Direktvertrieb erfolgreich zu sein, seien Kontakt-Begeisterung, menschliche Reife sowie fachliches Know-how wichtig, außerdem Lernbereitschaft, Teamgeist und Freude an der Durchführung von Veranstaltungen. All dies könne auch jemand jenseits der Fünfzig noch lebendig einsetzen.

Ins Abseits?

„Mit der ‚älteren‘ Generation kann man sehr gut in eine gemeinsame Zukunft gehen. Ich selbst bin nun 54 Jahre jung. Und ich spüre ganz deutlich

in Gesprächen mit jüngeren, gleichaltrigen und älteren Mitmenschen, dass sich vieles in mir vereint: Verständnis für die Jugend, Gemeinsamkeit mit denen, die gleichen Alters sind, sowie Erfahrung und auch Reife für den weiteren Weg in die Zukunft eines ‚älteren Junggebliebenen‘“, findet Roland Arndt. Er verweist gerne auf einen Gedanken aus der Bibel: „Und dienet einander, ein jeglicher mit der Gabe, die er empfangen hat.“ (1. Petrus 4,10). „Denn wir alle, das ist meine feste Meinung, haben mehr Gaben als wir vermuten. Und wo unsere Gaben sind, da sind unsere Aufgaben.“

Mehr Gelassenheit

Michael Strachowitz (53) ist der Ansicht, dass sich gerade im Direktvertrieb und Network-Marketing gereiften Persönlichkeiten phantastische Möglichkeiten bieten: „Dort können sie all ihre Fähigkeiten und Talente einbringen – und sie haben eine Menge davon.“ Beispielsweise Gelassenheit: „Im Direktvertrieb hat man es mit Menschen zu tun – und nicht nur mit erfreulichen Zeitgenossen. Da erscheinen die einen nicht zum vereinbarten Termin, da kündigen die anderen völlig unerwartet, und dazwischen liegen jede Menge Neins. Wer darunter ▶

leidet, wird im Vertrieb nicht glücklich. Mit über 50 akzeptiert man die Menschen, wie sie sind.“ Auch müssten reifere Menschen sich und anderen nichts mehr beweisen. Deshalb gebe es in Verkaufs- und Rekrutierungsgesprächen weniger Probleme. „Man will nicht mehr um jeden Preis Recht haben oder der



„Alte Routiniers brauchen weniger Energie, um Ergebnisse zu erzielen“, so Michael Strachowitz.

Größte sein. Die Profilierungsspielchen kleiner Jungs nach dem Motto ‚Wer pinkelt den größten Bogen?‘ überlässt man den anderen“, so der Trainer. Der natürlicher Vorteil eines gewissen Alters sei, von allen Altersgruppen ernst genommen zu werden. „Die jungen Leute werden zwar von ihresgleichen verstanden, haben aber manchmal Kompetenzprobleme bei älteren Mitmenschen.

Höhere Akzeptanz

Umgekehrt ist dies selten der Fall – wenn man nicht gerade Teeny-Mode oder Rap-Musik vermarktet.“ Wer zudem seit Jahrzehnten im Berufsleben stehe, dem sei

nichts mehr fremd. So gelingt es reiferen Vertriebspersönlichkeiten meist viel besser, ihren Gesprächspartner, einen potentiellen Kunden oder zukünftigen Vertriebsmitarbeiter einzuschätzen. Sie lassen sich nicht mehr so leicht blenden. Dampfplauderer und Schaumschläger werden schneller entlarvt.

Auch brauchen alte Routiniers weniger Energie, um Ergebnisse zu erzielen. So treffen sie schneller und sicherer Entscheidungen, weil sie sich schon in ähnlichen Situationen befunden haben. Vorgehensweisen und Arbeitsschritte sind so in Fleisch und Blut übergegangen, dass sie in kürzerer Zeit und dennoch fehlerfrei ausgeführt werden.

Geduld und Ausdauer

Nicht zuletzt geben gereifte Menschen nicht so schnell auf. Michael Strachowitz: „Sie haben gelernt, dass die Dinge eben ihre Zeit brauchen und werden nicht ungeduldig, wenn sie im zweiten Monat ihres Vertriebsdaseins nicht gleich einen Provisionsscheck über 20.000 Euro erhalten. Sprinten mag nicht mehr die Stärke der 50-Jährigen sein. Ihre Königsdisziplin heißt Marathon.“ ■

Die Branche bietet viele Möglichkeiten

Ein großer Vorzug der Direktvertriebsbranche liegt in ihrer Flexibilität. Sie selbst bestimmen, wann, wo, wie viel und mit wem Sie arbeiten. Sämtliche Aktivitäten Ihrerseits dienen ausschließlich der Verwirklichung Ihrer eigenen Zielsetzung. Auf gut deutsch: Sie sind das Zugpferd Ihres eigenen Karrens und nicht vor den eines Dritten gespannt.



Niemand setzt Ihnen Grenzen, es sei denn, Sie setzen sich selbst welche. Niemand wird Sie bremsen. Sollten Sie erfolgreicher werden, als die Person, die Sie in das Geschäft gebracht hat, stellt dies kein Problem dar. Im Gegensatz zum herkömmlichen Arbeitsleben wird Ihr Erfolg nicht zur Bedrohung übergeordneter Menschen. Ihre Ergebnisse tragen zur Wertschöpfung der gesamten Vertriebsorganisation bei.

Die Erfahrung hat gezeigt, dass es hauptsächlich drei Gründe sind, die Menschen im Direktvertrieb starten lassen: Zusätzliches Einkommen, Zweites Standbein oder Vollzeitkarriere, verbunden mit finanzieller Unabhängigkeit. Hierbei handelt es sich nicht um ein für alle Mal festgelegte Ziele. In der Branche gibt es keine untere, mittlere, gehobene und höhere Laufbahn. ▶

20 | fünfzig plus

Die Übergänge sind fließend und oft erreichen Menschen die Spitze, die ursprünglich weniger wollten. Kennen Sie einen Haushalt, der 250,- bis 1.000,- Euro zusätzlich pro Monat nicht gebrauchen könnte? Überlegen Sie selbst einmal, wie sehr 3.000,- bis 12.000,- Euro mehr pro Jahr die Situation einer



Durchschnittsfamilie verbessern können. Was könnte man alles mit solch einem Nebeneinkommen ermöglichen, auf das man sonst verzichten muss?

Vielleicht wird so ein besseres Auto oder eine größere Wohnung möglich. Oder Sie schließen so die Lücke bei der Finanzierung Ihres Traums vom Eigenheim. Endlich beim Urlaub nicht auf je-

Reicht Ihnen ihr Kleinwagen nicht mehr? Warum nicht einen größeren fahren dank Nebeneinkommen.

den Euro schauen müssen, die neue Wohnzimmereinrichtung, Ihr Aktionsradius vergrößert sich beträchtlich. Sollten Sie materielle Dinge nicht sonderlich motivieren, wie steht es mit einer besseren Ausbildung für Ihre Kinder? Eine Sprachreise pro Jahr oder ein Schulbesuch im Ausland, auch hier wird vieles machbar, was ohne Zusatzverdienst nicht geht. Längst haben wir eine Zweiklassenmedizin. Wollen Sie eine bessere medizinische Versorgung für Ihre Lieben durch eine Zusatzversicherung – ein Nebenjob macht es möglich.

Für die Eingangs genannten Zusatzeinkommen bedarf es keiner Hexerei. Eine Kombination aus Ihrem Fleiß und guten Verbrauchsprodukten mit hohem Nutzen für Ihre Kunden tut es auch. Nehmen wir an, Sie erzielen pro Verkauf eine durchschnittliche Handelsspanne von 40,- Euro. Bei 25 Kunden kommen Sie so auf 1.000,- Euro monatlich. Und Sie werden nicht verhindern können, dass aus zufriedenen Kunden neue Berater werden. Berater, die dann zu Ihrer

Vertriebsorganisation gehören und für zusätzliches Provisionseinkommen sorgen. Von daher ist es fast unmöglich, sich ein für alle Mal darauf festzulegen, niemals mehr als ein Nebeneinkommen erzielen zu wollen.

Zweites Standbein

Wenn von einem zweiten Standbein die Rede ist, geht es in der Regel um eine Verdoppelung des bisherigen Einkommens. Für den einen mögen das 2.000,- Euro zusätzliches Einkommen im Monat sein, für den anderen 5.000,-. Sie selbst wissen am besten, in welcher Größenordnung sich das bei Ihnen bewegt. Über

eine nebenberufliche Tätigkeit mit ein paar Stunden Zeiteinsatz pro Woche brauchen wir hier nicht mehr zu sprechen. Direktvertrieb wird zu Ihrem Zweitberuf und Sie müssen dazu bereit sein, 20 Stunden und manchmal auch mehr pro Woche zusätzlich zu arbeiten.



Wohlstand und Alter, eine längst nicht mehr selbstverständliche Kombination.

Von nichts kommt

nichts! Hier kann es nicht mehr nur um den Einzelhandelsumsatz mit Ihren Kunden gehen. Die Gewinnung neuer Distributoren und neuer Kunden sollte hier im Gleichschritt erfolgen.

Altersvorsorge

Welche Möglichkeiten sich Ihnen durch eine Verdopplung Ihres bisherigen Einkommens bieten, bleibt Ihrer Vorstellungskraft überlassen. Der schon so lange herbeigesehnte Zweitwagen, eine Privatschule oder ein Auslandsstudium für Ihre Kinder, eine wirkliche Altersvorsorge, ein schönes Eigenheim oder, falls schon vorhanden, ein Ferienhaus, nichts ist unmöglich.

Solch ein zweites Standbein bietet sich auch für bereits Selbständige an. Im Direktvertrieb gilt Ware gegen Geld. Und die monatliche Provision kommt ebenfalls pünktlich. In dieser Branche wird niemand Opfer einer immer schlechteren ▶

22 | fünfzig plus

Zahlungsmoral. Von Außenständen kann niemand leben. Viele Freiberufler oder Gewerbetreibende wissen, ein Lied davon zu singen. Ansonsten gilt auch hier, Sie können sich nicht für immer auf eine Maximalhöhe Ihres Einkommens festlegen. Wer ein zweites Standbein aufbaut, zieht Menschen an, die das Gleiche tun wollen. So werden Sie zwangsläufig irgendwann deutlich mehr durch Ihre Vertriebstätigkeit verdienen als in Ihrem Hauptberuf. An diesem Punkt angeht, werden Sie sich vielleicht dafür entscheiden, Ihr bisheriges zweites Standbein zu Ihrem Hauptberuf zu machen.

Finanzielle Freiheit

Es gibt genügend Beispiele von Menschen, die es dank ihres Engagements in der Direktvertriebs-Branche zu großem Wohlstand gebracht haben. Jeder Mensch wird finanzielle Freiheit anders definieren. Ohne entsprechenden Einsatz werden



Auch eine neue Einrichtung lässt sich leichter finanzieren.

stehen an der Spitze eines wachsenden Teams. Innerhalb dieser Organisation werden Sie auf Menschen stoßen, die ebenfalls ganz nach oben wollen. Genau so werden Sie Berater vorfinden, die ein Nebeneinkommen oder zweites Standbein schaffen wollen. Ihre Aufgabe besteht darin, jeden Mitarbeiter Ihres Teams seinen eigenen Zielen entsprechend zu unterstützen. Dass Sie dies nicht alleine tun, versteht sich von selbst. Ihre Organisation wird viele Distribu-

Sie jedoch niemals auch nur in die Nähe dessen kommen, was für Sie das Ende aller finanziellen Zwänge bedeutet.

Für eine Karriere bis in die Spitze ist die Hauptberuflichkeit erste Voraussetzung. Ohne Fleiß kein Preis, hier sind deutlich mehr als 40 Stunden Arbeit pro Woche angesagt. Keine Angst, eine Arbeit, die Spaß macht, wird nicht als solche empfunden. Nach dem Sprung in die Vollzeitvertriebstätigkeit gilt der größte Teil Ihrer Aktivität der Gewinnung neuer Distributoren. Sie sind zur Führungskraft geworden und

toren haben, die ebenfalls bereit und befähigt sind, zu führen. Menschen, die diesen Weg konsequent gehen, werden ein internationales Geschäft bekommen. Sie machen sich damit unabhängig von der konjunkturellen Lage Ihres Heimatlandes. Es ist einfach, im deutschsprachigen Raum internationale Kontakte zu knüpfen. Und plötzlich erzielen Sie Einkommen in Ländern, die Sie vielleicht noch nie selbst besucht haben.

Unseriös?

Komischerweise wird es oft als unseriös angesehen, über hohe Einkommen im Direktvertrieb zu sprechen. Mit Sicherheit werden Sie auch in dieser Branche nicht zu schnellem Reichtum kommen. Tatsächlich gibt es jedoch keine Grenzen, was die Höhe der monatlichen Provision und Bonuszahlungen angeht. Im Profifußball sind Jahresgehälter von fünf Millionen Euro und mehr drin, wenn man zu den Besten gehört. Eine solche Aussage dürfte niemand anstößig finden, da sie den Tatsachen entspricht. In der Direktvertriebsbranche gibt es ebenso Top-Stars. Von daher ist es keineswegs unseriös,



In jahrelanger Aufbauarbeit haben Sie es bis in die Spitzenposition des Vergütungsplans Ihres Unternehmens geschafft.

im Zusammenhang mit solchen Spitzenleuten von entsprechenden Jahreseinkommen zu sprechen.

Demokratisierter Erfolg

Hierbei handelt es sich um die beste aller Möglichkeiten, die die Branche zu bieten hat. Das alte Sprichwort, „Jeder ist seines Glückes Schmied“, trifft es ebenfalls. Es gibt im Direktvertrieb keine Privilegien, die sich aus bestimmten akademischen Titeln oder geschäftlichen Erfolgen in anderen Bereichen ableiten lassen. Jeder fängt gleich an, nämlich bei Null. Es zählt nicht, was jemand vorher gemacht hat, sondern das, was die Person jetzt in diesem Geschäft leistet. Die Branche demokratisiert den Erfolg. Es gibt tatsächlich den einfachen ▶

Diese Möglichkeiten bietet die Branche für jeden

- Ein Nebeneinkommen von 250 – 1.000 Euro monatlich
- Ein zweites Standbein durch die Verdopplung des bisherigen Einkommens
- Spitzenkarriere unabhängig von Ihrem bisherigen sozialen Status bis hin zur finanziellen Freiheit
- Chancengleichheit und Flexibilität

Fabrik-Arbeiter mit Hauptschulabschluss, der die Top-Position im Karriereplan erreicht hat und neben dem Akademiker auf der Bühne steht. Ihr persönlicher Erfolg ist im Gegensatz zum herkömmlichen Arbeitsleben nicht von der Beurteilung Ihrer Leistung durch andere abhängig.

Gleichzeitig gibt es keinen Stellenplan. Die Anzahl der Menschen, die im Direktvertrieb Führungspositionen erreichen, hängt einzig und allein von den Ergebnissen ab. Hier treten Umsatzqualifikationen an die Stelle von Entscheidungsträgern und Ihre Nase muss niemandem passen. Sollten Sie schon immer davon geträumt haben, zu verdienen, was Sie wert sind, die Branche gibt Ihnen die Möglichkeit dazu – nur Mut! ■



Arbeiten Sie wann und wo Sie wollen.

Worauf Sie achten sollten

So erkennen Sie ein funktionierendes Direktvertriebs-/Network-Marketing-Unternehmen



Hier wird alles für einen reibungslosen Geschäftsaufbau getan.

Die Basis für jedes langfristige und ethisch faire Vertriebsgeschäft ist neben Ihrer eigenen Einstellung ein gut funktionierendes Unternehmen. Ähnlich wie ein wirklich guter Schiedsrichter beim Fußball fällt eine funktionierende Firma in erster Linie dadurch auf, dass sie nicht auffällt.

Sie reden mit neuen Kontakten und Ihrer bereits bestehenden Organisation vorrangig begeistert über das Geschäft und die Produkte. Das hinter der Geschäftsidee stehen-

de Unternehmen sorgt für einen reibungslosen Ablauf. Sie können sich voll auf Ihre eigentliche Aufgabe konzentrieren, den Auf- und Ausbau Ihres Vertriebsnetzes und der Gewinnung neuer Kunden.

Die Firma hält Ihnen in allen anderen Bereichen den Rücken frei. Genauso verhält es sich im Idealfall und ehrlich gesagt, anders sollte es auch nicht sein! Clienting (Bedarfsorientierung) heißt das Zauberwort, wenn es um Verkäufer-Kunden-Beziehungen geht. Ein gutes Unternehmen bedient sich des Clientings, um die ▶

Geschäftsbeziehung zu seinen Distributoren auf eine langfristige Basis zu stellen.

Kriterien

Suchen Sie sich ein Unternehmen aus, das bereits seit einigen Jahren auf dem Markt ist. Bei neuen Unternehmen sollten Sie besonders darauf Wert legen, dass Produkte, Marketingplan und Logistikkonzept zueinander passen und gewährleistet sind. Achten Sie auf qualitativ hochwertige Produkte, die auf eine große Marktakzeptanz stoßen, weil sie im Trend liegen. Sie sollten die Produkte auch dann kaufen und nutzen wollen, wenn Sie nicht am Geschäft interessiert wären. Vermeiden Sie extreme Nischen-



Die Internetpräsenz erleichtert den Geschäftsaufbau.

märkte, bei denen Sie sehr zeitintensive Bedarfsweckung betreiben müssen, um Kunden und/oder neue Geschäftspartner zu finden. Ideal sind Ver- und Gebrauchsprodukte aller Art, die Sie und Ihre Kunden sowieso kaufen. So geben weder Sie noch Ihre

Die Branchenunternehmen sind Dienstleister am Berater und somit zuständig für:

- Administration: Abrechnungen, Reports, etc.
- Logistik: Bestellannahme, Warenlieferung
- Öffentlichkeitsarbeit: Präsenz in den Medien
- Produktspektrum: Eigenentwicklungen und Zukäufe
- Expansion: Eröffnung neuer Märkte
- Gesetzeskonformität: Landesspezifische Genehmigungen für Produkte, etc.
- Vergütungsplan: Erstellung und eventuell nötige Änderungen
- Produkthaftung: z. B. Haftung für durch fehlerhafte Produkte verursachte Folgeschäden
- Gewährleistung: gesetzliche Garantie, 30 Tage Geld zurück, etc.
- Marketing: Kundenmagazine, Präsentationsmaterial, Produktbeschreibungen, Internetpräsenz
- Richtlinien für den Geschäftsaufbau und deren Überwachung

Kunden und Geschäftspartner zusätzliches Geld aus – Sie geben es nur „woanders“ aus. Das Unternehmen sollte über eine gut erreichbare Zentrale, funktionierende Verwaltung und Logistik verfügen. Professionelles Marketing Material und eine Internet Präsenz sind ebenfalls selbstverständlich. Das Unternehmen hat klare Vorstellungen und Planungen für die Zukunft. Sein Angebot an Produkten und Dienstleistungen wird stän-



Sehr gut verdienende Top-Distributoren sind der beste Beweis für ein gutes Geschäftsmodell.

dig unter Berücksichtigung landespezifischer Gegebenheiten erweitert. So wird die Basis für ein gesundes Wachstum und eine internationale Expansion stetig verbreitert. Es gibt Führungskräfte im Vertrieb, die bereits einige Jahre hauptberuflich mit dem Unternehmen tätig sind. Sie erzielen die Spitzeneinkommen, von denen immer wieder im Zusammenhang mit der Branche die Rede ist.

Die Firmenleitung bezieht die Top-Distributoren mit in die Zukunftsplanung ein. Sie legt großen Wert auf regelmäßiges Feedback vom Vertrieb. ■

Optimale Bedingungen:

- Das Unternehmen ist bereits einige Jahre erfolgreich auf dem Markt tätig
- Es ist finanzkräftig
- Die Firma verfügt über eine klare Strategie und ein gutes Management
- Die Produkte liegen im Trend und sind qualitativ hochwertig
- Der Marketingplan entlohnt fair für den Verkauf der Produkte und den Vertriebsaufbau
- Eine funktionierende Logistik mit kurzen Lieferzeiten erübrigt große Lagerbestände
- Aus- und Weiterbildung sowie Unterstützung durch das Unternehmen und die Führungskräfte im Vertrieb
- Professionelles Marketing-Material
- Das Geschäft kann traditionell und internetgestützt betrieben werden
- Sie haben das Gefühl, dass Sie dazu passen. Sie gehen gerne auf Meetings und Trainings. Sie mögen die Produkte und/oder Dienstleistungen

Die Direktvertriebsbranche

Zur Geschichte



Während die Menschheit beginnt, die Luft zu erobern, unternimmt die Branche erste Gehversuche.

Wie jede andere Historie ist auch die der Direktvertriebsindustrie mehr als nur eine Aufzählung von Daten und Ereignissen. Es ist die Geschichte von Menschen, deren Idealen und deren Verwirklichung. Sie schildert eine sich permanent weiterentwickelnde Branche, die auf Gegebenheiten und Überlegungen praktischen, ethischen und legalen Ursprungs reagierte.

Die Direktvertriebsindustrie setzt sich aus Unternehmen zusammen, die Vertriebsmannschaften von unabhängigen Vertragspartnern nutzen. Diese werden auch unabhängige

Repräsentanten, Berater oder Distributoren genannt. Sie haben das Recht, Produkte zu verkaufen und unter Umständen auch Organisationen von Repräsentanten aufzubauen und zu führen. Die Firmen zahlen Provisio-

FTC Urteil 1979

Am 08. 05. 1979 bestätigte die FTC einem der Branchenpioniere, dass es sich bei dessen Vertriebssystem nicht um ein illegales Pyramiden System handelt.

Wichtig: Es wurde nur Umsatz verprovisioniert.

nen auf den eigenen und gegebenenfalls auch auf den Umsatz von Vertriebspartnern der persönlichen Organisation. Die Direktvertriebsbranche ist Teil einer größeren Gemeinschaft aller Unternehmen und anderer Beteiligter, die sich mit der Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen auseinander setzen. Heute kann man ihre Geschichte in sechs Evolutionsstufen einteilen:

Epoche Eins

(Vorgeschichte bis 1910)

Erste Unternehmen mit unabhängigen Repräsentanten für den Vertrieb von Produkten und Dienstleistungen tauchen auf. Die Direktvertriebsindustrie als solche ist aber noch nicht zu erkennen.

Epoche Zwei

(1910 bis 1945)

In diese Zeit fällt die Gründung ihres ersten Handelsverbandes in den USA. Traditionelle Vergütungspläne (verschieden hohe Handelsspannen) sind die einzigen Grundlagen zur Bezahlung der unabhängigen Repräsentanten.

Epoche Drei

(1945 bis 1970)

Network Vergütungspläne werden eingeführt. Den Beratern wurde ermöglicht, große persönliche Vertriebsorganisationen aufzubauen und zu füh-

ren und so wesentlich höhere Einkommen zu generieren.

Epoche Vier

(1970 bis 1980)

Die Branche beginnt, sich selbst zu regulieren. Herausforderungen durch den Gesetzgeber sorgen für präzisere Definitionen der für den Direktvertrieb spezifischen Begriffe. Eine Phase großen Wachstums begann. Hierzu trug



Die Menschen genießen die „Roaring Twenties“ und der Direktvertrieb beginnt sich zu organisieren.

auch das Urteil der Federal Trade Commission (Handelsbehörde in den USA) von 1979 zu Gunsten eines internationalen Direktvertriebsunternehmens ▶

bei. Ein immer größer werdender Teil der Direktvertriebsunternehmen begann damit, Network Vergütungspläne zu nutzen. Der Wettbewerb zwischen den Unternehmen nahm dadurch zu, dass gleiche Produktlinien von mehreren Firmen vertrieben wurden. Den Distributoren boten sich größere Auswahlmöglichkeiten, da als weiteres



Ende des kalten Krieges. Direktvertriebsunternehmen expandieren international.

Kriterium zu den Produkten die Vergütungspläne hinzukamen. Die Direktvertriebsunternehmen erkannten, dass sie sich nun auch im Wettbewerb um gute unabhängige Repräsentanten befanden.

Epoche Fünf (1980 bis 1989)

Die in der Branche tätigen Unternehmen begannen sehr schnell auch international zu expandieren. Gerade US-amerikanische Direktvertriebe, die Network Vergütungspläne nutzen, ragen hier heraus. Das Bewusstsein

für die Rechte der Kunden wächst und schafft den Bedarf, diese Rechte zu schützen. Die Multi-Level-Marketing-Industry-Association (MLMIA) wurde gegründet. Produzierende Unternehmen und Dienstleister weiten ihre geschäftlichen Beziehungen zur Direktvertriebsindustrie aus.

Epoche Sechs

(1989 bis heutige Gegenwart)

Global operierende Direktvertriebe entstehen. Ausländische Unternehmen expandieren in die USA hinein. Das Internet bekommt eine wachsende Bedeutung für das Marketing, den Vertrieb, den Organisationsaufbau und die Ausbildung.

Wie auch bei anderen Entwicklungen überlappen die einzelnen Stufen. Geschehnisse aus einer Stufe gehen fließend in die nächste über. Deswegen sind die einzelnen Epochen eher durch für sie charakteristische Trends als durch Ereignisse voneinander abgegrenzt. Obwohl natürlich Gescheh-



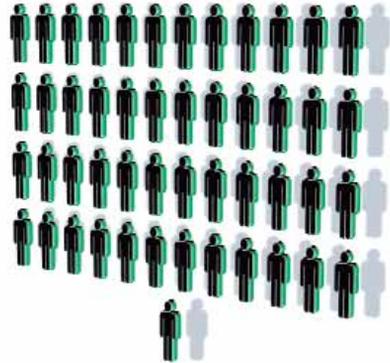
Die Globalisierung brachte der Branche einen großen Wachstumsschub.

nisse und Menschen immer eine wichtige Rolle spielen. Betrachtet man die geschichtliche Entwicklung des Direktvertriebes vom heutigen Standpunkt aus, zeichnet es sich deutlich ab, dass die Industrie weiter wachsen und im 21. Jahrhundert noch stärker sein wird.

Zur Vergütung

Im herkömmlichen Groß- und Einzelhandel gestaltet sich die Vergütung relativ einfach. Die Beschäftigten beziehen Gehalt oder Stundenlohn. Manchmal bekommen sie zusätzlich Provisionen. Die große Mehrzahl der Menschen erhält einen bestimmten Betrag. Ganz Wenige sind in der glücklichen Lage, eine Vergütung, die auf der Leistung Untergebener basiert, zu beziehen. Diese Firmen haben meist in sich geschlossene Hie-

rarchien. Eine oder ein paar Personen stehen an der Spitze im Management. Auf Grund ihrer Position beziehen sie die höchsten Einkommen. Am unteren Ende der Hierarchie sind



Erst wenn der Vorgesetzte das Unternehmen verlässt, ergibt sich für einen Mitarbeiter die Chance zum Aufstieg.

die vielen Arbeiter, die von allen am wenigsten verdienen. Diese können niemals mehr Geld machen als Menschen in höheren Hierarchiestufen. Es ist nur über den Wettbewerb mit anderen Beschäftigten möglich, in eine höhere Ebene zu kommen. Je höher man in der Hierarchie geht, desto weniger Positionen sind zu besetzen.

Direktvertriebsfirmen arbeiten vollkommen anders. Ihre Vertriebsmannschaften arbeiten nach Prinzipien und in Strukturen, die mit denen des herkömmlichen Groß- und Einzelhandels nichts gemeinsam haben. Sie setzen sich fast immer aus unabhän- ▶

Unabhängige Repräsentanten erfüllen verschiedene Rollen. Für ihr Unternehmen sind sie:

- Vertriebsmannschaft
- Hauptverantwortlich für die Gewinnung weiterer Repräsentanten
- Manager und Trainer der Vertriebsmannschaft
- Wichtigster Bestandteil des Produkt Marketings

gigen Vertragspartnern zusammen, die per Definition keine Beschäftigten sondern Selbständige sind. Als selbständige Unternehmer sind die Repräsentanten gleichzeitig Einkäufer im Groß- und Verkäufer im Einzelhandel.

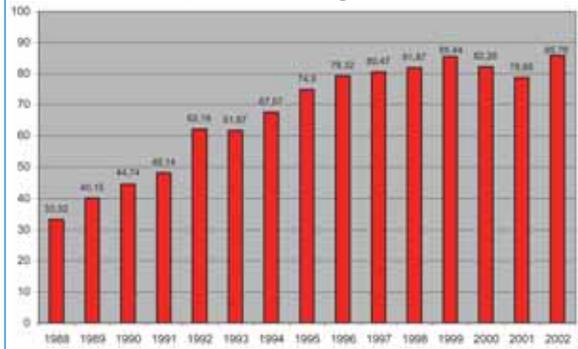
Dies ist ein gravierender Unterschied zum traditionellen Verkäufer im Einzelhandel, der lediglich Gehalt bezieht. Und selbst Verkäufer im Einzelhandel, die Provisionen bekommen, erhalten nur einen Teil der Handelspanne. Der Berater im Direktvertrieb bekommt die gesamte Spanne und kann so auch seinen Eigenbedarf zum Großhandelspreis decken, während der angestellte Verkäufer lediglich einen Teil der Handelsspanne als Personalrabatt erhält. Die dem Unternehmen in diesen Bereichen entstehenden Kosten sind in Relation zu einem gleich großen traditionellen Einzelhändler wesentlich geringer. Deswegen sind sie oft dazu in der Lage, qualitativ hochwertige Produkte zu gleichen oder niedrigeren Preisen anzubieten als ihre Wettbewerber im herkömmlichen Einzelhandel. Dazu gehen Gelder, die normalerweise in Marketing, Werbung und Sozialleistungen fließen, in Form von Provisionen und Leis-



Inzwischen sind Direktvertriebsunternehmen in nahezu jedem Land auf der Welt vertreten.

tungsvergütungen an den Vertrieb. Hierin liegt ein weiterer signifikanter Unterschied zwischen der Vergütung von Distributoren im Direktvertrieb und der Bezahlung Angestellter im Einzelhandel. Solange sie die minimalen vom Unternehmen festgelegten Qualifikationskriterien erfüllen, sind alle Repräsentanten provisionsberechtigt. Wo-

Umsatzentwicklung Direktvertrieb weltweit
1988 – 2002 in Mrd. US-Dollar
(nur Verbandsmitglieder)



bei zu beachten ist, dass Provisionen auf die persönliche Vertriebsorganisation nur auf Grund von deren Umsatz und nicht lediglich für die Gewinnung von Partnern gezahlt werden. Die Vergütungspläne der Industrie schaffen eine Gewinnsituation für beide, Unternehmen und Repräsentanten und somit die Basis für Erfolg. Dies steht in totalem Gegensatz zum Wettbewerb in herkömmlichen Unternehmen. Die Berater verdienen an den Umsätzen ihrer Organisation. So ist es in deren Interesse, dieser durch Führung und gute Ausbildung zu maximalem Erfolg zu verhelfen.

Hier kann niemand, der bessere Leistungen zeigt, die eigene Position gefährden – in traditionellen Unternehmen durchaus Gang und Gebe. Dazu kann jeder Distributor unabhängig von der zeitlichen Reihenfolge seines Eintritts in ein Unternehmen, die gleiche oder bessere Leistung bringen als andere Repräsentanten. Die

Vergütungspläne sind so entworfen, dass selbst der neueste Vertriebspartner eines Unternehmens besser sein und damit auch ein höheres Einkommen verdienen kann als jeder Berater, der vor ihm startete.

Heutige Situation

Wie Sie sehen können, liebe Leser, kann die Direktvertriebsbranche auf eine rund hundertjährige Geschichte zurückblicken. Verschiedene Herausforderungen und manchmal auch „Trial and Error“ (Versuch und Fehler) haben diesen Wirtschaftszweig zu dem anwachsen lassen, was er heute darstellt. Tatsächlich handelt es sich in Zeiten von Rezession und Arbeitsplatzvernichtung um einen der wenigen boomenden Bereiche. Die Industrie ist in verschiedenen Landes- und Kontinentalverbänden sowie einem weltumspannenden Verband organisiert. Für Deutschland ist der Bundesverband Direktvertrieb e.V. zustän-



dig. Diese Organisation ist wiederum Mitglied der Federation of European Direct Selling Associations (FEDSA), dem europäischen Verband. Über allem steht die World Federation of Direct Selling Associations (WFDSA) als Weltverband. Rund um ▶

den Globus wurden in 2002 85,76 Milliarden US-Dollar im Direktvertrieb umgesetzt. In Europa waren es 2003 8,9 Milliarden Euro und in Deutschland 2,5 Milliarden Euro. Bei diesen Zahlen ist zu berücksichtigen, dass es sich lediglich um die Umsätze der Unternehmen handelt, die Mitglied im jeweiligen Landesverband sind. Tatsächlich kann man von wesentlich höheren Umsätzen ausgehen. In Deutschland gibt es neben dem Bundesverband Direktvertrieb e.V. auch noch den Bundesverband Network-Marketing e.V., der die Interessen der im Network Marketing tätigen Distributoren vertritt. Alle Mitglieder unterwerfen sich den so genannten Verhaltensstandards ihrer jeweiligen Verbände, die eine ethisch einwandfreie Geschäftstätigkeit vorschreiben.

Produkte/Dienstleistungen

Wenn Sie sich heutzutage in der Branche umschaun, werden Sie kaum noch Produkte oder Dienstleistungen vermissen, die auch über traditionelle Vertriebswege erhältlich sind. Finanzdienstleistungen, luxuriöse Lexika, Dessous, Haushaltswaren, Reini-

gungsprodukte, jede Menge Artikel aus dem Bereich Wellness, Tiernahrung, Brot, Staubsauger, Bügelsysteme, Kerzen, Kosmetik, Kommunikation, Gesundheits-Prävention, ... , die Reihe ließe sich beliebig fortsetzen. Produkte im höheren Preissegment,



Die Branche bereitete den Markt für Staubsauger vor.

so genannte High Ticket Items, sind eher im traditionellen Direktvertrieb zu finden. Dinge des täglichen Bedarfs werden hauptsächlich von Network-Marketing-Unternehmen angeboten. In beiden Bereichen hat die Branche bei der Markteinführung diverser Produkte eine Vorreiterrolle eingenommen. Sie können davon ausgehen, dass dies auch in

Zukunft so sein wird. So wurden die ersten Staubsauger im Direktvertrieb an der Haustür verkauft und der Nachweis erbracht, dass es einen größeren Markt für solch ein Produkt gibt. Später ist dann der traditionelle Einzelhandel auf den bereits fahrenden Zug aufgesprungen. Auch der Markt für Aloe-Vera-Erzeugnisse wurde durch die Pionierarbeit eines namhaften Network-Marketing-Unternehmens geschaffen. Dass Sie heute in so gut wie jedem Lebensmittelgeschäft Pro-

dukte mit Aloezusatz finden, liegt an der guten Vorarbeit hunderttausender engagierter Berater weltweit.

Es ist demnach ein Ammenmärchen, dass die Branche grundsätzlich gefährlich für den Einzelhandel ist. Als Trendsetter hat sie in der Vergangenheit oft genug Produkten den Weg in den Einzelhandel geebnet. Und genau dies wird sie auch in Zukunft tun. Es gibt viele Gründe, die Firmen dazu veranlassen, sich für diesen Vertriebsweg zu entscheiden. In einer



Im Direktvertrieb steht die Bedarfsermittlung vor dem Verkauf.

immer größer werdenden Flut von Produkten und Dienstleistungen ist es wichtig, sich klar von Mitbewerbern zu unterscheiden. Man kann dies durch aufwändige und teure Imagekampagnen, deren Erfolg nicht von vorne herein feststeht, tun. Oder man unterscheidet sich durch die Art und Weise der Kundengewinnung. Welches Dasein würden zum Beispiel aufwän-

dige und beratungsintensive Staubsaugersysteme in den Verkaufsräumen von Elektrogroßmärkten fristen? So gibt es in den USA bereits einen Direktvertrieb für Werkzeuge. Zielgruppe sind die Frauen unter den Heimwerkern. Oft genug bekommen Frauen auf der Suche nach Beratung in herkömmlichen Baumärkten zu spüren, dass man(n) sie nicht für voll nimmt.

Ob nun beim Haustürgeschäft, im Einzeltermin oder auf einer Verkaufsparty, immer steht die kompetente Beratung und umfassende Information der Kunden und Kundinnen im Vordergrund. An erster Stelle steht die Bedarfsermittlung. Ist das Problem des Kunden bekannt, kann der Berater einen individualisierten Lösungsvorschlag machen. Dies ist in Zeiten immer geringerer Verdienstspannen und verkleinerter Belegschaften im Einzelhandel längst nicht selbstverständlich.

Millionen von zufriedenen Kunden weltweit können diesen Vorteil des Direktvertriebs bestätigen. Die Zeichen standen noch nie so günstig für Menschen, die sich hier auf Dauer eine Existenz aufbauen wollen. Wir leben im Zeitalter der Dienstleistung. Und die Branche bietet jedem Menschen die Möglichkeit, ohne großes Risiko an diesem weiter wachsenden Trend teilzuhaben. Es liegt an Ihnen! ■

Die ersten Schritte in der Selbständigkeit



Wer ein eigenes Geschäft eröffnet, darf in der Regel nicht damit rechnen, dass die künftigen Mitbewerber unterstützend zur Seite stehen und ihr Wissen und ihre Erfahrung weiter geben.

Ganz anders verhält es sich allerdings im Direktvertrieb. Hier gibt es innerhalb der Teamkollegen keinen Futterneid und kein Mobbing. Im Gegenteil, jeder ist daran interessiert, dass der neue Kollege oder die Kollegin möglichst schnell erfolgreich ist und wird ihn entsprechend beim Start mit seinem ganzen Fachwissen unterstützen. Nun ist allerdings der Direktvertrieb kein gemeinnütziger Verein, der nur zum Wohle seiner Mitmenschen agiert. Auch im Direktvertrieb geht es natürlich, wie in jedem anderen Geschäft darum, dass jeder entsprechend seinen Leistungen sein Ein- und Auskommen hat.

Das Network-Marketing-Geschäft ist relativ einfach zu verstehen:

Derjenige, (in der Fachsprache Sponsor genannt) der Sie, liebe Leserin und lieber Leser,

für sein Team gewinnt, sei es nun haupt- oder nebenberuflich, wird alles dafür tun, dass Sie von Anfang an erfolgreich sein und Spaß an Ihrem neuen Geschäft haben. Denn an jedem Umsatz, den Sie persönlich machen, partizipiert er mit, allerdings

ohne, dass dadurch ihr Einkommen geschmälert wird. Wenn Sie dann im nächsten Schritt auch wiederum potentielle Geschäftsinteressenten in Ihr eigenes Team holen, nun sind Sie also der Sponsor, partizipieren Sie



Überzeugen, nicht überreden ist das Erfolgskonzept im Network-Marketing.

an deren Umsätzen. Auch Ihr persönlicher Sponsor verdient an Ihrem Team mit, also wird er Ihre Aktivitäten gerne weiterhin unterstützen. So geht das, je nach Unternehmen, über viele Generationen nach unten. Und immer fließen Provisionen aus den ▶

Umsätzen in Ihre Kasse. Es gibt in der Network-Marketing-Branche durchaus Sponsoren, die im Laufe der Zeit ihre Teams auf mehrere Zehntausend Geschäftspartner aufgebaut haben. Das geht natürlich nicht von heute auf morgen, ist aber, wie viele Praxisbeispiele zeigen, durchaus innerhalb weniger Jahre zu schaffen. Man spricht im Network-Marketing deshalb auch von einem aktiven und einem passiven Einkommen. Das aktive Einkommen generiert sich aus den eigenen Produktumsätzen, die meist sehr hoch provisioniert werden. Das passive Ein-



Offenheit und gegenseitige Unterstützung zeichnet die Teams aus.

kommen kommt dann aus den Umsätzen der Geschäftspartner, die Sie im Laufe der Zeit für Ihr Team gewonnen haben. Zwei Einkommensquellen also, die schlussendlich das Gesamt-

einkommen ausmachen, wobei das Thema Jahresbonus und Fahrzeug-Zuschüsse bei entsprechenden Erfolgen noch obendrauf kommen können.

Wo liegt das Risiko bei diesem Geschäft?

Grundsätzlich muss man sagen, dass jeder Selbständige, ganz gleich in welcher Branche, ein gewisses Risiko trägt. Es gibt kein festes Gehalt, das zumindest für einige Zeit, unabhängig von den persönlichen Leistungen, regelmäßig fließt. Dafür wird aber

das eigene Engagement und der entsprechende Erfolg, sei es im aktiven oder passiven Bereich, richtig gut honoriert und hat nach oben keine Grenzen.

Zum Thema Produkte:

Wer im Vertrieb tätig ist, sei es nun im klassischen Handel oder im Direktvertrieb, wird immer mit Produkten

oder Dienstleistungen zu tun haben. Nehmen wir den klassischen Handel. Hier brauchen Sie zumindest Geschäftsräume und natürlich auch Produkte, die Sie Ihren künftigen Kun-

den zeigen können. Je nach Branche müssen Sie hier für die Erstausstattung mindestens fünf- bis sechstellige Summen in die Hand nehmen. Dazu tragen Sie dann noch das volle Risiko, auf der Ware ganz- oder teilweise sitzen zu bleiben.

Im Direktvertrieb verhält sich dies anders: Je nach Produktsortiment und Unternehmensstrategie sollten Sie auch hier eine Grundausstattung haben. Diese kann je nach Unternehmen, für das Sie haupt- oder nebenberuflich auf selbständiger Basis tätig werden, eine Investition von durchschnittlich 50 bis ein paar hundert Euro betragen. In seltenen Fällen, dies ist allerdings keine Verpflichtung, sondern eine Entscheidung der persönlichen Einstiegs- und Rabattstufe, können maximal ein paar tausend Euro anfallen.

Dies aber immer nahezu ohne finanzielles Risiko! Denn die meisten Unternehmen haben in ihren Geschäftsbedingungen die Möglichkeit eingeräumt, innerhalb von 30 bis 90 Tagen die unversehrte Ware komplett zurück zu geben. In diesem Fall kann dann eine geringe Bearbeitungsgebühr (circa 10%) einbehalten werden, das war es dann aber auch schon.

Die oftmals in den Medien angesprochenen „Garagen voller Ware“ entsprechen also nicht den Tatsachen. Wir haben es beim Network-

Marketing und Direktvertrieb also mit einem Geschäftsmodell zu tun, das größtmögliche finanzielle Unabhängigkeit, bei gleichzeitigem minimalsten wirtschaftlichen Risiko ermöglicht. Geradezu ideal also für alle Männer und Frauen, die es jetzt noch einmal wissen wollen.



Keine „Garage voller Ware“. Was nicht rechtzeitig verkauft wird, kann zurückgegeben werden.

Was hält Sie also davon ab, die Geschäftsmöglichkeiten im Network-Marketing und Direktvertrieb in der Praxis kennen zu lernen? Nehmen Sie jetzt Ihre eigene berufliche und finanzielle Unabhängigkeit in die Hand. **Die Kontaktadresse für weitere Fragen finden Sie auf der Titelseite dieser Broschüre.** ■

Wie komme ich an neue Kunden und Berater?



Sie können sich grundsätzlich vorstellen, im Direktvertrieb zu starten? Die Dynamik und die Zukunftsperspektiven, die diese Branche bietet, begeistern Sie? In Ihrem persönlichen Umfeld gibt es viele Menschen, deren persönliche Situation ebenfalls von Unsicherheit geprägt ist? Wenn Sie diese drei Fragen mit „Ja“ beantworten können, sind die Voraussetzungen für einen Start nahezu ideal.

Direktvertrieb/Network-Marketing lebt vom Empfehlungsmarketing. Wir alle empfehlen täglich Produkte und/oder Dienstleistungen, ohne uns großartig etwas dabei zu denken. Sicher haben auch Sie schon im Freundeskreis eine guten Film oder ein schönes Restaurant in den höchsten Tönen angepriesen: „Den Film musst Du Dir unbedingt anschauen und bei dem Chinesen gibt es die beste Peking Ente, die ich je gegessen habe.“

Die Liste solcher Beispiele lässt sich beliebig fortführen. Wir schwärmen vom letzten Urlaubsort, loben die kompetente Beratung eines Versicherungsvertreeters, wollen jedem unser neues Auto verkaufen, empfehlen einen guten Handwerker oder wissen genau, welcher DVD-Player das beste Bild liefert. Und niemand denkt sich großartig etwas dabei. Wir alle lassen uns mehr oder weniger zu Propagandisten machen, die aus der Begeisterung über ein gutes Produkt oder eine Top-Dienstleistung heraus die Werbetrommel rühren. Haben Sie

sich schon einmal überlegt, wie hoch die Wertschöpfung durch solcher Art Mund zu Mund Propaganda ist? Wie viele Gäste pro Jahr hat wohl manches Hotel, weil es von zufriedenen Gästen weiterempfohlen wird? Weiß der Elektronik-Discounter, dass Ihr Arbeitskollege den neuen Fernseher Marke X gerade kauft, weil Sie ihn im Büro von der Qualität dieses Apparats überzeugt haben – besser als es jeder Verkäufer gekonnt hätte?

Wäre es nicht mehr als richtig, wenn man Ihnen für jede Empfehlung dieser Art ein Bonus zukommen ließe? Wie wird der Italiener um die Ecke reagieren, wenn Sie ihm sagen, bei Dir haben gestern zehn Leute für insgesamt 250,- Euro gegessen, die nur auf Grund meiner Empfehlung da waren? Vielleicht gibt es ja tatsächlich eine Pizza auf Kosten des Hauses. Erwarten sollten Sie das jedoch nicht.

Abonnenten- oder Mitgliederwerbung hingegen wird belohnt. Wenn Sie zum Beispiel einen neuen hinzugezogenen Kollegen für ein Abo der Lokalzeitung werben, dürfen Sie sich ein Werbegeschenk aussuchen. Das Gleiche gilt, wenn Sie einen Bekannten zum Beitritt in einen Automobilclub bewegen. Sie können x-beliebig viele Menschen für ein Abonnement oder einen Pay-TV-Sender werben. Jedes Mal wird man das mit einer entsprechenden Prämie belohnen. Was aber ist mit den Abonnenten oder Mitgliedern, die von den Menschen geworben werden, die Sie vorher geworben haben? Klar, die bekommen auch Ihren Toaster oder Staubsauger. Aber was ist mit Ihnen. Richtig, ohne Ihre Bemühungen hätten diese Menschen ja gar nicht ... und trotzdem gehen Sie hierbei leer aus.



Empfehlungsmarketing: Ihre Empfehlung wird dauerhaft honoriert.

Ihr Geschäft

Im Grunde genommen unterscheidet sich die Direktvertriebsbranche vom vorangehend geschilderten Empfehlungsmarketing lediglich durch die Entlohnung. Ihre eigenen Empfehlungen werden nicht mit Staubsaugern, Espresso-Maschinen oder Abschleppseilen sondern mit Geld bezahlt. Darüber hinaus ▶

gibt es auch noch einen finanziellen Bonus auf die Empfehlungen der Menschen, die Sie für die Branche begeistern können. Je nach Vergütungsplan kann die Verprovisionierung über mehrere Ebenen stattfinden. Während es sich bei der Werbung für ein Zeitungsabonnement meist um eine eher zufällige Aktion handelt, basieren die diesbezüglichen Aktivitäten im Direktvertrieb auf Ihrer Planung. Sie wissen jetzt, wie Empfehlungsmarketing funktioniert und dass wir es fast alle mehr oder minder stark betreiben. Wie können Sie Ihr Empfehlungsmarketing strukturieren und planen?

Für Sie bedeutet das, Sie sollten die Produkte Ihres Unternehmens selbst nutzen. Dies ist in der Regel nicht mit zusätzlichen Kosten verbunden. Das heißt zum Beispiel, dass Sie ab sofort sämtliche Pflegeprodukte nicht mehr über den

Einzelhandel sondern von der Firma, für die Sie sich entschieden haben, beziehen.



Erstellen Sie eine Namensliste ihrer potentiellen Kontakte.

Ihre Namensliste ist niemals komplett. Sie werden immer wieder Menschen kennen lernen. Haben Sie beispielsweise die ersten 50 oder 100 potentiellen Kontakte zu Papier gebracht, sollten Sie sich mit Ihrem Sponsor (die Person, die Sie

Kontaktliste

Der nächste Schritt ist die Erstellung einer Kontaktliste. Schreiben Sie Namen und Telefonnummer jedes Menschen auf, den Sie persönlich kennen. Diese Kontaktliste ist Ihr wertvollstes Geschäftskapital. Sie werden sich wundern, wie viele Menschen Sie im Laufe Ihres Lebens kennen gelernt haben. Hilfreich kann hier ein Vornamenregister sein. Gehen Sie dieses Namen für Namen durch und überlegen Sie sich, wen Sie mit diesem Vornamen kennen. Von diesen Bekannten, Kollegen, Geschäftspartnern und überall, wo Sie selber Kunde sind, schreiben Sie die Adressen auf. Ihre

ins Geschäft gebracht hat) zusammensetzen. Gehen Sie die Liste zusammen durch und klassifizieren Sie alle Namen. Wer ist bereits unternehmerisch tätig? Wer verfügt Ihrer Meinung nach über eine besonders hohe Glaubwürdigkeit? Wer hat interessante Kontakte? Es gibt hier viele mögliche Kriterien.

Denken Sie nie für andere!

Eines sollten Sie dabei jedoch nicht tun. Denken Sie niemals für die Menschen, die auf Ihrer Namensliste stehen. Nicht Sie entscheiden, ob Ihre Produkte und die damit verbundene Geschäftsidee für jemand anderen interessant sind. Das kann nur die betreffende Person selbst entscheiden. Voraussetzung ist jedoch die persönliche Kontaktaufnahme. Die Klassifizierung dient eher dazu, den richtigen Zugang zu den verschiedenen Menschen zu finden. Für jemanden, der bereits als Unternehmer tätig ist, bietet sich eine professionell in einem Tagungshotel durchgeführte Geschäftspräsentation an,

um ihn über das Geschäft zu informieren. Eher skeptische Menschen sollten Sie zusammen mit Ihrem Sponsor in Einzelterminen angehen. Gesellige Typen werden sich wahrscheinlich auf einer Homeparty am wohlsten fühlen. Unabhängig davon, in welchem Rahmen Sie eine Person über Ihr Geschäft informieren, ergeben sich



genau vier mögliche Reaktionen: „Nein danke“,

„Nichts für mich aber ich kenne da jemanden“, „Ich möchte folgende Produkte kaufen“ oder „Ich will in Dein Geschäft einsteigen.“ Eins ist dabei aber ganz sicher. Sie werden nie erfahren, wie sich jemand entscheidet, den Sie nicht kontaktieren. Hier liegt aber auch ganz klar der einzige Haken an der ganzen Sache. Sie müssen bereit sein, Ihr gesamtes Umfeld anzusprechen. Wenn Sie sich mit diesem Gedanken absolut nicht anfreunden können, sollten Sie von

Sagen Sie allen, dass sie nun ein eigenes Unternehmen haben.



einem Start in der Direktvertriebsbranche absehen. Wir wollen Ihnen an dieser Stelle nichts vormachen. Diese Industrie hat nichts von Menschen, die in das Geschäft hinein überredet werden. Sollten Sie absolut nicht dazu bereit sein, Freunde, Verwandte und Bekannte anzusprechen, lassen Sie besser die Finger davon!

Bleiben Sie bei allem, was Sie in Ihrem Direktvertriebsgeschäft tun, auf einer sachlichen Ebene ohne jedoch Ihre Begeisterung ganz außen vor zu lassen. Nicht überreden, überzeugen heißt die Devise. Sie bieten jedem Menschen, den Sie ansprechen, eine Chance. Mit dieser Einstellung sollten Sie jeden Erstkontakt angehen. Oft denken Menschen, mit Freunden macht man keine Geschäfte.

Das mag teilweise auch richtig sein. Nur was wären Sie für ein Freund, wenn Sie ausgerechnet den Menschen, an denen Ihnen sehr viel liegt, Ihr Angebot vorenthalten? Über Geschäftspräsentationen, Einzeltermine und Homepartys bauen Sie so Zug um Zug Kunden und Berater auf. Ihre Kunden werden bei Zufriedenheit Empfehlungen aussprechen und Ihre Berater werden ebenfalls Kontaktlisten machen. Nach einer gewissen Einarbeitungszeit und Lernphase sind Sie dazu in der Lage, auch ohne die Hilfe Ihres Sponsors zu arbeiten. Jetzt werden Sie zum Coach Ihrer Berater. Ihre Ge-



Sollten Sie absolut nicht dazu bereit sein, Freunde, Verwandte und Bekannte anzusprechen, lassen Sie besser die Finger vom Direktvertrieb.

Es gibt vier Möglichkeiten

- Ihr Kontakt sagt Nein
- Ihr Kontakt gibt Ihnen Empfehlungen
- Ihr Kontakt wird Kunde
- Ihr Kontakt wird Berater

friedenheit Empfehlungen aussprechen und Ihre Berater werden ebenfalls Kontaktlisten machen. Nach einer gewissen Einarbeitungszeit und Lernphase sind Sie dazu in der Lage, auch ohne die Hilfe Ihres Sponsors zu arbeiten. Jetzt werden Sie zum Coach Ihrer Berater. Ihre Ge-

schäftspartner werden wiederum neue Kunden und Distributoren gewinnen und so wächst Ihr Geschäft, ohne dass dem Wachstum Grenzen gesetzt wären. Denken Sie an das Kapitel Erfolgskonzepte. Ihr Einkommen steigt nicht deswegen, weil Sie immer besser werden und mit weniger Zeitaufwand bessere Ergebnisse erzielen. Ihr stetig wachsendes Team besteht aus lauter Einzelunternehmern, die das Gleiche tun.

Alle Geschäftspartner verkaufen Produkte an Kunden. Gleichzeitig gewinnen sie weitere neue Berater. Jedes Mal, wenn ein neuer Distribu-

tor Teil Ihrer persönlichen Vertriebsorganisation wird, kommt das der Eröffnung einer neuen Filiale gleich. Hier unterscheidet sich Ihre Handelskette in nichts von Aldi, Lidl, Schlecker, McDonalds oder Burger King. Basis jeder Empfehlung ist die eigene, positive Erfahrung. ■

Wie wächst mein Geschäft?

- Wir alle empfehlen Produkte und Dienstleistungen, von denen wir begeistert sind
- Statistisch gesehen kennt jeder Erwachsene rund 400 Menschen
- Aus Kontakten werden Empfehlungsgeber, Kunden oder neue Berater
- Neue Berater bedeuten neue Kontakte
- Aus diesen Kontakten werden wiederum Empfehlungsgeber, Kunden oder neue Berater
- Und so weiter, und so weiter, ...



Ihr Team wächst und wächst ... Aber Sie müssen den Anfang machen.

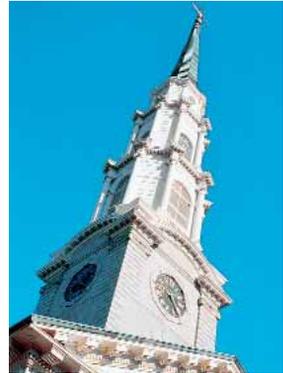
Das ist doch ein Schneeballsystem oder?

Immer wieder werden Networker mit dem Vorwurf konfrontiert, dass es sich bei dem von ihnen umgesetzten Geschäftskonzept um ein Schneeballsystem handelt. Für einen außenstehenden Laien ist der Unterschied zwischen einem Networkvertrieb und zum Beispiel einem Kettenbrief auf den ersten Blick auch nicht zwangsläufig zu erkennen. Denn wie bei einem Kettenbrief o.ä. wächst eine Network-Marketing-Vertriebsorganisation in Form einer Pyramide.



Betrachten wir jedoch die Organisationsform von Institutionen wie zum Beispiel der katholischen Kirche, einer Armee, der Bundesrepublik Deutschland, traditioneller Unternehmen, ..., stoßen wir immer wieder auf die der Pyramide. Sie werden das selbst feststellen, wenn Sie sich ein paar Minuten Zeit nehmen. Sie arbeiten in einem Unternehmen? Nehmen Sie sich bitte ein Blatt Papier und zeichnen Sie einmal die hierarchische Struktur innerhalb Ihres Arbeitgebers auf. An der Spit-

ze sitzt der Geschäftsführer, eine Ebene tiefer kommen die Hauptabteilungsleiter, danach die Abteilungsleiter, darunter die Gruppenleiter und ganz unten die Arbeitnehmer ohne Weisungsbefugnis. Was sehen Sie, wenn Sie Ihre Zeichnung fertiggestellt haben? Richtig, eine Pyramide. Die Crux an dieser Pyramide ist, dass nicht beliebig viel Platz auf den einzelnen Ebenen ist. Ein Aufstieg von unten nach oben ist immer nur dann möglich, wenn jemand aus einer höheren Ebene ausscheidet oder die Firma expandiert und weitere Führungskräfte benötigt.



Auch die Hierarchie der Kirche ist pyramidenförmig.

An der Spitze stehen Sie!

Im Direktvertrieb/Network-Marketing stehen Sie immer an der Spitze, der von ihnen aufgebauten Organisation. Es ist für Ihren eigenen Erfolg vollkommen unerheblich, was oberhalb Ihrer Position im Vertriebsnetzwerk Ihres Unternehmens passiert ist. Jeder Distributor besetzt die Nummer Eins innerhalb seiner Pyramide. Demnach ist eine Unterscheidung zwischen legalem Network-Marketing und illegalen Schneeballsystemen nicht auf Grund des pyramidenähnlichen Aufbaus ihrer Organisationsformen möglich. Den haben beide gemeinsam. Es geht viel mehr darum, auf den ersten Blick zum Verwechseln ähnliche illegale von legalen Pyramidensystemen abzugrenzen. Sicher klingt dies für Sie als Laie furchtbar kompliziert. Keine Angst, Sie müssen kein Jurastudium absolviert haben.

Grundsätzlich ist das Ganze viel einfacher, als Sie jetzt noch denken. Sicherlich kennen Sie das Sprichwort: „Den letzten beißen die Hunde.“ Genau dies trifft auf jede Form illegaler Schneeballsysteme zu. In dem Moment, wo keine neuen Einsteiger mehr ▶

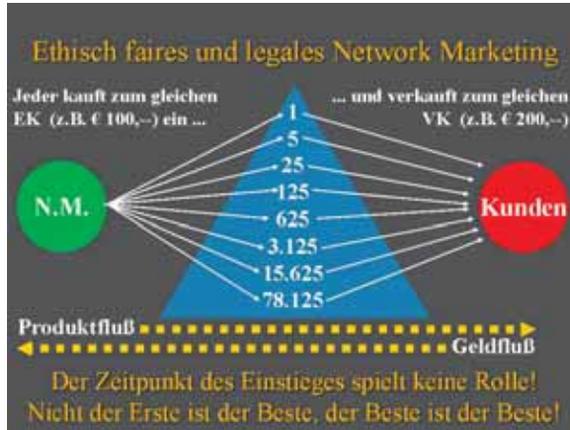


für solch eine illegale Pyramide gefunden werden, fällt sie zusammen, wie ein Kartenhaus.

Kettenbrief

Bei einem Schneeballsystem wie zum Beispiel einem Geldkettenbrief ist es zwingend notwendig, Neueinsteiger zu finden. Sie zahlen Betrag X und nur wenn

Sie eine bestimmte Anzahl weiterer Teilnehmer finden, die den gleichen Betrag zahlen, erleiden Sie keinen finanziellen Verlust. Klar, dass je nach der erforderlichen Anzahl weiterer Neueinsteiger – nehmen wir mal fünf – ab einer bestimmten



Direktvertrieb/ Network-Marketing

- Produkte mit Nutzen und Nachfrage
- Provision nur für Produktumsatz
- Überholen übergeordneter Distributoren ist möglich
- Zeitpunkt des Einstiegs spielt keine Rolle
- Überschaubarer Investitionsrahmen ohne großes Risiko
- Langfristig (Das älteste Unternehmen ist seit 1959 auf dem Markt, viele andere gibt es auch schon über 20 Jahre)
- Nicht der Erste, sondern der Beste ist der Beste
- Legal

Ebene – hier dann Ebene 12 – mehr als ganz Deutschland mitmachen muss, damit bis zum vorletzten Level kein Einsatz verloren geht.

Neben solchen Kettenbriefen gibt es auch Schneeballsysteme mit vorgeschobenen, meist wertlosen Produkten. Der Initiator bringt zum Beispiel 1.000.000 Produkte auf den Markt und sucht sich fünf Abnehmer, die je 200.000 Produkte kaufen. Diese müssen jetzt wiederum fünf Käufer für jetzt je 40.000 Produkte finden. Von Ebene zu Ebene verringert sich die abzunehmende Menge. Gleichzeitig erhöht sich jedes Mal der Preis. Je nach dem, wann Sie hier einsteigen, kaufen Sie bereits über dem

marktüblichen Preis ein. Ihre Chancen, die Produkte mit Gewinn weiterzuverkaufen werden von Ebene zu Ebene geringer.

Linzenzgebühr

Teilweise ist es auch bedenklich, wenn Sie eine Lizenzgebühr bezahlen müssen, um mit einem Unternehmen zu starten. Wird diese Lizenzgebühr an über-



Die Berater kaufen bis auf Mengenrabatte zu gleichen Konditionen beim Unternehmen ein und verkaufen wie ein Einzelhändler.

geordnete Vertriebspartner verprovisioniert, handelt es sich faktisch um eine Kopfprämie. Statt Endkunden für Produkte zu suchen, wird jeder Distributor darauf aus sein, weitere Lizenznehmer zu finden. Ein wirklicher Produktumsatz findet meist nicht statt. Tatsächlich ha-

ben Sie es dann mit einem gut getarnten Kettenbrief zu tun. Im Network-Marketing schreiben Ihnen die Vergütungspläne teilweise ebenfalls eine gewisse Anzahl zu eröffnender Vertriebslinien vor, wenn Sie bestimmte Positionen erreichen wollen. Trotzdem kann hier von einem Zwang keine Rede sein. Der Marketingplan Ihres Unternehmens ist nichts als das Versprechen, eine bestimmte Leistung entsprechend zu honorieren. Sie können sich auch auf den reinen Produktverkauf beschränken und so ein Nebeneinkommen erzielen.

Bestandsgeschäft

Genau hier wird der Unterschied deutlich sichtbar. In der pyramidalen Vertriebsorganisation eines Direktvertriebsunternehmens wird auch dann Geld verdient, wenn ▶

Schneeballsystem

- Meist kein Produkt oder ein Produkt ohne Nutzen/Nachfrage, Lizenzgebühr
- Provision für das Anwerben neuer Mitspieler (Kopfprämie)
- Überholen übergeordneter Teilnehmer unmöglich
- Zeitpunkt des Einstiegs ist wichtig
- Hoher finanzieller Einsatz
- Kurzlebig
- „Den Letzten beißen die Hunde“
- Illegal

keine neuen Berater gewonnen werden. Das Bestandskundengeschäft sorgt meist für ständig wiederkehrenden Umsatz. Die Richtung des Geldflusses ist entscheidend. In einem Schneeballsystem fließt Geld von unten nach oben, also vertikal, und fast nie gibt es einen Gegenwert für die eingezahlte Summe. Im Network-Marketing fließen Produkte horizontal durch die



Vertriebspyramide zu den Kunden. Die Berater kaufen bis auf Mengenrabatte zu gleichen Konditionen beim Unternehmen ein und verkaufen wie ein Einzelhändler. Das Geld fließt in umgekehrter Richtung ebenfalls horizontal vom Verbraucher über die Distributoren in die Firma. Im Schneeballsystem werden Kopfprämien für neue Teilnehmer gezahlt, im MLM wird lediglich getätigter Produktumsatz gemäß dem Marketingplan verprovisioniert. ■

Wer den Unterschied kennt, fällt nicht auf illegale Pyramiden herein.

Rentenversicherung

Die Ähnlichkeit mit einem Schneeballsystem ist verblüffend. Die Renten der Leistungsempfänger werden von den Beiträgen der Einzahler finanziert. Auf Grund der demographischen Zusammensetzung Deutschlands reicht die Zahl der Einzahler nicht mehr aus, um das System in seiner ursprünglichen Form aufrecht zu erhalten. Ohne den Zuschuss aus dem Bundeshaushalt (Steuergelder) würde die Rentenversicherung bereits jetzt zusammenfallen wie ein Kartenhaus. Ein Grund mehr, sich ein langfristiges zusätzliches Einkommen aufzubauen.



Schicken Sie den Coupon bitte per
Fax oder per Post
an folgende Adresse:

GKM-Zentralredaktion GmbH
Abonnement-Betreuung
Boslerstraße 29
71088 Holzgerlingen
Tel.: 0049 - (0)7031 / 744-201
Fax: 0049 - (0)7031 / 744-199
E-Mail: abo@network-karriere.com

Ihre Daten werden ausschließlich zu Auftragsbearbeitungs- und Informationszwecken von dem Verlag genutzt. Die Weitergabe an Dritte ist nach dem Datenschutzgesetz grundsätzlich ausgeschlossen.

➤ **Jetzt abonnieren!**

Möchten auch Sie gerne die **NETWORK-KARRIERE** regelmäßig beziehen und sie pünktlich zum 15. jedes Erscheinungsmonates in Ihrem Briefkasten vorfinden?

Persönliche Angaben:

*Firma: _____

*Vorname: _____

*Name: _____

*Straße: _____

*PLZ/Ort: _____

**Land: _____

Tel.: _____

Fax.: _____

*E-Mail: _____

*Datum/Unterschrift: _____

Einfach eines der untenstehenden Abonnements auswählen und ankreuzen. Bitte alle gefragten Angaben ausfüllen und per Post oder Fax an den Verlag schicken.

1-jähriges Abonnement
(monatlich ein Exemplar)
zu 26,75 €
(25,- € zzgl. 7 % MwSt.)

Anzahl der
Exemplare: _____

1/2-jähriges Abonnement
(monatlich ein Exemplar)
zu 16,05 €
(15,- € zzgl. 7 % MwSt.)

Anzahl der
Exemplare: _____

Bitte die Felder mit * unbedingt korrekt ausfüllen, damit Ihr Auftrag ausgeführt werden kann.
** Versandaufschlag für Auslands-Abonnement.

