

Viel Spaß beim stöbern in der Leseprobe!

Den Autor erreichen Sie unter:
pusch@inside-network-marketing.de

Auf seiner Webseite finden Sie weitere Informationen und Artikel:

www.inside-network-marketing.de

Den Verlag erreichen Sie unter:
info@weckel-media.de

Insbesondere attraktive Staffelpreise,
als auch Sonderkonditionen für Buchhändler,
erfragen Sie bitte beim Verlag Weckel Media

Selbstverständlich können Sie das Buch online bestellen:
www.weckel-media.de

... oder in jedem Buchhandel und Online-Buchhandel!

Inside Network Marketing



Lothar Pusch
Diplom-Wirtschaftsjurist [FH]

**Neue Wege zur
Unabhängigkeit**

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek.
Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese
Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie;
detaillierte bibliografische Daten sind im
Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Copyright © 2010 Lothar Pusch

E-Mail: pusch@inside-network-marketing.de
Web: www.inside-network-marketing.de

Haftungsausschluss:
Die im Buch gemachten Aussagen stellen
keine Rechtsberatung und auch keinen
Ersatz einer solchen dar. Ähnlichkeiten mit
bestehenden Vertriebsmodellen sind rein
zufällig. Der Autor übernimmt keine Haftung.

Lektorat: Gabriele Pässler

1. Auflage März 2010

Erschienen im Verlag:
Weckel Media, Damme/Dümmer.
E-Mail: info@weckel-media.de
Web: www.weckel-media.de

Alle Rechte vorbehalten.
Nachdruck oder Reproduktion, Vervielfältigung
jeder Art, auch auszugsweise,
nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlages.

Printed in Germany

ISBN 978-3-939852-14-8

Inhalt

Einleitung	7
Unsere Abhängigkeiten	9
Frei geboren – das sind wir alle. Was machen wir daraus?	9
Insolvenzen in Deutschland	10
Lösungsmöglichkeiten	13
Lösung 1: Wie wäre es mit Auswandern?	13
Lösung 2a: Im Lotto gewinnen und Beine hochlegen	14
Lösung 2b: Sparen und von den Zinsen leben	15
Wie viel Geld brauchen Sie im Monat? 15	
Lösung 3: Nebenverdienst durch nebenberufliche Tätigkeit	17
Lösung 4: Direktvertrieb und Direktmarketing	18
Direktvertriebskanäle 20	
Lösung 4a: Direktberater / Direktverkäufer werden	21
Führungskraft mit Beratern 22; Differenzplansystem 23; Leben wie ein Arzt in Deutschland – Insiderbericht 24; Wir Menschen sind sicherheitsorientiert 26	
Lösung 5: Franchise-Unternehmen gründen	27
Franchise-Beispiel 30	
Lösung 6: Strukturvertrieb in der Finanzdienstleistung	31
Vergütungsmodell Strukturvertrieb 35; Hierarchiemodell Strukturvertrieb 37; Bin ich ein Verkäufer-Typ? 38	
Lösung 7: Network-Marketing	40
Organigramm Network-Marketing 41; Multi-Level-Marketing 42; Rechtliche Rahmenbedingungen 45; Direktvertrieb und die IHK 46; Duplikation oder Multiplikation? 47; Duplikationsbeispiel 48; Wo sind die Ursprünge des Warentausches zu finden? 49; Zwischen-Fazit 51	

Lösung 8: Empfehlungsmarketing als Sonderform.....52

Grundsätze des Marketings 54; Kennen Sie Guerilla-Marketing? 55; Direktvertrieb und Network-Marketing in Zahlen 55; Drei Milliarden Euro im Direktvertrieb – wofür eigentlich? 56; Warum sind so viele Menschen krank? 57; Beobachtungen eines Apothekers 59; Aus diesen Fakten lassen sich zwei Trends erkennen 60; Teamwork 62; Das Finanzierungsproblem 63; Wahl der Rechtsform und viele andere Überlegungen 64; Businessplan 66

Hintergrundinformationen und Recherche 68

Vervielfältigung 68; Ich bin allein 69; Ich bin Unternehmer 70; Ich bin im Direktvertrieb und verkaufe 71; Erweiterung zum Verkaufsteam 72; Wertschöpfung – so ... 73; ... und anders 73; Die nächste Erweiterung: Multi-Level-Marketing 74; Unabhängigkeit mit einem Network-Marketing-Konzept 75; Internationale Expansion 77; Firmenbeispiele – was gibt es denn da so? 78; Verkaufsstatistik 79; Vergütungsmodell 81; Bonusstaffel 81; Mitarbeiter einschreiben beziehungsweise sponsern 83; Stufenplan 84; Zur Erinnerung 84

Geschäftsaufbau 87

Unternehmensaufbau und Werbung 87; Noch mehr Vergütungspläne: Matrixplan 89; Das Dilemma: ICH 1 und ICH 2 – was nun? 91; Wie entsteht „passives Einkommen“ oder auch Residualeinkommen? 92; Historie der Network-Unternehmen in Deutschland 93; Produktlebenszyklus 94; Anmerkung zu Vergütungsplänen 95; Der Trick mit den Qualifikationen 96; Vorsicht – Fallen 96; Bitte keine Gesundheitsaussagen 97; Vorstellungsgespräch 98; Ein Geheimnis 98; Noch ein wichtiger Tipp 100; Was es nicht alles gibt 100; Unternehmen L 100; L-Stufenplan 101; Sarimi – ein Beispiel für Abzocke 104; Kein guter Stil 106; Unternehmen N2 106

Empfehlungsmarketing..... 108

Empfehlungsmarketing (EM) und Preisbildung 108; Zwischenhändler – oder Empfehlungsgeber? 109; Organigramm Empfehlungsmarketing 111; Bonus- und Einkommensvergleiche MLM und EM 112; Bonusvergleich H (MLM) und L² (EM) 113; Einkommensvergleich A 114; Einkommensvergleich B 115

Zusammenfassung und Zukunftsbetrachtung 117

Ist schnelles Wachstum möglich? 119; Synergie und Selbstverwirklichung 119; Eigenes Network-Marketing-Unternehmen gründen 120; Noch ein paar Tipps zum Schluss 121; Matrix für den Geschäftserfolg im Networking 123

Schlusswort..... 124

Ohne tolle berufliche Qualifikation ganz nach oben? 124; In meinem nächsten Buch erwartet Sie: 127

Einleitung

Während der Erstellung meiner Diplomarbeit im Jahr 2005 hätte ich nicht gedacht, dass die Wirtschaft einen so massiven Einbruch erleben würde wie in den letzten beiden Jahren. In meiner Tätigkeit als Unternehmensberater (Vita auf meiner Webseite: www.inside-network-marketing.de) musste ich immer wieder feststellen, wie viel Wert den Interessen der Investoren beigemessen wird – und wie wenig denen der Mitarbeiter. Das Kapital muss unter allen Umständen Ertrag erwirtschaften, und zwar möglichst viel. Nicht immer ist das machbar, aber zum Glück gibt es ja viele Möglichkeiten, auch ein mieses Geschäft gut darzustellen – je nach Bilanzansatz.

Trotz aller Schwierigkeiten, die Banken im Jahr 2008 im Allgemeinen hatten, haben spanische Banken damals gut abgeschnitten, weil sie nicht (wie die US-Banken und auch die meisten deutschen Banken) bilanzieren – und weil sie auch nicht kritiklos auf jedes US-Geschäft aufgesprungen sind. Die größte Bank der Welt, Citigroup, hat den größten Verlust der Geschichte eingefahren; trotzdem erhielten die Manager Top-Tantiemen, während dem „kleinen Mann“ gekündigt wird. Das erzeugt Druck.

Der Investmentmanager bekommt Druck vom Geschäftsführer, der Geschäftsführer vom Inhaber, der Inhaber von den Investoren usw. Immer wieder kommt die Justiz Firmen auf die Spur, die über Jahre hinweg massiv Bilanzfälschungen betrieben haben. Die Leidtragenden sind die Mitarbeiter und Aktionäre, sie werden beim Untergang mit in den Abgrund gerissen. Ich nenne das mal „Eisbergproblem“: An der Oberfläche sieht es noch ganz gut aus, das wahre Ausmaß lässt sich auf den ersten Blick gar nicht erkennen.

Zum Glück hat jeder auch die freie Wahl, aus diesem Kreislauf auszubrechen. Professor Dr. Otte hat in seinem Buch „Die Krise“ schon drei Jahre vor dem Zusammenbruch davor gewarnt.

Auch Robert T. Kiyosaki hat in seiner Literatur mehrfach auf einen wahrscheinlich kommenden großen Crash hingewiesen.

Meiner Meinung nach ist „Wachstum um des Wachstums willen“ krank. Ein kleines Unternehmen mit guter Auftragslage kann schon sehr viel für seine Mitarbeiter leisten. Bei Firmenverschmelzungen und Zukäufen, nur um größer zu werden als der Mitbewerber, werden oft unvorstellbare Summen ausgegeben, nur um irgendwie den Aktienkurs zu steigern und damit auch die eigene Bonifikation. Topmanager im Alleingang sozusagen. Denkt „der da ganz oben“ eigentlich an „die ganz unten“? Das glaube ich kaum.

Seit Jahren schon geht die Angst um, die Löhne sinken und die Arbeitsplatzsicherheit auch.

Noch nie war es wichtiger, alternative Möglichkeiten zum „normalen Job“ zu finden – und diese dann auch zu nutzen. Was gibt es denn für Alternativen? Das haben vielleicht auch Sie sich schon gefragt.

Job kündigen und ein Jahr Auszeit nehmen – ein sogenanntes Sabbatical, um sich endlich mal umzusehen – eine Weltreise – ein Internetgeschäft aufbauen – Guru werden ... Allerdings überlegen die meisten Menschen sehr lange, viel zu lange – oder aber gar nicht. Haben Sie schon einmal ein Kaninchen vor der Schlange beobachtet?

Ich möchte Sie bitten, beginnen Sie *jetzt* zu handeln! Das Lesen dieses Buches ist schon ein guter Schritt, reicht aber mit Sicherheit noch nicht aus. Viel Spaß bei der Lektüre. Ich heiße Sie willkommen in einer für Sie vielleicht vollkommen neuen „Gedanken“-Welt! Übrigens: Das ist *Ihr* Buch, bitte machen Sie Notizen, markieren Sie, was Ihnen wichtig ist und malen Sie fleißig drin herum.

Und zu bestimmten Stichwörtern (die finden Sie im Buch) können Sie mir auch gerne eine E-Mail schicken an meine Adresse:

pusch@inside-network-marketing.de

Danke!

Unsere Abhängigkeiten

Frei geboren – das sind wir alle. Was machen wir daraus?

Was heißt denn eigentlich Freiheit? Freiheit von was oder von wem? Als Kinder waren wir abhängig von unseren Eltern (wenn sie für uns da waren), und selbst als Erwachsene kommen wir so gut wie nie aus einem Abhängigkeitsverhältnis heraus. Entweder „sorgt“ ein Arbeitgeber für uns, und dafür leisten wir im Durchschnitt um die vierzig Wochenstunden, oder wir sorgen für uns selbst: als Selbstständiger mit vierzig bis achtzig Stunden pro Woche – und sehr oft mit hohem Kapitaleinsatz.

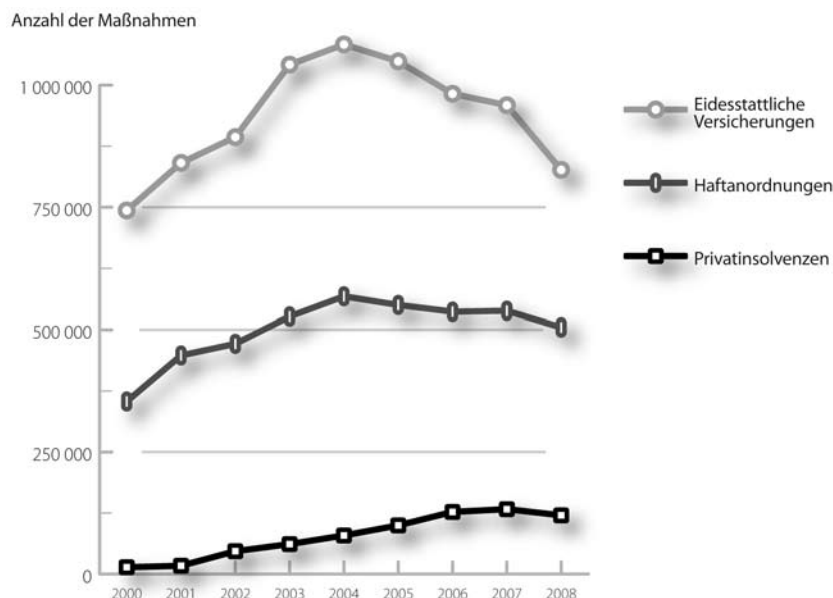
Gründen Sie doch Ihr eigenes Ein-Mann-Unternehmen! Suchen Sie sich eine Geschäftsidee und erstellen Sie einen Businessplan. Beantragen Sie Fördergelder und nehmen Sie ein Darlehen auf. Mieten Sie einen Laden an und regeln Sie Ihre Abwesenheit durch eine Vertretung. Kaufen Sie Ware ein, disponieren Sie diese und verkaufen sie anschließend.

Nehmen Sie sich einen Steuerberater und machen Sie die Umsatzsteuer- und Einkommensteuererklärung. Regeln Sie die Nebenkosten und verdienen Sie zusätzlich Ihre Lebenshaltungskosten. Tun Sie etwas für die Altersvorsorge und schließen Sie die erforderlichen Versicherungen ab! Da kann einem schon der Kopf schwirren. Aber seien Sie beruhigt, meist ist man im dritten Geschäftsjahr aus dem Gröbsten heraus – oder aber pleite.

Da eine Existenzgründung zumeist mit hohem Eigenkapital und Fremdkapital einhergeht, liegt das unternehmerische Risiko bei dem Investor, also bei dem Gründer. Die kreditgebenden Institute hingegen verfügen entweder über Sicherheiten des Kreditnehmers oder sind gegen das Ausfallrisiko ihrer Kunden rückversichert.

Insolvenzen in Deutschland

Eine Insolvenz bedeutet meist den privaten Ruin des Initiators, was sich auch seit Einführung der neuen Insolvenzordnung zeigt: Mit der Möglichkeit der privaten Entschuldung nehmen Privatinsolvenzen rasant zu. In Spitzenjahren gehen bis weit über 120 000 Verbraucher in die Privatinsolvenz, obwohl „nur“ 50 000 erwartet wurden! Sind das alles vernichtete Privatexistenzen? Das hängt davon ab, wie jemand wieder in Beschäftigung kommt (oder ist). Freibeträge schützen vor der kompletten Pfändung des Einkommens. Informieren Sie sich bitte, falls Sie betroffen sind.



Grafik 1: Privatinsolvenzen, Eidesstattliche Versicherungen und Haftanordnungen

Ein großer Teil der Insolvenzen ist auf mangelndes „Know-how“ des Initiators zurückzuführen: zu wenig Marktkennntnisse, zu wenig Kunden, schlechtes Inkasso und viele weitere Gründe. Das nötige betriebswirtschaftliche und juristische Fachwissen fehlt oft gänzlich.

Was kostet denn eigentlich eine Selbstständigkeit? Gehen Sie ruhig mal auf ein Existenzgründungs-Seminar und verschaffen Sie sich einen Überblick. Vor einiger Zeit besuchte ich eine öffentliche Veranstaltung zum Thema im Rathaus einer sehr großen Stadt. Und raten Sie mal, wer gleich im Anschluss an die Einführung gesprochen hat?! Richtig, der Abteilungsleiter der Finanzierungsabteilung einer lokalen Bank. Kredit hier, Darlehen dort, Fördergelder vom Staat und von der Europäischen Union. Zwar kann man heute eine Limited gründen mit einem bis einhundert (!) Euro Gründungskapital, doch kaum eine Bank gibt ein Darlehen dazu; meist besteht gar kein Interesse an einer Geschäftsbeziehung.

Vor der Insolvenzreform hieß es: einmal pleite, immer pleite. Gläubiger konnten Titel erwirken, die dreißig Jahre Gültigkeit hatten. Insolvenz hieß noch Konkurs. Viele Unternehmer sind nach einem Misserfolg nie wieder auf die Beine gekommen. Leider. Doch einmal hinfallen hieß in der Natur noch nie, dass man nicht mehr aufstehen kann oder darf.

Große unternehmerische Potenziale wurden dadurch verschüttet und „Macher“ mussten lange leise vor sich hin leiden. Oh je, und dann die Nachbarn und Verwandten – da blieb oft nur noch: lieber wegziehen ... Es ist statistisch erwiesen, dass der Durchschnittsdeutsche sich lieber vier Wochen im Keller versteckt, als dass er einen Fehler zugibt.

In Deutschland gab es laut Bundesstatistik 2008 etwa 833 000 Gewerbeanmeldungen – und 730 000 Gewerbe wurden abgemeldet. Laut der statistischen Ämter des Bundes und der Länder wurden 2008 über 140 000 Insolvenzverfahren eröffnet mit voraussichtlichen Forderungen von mehr als 34 Milliarden Euro. Und das in nur *einem* Jahr – Wahnsinn!

pusch.weckel-media.de/stala

Für 2009 wird bei Firmeninsolvenzen noch eine Zunahme erwartet. Firmen, von denen es niemand für möglich gehalten hätte, verschwinden einfach vom Markt. Wie viele Hartz-IV-Empfänger gibt es eigentlich in Deutschland? Die Bundesregierung gibt offiziell nicht bekannt, wie viel Geld für sogenannte Transferleistungen ausgegeben wird.

Versuchen Sie bitte mal selbst, die offiziellen Zahlen zu ermitteln. 2010 werden wir ziemlich sicher über eine Million neue Arbeitslose haben. Hoffentlich ist Ihr Arbeitsplatz sicher – ich wünsche es Ihnen.

In den 21 Jahren meiner Selbstständigkeit habe ich freilich auch viele Selbstständige scheitern sehen, vor allem im Finanzvertrieb. Bei vielen Menschen habe ich das Gefühl, dass sie nicht gut mit Geld umgehen können oder aber sie verdienen zu wenig – es bleibt einfach nichts übrig.

Einer aktuelleren Studie zufolge haben etwa vierzig Prozent der Haushalte am Monatsende gerade noch 100 Euro übrig. Nur bei Großverdienern sind es mehr als 300 Euro. Und der Rest verschuldet sich jeden Monat mehr; das Girokonto ist im Dauerrot.

Mindestens *eine* Lösung muss her!

Lösungsmöglichkeiten

Lösung 1: Wie wäre es mit Auswandern?

Arbeiten unter Palmen am Strand, ewige Sonne. Schnell die Oma anpumpen oder das Haus verkaufen und los geht's. Das Problem: Man nimmt sich selbst mit! Die Zahlen sprechen für sich. 95 Prozent kommen zurück, und zwar nicht, weil es in der alten Heimat so schön warm wäre, nein – die fremde Sprache oder unbekannte gesetzliche Regelungen sind die Gründe. Dazu kommt zu wenig oder keine Vorbereitung. Einheimische haben Angst, dass wir ihnen die Arbeit wegnehmen (wo haben sie das bloß her?) und das Startkapital war einfach zu schnell aufgebraucht.

Zu all den Auswanderer-Sendungen, die die Fernsehkanäle ebenso füllen wie Kochsendungen, gibt es jetzt „Die Rückwanderer“. Fast schon mitleidig sehen wir dann auf die Gescheiterten herunter und sind froh, es selbst doch nicht gewagt zu haben. Sie wissen schon, die Nachbarn und Verwandten ...

In Deutschland ist ein Leben ohne Arbeit und ohne Geld wenigstens noch einigermaßen erträglich, im Ausland heißt es aber in solch einem Fall: „Gehen Sie doch wieder nach Hause.“ In Amerika habe ich in fast allen Geschäften und bei Sehenswürdigkeiten 70- bis 80-jährige Menschen arbeiten sehen, als Aushilfskraft zum Beispiel. Also ich persönlich habe darauf keine Lust.

1995 habe ich voller Euphorie Deutschland verlassen, um in Südafrika eine Vertriebsorganisation aufzubauen. Doch zunächst musste ich aus meinem gebrochenen Schulenglisch ein brauchbares Englisch machen – also habe ich mich durchgekämpft. Mein erstes Inserat „Mitarbeiter für internationalen Wirtschaftskonzern gesucht“ war ein Flop: Die Anrufer legten auf, weil ich mich kaum verständigen konnte.

Nach ein paar Wochen in „sehr kaltem Wasser“ wurde es aber besser. Nach einigen Monaten konnte ich Seminare in englischer Sprache halten und hatte schon mit Hunderten von Leuten gesprochen. Mein kleiner Vertrieb wuchs. Da ich zu dieser Zeit zum ersten Mal Vater wurde, flog ich öfter hin und her und hatte deshalb kaum Zeit, meine Gruppe vor Ort zu betreuen. Und so zerfiel sie eben allmählich wieder.

Dann wurde mir meine ganze Ware und mein nicht versichertes Auto gestohlen – jetzt war ich total pleite. In Johannesburg habe ich dann Handzettel verteilt, auf Straßen, auf denen zwei Jahre vorher noch gekämpft worden war. So wollte ich neue Mitarbeiter gewinnen. Ohne Geld im Ausland zu leben, das ist wirklich keine gute Idee. Also ging ich nach knapp zwei Jahren wieder nach Deutschland zurück.

Nach meinem Südafrika-Experiment war ich froh, erst mal nach Hause zu kommen und dankbar für meine Familie. (Meine Geschichte sende ich Ihnen gerne zu. Schicken Sie mir bitte eine entsprechende E-Mail.)

Wenn Sie vom Auswandern träumen, lassen Sie sich unbedingt von Experten beraten. Ja, die kosten Geld, ja, die sagen auch mal: „Nein, so funktioniert das nicht.“ Aber besser vorher das Risiko kalkulieren, als alles in den Sand zu setzen.

Lösung 2a: Im Lotto gewinnen und Beine hochlegen

Allerdings sind enorm viele der glücklichen Gewinner nach vier Jahren ärmer als zuvor. Beachten Sie auch die Gewinn-Wahrscheinlichkeit von etwa 1:140 Millionen und geben Sie nicht gleich alles aus!

Lösung 2b: Sparen und von den Zinsen leben

Also wenn der Lottogewinn ausbleibt, können Sie immer noch das, was (wenn überhaupt) übrigbleibt, anlegen. Vierzig Jahre lang 100 Euro im Monat zu 5 % Zinsen – das sind etwa 148 000 Euro! Nach 30 Jahren wären es etwa 81 000 Euro. Nach 20 Jahren nur etwa die Hälfte – so um die 40 000 Euro. Sie haben keine zwanzig Jahre mehr Zeit? Dann gehen Sie über zum nächsten Kapitel – oder lesen Sie doch hier weiter und erzählen Sie Ihren Kindern davon.

Wie viel Geld brauche ich eigentlich, dass ich davon leben kann?

Miete oder Finanzierung, Wohnungsnebenkosten, Lebenshaltung, Versicherungen; das Auto lassen wir weg (zu Fuß gehen ist sowieso gesünder); Erziehung und Ausbildung der Kinder, Urlaub, Essen gehen, Geschenke, Weiterbildung, Spenden, Sportbeitrag, eventuelle monatliche Darlehensrate ...

Wie viel Geld muss ich auf der Bank haben, um diesen Betrag jeden Monat zur Verfügung zu haben?

Wie viel Geld brauchen Sie im Monat?

2 500 € im Monat = 30 000 € jährlich + Steuern = bei 5 % Zins brauchen Sie dafür etwa 600 000 Euro angelegtes Geld.

Rechenaufgabe: Wie lange müssen Sie jeden Monat wie viel sparen, um 600 000 Euro auf der Seite zu haben? Bei 3 500 Euro Ausgaben im Monat bräuchten Sie etwa 1 Million Euro auf der „hohen Kante“. Dabei hört sich eine Million doch gar nicht nach so viel an. Aber hier sehen Sie, wie schnell sich das relativiert: Hätten Sie die Million und würden davon ein Haus kaufen um 400 000 Euro und ein Auto für 100 000 Euro, dann hätten Sie nur noch eine halbe Million übrig. Davon bekommen Sie 1 750 Euro Zinsen – diesen Betrag hätten Sie also jeden Monat zum Leben (ach ja, ein Viertel der Zinsen kassiert übrigens das Finanzamt). 1 750 Euro – das kostet schon der Kundendienst für das Auto alle zwanzigtausend Kilometer!

Zu blöd auch. Wer hat uns nur erzählt, Millionär zu sein würde vollkommen reichen? Aber warum eigentlich frei sein, mein Job macht mir doch Spaß? – Würden Sie denn auch dann noch hingehen, wenn Sie für Ihre Arbeit *nicht* bezahlt werden würden?

Statistiken sagen, dass jeder Zweite so unzufrieden sei in seinem Job, dass er schon innerlich gekündigt habe. Seit 1988 ist die Zahl der vorzeitig Berufsunfähigen durch Nervenerkrankungen (Stress, Angst, Mobbing) von 7 % auf über 25 % gestiegen. Jeder vierte Arbeitnehmer bricht sozusagen psychisch zusammen. Also, wenn Sie selbstständig sind, behandeln Sie Ihre Mitarbeiter bitte gut, schließlich bezahlen Sie eine Menge Geld für sie.

Ein Facharbeiter kostet den Arbeitgeber ca. 50 000 Euro im Jahr. Hätten Sie nicht gedacht, oder? Schließlich haben Sie am Ende des Jahres ja keine 50 000 Euro auf dem Konto. Doch da sind all die Sozialabgaben, dazu gehören Renten-, Kranken-, Arbeitslosen- und was-weiß-ich-was-denenoch-einfällt-Versicherungsbeiträge, dann sind da noch Lohnsteuer, Solidaritätszuschlag, Kirchensteuer. Da bleibt dem Single noch etwas über die Hälfte seines Einkommens. Und der Arbeitgeber legt auch noch seinen Teil drauf. Gerne, Staat!

Neue Berufsfelder sind entstanden: Mobbingberater, Konflikt-Therapeut, Frauen- und Männerbeauftragte zur sozialen Gleichstellung usw.

Coachs gibt es wie Sand am Meer, um den Heerscharen von angeknacksten Menschen zu helfen, mit ihrem Leben klarzukommen oder wieder einen Grund zu finden, zur Arbeit zu gehen. Heute werden schon Medikamente entwickelt für Krankheitsbilder, für die man die Namen erst noch erfinden muss – weil wir leiden. In den letzten zwanzig Jahren haben sich die Fälle psychischer Erkrankung durch arbeitsbedingte Überbelastung und privaten Stress versiebenfacht! Das heißt: Sieben Mal so viele Menschen wie damals müssen heute aus diesem Grund ihren Beruf aufgeben.

Die Arztpraxen sind voller vor sich hin vegetierender Arbeitsameisen, die ebenso wie ihre Kinder den Sinn des Lebens suchen, aber meinen, doch nicht „aus ihrer Haut“ schlüpfen zu können. Ich sehe schon eine Klagewelle auf uns zukommen, bei der sich Kollegen gegenseitig verklagen wegen seelischer Grausamkeit, oder sie verklagen den Chef – oder der Chef die Mitarbeiter. Unter Ehepartnern ist das schon ein anerkannter Scheidungsgrund,

bei Arbeitsverhältnissen kommt das vielleicht noch (in den USA ist es schon üblich).

Zu viel Fantasie? Machen Sie sich doch bitte erst mal ein paar Gedanken darüber. Auch darüber, warum Zeitarbeitsfirmen jetzt anerkannt sind. Lesen Sie morgen weiter und vergleichen Sie die Lösungen, die ich Ihnen noch vorstellen werde. Und ich empfehle Ihnen: Lesen Sie doch mal ein paar Monate lang keine Zeitung und hören Sie keine Nachrichten. Vielleicht fühlen Sie sich dann schon besser! Das ist mein voller Ernst.

Lösung 3: Nebenverdienst durch nebenberufliche Tätigkeit

In meiner Diplomarbeit „Network-Marketing, eine neue Form des Unternehmertums und der Selbstständigkeit“ (2005) habe ich wissenschaftlich untersucht, welche Geschäftsmöglichkeiten es in Deutschland gibt. Natürlich gibt es so abenteuerliche Dinge wie Kettenbriefe oder Schneeballsysteme.

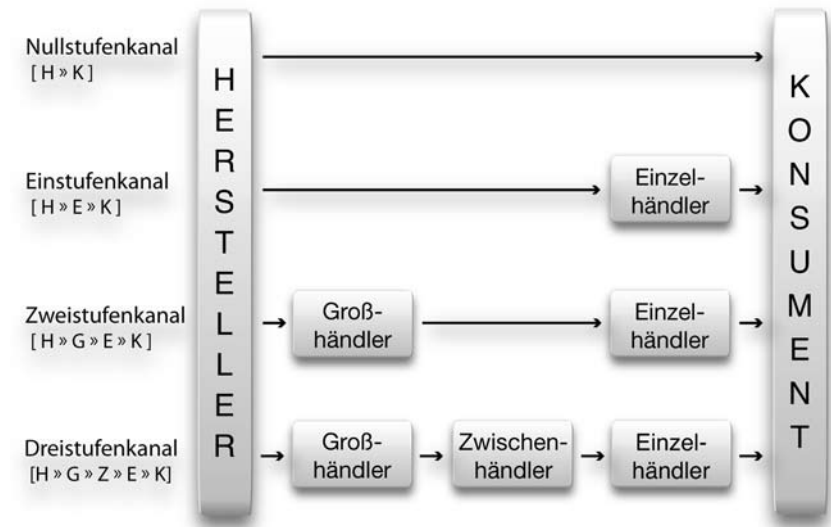
Gerade ist in den USA eines zusammengebrochen, das sogar eine österreichische Privatbank in die Insolvenz getrieben hat. Der Schaden für die Anleger wird auf 150 Milliarden Euro geschätzt. Der Gründer war ein hochangesehener Investmentmanager (und -guru) und wurde nun zu etwa 150 Jahren Haft verurteilt – ein Jahr für eine Milliarde sozusagen. Er hatte versucht, jedes Jahr an der Börse Gewinn zu machen. So nahm er einfach die Gelder neuer Kunden und schüttete sie an die alten Kunden als Zinsen aus.

„Aha – wie die Rentenversicherung also“, mögen Sie denken; aber da gilt ja das Solidaritätsprinzip (eigentlich). Schade, dass wir Deutschen immer älter werden und keine Kinder mehr zeugen, zumindest nicht genügend. Das verursacht riesige Probleme. Gehen wir dem Kollaps entgegen – oder versuchen wir mit (verschleierter) milliardenschwerer Neuverschuldung, diese Löcher zu füllen? Professor Raffelhüschen, ein ehemaliger Wirtschaftsweiser, hält zu diesem Thema sehr spannende Vorträge, in denen er die ungeschönten Tatsachen offen darlegt. Dort erfahren Sie, wie es wirklich aussieht, nämlich

ziemlich schlecht. Aber lassen Sie sich nicht beunruhigen, die Renten sind sicher – zumindest für unsere Politiker. Nur *die Höhe* unserer Renten ist nicht so ganz klar. Deswegen ist es sicher nicht dumm, auch mal über dieses Thema nachzudenken. Angeblich macht sich der Durchschnittsdeutsche mehr Gedanken über das Fernsehprogramm als über seine Lebensplanung. Wie stellen Sie sich ihren Lebensabend vor? Und falls Sie schon dort angekommen sind, ist er denn so, wie Sie ihn sich gewünscht haben? Es ist ja nicht schlimm, alt zu werden. Aber alt zu sein und dabei arm – das ist schon schlimm. Na ja, es gibt noch eine Steigerung: arm, alt und krank. Wir haben ja nur *ein* Leben, da kann es schon sinnvoll sein, selbst mal aktiv zu werden und auch Alternativen in Betracht zu ziehen. Wenn Sie also von Zinsen und Erträgen leben wollen, sollten Sie auf jeden Fall genügend Geld *haben*. Falls Sie aber noch nicht melden können: „Wegen Reichtum geschlossen“, müssen Sie eben weiterhin Waren umsetzen oder Dienstleistungen erbringen.

Lösung 4: Direktvertrieb und Direktmarketing

Direktvertrieb und Direktmarketing – ist das nicht dasselbe? Gibt es Unterschiede, wenn ja, welche – und wozu muss man sie überhaupt kennen? Das Modell des Direktvertriebs ist etwa fünftausend Jahre alt, damals entstanden die Märkte (das genaue Datum konnte leider noch nicht abschließend ermittelt werden). Hersteller von Waren trafen sich regelmäßig an bestimmten Orten mit Käufern und Wiederverkäufern – so entstanden Märkte und dadurch auch viele Städte. Welches ist die älteste Stadt in Deutschland? Dort lässt sich genau dieser Handel nachweisen – sogar schon mit anderen Ländern. Im Konsumgüterbereich werden Waren auf unterschiedliche Art und Weise bewegt – über Distributionskanäle oder Absatzwege. Dies verdeutlicht folgende Abbildung:



Grafik 2: Distributionskanäle

Die verschiedenen Distributionskanäle unterscheiden sich durch die Anzahl der Vertriebsstufen. Jedes einzelne Organ, sei es Großhändler oder Einzelhändler, übernimmt eine bestimmte Aufgabe in dem Prozess, das Produkt an den Konsumenten zu bringen. Der Hersteller und der Konsument sind Anfangs- bzw. Endpunkt des Distributionskanals. Sie bilden keine eigene Stufe. Die Anzahl der Zwischenstufen bestimmt die Länge des Distributionskanals.

Der Dreistufenkanal bezeichnet den Weg des Produkts vom Hersteller über den Großhändler (1. Stufe) über einen sogenannten Jobber oder Zwischenhändler (2. Stufe) zum Einzelhandel (3. Stufe) und schließlich zum Endverbraucher. Dieses System findet man vorwiegend in den USA. Die Zwischenhändler verteilen die Waren vom Großhandel zum Einzelhandel (3. Stufe), zum Beispiel in der Fleischbranche, in der kleinere Einzelhändler nicht vom Großhändler direkt beliefert werden.

Beim Zweistufenkanal fließt die Ware in zwei Stufen vom Hersteller zum Großhändler (1. Stufe), welcher wiederum an den Einzelhandel

(2. Stufe) verkauft. Das ist in Deutschland zum Beispiel der traditionelle Konsumgütermarkt.

In vorwiegend auf spezielle Waren ausgelegten größeren Einzelhandelsgeschäften, auch als Fachmärkte bezeichnet (zum Beispiel für Elektronik), wird die Ware über nur eine Stufe vom Hersteller über den Einzelhändler (1. und einzige Stufe) zum Endabnehmer transportiert. Dies wird als Einstufenkanal bezeichnet und ist auch bei Industriegütern häufig zu finden. Ein solcher Einstufenkanal ist auch der Direktvertrieb oder Direktverkauf. Der Zwischenhändler ist hier selbstständiger Berater im Auftrag des Anbieters. Sie kennen das von den Heimdiensten an Ihrer Haustür, wie zum Beispiel für Staubsauger, Tiefkühlkost oder Kosmetik. Oder denken Sie an herstellereigene Verkaufsstellen oder auch Versandhandelsunternehmen (die bekanntesten halt, eins der größten in Deutschland ist ja jetzt tatsächlich pleite). Dort wählt der Kunde mithilfe des Beraters die Ware im Katalog aus, dann wird sie beim Hersteller bestellt.

Auch nicht selbst hergestellte Ware wird so vertrieben, wobei es letzten Endes unerheblich ist, wo und von wem die Ware hergestellt wird. Der Kunde merkt davon nichts.

Direktvertriebskanäle

Sehr gute Beispiele für den Nullstufenkanal sind das Empfehlungsmarketing und der Direktvertrieb über das Internet. Sehr erfolgreich ist dort eine Computerfirma aus den USA mit Milliarden-Umsätzen. Der potenzielle Kunde erfährt von dem Warenangebot zum Beispiel durch die Fernsehwerbung. Telefonisch oder im Internet bestellt er dann seinen selber zusammengestellten Wunsch-PC. Innerhalb weniger Tage liefert das Unternehmen das Produkt an den Kunden. Vorteilhaft für das Unternehmen ist dabei, dass weder große Lagerbestände zu führen sind (keine hohen Finanzierungskosten und kein Risiko) noch auf Vorrat produziert werden muss. Die für die Herstellung des Endprodukts nötige Ware muss erst bei der Bestellung durch den Endkunden disponiert werden, die Auslieferung erfolgt mit kurzem Zahlungsziel.

„Und ist der Handel noch so klein, er bringt doch mehr als Arbeit ein“, sagt der Volksmund. Und er hat recht. Doch ganz so einfach ist das nicht mehr. Einer meiner Freunde betreibt einen großen Supermarkt einer namhaften Kette. Nicht nur, dass er zu den Discountern in Konkurrenz steht, er hat über 100 000 Euro monatliche (!) Kosten, viele Angestellte und 16-Stunden-Tage. Ob er den Monat mit Plus abschließt oder für nichts gearbeitet hat, darüber entscheiden einzelne Verkaufsaktionen.

Lösung 4a:

Direktberater / Direktverkäufer werden

Kaufen Sie doch eine Grundausstattung (ca. 500 Euro) an hochwertigen Kunststoffartikeln (bunte Dosen, Kuchenbackformen etc.), veranstalten Sie eine Homeparty (Freunde, Verwandte einladen – Vorzüge der Produkte erklären – Bestellungen aufnehmen – Ware ordern beim Unternehmen), bringen Sie Ihren Kunden die Ware nach Hause – und etwa ein Viertel des Umsatzes gehört vorläufig Ihnen. Wenn Sie monatlich für tausend Euro Ware verkaufen, sind das 200 bis 300 Euro; davon bezahlen Sie allerdings noch Fahrt- und Telefonkosten, Gastgebergeschenke und vielleicht die Flasche Sekt, mit der Sie Ihre Gäste in Stimmung bringen. – Willkommen im Direktvertrieb!

Fragen Sie doch mal Ihre Oma, die kennt bestimmt noch den Begriff „Hausierer“. Und da haben wir leider auch schon das Problem. So ganz losgeworden ist die Direktvertriebsbranche dieses Image leider nicht. Obwohl Unternehmen mit Kochtöpfen, Kosmetik, Tiefkühlkost und Staubsaugern Milliarden von Euro umsetzen.

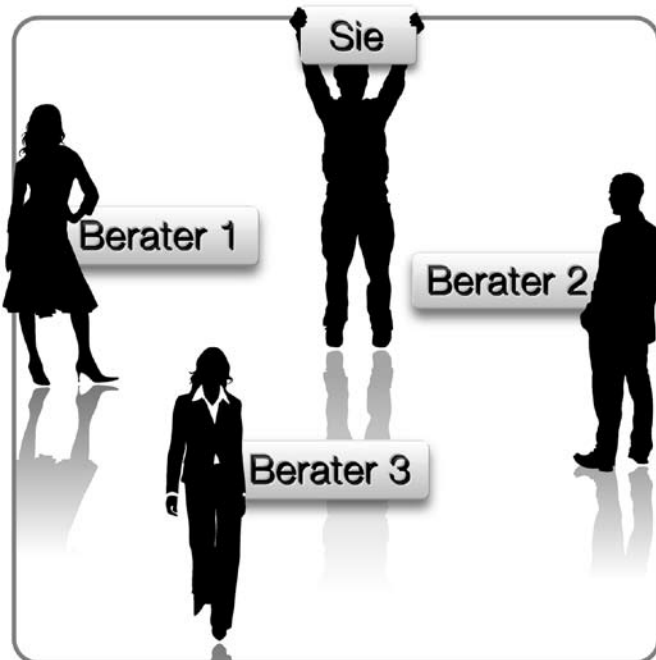
Einige Firmen sind übrigens schon seit der Weimarer Zeit aktiv (Weimarer Zeit, was ist das? – Opa fragen oder heimlich im Geschichtsbuch der Kinder nachschlagen). Laut einer Studie von Price Waterhouse & Coopers gibt es weltweit etwa 700 im Direktvertrieb tätige Unternehmen mit etwa 30 Millionen Direktverkäufern bzw. Direktverkäuferinnen. Dieses System lebt von der Begeisterung der Verkäufer und ich kenne viele Menschen, die bei einer Homeparty regelmäßig einkaufen. Das Problem dabei: Verkauf ist nicht jedermanns Sache und irgendwann ist der Schrank ja vielleicht voll

von Plastikgeschirr, Jeans und Maßhemden. Staubsauger braucht man auch nur einen pro Etage. Aber eins ist unbestreitbar: Dank persönlicher Beratung erfreuen sich diese Unternehmen einer großen Kundennähe und meist auch Kundenzufriedenheit. Ein weiterer Vorteil: Sie können mit anderen Menschen zusammenarbeiten, die Sie auch noch selbst auswählen!

Einen Überblick geben die Seiten über Direktvertriebsunternehmen, die Sie im Internet finden können. Die Idee, nicht mehr allein zu arbeiten, sondern im Team – das heißt, gemeinsam mit anderen Menschen –, ist faszinierend.

Führungskraft mit Beratern

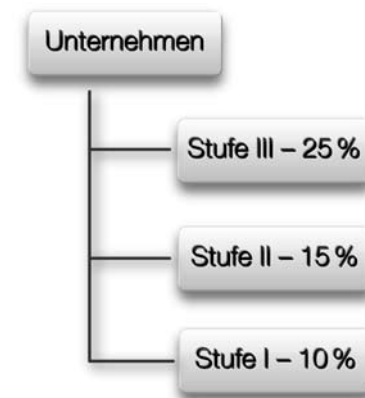
Wie sieht es also aus, wenn Sie ein Team aufbauen?



Grafik 3: Führungskraft mit Beratern

Sie sind Teamleiter/in Stufe I (das heißt, Sie selbst betreuen unmittelbar einen oder mehrere Berater) und verdienen an den Umsätzen Ihrer Berater zum Beispiel pauschal 10 Prozent: Je mehr Umsatz Ihr Team macht, umso mehr klingelt Ihre Kasse.

Differenzplansystem



Grafik 4: Differenzplanmodell

Im gezeigten Beispiel würde ein Berater der Provisionsstufe II (das heißt, er betreut Berater, die selbst auch einen oder mehrere Berater unmittelbar betreuen) die Differenz zur Provisionsstufe I (5 %) auf die Verkäufe des auf der Provisionsstufe I befindlichen Beraters erhalten – so lange, bis dieser selbst Stufe II erreicht hat.

Ein Berater der Provisionsstufe III würde die Differenz zur Provisionsstufe II, also 10 %, auf die Verkäufe des auf der Provisionsstufe II befindlichen Beraters erhalten, bis dieser selbst Stufe III erreicht hat.

Auch kann ein Stufe-III-Berater einen Berater auf Stufe I haben (der selbst nur eine Ebene von Beratern betreut) und erhält damit eine Differenzprovision in Höhe von 15 %. Diese Differenz wird als Superprovision, Leitungsvergütung (kommt von Rohrleitung) oder Bonus bezeichnet.

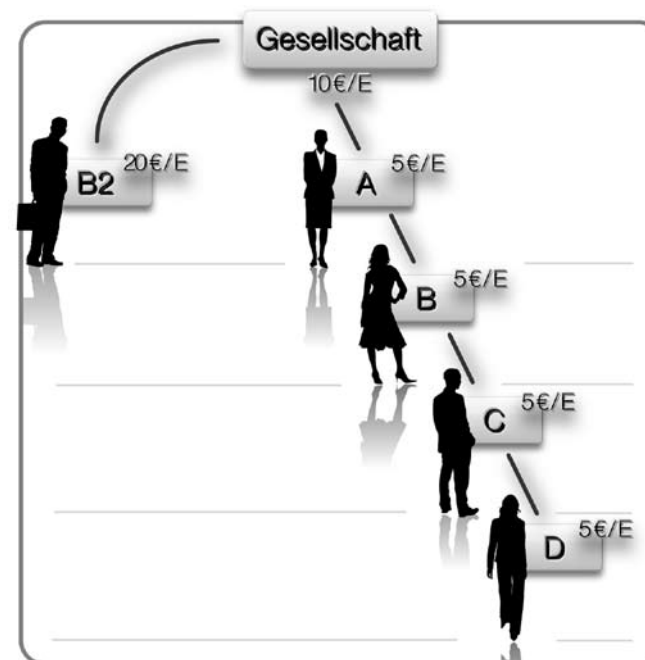
reicht die Provision nicht aus, diese zu decken. Ein anderer Gesichtspunkt ist auch, dass die Berater aus allen möglichen Berufsgruppen kamen. Reihenweise einfach alte Versicherungsverträge der Kunden zu kündigen und neue Geschäfte abzuschließen, war und ist nicht immer vorteilhaft.

Bei Lebensversicherungen wird leider oft eine sehr lange Laufzeit vereinbart, um die Provision nach oben zu schrauben. Letztens wurde mir eine Lebensversicherung mit Auszahlung zum 85. Lebensjahr angeboten: „Sie können auch früher ans Geld.“ Klar, aber dafür muss ich dann bezahlen. Im Schnitt werden bei Lebens- und Rentenversicherungen um die 5 % der Versicherungssumme an den Vertrieb ausgeschüttet (bei 100 000 € Versicherungssumme sind das etwa 5 000 €). Die Provision wird dann in Einheiten umgerechnet und die Berater in den zwischengelagerten Hierarchiestufen werden an den Umsätzen der unteren Hierarchiestufen beteiligt.

Je mehr Mitarbeiter mit niedrigen Provisionsstufen Sie haben, umso mehr verdienen Sie selbst. Bei Krankenversicherungen geht die Provision bis zu sieben Monatsbeiträgen, je nach Gesellschaft. Da gilt dann das gleiche Prinzip der Provisionsverteilung wie beim MLM.

Wie Sie auf der nachfolgenden Grafik sehen werden, ist die Provisionsverteilung unterschiedlich, je nachdem, wie viele Ebenen eine Organisation hat. Bei zwei Ebenen wird die erwirtschaftete Provision eben nur auf zwei Ebenen verteilt, bei sieben Ebenen an alle sieben Beteiligten. Fangen Sie ganz neu an, dann verdienen in diesem Fall sieben Personen an Ihren Umsätzen mit. Das empört Sie? Gemeinheit, denken Sie? *Ich* habe doch den Kunden gewonnen und den Verkauf gemacht! Tja, zeigen Sie mir ein Geschäft, wo niemand anderes mitverdient: Bankgeschäfte, Ihr Arbeitgeber, Ihr Einkauf im Supermarkt? Die Wertschöpfungsketten sind oft sehr lang.

Vergütungsmodell Strukturvertrieb



Grafik 5: Mögliches Vergütungssystem im Strukturvertrieb

Zum Beispiel: Eine Lebensversicherung mit 120 000 Euro Versicherungssumme oder eine Kapitalanlage entspricht einer bestimmten Anzahl Einheiten, genauso wie eine Krankenversicherung oder eine Immobilie und so weiter. Verkauft D etwas, erhält er zum Beispiel bei 200 Einheiten von insgesamt 5 000 Euro Abschlussprovision (die der Kunde zahlt) 1 000 Euro – die darf D selbst behalten. Von seinem Umsatz erhalten auch C, B und A etwas. Die Gesamtprovision wird anteilig geteilt, das Unternehmen muss schließlich auch leben. B2 ist vielleicht ein Topverkäufer und erhält 20 Euro pro Einheit. Das ist eine viermal so hohe Abschlussprovision.

Bedenken Sie auch, Sie werden eingearbeitet, Ihnen wird Fachwissen vermittelt, Sie erhalten Verkaufs- und Mentalunterstützung. Als Azubi ver-

dient man ja auch nicht viel, als Student zahlt man sogar für die Ausbildung. Das ist hier eben auch nicht anders.

Wichtig ist immer meiner Meinung nach, wie fair das System für *alle* Beteiligten ist, und dann können Sie ja immer noch frei entscheiden, ob Sie dabei sein wollen oder nicht. Vorsicht bei überbewerteten Immobiliengeschäften. Die sogenannten „weichen Kosten“ sind oft geschickt versteckt, obwohl sie korrekt ausgewiesen werden müssten. Als Vermittler unterliegen Sie mittlerweile der Beraterhaftung: Sie haften für Vermögensschäden, die Ihre Klienten erleiden. Mit der neuen EU-Vermittlerrichtlinie soll eine neue Beraterqualität geschaffen werden – hoffentlich klappt es!

Den Direktvertrieben muss aber auch zugutegehalten werden, dass sich ihr Image in den letzten Jahren wesentlich verbessert hat. So arbeitet zum Beispiel ein Ehemaliger der Fünf Wirtschaftsweisen in Deutschland bei einem Allfinanzvertrieb und genießt einen hervorragenden Ruf.

Abschließend lässt sich zu den Finanzvertrieben sagen, dass es einen Trend zu Maklervertrieben gibt. Vom Makler erwartet man Unabhängigkeit von bestimmten Firmen und Gesellschaften oder undurchsichtigen Firmenverflechtungen und -beteiligungen (Banken, Versicherungsgesellschaften, Holdings und Stiftungen). Ein Makler verkauft Ihnen auch mal eine Haftpflichtversicherung für 50 Euro im Jahr und will Ihnen nicht nur Steuerparobjekte aufdrängen.

Hierarchiemodell Strukturvertrieb

Noch einmal zum Organisationsaufbau. Bei mehrstufigen Vertriebssystemen sieht das etwa so aus:



Grafik 6: Mögliche Hierarchiestufen im Strukturvertrieb

Wenn Ihnen das vorkommt wie ein Pyramidensystem – Sie haben recht. Aber eine Pyramide hat nicht nur negative Eigenschaften. Grundsätzlich ist jede Organisation, jedes Unternehmen, sind auch Kirchen, Regierungen und das Militär pyramidal aufgebaut. Die Pyramide an sich ist eine der

stabilsten Organisationsformen überhaupt. An der Spitze der katholischen Kirche zum Beispiel steht der Papst, dann die Kardinäle und Bischöfe bis herunter zum Priester und schlussendlich an der Basis die Gläubigen. Bei Regierungen steht oben zum Beispiel der Bundespräsident, der Bundeskanzler, das Parlament mit den Abgeordneten und so weiter, bis zum Volk, welches die Volksvertreter demokratisch wählt. Bei Unternehmen steht der Vorstandsvorsitzende ganz oben, dann geht es über die Vorstände über die Abteilungsleiter bis herunter zur Ebene der „normalen“ Arbeitnehmer. Es sind also immer mehrere Führungsebenen vorhanden. Niemand würde auf die Idee kommen, eine funktionierende Struktur in einem Weltkonzern als illegal zu bezeichnen. Hierarchische Strukturen haben einen militärischen Ursprung. Betrachtet man die japanische Hochkultur vor mehr als 2500 Jahren, sieht man schon damals die Aufteilung in Generäle mit Untereinheiten und Rangordnungen für die Offiziere.

Hier bei den Vertrieben gibt man sich eben gerne wohlklingende, bedeutungsschwere Namen wie in unserem Beispiel „Generalrepräsentant“. Innerhalb einer solchen Struktur genießen die Top-Führungskräfte sehr großes Ansehen und sind auch Top-Verdiener. Da ja bei den Dax-gelisteten Firmen eine Beschränkung der Bezüge nach oben geplant ist (zum Beispiel maximal eine Million im Jahr), wäre das doch eine Alternative, falls Sie schon in Millioneneinkommensregionen sein sollten ☺.

Fazit: Will und kann ich dauerhaft verkaufen? Kann ich genügend Menschen für mein Team finden, die auch verkaufen wollen und können?

Bin ich ein Verkäufer-Typ?

- ▶ Ja: Prima!
- ▶ Nein: Lesen Sie weiter.
- ▶ Ich weiß nicht:
 - a) Versuchen Sie doch mal, abends zwanzig Rosen zu verkaufen.
 - b) Begleiten Sie mal Ihren Makler oder Versicherungsvertreter zu einem Verkaufsgespräch.

- c) Räumen Sie Ihren Keller und Speicher aus und verkaufen Sie die Sachen auf dem Flohmarkt (gegen Geld).

Grundsätzlich lässt sich sagen, dass 85 bis 95 % aller Menschen nicht gerne verkaufen. Um ein dauerhaft erfolgreiches System aufzubauen, werden Sie immer wieder die ausgefallenen Verkäufer ersetzen müssen. Ich nenne das mal das „Kommen-und-gehen-Syndrom“. Oder Sie haben einen guten Riecher und finden Leute, die wirklich gut und gerne verkaufen.

Prüfen Sie auch, wie lange es bei „Ihrem“ Produkt dauern wird, bis jemand anderes es selber verkaufen kann, ohne Ihre Hilfe. Dauert das zu lange, werden Sie gezwungen sein, immer mit an der „Front“ zu stehen.

In Finanzvertrieben muss ein Großteil der Zeit für Schulungen und Seminare aufgewendet werden, um zunächst mal einen Grunderfahrungsschatz zu erwerben und dann laufend auf dem neuesten Stand zu bleiben.

Geht es um Gebrauchsprodukte wie Plastikgeschirr, Staubsauger oder Kosmetik, reicht eine zweistündige Verkaufsschulung und es kann losgehen. Dafür ist die Abschlussprovision pro Stück natürlich nicht so hoch.

Manchmal ist es besser, mit zwei oder drei „guten Leuten“ zu arbeiten, als ein Dutzend Vertriebsmitarbeiter anzuwerben, die dann nur als sogenannte Karteileichen Ihre Statistik aufblähen. Haben Sie allerdings 25 gut ausgebildete Mitarbeiter, dann verdienen Sie an deren Umsätzen auch recht ordentlich. Werden diese Mitarbeiter aber zu gut, gehen sie gerne wieder ihren eigenen Weg – das heißt, zu einer anderen Firma. Dann haben Sie Ihr Wissen, Ihre Geduld und Ihre Leidenschaft umsonst investiert. Natürlich werden dann auch gleich Ihre Kunden mit abgeworben. Das ist so üblich.

Laut Industrie- und Handelskammer (IHK) werden im Direktvertrieb jährlich etwa 20 Milliarden (!) Euro Umsatz erwirtschaftet. Das ist enorm. Da ist aber auch noch enorm viel Potenzial drin.

Lösung 7: Network-Marketing

Kaum eine andere Branche sieht sich so vielen Vorurteilen gegenüber wie die Network-Marketing-Industrie. Das liegt ebenso an der Geschichte dieses Industriezweiges wie an der Arbeitsweise von Geschäftspartnern.

In jedem Fall aber handelt es sich hierbei um den Vertrieb von Waren und/oder Dienstleistungen über ein Netzwerk von Menschen.

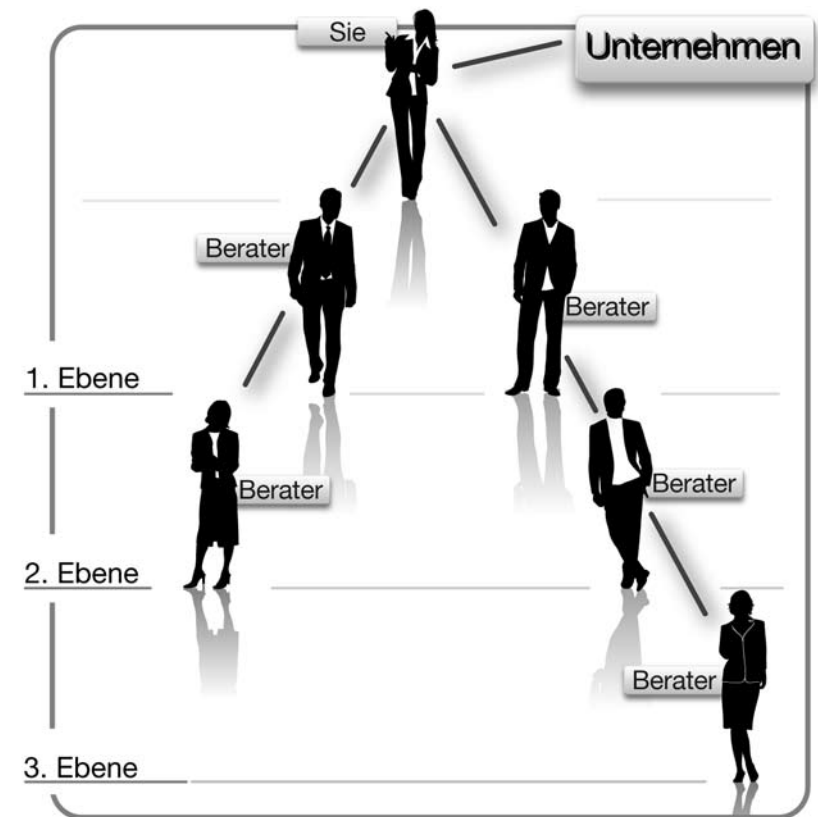
In Deutschland werden Konsumgüter traditionell über den Einzelhandel an den Endverbraucher verkauft. Als weitere Vertriebsformen sind noch der Versandhandel und das „Internet-Shopping“ als neueste Form des Konsumgütervertriebes zu nennen.

Für viele unbemerkt hat in den letzten Jahren der direkte Vertrieb von Produkten und Dienstleistungen in hohem Maße zugenommen: Das sogenannte Empfehlungsmarketing verbindet Hersteller und Endverbraucher ohne weitere Zwischenstufen.

Dieser Vertriebsweg hat in Deutschland und in Europa in den letzten zehn Jahren eine wesentlich dynamischere Entwicklung genommen als der traditionelle Verkauf über den Einzelhandel. Hierbei werden Produkte und Dienstleistungen angeboten durch ein Netzwerk selbstständiger Unternehmer in Form von Handelsvertretern, Kommissionären oder Vertragshändlern.

Zusätzlich zu eigenen Verkäufen können die Vertriebspartner nach den Vorgaben des jeweiligen Unternehmens, für das sie tätig sind, neue Vertriebspartner gewinnen und betreuen – und sind dann an deren Umsätzen beteiligt, in Form von Provisionen.

Organigramm Network-Marketing



Grafik 7: Organigramm Network-Marketing

An das Unternehmen angegliedert sind Verkäufer, auch Berater genannt. Diese Berater können wiederum Berater in das Vertriebssystem integrieren, die dann ihnen unterstellt sind. So entsteht aus der ersten Ebene die zweite und aus dieser dann die dritte Ebene. Theoretisch sind unendlich viele Ebenen denkbar, das hängt ganz vom Marketing-Plan des jeweiligen Unternehmens ab und davon, wie lange das Unternehmen schon auf dem Markt ist; Zeit ist offensichtlich ein Wachstumsfaktor. Ein Unternehmen, das seit

...ausgangspunkt der ...

...die ...

...die ...

1989/1990

...die ...

...die ...

...die ...

...die ...

...die ...

...die ...

...die ...

...die ...

...die ...

...die ...

...die ...

...die ...

...die ...

...die ...

...die ...

...die ...

...die ...

...die ...

...die ...

...die ...

...die ...

...die ...

...die ...

...die ...

...die ...

...die ...

...die ...

...die ...

...die ...

...die ...

...die ...

Duplikationsbeispiel

	Vertriebspartner	Umsatz in €	Provision in %	Provision in €
Ebene 1	5	1 500	10	150
Ebene 2	25	7 500	10	750
Ebene 3	125	37 500	10	3 750
Ebene 4	625	187 500	10	18 750
Gesamt	780	234 000	40 (10)	23 400

Tabelle 1: Theoretisches Duplikationsbeispiel

In diesem Beispiel würde der Berater (theoretisch) eine Multiplikation von fünf erreichen. Das bedeutet, er hat in der ersten Ebene fünf Geschäftspartner, die jeweils auch wieder fünf neue Geschäftspartner haben. Setzt sich das bis in die vierte Ebene fort, dann hat der angeführte Geschäftspartner insgesamt ein Netzwerk von 780 Personen, an deren Umsätzen er beteiligt werden kann.

Das Einkommen in der Tabelle beruht auf der Annahme, dass jeder der Partner 300 Euro Umsatz erwirtschaftet. Auch hier gilt das Pareto-Prinzip 80/20: 80 % der im Network Tätigen haben eine Gruppe von mindestens 5 Personen, 20 % von über 125 Personen.

Ursprünglich war jede Marketing-Strategie eine Annäherung des Verkäufers zum Kunden und damit Direktmarketing (von Mensch zu Mensch). Doch nach und nach wurden diese Methoden durch das Massen-Marketing abgelöst, bei dem der potenzielle Kunde über die Massenmedien (Fernsehen und Hörfunk) die Werbebotschaft eines Herstellers erhält. Damit soll er (anonym) zum Kauf animiert werden – die Kundenbedürfnisse werden im Vorfeld eingehend erforscht.

Zudem fühlt sich im Massenmarkt niemand verpflichtet, Namen und weitere Eigenschaften des Käufers in Erfahrung zu bekommen. Genau das soll heute wieder anders werden. Das ist andererseits für Direktvertriebsunternehmen ein Problem: Nur der Berater vor Ort kennt die Kunden. Hört der Berater auf, sind auch die Kunden wieder verschwunden!

Unsere Großmütter haben noch Rabattmarken geklebt, heute geht es elektronisch und heißt englisch: Die zunehmende Einführung von sogenannten „Payback-Karten“ bei Tankstellen und Supermärkten oder anderen Treuesystemen bei den großen Einzelhandelsketten sind Anzeichen des Umdenkens. Es scheint nun auch hier eine Trendwende und Bewegung in Richtung Kundenzufriedenheit zu geben, die bei Direktvertriebsunternehmen schon seit Jahrzehnten klar im Vordergrund stehen.

Wo sind die Ursprünge des Warentausches zu finden?

Schon vor Jahrtausenden entstand die Arbeitsteilung zwischen Produzenten und nicht sesshaften Menschen. Ackerbauern tauschten Agrarerzeugnisse gegen Waren von Jägern und Sammlern. Der Direktvertrieb war der kürzeste Weg der Warentransaktion; damals schon und das ist er auch heute noch.

Die Geschichte des Handels beginnt mit der Entstehung des Direktvertriebs. Es ist wissenschaftlich belegt: Die ersten Direktvertriebsmitarbeiter waren vor zweieinhalb Jahrtausenden die chinesischen Zeitungsverkäufer. Kaufleute gingen auf Reisen und holten nicht nur Ware ins Land, sondern vermarkteten ihre Waren auch unterwegs gewinnbringend. So entstanden Handelsrouten wie die „chinesische Seidenstraße“. Europäische Könige und Fürstenhäuser bezogen über reiche Kaufleute feinste Seidenstoffe und Porzellan aus dem fernen China, nicht zu vergessen das damals unerschwingliche Pergament und Gewürze.

Schon um 800 n. Chr., zu Zeiten Karls des Großen, gab es eine einheitliche Währung, den Silberdenar, welcher den Handel und Fernhandel erleichterte. Die steigenden Gold- und Edelmetallpreise sind ja im Moment auch der Renner. Überall werden Beteiligungen an Gold- und Silberminen, Optionen etc. angeboten. Selbst die Ausgabe von Silbermünzen durch die staatlichen Silbermünzanstalten wurde beschränkt – auf eine Handvoll pro Tag. Die Angst vor einer Währungsunion ging um! Am Rande bemerkt: damals wie heute – es ist immer dasselbe ...

Im Mittelalter hatten die Klöster einen hohen Stellenwert auch im wirtschaftlichen Leben – sie waren Manufakturen von Lederwaren, Bekleidung, Schmuck und Büchern. Klosterbrüder waren als Handlungsreisende unterwegs.

Marco Polo (1254 – 1324), ein italienischer Entdecker und Handlungsreisender (finanziert durch das reiche italienische Fürstenhaus der Medici), brachte von seinen ausgedehnten Fernreisen Waren und Produkte aus fernen Ländern mit, welche er in seinem Palast vorführte und verkaufte. Das Heim-Vorführ-Verkaufssystem war geboren!

Um 1450 wurde mit dem Buchdruck (Gutenberg) ein weiterer, wesentlicher Meilenstein in der Geschichte des Direktvertriebs aufgerichtet: Buchhändler begannen einen ausgedehnten Handel mit Büchern. Im 18. Jahrhundert wurden Musterbücher gedruckt, mithilfe derer Handelsreisende auf das Mitführen von Mustern verzichten konnten und mit Abbildungen von Waren werben konnten (vergleichbar mit den heutigen Prospekten).

Im 19. Jahrhundert folgte dann die systematische Ausweitung des Einzelhandels von kleinen Geschäften zu heute riesigen Einkaufszentren mit mehreren Hektar großen Verkaufsflächen. In den USA sind diese riesigen Flächen heute oft zu sozialen Brennpunkten geworden: Die unteren Einkommensschichten kaufen dort zuhauf ein. Die Arbeitslosenzahlen steigen, und so verbringen dort immer mehr Menschen den Tag, um nicht nur zu Hause herumzusitzen. Das führt dazu, dass die einkommensstarken Schichten sich eher distanzieren und lieber dort einkaufen gehen, wo sie „ungestört“ sind. Die kaufkräftigen Kunden bleiben also weg, die Rentabilität sinkt und inzwischen nimmt man wieder Abstand von diesen „super-size-shopping-bis-der-doc-kommt“-Bauten.

Um 1900 entstand die Idee der Verbreitung von erklärungsbedürftigen Produkten von Tür zu Tür. Um 1920 wurde mit dem Vertrieb von Staubsaugern begonnen. Bei Vorführungen in ihrem eigenen Wohnzimmer wurde die Hausfrau von der Vorteilhaftigkeit dieser Produkte überzeugt – das funktioniert heute noch.

Ein Unternehmen begann 1886 mit nur einem Produkt. Heute sind etwa 1 500 verschiedene Produkte im Sortiment, die hauptsächlich von nebenberuflichen Beraterinnen vertrieben werden. Wie, seit 1886? So lange

schminken sich Frauen schon? Na, damit hat doch Kleopatra schon angefangen 😊.

Nach dem Zweiten Weltkrieg entstanden dann Vertriebe für Bausparkassen und Versicherungen, die sich bis heute innovativ an die modernsten Vertriebsmethoden gehalten haben.

Bei teuren Produkten wird jeweils auch ein Kleinkredit mit angeboten, der den Verkauf des Produkts über kleine monatliche Raten sicherstellen soll. Das finden Sie heute überall, vom Elektroriesen bis zur Gründung von „Nur-Kleinkredit-Filialen“. Sicher hat das alles zu einer Zunahme der Privatinsolvenzen geführt. Konsumkredite zu 0% Zinsen – das hört sich ja auch sehr verlockend an. Meiner Meinung nach ist das eine Fehlentwicklung. Schuldner gibt es schon genug.

Nur so nebenbei: In Nordamerika ist deswegen fast die gesamte Wirtschaft zusammengebrochen – die Banken, die Kreditkartenfirmen, die Autobauer, die Hausbauunternehmen usw. In Deutschland wird vorausgesagt, dass der Export 2009 um fast 6% schrumpfen soll und 2010 ist noch nicht abzusehen (im September 2009 wurde, im Vergleich zum Vormonat, ein Exportminus von 25% gemeldet).

Ja klar, lieber Autor, ist mir ja alles bekannt, aber wie soll ich denn da rauskommen? Mein Rat: Kaufen Sie nur, wenn Sie es unbedingt benötigen, und bezahlen Sie bar!

Zwischen-Fazit

Als Zwischen-Fazit ist festzustellen, dass der Direktvertrieb einen hohen Stellenwert hat – und auch behalten wird. Ein sehr bekannter Staubsauger-Vertrieb hat laut Geschäftsbericht mit etwa 30 000 Fachberatern und etlichen festen Angestellten über 2 Milliarden Euro Umsatz erwirtschaftet.

Interessant finde ich die Eigenkapitalquote von 49%, und das in Zeiten, wo jeder Geld und Geldgeber sucht. Aber bevor Sie jetzt losrennen, um Staubsauger zu verkaufen, lesen Sie bitte das Buch ganz durch!

Das heute größte Network-Marketing-Unternehmen entstand 1959. Das Unternehmen begann mit nur einem Produkt und hat sein Produktsortiment auf heute über 1 000 Produkte ausgeweitet, in allen denkbaren Bereichen wie Putzmittelkonzentrate oder Elektronik. Laut eigenen Angaben erzielte das Unternehmen mit etwa 3 Millionen Verkäufern in 80 Ländern um die 6 Milliarden US\$ Umsatz.

Insgesamt wurden von den im Dachverband der Direktvertriebsfirmen organisierten Unternehmen, der World Federation of Direct Selling Associations, im Jahr 2007 etwa 90 Milliarden US\$ umgesetzt – mit etwa 50 Millionen Beratern weltweit. Nicht schlecht, oder?

Lösung 8: Empfehlungsmarketing als Sonderform

Immer schon sprechen Menschen mit anderen Menschen über die Qualität der erhaltenen Dienstleistungen. Sowohl gute als auch schlechte Nachrichten verbreiten sich sehr schnell. Empfehlungsmarketing ist eine bewährte Form der Neukundengewinnung. Es wird die nächsten Jahre noch an Bedeutung gewinnen, da die klassischen Werbemethoden wie Printmedien, Radio- oder Eventmarketing nicht mehr den gewünschten Erfolg bringen.

Empfehlungsmarketing bedeutet, dass der Kunde zum Empfehlungsgeber wird, der dem Verkäufer wichtige Kontakte aus seinem persönlichen Umfeld weitergibt. Der Verkäufer geht diesen Hinweisen nach und versucht, neue Kunden zu akquirieren. Oder: Der Kunde wird zum Vermittler.

Vorteilhaft dabei ist, dass bei erklärungsbedürftigen Produkten und Dienstleistungen vor der Kaufentscheidung gerne *der Rat einer vertrauten Person* eingeholt wird.

In Zukunft werden Erfolgsmenschen in langfristige Kundenbeziehungen investieren, um damit auch den Kunden zum Multiplikator werden zu lassen – zum „Empfehlungsgeber“: Der erhaltene Nutzen wird im persönlichen Beziehungsumfeld multipliziert.

Empfehlungen aussprechen – das geschieht oft unbewusst und ist ein alltäglicher Vorgang: Der gut beratene Autokäufer empfiehlt das Autohaus, der Restaurantbesucher die Pizzeria mit dem tollen Service oder der Patient den Zahnarzt, bei dem es fast nicht wehtut. Somit ist Empfehlungsmarketing also nichts Neues.

Wie bringt man Kunden dazu, einen Bekannten als potenziellen Kunden weiterzuempfehlen? Zum Beispiel durch Prämienanreize: 30 Euro, wenn ein „empfohlener“ Neukunde eine Pauschalreise im Wert von mindestens 500 Euro gebucht hat. Einkaufsgutscheine bei bestimmten Ketten oder Drogerien. Empfehlen Sie Bekannte an Ihren Telefonanbieter, bekommen Sie eine Extraprämie, von Ihrer Bank eine kostenlose Kreditkarte. Die Beispiele sind zahllos und es werden ihrer täglich mehr.

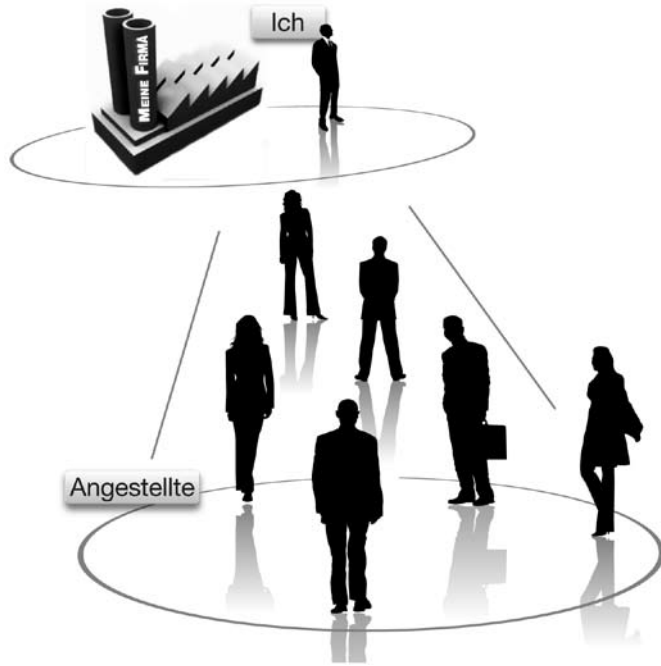
Ist der Service mies, spricht sich das ja auch immer schnell herum – die negative Empfehlung sozusagen. Übrigens neunmal so oft!

Herkömmliche Werbung ist sehr teuer. Will zum Beispiel ein neues Unternehmen seine eigenen Produkte bekannt machen und entscheidet sich für Anzeigenkampagnen in überregionalen Zeitungen, womöglich noch zusätzlich für Radiospots, kommen schnell Beträge von mehreren Zehntausend Euro zusammen, was häufig das Budget eines neuen Unternehmens übersteigt. So kostet ein einmaliges, 60 x 100 mm großes Inserat in einer auflagenstarken Zeitung um die 5 000 Euro, die Ausstrahlung eines 30 Sekunden dauernden Radiospots etwa 2 000 Euro.

Im dritten Jahrtausend erkennen wir, dass wir allmählich zu den Grundlagen der Beziehungspflege zurückkehren sollten. Umso mehr, als von den vier Möglichkeiten, mehr Kunden zu gewinnen (Werbung, Public Relations, Telefonverkauf und Empfehlungsmarketing) bis auf das Empfehlungsmarketing alle Möglichkeiten weitgehend ausgeschöpft sind.

Wie mit Empfehlungsmarketing professionell ein Geschäft aufgebaut werden kann, lesen Sie im separaten Kapitel am Ende des Buches. Ich persönlich halte dies für die unkomplizierteste und langfristig profitabelste Art, ein stabiles und ertragreiches Geschäft aufzubauen.

Ich bin Unternehmer



Grafik 9: Mitarbeiter kommen in meine Firma

Na, wer ist jetzt wohl für die lieben Mitarbeiter zuständig? Natürlich Sie! Lohnfortzahlung im Krankheitsfall, Aufträge besorgen, Buchhaltung, Steuern (aber darüber haben wir ja schon gesprochen).

Für einen einzigen Facharbeiter müssen jährlich etwa 40 000 Euro Personalkosten kalkuliert werden. Diese hohen Kosten führen zu einer Zunahme an Teilzeitbeschäftigungen und zeigen ebenso, dass es wesentlich günstiger ist, mit freiberuflichen Mitarbeitern zu arbeiten oder mit Leiharbeitern.

Ich bin im Direktvertrieb und verkaufe



Grafik 10: Verkäufer mit Kunden

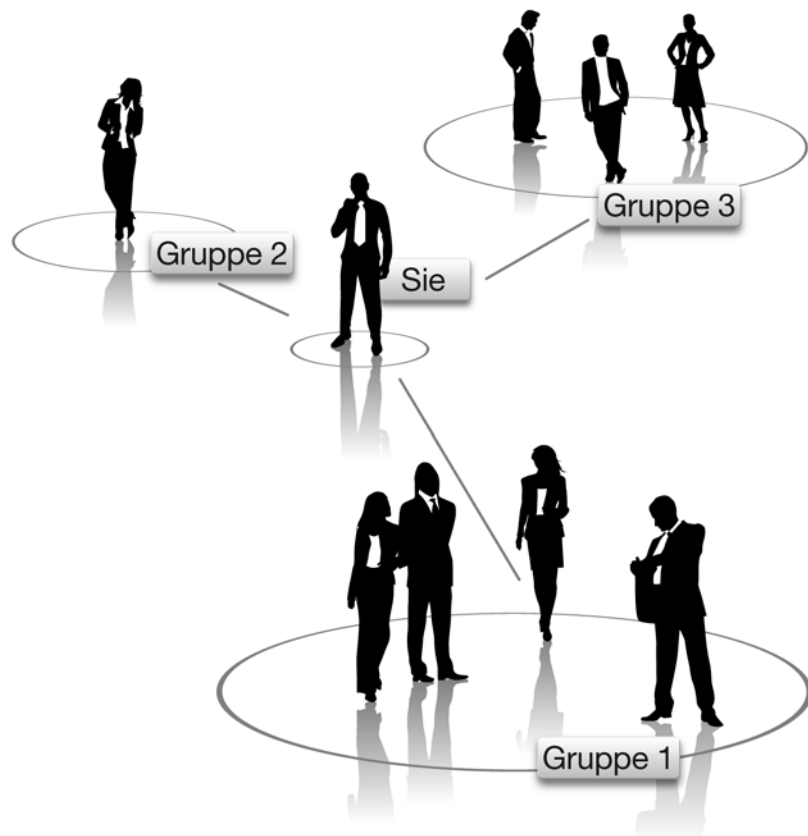
Das Spiel beginnt an jedem Ersten des Monats von Neuem: Verkaufe ich nichts, verdiene ich nichts.

Grundidee:

Hersteller/Unternehmen → Verkäufer → Kunde (Einstufenkanal)

Erweiterung zum Verkaufsteam

Ich suche mir Verkäufer (Single-Level-Marketing)



Grafik 11: Sie mit einem Verkaufsteam

Wertschöpfung – so ...

Ich kontrolliere mein Team, bringe ihm bei zu verkaufen. Verkaufen die nichts, verdiene ich nichts, verkauft mein Team viel, verdiene ich viel. Die Ware kaufe ich vom Unternehmen und verkaufe sie an mein Team weiter – oder mein Team kauft selbst beim Partnerunternehmen ein und mir wird eine Provision gutgeschrieben.

Ich bin also an den Umsätzen der Verkaufsgruppe von Verkäufer 1-3 beteiligt (hier schon 8 Personen). Acht Personen verkaufen mehr, als ich es alleine je könnte – hier spricht man von Wertschöpfung, die sonst Ihr Unternehmen einstreicht, falls Sie angestellt sind.

Hätten Sie zum Beispiel einen Gruppenumsatz von 20 000 Euro, würde ich bei 5 % Beteiligung schon 1 000 Euro anteilige Provision erhalten.

... und anders

Zum Vergleich eine Rechenaufgabe: Um 12 000 Euro Zinsen im Jahr zu erwirtschaften (das sind 1 000 Euro im Monat), wie viel Geld muss ich bei 4 % Zinsen auf der Bank angelegt haben?

Richtig! 300 000 Euro oder richtiger 400 000 Euro, da Zinserträge mit 25 % versteuert werden müssen (Erbenszähler weisen hier gerne auf die Möglichkeit hin, dass es Freibeträge gibt, Spekulanten auf die Möglichkeit, 10 oder 20 % Rendite zu erwirtschaften ☺).

Nun, wie viel sparen Sie zurzeit im Monat? 100 Euro? Wie lange brauchen Sie, um 300 000 Euro anzusparen? Je nach Zinssatz 2 000 bis 3 000 Monate! Zu lange? Denke ich auch! Vor kurzem habe ich in Berlin eine Architektin kennengelernt. Sie spekuliert an der Börse mit Daytrading und bringt es gerade ihrer zehnjährigen Tochter bei, die immer dabei sitzt und mitfiebert. Also lieber etwas früher anfangen!

Weitere Überlegung: Wird sich in meinem Leben wesentlich etwas verändern, wenn *ich* nichts Wesentliches verändere? Will ich 40 Jahre arbeiten, um dann schließlich mit der Hälfte des Geldes auskommen zu

Das Käuferlebnis, die Präsentation zu Hause, die bequeme Lieferung der Ware und die eingehende Beratung sind für den Verbraucher klare Vorteile.

Soziologen stellen in Deutschland eine zunehmende Vergreisung fest; die Mobilität nimmt ab – viele ältere Menschen können nicht mehr oder nur mit Hilfe einkaufen gehen. Dadurch wird der Faktor Convenience (Bequemlichkeit) in unserer Gesellschaft immer wichtiger, was wiederum zur Auswirkung hat, dass Handelsformen wie Direktvertrieb und MLM stark an Bedeutung gewinnen werden.

Es gibt vielfältige Überlegungen, die ein Unternehmen veranlassen können, sich für den Absatzweg des MLM zu entscheiden. In erster Linie versprechen sich Unternehmen eine zusätzliche Marktdurchdringung und das Erreichen von Personengruppen, die durch andere Instrumente der Marketingkommunikation nicht erreicht werden oder werden können, zum Beispiel aufgrund von geringer Mobilität oder weil sie zu abgelegenen wohnen.

Besonders dafür geeignet sind Produkte, bei denen der Verkäufer beim Kunden viel Vertrauen erwerben muss, bevor dieser eine Kaufentscheidung trifft. Je weniger Kenntnisse der Produkthanwender über das Produkt hat, umso wichtiger ist der Vertrauensfaktor; ein Berater aus dem Freundeskreis hat hier einen klaren Vorsprung. Auch hier werden Personengruppen erreicht, die sonst nur schwer zugänglich sind.

Vor allem eignen sich für MLM also erklärungsbedürftige, beratungsintensive und demonstrationsfähige Produkte, die auch komplette Lösungsansätze bieten können – zum Beispiel Haushaltsgeräte und Nahrungsergänzungen. Telekommunikationsdienstleistungen und PCs sind meist nicht vertreten; andererseits können sich die Unternehmen auf schmale Sortimente beschränken, das ist für sie vorteilhafter.

Dem Kunden fehlt meist die Vergleichsmöglichkeit, da die Produkte im Handel nicht verfügbar sind, dadurch kann also ein erhöhter Preis durchgesetzt werden.

Nicht selten haben die im MLM vertriebenen Produkte einen sehr langen Produktlebenszyklus – bis zu zehn Jahre – und setzen so Maßstäbe für viele Branchen. Produktlebenszyklus? Wenn der abgelaufen ist, will keiner mehr das Produkt kaufen, zum Beispiel weil es jetzt etwas Besseres gibt.

Internationale Expansion

Hier betritt das Unternehmen das Spielfeld des internationalen Marketings, das heißt: Planung, Organisation, Koordination und Aktivitäten zielen jetzt auf neue potenzielle Absatzmärkte beziehungsweise auf den Weltmarkt ab. Die zunehmende Internationalisierung macht es möglich – und ohne internationales Marketing geht es auch nicht mehr.

Neben den Marktbearbeitungsformen indirekter Export, direkter Export, Lizenzvergabe, Franchising, eigene Verkaufsniederlassung, strategische Allianzen und rechtlich selbstständige Tochtergesellschaften wählen immer mehr Unternehmen das Network-Marketing als eine der kostengünstigsten und praktikabelsten Lösungen.

Oft haben selbstständige Geschäftspartner von Network-Marketing-Unternehmen in eigener Initiative (z. B. durch internationale Inserate) den Markteintritt für ein neues Unternehmen geschaffen, sie haben in dem neuen Land bereits Produkte abgesetzt und neue Geschäftspartner gefunden. So konnte zum einen getestet werden, ob mit den Produkten nennenswerte Umsätze erreicht werden können und zum anderen, ob der Vergütungsplan des Unternehmens anwendbar ist. Jedes Land hat ja andere juristische Regeln.

Für den Erfolg des Unternehmens ist die Gestaltung der Produkte und des Produktprogramms elementar wichtig. Das Herzstück jedes Marketing-Mix ist die Summe von Nutzen, Attraktivität für Kunden, Erfüllung der Erwartungshaltung und Kundenzufriedenheit.

Durch den Vertriebsweg des Network-Marketings werden Zwischenstufen ausgeschaltet, was den Absatzkanal verkürzt. Dies hat den Vorteil, dass marktpolitische Instrumente noch beeinflusst werden können und unmittelbare Marktinformationen nicht weggefiltert werden.

Erwähnenswert ist, dass Japan mit jährlich umgerechnet 25 Milliarden Euro der größte Markt im Direktvertrieb ist.

Firmenbeispiele – was gibt es denn da so?

Also eigentlich ist vom Staubsauger und Kochtöpfen über Kosmetik, Jeans, Sportlernahrung und Telekommunikation bis hin zu Diätprodukten und Nahrungsergänzungen so ziemlich alles vertreten.

Manche Unternehmen spezialisieren sich auf nur ein Produkt, andere sind mit allen möglichen Produkten beschäftigt. Ich sage nur: Vorsicht vor dem berühmten Bauchladen!

Aus rechtlichen Gründen möchte ich in diesem Buch keine konkreten Firmennamen nennen. Es soll sich doch niemand benachteiligt fühlen – nicht dass ich auf einmal mein Buch nicht weiter veröffentlichen darf. Aber Sie können mir jederzeit eine E-Mail schreiben. Ich beobachte den Markt seit 1992 und habe viele Firmen kommen und gehen sehen.

Im Folgenden möchte ich Ihnen die Unterschiede der Konzepte aufzeigen, und wofür Sie sich schließlich entscheiden, das hängt natürlich auch von Ihren Neigungen und Fähigkeiten ab.

Da ist zunächst einmal der reine Direktvertrieb (siehe oben), das heißt, Sie gehen los und verkaufen zum Beispiel Kochgeschirr. Für Sie wären Fragen wie „Ich verkaufe gern“, „Ich lasse mich gerne anleiten“ mit „Ja“ zu beantworten.

Unternehmen im Direkt-Marketing beschränken sich auf eine reine Provisionszahlung an eine einzige Person, nämlich den Verkäufer. Verkauft dieser ein Produkt an den Endabnehmer, muss er gut bezahlt werden, da er von der Akquise über die Produktdemonstration bis zum Abschluss die gesamte Arbeit übernimmt. Er ist das ausführende Marketingorgan, das von dem erreichten Umsatz seinen Lebensunterhalt bestreiten muss (falls er oder sie das im Hauptberuf macht). Verkäufer, die rein auf Provisionsbasis selbstständig arbeiten, stehen unter Leistungsdruck: Sie müssen ausreichend hohe Umsätze erzielen, so dass sie über den reinen Lebensunterhalt hinaus ein angenehmes Leben führen können. Deshalb herrscht im Direktvertrieb im Allgemeinen eine hohe Fluktuation.

Verkaufsstatistik

Soll ein Einkommen von zum Beispiel 3 600 Euro erreicht werden, ergibt sich folgende Kalkulation:



Grafik 13: Verkaufsstatistik

Zwanzig bis dreißig Haustüren am Tag – viel Spaß beim Klingeln ... aber bestimmt lernen Sie auf diese Weise viele Leute kennen. Also, wenn Sie sich einsam fühlen sollten ...

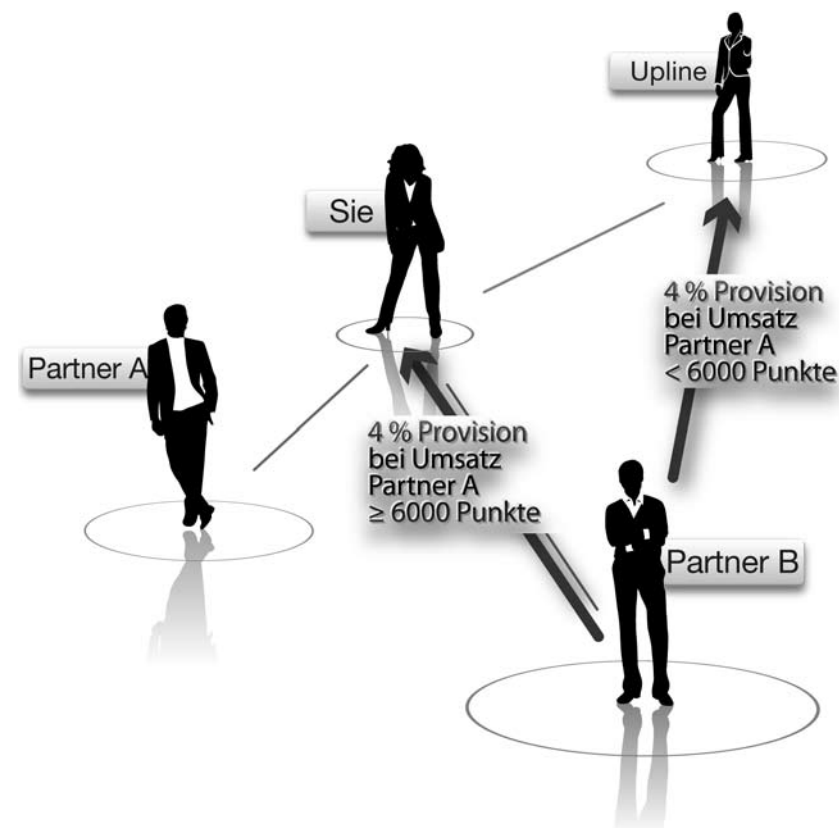
In der zweiten Stufe habe ich Verkäufer unter mir (Single-Level-Marketing). Ich bin an den Umsätzen beteiligt; ich beaufsichtige, motiviere und

gebe Hilfestellung. Für Sie wären Kriterien wie „Ich kann mich gut selbst motivieren“, „Ich führe gerne ein Team“ entscheidend. Schließlich sind Sie nicht mehr nur für sich alleine zuständig.

In der dritten Stufe haben Sie Teams, die ihre eigenen kleinen Teams verantworten, mit jeweils einigen nebenberuflichen Mitarbeitern. Hier beginnt der Multi-Level-Bereich, das bedeutet, Sie werden an den Umsätzen dieser Gruppen beteiligt – in Form einer Differenzprovision oder einer Gruppenbeteiligung.

Jetzt entscheidet der Vergütungsplan des Unternehmens, was bzw. wie viel Sie am Team verdienen. Die Aufgabenstellung ist klar: Sie bilden laufend neue Teams und bringen diese in Schwung, bis diese sozusagen wie Satelliten um Sie herumkreisen. Die höchste Form der Unabhängigkeit ist, wenn Sie nicht mehr gebraucht werden und das Geld „von alleine“ fließt.

Vergütungsmodell



Grafik 14: Vergütungsmodell mit Beteiligung

Bonusstaffel

Hier sehen Sie einen Teil des Vergütungsmodells eines großen Unternehmens. Sie erhalten eine Sonderprovision in Höhe von 4% auf die Gruppe von Partner B unter der Voraussetzung, dass Partner A einen Gruppenumsatz von mindestens 6000 Punkten erzielt. Liegt der Gruppenumsatz von

Partner A unter 6000 Punkten, erhalten nicht Sie die 4% Provision aus dem Gruppenumsatz von Partner B, sondern die dafür qualifizierte Upline. Sie gehen leer aus, selbst wenn nur *ein einziger* Volumenpunkt fehlt. Warum ist das so? Wenn beide, Sie und Partner B, für den 21%-Bonus qualifiziert sind, müssen Sie mit mindestens einer weiteren Gruppe (z. B. Partner A) dagegenhalten.

Umsatz Punkte	300	900	1800	3600	6000	10000	15000
Bonus	3%	6%	9%	12%	15%	18%	21%

Tabelle 2: Bonusstaffel in Abhängigkeit vom Monatsumsatz

Hat das gesamte Team 15000 Punkte erreicht, wird die Beteiligung von 21% in Form von Differenzprovisionen geteilt. Habe ich einen starken Teampartner mit 10000 Punkten, erhält dieser 18% und ich zusätzlich noch 3% (insgesamt 21%), also von seinem Team 300 Euro und von dem Restvolumen die Differenz zu 3 bis 15%.

Erreicht ein Team selbst die 21%, muss ich mich weiter qualifizieren, indem ich daneben andere Teams habe, die auch bestimmte Umsätze erreichen, sonst erhalte ich keine Provision mehr auf das 21%-Team. Hier spricht man von „Breakaway“: Das Team „bricht“ Ihnen sozusagen weg. Schauen Sie nach einem Unternehmen, das auch dann noch Provision bezahlt, wenn Ihre Teampartner selbst sehr erfolgreich werden. Sonst müssen Sie immer tricksen oder nach „unten“ treten, damit ja keiner erfolgreicher wird als Sie selbst. Und das kann meiner Meinung nach nicht der Sinn der Sache sein.

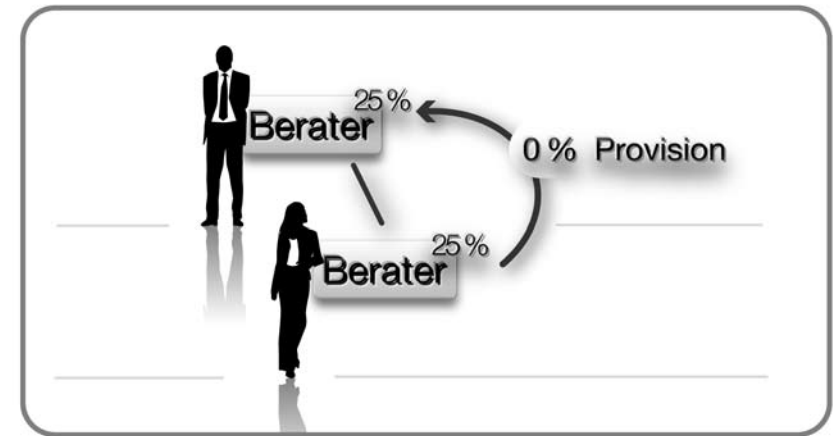
Natürlich können Sie mehrere Gruppen aufbauen, und meist werden sich diese auch unterschiedlich schnell entwickeln.

Hier gilt „Ich spreche gerne vor vielen Menschen“, „Ich kann gut viel Verantwortung übernehmen“, „Ich kann sehr gut mit Menschen verschiedenster Ausbildung, Bildung und Temperament klarkommen.“ Zum Glück kann man auch in diese Rolle hineinwachsen. Persönlichkeitsentwicklung und Geschäftswachstum gehören zusammen!

Sind Sie gleich schnell erfolgreich wie Ihre Topleute, weil Ihnen viele Menschen folgen, haben Sie schon viel für Ihr Selbstwertgefühl und Ihre Führungsqualitäten getan. Sie können die Ernte schneller einfahren und werden nicht lange „nebenberuflich“ bleiben! Freunden Sie sich damit an, bald sechsstellig zu verdienen. Oder eben zusätzlich sechsstellig, falls Sie als Angestellter sowieso schon so weit waren.

Mitarbeiter einschreiben beziehungsweise sponsern

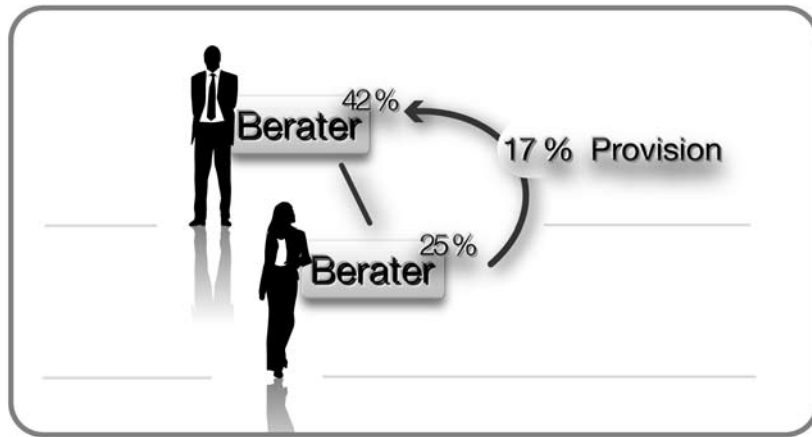
Bei vielen Firmen zahlen Sie 100 bis 300 Euro Startgebühr. Sie unterschreiben einen Vertrag, erhalten eine Mitarbeiternummer und haben einen Einkaufsrabatt von zum Beispiel 25%. Sie kaufen für 75 Euro ein und verkaufen für 100 Euro. Kaufen Sie mehr Ware ein, zum Beispiel für 1000 Euro, dann bekommen Sie um die 40% Rabatt.



Grafik 15: Beteiligungsmodell neuer Partner – Unternehmen H

Schreiben Sie sofort bei Ihrem Eintritt einen neuen Partner ein, verdienen Sie allerdings nichts an ihm, sondern erst dann, wenn Sie in eine höhere Provisionsstufe kommen.

Stufenplan



Grafik 16: Beteiligungsmodell Stufenplan – Unternehmen H

Hier müssen Sie schon fast mehr Ware kaufen, um weiter eine Beteiligung zu erhalten. Mehr Wareneinkauf – mehr Rabatt. Das nennt man „Stairstep“-Plan: Je mehr Eigen-Einkauf im Monat, umso höher steigen Sie die „Rabatt-Leiter“ hinauf. In diesem Beispiel kaufen Sie für 42 % ein und haben 17 % Großhandelsverdienst beim Weiterverkauf an Ihren Berater.

Auf Seminaren werden Sie viele Geschichten hören, wie sinnvoll das ist, und schon sind Sie Vertriebsleiter und überreden neue Partner in Ihrer Gruppe, das Gleiche zu tun. So entstehen unter Umständen große Umsätze. In diesem Monat.

Zur Erinnerung

- Für den Nebenberuf eignen sich besonders die von den Unternehmen oft als Großhandelseinkommen bezeichneten Ebenen. Der Berater verdient an eigenen Verkäufen *und* an der Differenz (Großhandel, weil er an seine Berater verkauft) auf die Berater-Umsätze.

- Kauft der Berater mehr Ware ein, als er selbst verkaufen kann, sollte er sich darüber im Klaren sein, dass die Ware oft nicht unbegrenzt haltbar ist (Mindesthaltbarkeitsdatum).
- Warnung: Sind Sie nicht sehr eigenmotiviert, dann lassen Sie sich nicht auf einer Verkaufsveranstaltung überreden, große Warenpakete auf einmal zu kaufen, um so in die Vertriebsleiter-Marketingmanager-etc.-Position zu kommen und damit 5 % mehr Rabatt zu erhalten. Erfahrungsgemäß steht die Ware dann nämlich bei Ihnen nur rum; dem Unternehmen ist das egal, Sie haben ja bezahlt.
- Haben Sie aber schon gemacht? Dann prüfen Sie den Vertrag und ob die Ware noch haltbar ist; oft erhalten Sie bei rechtzeitiger Rückgabe der Ware bis zu 90 % des Kaufpreises zurück – mit der „schrecklichen“ Konsequenz, aus dem Unternehmen ausscheiden zu müssen. Aber mal ehrlich, wollen Sie da wieder rein, wo man Ihnen zuerst mal Geld abgeknöpft hat?
- Viele Unternehmen (leider die meisten) ermöglichen erst dann eine Provisionszahlung auf multiple Ebenen, wenn Sie eine Vertriebsleiterposition erreicht haben. In diese Position kann man sich einkaufen; das heißt dann Stairstep-Breakaway-Plan; auf deutsch: Stufen-Wegfall-Plan: Je mehr Umsatz, umso mehr Rabatt auf eigene Einkäufe. Haben Sie eine bestimmte Schwelle überschritten, zum Beispiel 4 000 Euro in einem Monat, fallen Sie bei Ihrem Sponsor raus und er erhält nur noch einen kleinen Prozentsatz von Ihrem Umsatz – falls er dafür qualifiziert ist.
- Der Vorteil hier: viele qualifizierte Vertriebsleiter, hohe Gruppenumsätze (Nachteil: Achtung Manipulationsgefahr!).
- Was steht im Mitarbeitervertrag? Steht zum Beispiel drin: „Wenn Sie nicht das und das machen, verlieren Sie unwiderruflich diese Position oder diese Beteiligung“ – dann lassen Sie lieber die Finger davon. Das klingt doch ein bisschen wie Erpressung, oder? (Vor Kurzem wurde mir ein Onlinetraining-Network angeboten. Es gibt noch kaum Programme und die nur auf Englisch, aber man soll schon mal vorsichtshalber die Stufe kaufen, die monatlich am meisten kostet. So wird aus einer guten Idee reine Abzocke.)



Geschäftsaufbau

Unternehmensaufbau und -haltung

1. Die Geschäftsstruktur ist ein zentraler Bestandteil des Unternehmens. Sie sollte so gestaltet sein, dass sie die Geschäftsziele des Unternehmens unterstützt.
2. Die Geschäftsstruktur sollte flexibel sein, um sich an Veränderungen im Markt anzupassen zu können.
3. Die Geschäftsstruktur sollte einfach zu verstehen sein, um die Kommunikation zwischen den Abteilungen zu erleichtern.
4. Die Geschäftsstruktur sollte die Verantwortlichkeiten der Mitarbeiter klar definieren.
5. Die Geschäftsstruktur sollte die Zusammenarbeit zwischen den Abteilungen fördern.
6. Die Geschäftsstruktur sollte die Flexibilität des Unternehmens erhöhen.
7. Die Geschäftsstruktur sollte die Effizienz des Unternehmens steigern.
8. Die Geschäftsstruktur sollte die Qualität des Unternehmens verbessern.
9. Die Geschäftsstruktur sollte die Innovation des Unternehmens fördern.
10. Die Geschäftsstruktur sollte die Nachhaltigkeit des Unternehmens unterstützen.

Die Geschäftsstruktur ist ein zentraler Bestandteil des Unternehmens. Sie sollte so gestaltet sein, dass sie die Geschäftsziele des Unternehmens unterstützt.



Team Building

1. Team Building ist ein zentraler Bestandteil des Unternehmens. Es sollte so gestaltet sein, dass es die Geschäftsziele des Unternehmens unterstützt.
2. Team Building sollte flexibel sein, um sich an Veränderungen im Markt anzupassen zu können.
3. Team Building sollte einfach zu verstehen sein, um die Kommunikation zwischen den Abteilungen zu erleichtern.
4. Team Building sollte die Verantwortlichkeiten der Mitarbeiter klar definieren.
5. Team Building sollte die Zusammenarbeit zwischen den Abteilungen fördern.
6. Team Building sollte die Flexibilität des Unternehmens erhöhen.
7. Team Building sollte die Effizienz des Unternehmens steigern.
8. Team Building sollte die Qualität des Unternehmens verbessern.
9. Team Building sollte die Innovation des Unternehmens fördern.
10. Team Building sollte die Nachhaltigkeit des Unternehmens unterstützen.

Team Building ist ein zentraler Bestandteil des Unternehmens. Es sollte so gestaltet sein, dass es die Geschäftsziele des Unternehmens unterstützt.

Seite zum Beispiel statt der geforderten vier Personen nur drei, gibt es für die vierte Ebene keine Provision. Je tiefer die Organisation also wächst, umso schwieriger wird es werden, für ausgeglichenes Wachstum zu sorgen. Diese Hürden, weitere Provisionen zu erhalten, nennt man Breakage. Je mehr Hürden eingebaut sind, umso schwieriger wird es, an die Extrabonifikationen zu kommen. Und gerade die sind bei einem großen Team das Haupteinkommen!

Unter Breakage versteht man also alle Maßnahmen eines Unternehmens, den Bonus für die Berater nicht ausschütten zu müssen. Oft sind diese Regeln verborgen und werden erst dann entdeckt, wenn auf Volumenpunkte keine Provisionen bezahlt werden. Oft wird auch eine Kompression durchgeführt, das heißt, Volumenpunkte rutschen nach oben, weil eine Position nicht besetzt ist. Bei fast allen Unternehmen werden diese komprimierten Punkte allerdings für die Rangerreichung des tatsächlichen Empfängers nicht berücksichtigt.

Hier müssen Sie nicht nur laufend neue Personen finden und platzieren, sondern auch wegfallende ersetzen, um Lücken wieder aufzufüllen.

Allgemein wird von Matrixplänen abgeraten. In den USA wurden schon welche verboten. Es ist kaum möglich, jeden neuen Partner an der „richtigen“ Stelle einzugruppieren. Da stellen Sie am besten einen Programmierer ein, der genau alles berechnet und ausmaximiert (falls die Firma das zulässt).

Jetzt haben wir verschiedene Pläne gesehen. Differenzplan, Matrixplan, Stairstep- und Breakaway-Plan, Binäres System etc. Viele Unternehmen kombinieren mittlerweile einige Einzel-Bestandteile zu einem Gesamtplan. Das nennt man dann Hybridplan.

Was ist nun das beste System? Gibt es das überhaupt? Alle vorgestellten Systeme hatten bis jetzt eines gemeinsam: Es muss verkauft werden, um Umsatz zu generieren.

Das Dilemma: ICH 1 und ICH 2 – was nun?

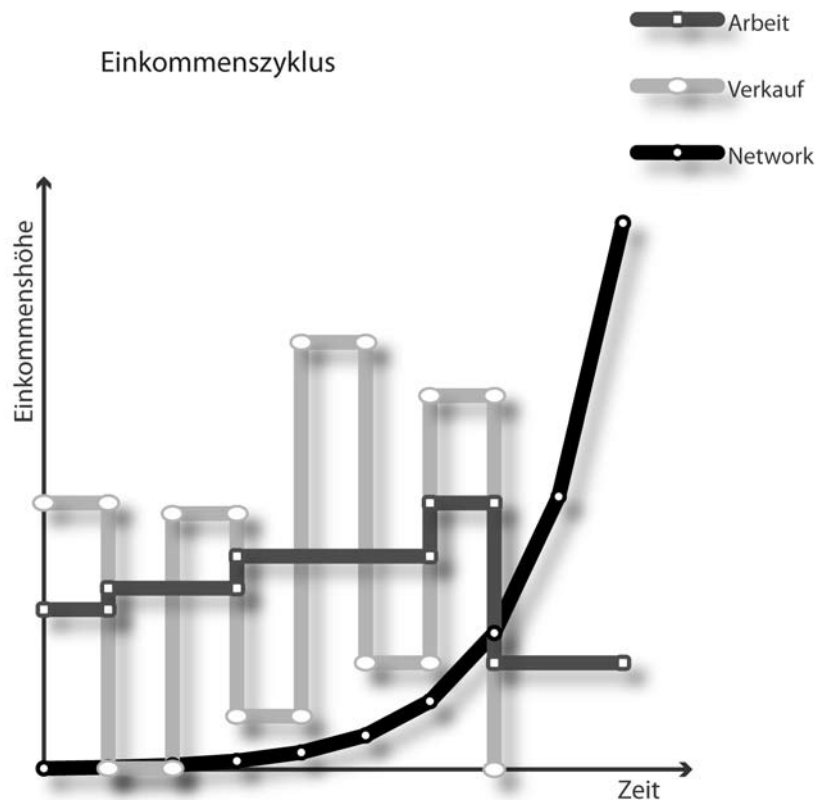


Grafik 18: Konflikt meiner zwei „Network-Persönlichkeiten“

Viele Menschen kommen über ICH 1 nicht hinaus, weil sie schlichtweg überfordert sind. Entweder mit einer hohen Umsatzvorgabe – jeden Monat! –, oder sie müssen sich selbst erst mal beibringen, welches Produkt wofür gut ist. In Partnerschaften übernimmt oft die Frau die Produktverkäufe und der Mann kümmert sich um den Aufbau der Organisation.

Aber wer ist für mich ein Kunde und wer ein potenzieller Geschäftspartner? Da entsteht ein Konflikt, weil das Unterbewusstsein nicht weiß, worauf es sich konzentrieren soll.

Wie entsteht „passives Einkommen“ oder auch Residualeinkommen?



Grafik 19: Vergleich Einkommenszyklus – Arbeit (und Rente), Verkauf und Network

- ▶ Das Arbeitseinkommen aus Ihrer Anstellung steigt über die Jahre mehr oder weniger an. Gehen Sie in Rente, halbiert es sich etwa.
- ▶ Das Verkaufseinkommen ist immer dann hoch, wenn Sie sehr aktiv sind. Urlaub, Krankheit und Nichtverkaufszeiten sind Verdienstaufälle.
- ▶ Das Networker-Einkommen wächst mit der Gruppengröße.

Historie der Network-Unternehmen in Deutschland

Den Anfang in Deutschland machte 1991 ein Unternehmen mit Diätprodukten. Ich nenne es mal Unternehmen H. Die Bedingung, um an Residualeinkommen zu kommen, war eine Vertriebsleiterposition. Viele haben sich eingekauft mit Ware im Wert um die 4 000 Euro, die dann Schritt für Schritt verkauft werden sollte.

Doch viele erkannten anfangs nicht, dass sie jeden Monat weitere 500 Euro (1%) bis 2 500 Euro (5%) Umsatz machen mussten, um am Umsatz des Teams beteiligt zu werden. Das bedeutete, dass man monatlich an etwa 25 Kunden ein 100-Euro-Paket verkaufen musste (oder eine Person bestellt Ware im Wert von mindestens 2 500 Euro); dann reicht eine Eigenbestellung von etwa 1 000 Euro. Hier liegt der Schwerpunkt erst mal auf dem Verkauf; der Gewinn beträgt etwa 40%, eigentlich ganz gut.

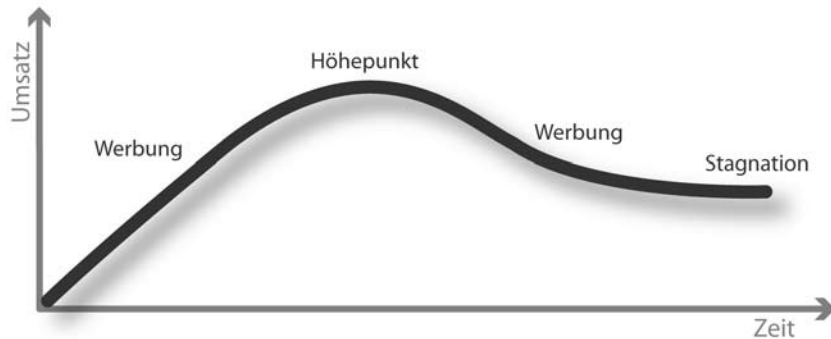
Allerdings sind riesige Vertriebsorganisationen mit märchenhaften Einkommen für Topleute zusammengebrochen, weil eben nicht jeder Berater jeden Monat die volle Leistung bringt und 99% der Berater im Nebenberuf starten. Zudem war immer eine Folgequalifikation zu erfüllen, um den höheren Umsatzanteil bezahlt zu bekommen. Folgequalifikation, das bedeutet, dass man drei Monate hintereinander einen bestimmten Gruppenumsatz bringen und zusätzlich bis zu drei Monate Wartezeit erfüllen muss. Liefen also zwei Monate gut und im dritten war wenig los, wurde oft massiv selbst Ware dazugekauft, um die nächsthöhere Position doch noch zu erreichen.

Wie aus der Skizze ersichtlich, dauert ein hauptberufliches Einkommen aus MLM manchmal etwas länger, aber viele geben eben vor dem Ziel auf.

Dann kam so vor zehn Jahren die Idee auf, einfach die monatliche Verkaufsvorgabe zu reduzieren. Unternehmen F kam auf den Markt. Hier hat jemand den Aktivstatus, wenn er oder sie jeden Monat vier Monatspakete à 700 Euro erwirbt. Keine schlechte Idee: Ein Paket für den eigenen Konsum, drei zum Verkaufen. Allerdings schien auch das zu schwer zu sein; fragen Sie sich, wie lange Sie *jeden Monat* drei oder vier *neue* Kunden oder Partner finden können – und wie lange das jedes einzelne Ihrer Teammitglieder durchhalten kann! Viele Menschen wollen lieber fernsehen, als verkaufen zu gehen oder Werbung zu machen für die neue Selbstständigkeit.

Produktlebenszyklus

Firma F verzeichnete von 2000 bis 2007 ein enormes Wachstum – sie spezialisierte sich auf Aloe-Vera-Produkte und nach sieben Jahren war der Produktlebenszyklus erschöpft.



Grafik 20: Produktlebenszyklus

Wie die Verkäufe, so brachen nun auch die Einkommen zusammen. Zudem kamen von anderen Unternehmen Produktkopien auf den Markt. Jedes dieser Unternehmen hatte natürlich das bessere Produkt ...

Wie oft wechseln Autohersteller ihre Modelle? Schauen Sie sich mal um, wie viele verschiedene Modelle hat allein ein einziger deutscher Hersteller – Hut ab, wenn Sie noch den Überblick haben (schon bei „Wetten-Was“ vorgeschrieben? Oder in der neuen Show bei dem Privaten?).

Die Hersteller wirken der Absatzflaute mit einem Facelift entgegen, das ist wie eine kosmetische Operation: Aus alt mach noch mal neu, bevor das neue Modell kommt. Die Entwicklungskosten für neue Autos sind ja enorm hoch. Jetzt geht der Trend in Richtung Elektroauto ...

Also kam die nächste Firma, wieder mit reduzierten Qualifikationen, und der Markt war wieder in Bewegung. Es wurde sogar ein Fachblatt der Branche missbraucht, um Werbung in eigener Sache zu machen. Hier war die Vorgabe dann „nur“ noch knapp 200 Euro im Monat, also ein Paket zum

eigenen Verbrauch, drei zum Verkauf. Gleiche Problematik, nur kleinere Hürde, die aber deswegen nicht verschwindet, sondern immer noch da ist.

Das Unternehmen N hat nach anfänglichem Wachstum wieder ein ähnliches Problem, nämlich Lebenszyklus und Verkaufenmüssen. Hier wurde der Schwerpunkt auf das Internetshopping gelegt und das Produktsortiment laufend erweitert.

So machen es viele Großen der Branche: Mit großem Brimborium wird jede Neuentwicklung groß vermarktet und immer neue Qualifikationen und Events verführen die Berater zu großen Bestellungen. Berater sind tolle Großkunden!

Anmerkung zu Vergütungsplänen

Um höhere Qualifikationsebenen zu erreichen, muss es jemand aus Ihrem *direkt betreuten Team* (erste Ebene) gelingen, eine höhere Stufe oder einen bestimmten Rang (zum Beispiel Managerposition) zu erreichen. Ist diese Person aber in der zweiten, dritten oder einer noch tieferen Ebene, geht die Qualifikation an Ihnen vorbei. Oder Sie „kaufen“ eine Person Ihrer ersten Ebene in die geforderte Position. Auch hier bestehen Manipulationsgefahr und Druckpotenzial.

Bei Unternehmen U brauchen Sie zum Beispiel 100 Punkte Eigenumsatz, weitere 150 Punkte Beraterverkäufe, 1 000 Punkte Gruppenumsatz und 5 Linien, von denen drei mindestens als mittlere Führungskraft qualifiziert sind, um weitere Bonifikationen zu erhalten. Hier wird es zur Wissenschaft, alle Bedingungen zu erfüllen.

Vorsicht ist auch hier geboten. Gemeinsames Abendessen mit Y bei soundsoviel Punkten Umsatz extra ... na toll. Leistungsanreize sind ja nicht verkehrt. Aber was machen Sie mit Ware im Wert von 5 000 Euro? Sie stellen sie erst mal in die Garage (daher kommt übrigens der Name „Garagenqualifikation“).

Empfehlungsmarketing

Wie versprochen, kommt jetzt mein persönlich favorisiertes System.

Wie oft haben Sie in der letzten Zeit Werbebriefe erhalten oder Werbe-E-Mails von Ihrer Bank, vom Handyprovider, von Kreditkartenunternehmen, von Automobilclubs, von Softwarelieferanten oder Laptopfirmen etc., in denen Sie gebeten werden, diese Dienstleistung oder jenes Produkt weiterzuempfehlen? Dafür werden Werbepremien oder Bargeld (lacht) ausgelobt. Kurz gesagt bedeutet Direktvertrieb reines Einkaufen und Verkaufen, Network-Marketing bedeutet Einkauf, Verkauf *und* Struktur- bzw. Organisationsaufbau.

Empfehlungsmarketing (EM) bedeutet, dass sich der Geschäftspartner ausschließlich auf den Organisationsaufbau konzentrieren kann.

Es gibt also keine oder nur eine minimale Gewinnspanne für den Verkauf der Produkte. Dies soll es dem neuen Geschäftspartner ermöglichen, sofort mit dem neuen Partner in die Tiefe zu arbeiten.

Hört sich einfach an? Das ist es auch und es steckt sehr viel Power drin!

Empfehlungsmarketing (EM) und Preisbildung

Was kostet ein Getränk im Einzelhandel?

2 Liter	1,49 €
1 Liter	0,99 €
1 Glas im Restaurant	1,20-2,80 €

Wie kommt der Preis zustande? – Preisentwicklung bei einem Großgebilde:

Einkauf Großhändler beim Hersteller	40 €
Einkauf Zwischenhändler	60 €
Einkauf Einzelhändler	80 €
Verkauf Einzelhändler an seine hundert Kunden	100 €

„Der Kunde“ zahlt also indirekt 60 Euro Aufschlag, und keiner regt sich auf.

In einer EM-Organisation dagegen bezahlt jeder den gleichen Preis für das Produkt. Dann hat jeder die gleiche Ausgangsbasis und kann sich zuerst mal mit den ersten Empfehlungen den eigenen Konsum „refinanzieren“ – und anschließend dann sogar mehr verdienen, als er konsumiert.

Im Empfehlungsmarketing gibt es (auch preislich) keine Zwischenstufen wie im klassischen Mehrstufenkanal oder eben auch beim MLM.

Hersteller → Kunde

Zwischenhändler – oder Empfehlungsgeber?

Beim EM wird der Kunde nicht zu einer Art Zwischenhändler wie beim MLM, sondern – wenn er das möchte – zum Empfehlungsgeber. „ICH 1“ ist also reiner Konsument, es gibt sozusagen kein „ICH 2“. Jeder Besteller kauft zum gleichen Preis, es gibt somit im Empfehlungsmarketing keinen Weiterverkauf (direkten Verkauf) von selbst bestellter Ware. So wird ein reines Konsumentennetzwerk aufgebaut. Sie schließen nur ein Abo ab, möglichst ohne große Verpflichtung, und los geht's. Diese Bestellung deckt im Prinzip ausschließlich Ihren Eigenbedarf und vielleicht noch den Ihrer Familie.

Der Umsatz entsteht also nicht durch Ihren Verkauf, sondern durch Ihren Einkauf und den Einkauf aller Personen, die Sie dem Verkäufer als Kunden empfehlen – samt ihren „Kindern“ und „Kindeskindern“.

Eine gute Freundin von mir hat zu Hause einen riesigen Stammbaum ihres Mannes hängen. Der geht bis zu 500 Jahre zurück. So müssen Sie sich das auch beim Empfehlungsmarketing vorstellen. Im Empfehlungsmarketing werden auch die Frauen berücksichtigt 😊, in dem Stammbaum meiner Freunde werden nur Männer aufgeführt.

Der Hersteller übernimmt den Versand der Produkte und das Inkasso. Sie haben weder mit dem Waren- noch mit dem Geldfluss etwas zu tun. Also kein Warenlager, keine Demonstrationsware rumschleppen, keine Verkaufsveranstaltungen und auch nie dem Geld für verkaufte Produkte hinterherlaufen.

Sie können sich voll und ganz auf Ihr Gegenüber, auf den Menschen, konzentrieren und müssen ihn dabei nicht als potenziellen Käufer wahrnehmen!

Organigramm Empfehlungsmarketing



Grafik 21: Mögliches Organigramm in der Anfangsphase

Hier kann der Hersteller viel mehr Menschen an Provisionen beteiligen als in jedem anderen System, weil es auf den Verkauf so gut wie keine Provision gibt, sondern eben eine Empfehlungsprämie. Der Hersteller kann auch nie insolvent werden, weil ja jeder Kunde die Ware vorab bezahlt, vor Erhalt. Jeder Partner ist zuerst Kunde und erhält eine Kundennummer. Empfiehlt er weiter, erhält er eine Provision. Der Hersteller kann nun anhand Ihrer Kundennummer und der Kundennummern Ihrer „Empfohlenen“ und deren „Abkömmlinge“ eine monatliche Abrechnung erstellen. Sie haben zum Beispiel die Nummer 1. Die erste von Ihnen empfohlene Person hat die Nummer 1.1. Empfiehlt diese Person das Produkt ebenfalls erfolgreich weiter, dann wäre der nächste Kunde entsprechend Nummer 1.1.1. Empfehlen Sie das Produkt einer zweiten Person, bekommt diese die Nummer 1.2 usw. Das ist ein durchschaubares Rechenmodell und funktioniert.

...und nicht
angegemessen ausbleibt.

Nachdem... in Unternehmen zu erweilen, um große Umsätze zu erzielen... zu den Gewinnen der Branche... die Qualität des Unternehmens... die Qualität der Geschäftstätigkeit...

Ein Unternehmen, das hauptsächlich aus Qualitätskriterien... und Empfehlungen... der Branche... die Qualität des Unternehmens... die Qualität der Geschäftstätigkeit...

Bonus- und Einkommensvergleiche MLM und LM

Die drei neuesten Vordruckaufträge... die Qualität des Unternehmens... die Qualität der Geschäftstätigkeit... die Qualität des Unternehmens... die Qualität der Geschäftstätigkeit...

Bonusvergleich H (MLM) und L¹ (LM)

Gründungsbeitrag	Erste 12 Monate	Erste 24 Monate
Gründungsbeitrag	1000	1000
Erste 12 Monate	1% Bonus 2-4%	1%
Erste 24 Monate	1% Bonus 2-4%	10%
Erste 36 Monate	1% Bonus 2-4%	10%

Quelle 1: Bonusstrukturvergleich... und... und... und...

Zum einen führt auf den Unterschieden L¹ (LM) bis zu 12% Bonus in der... die Qualität des Unternehmens... die Qualität der Geschäftstätigkeit...

Und bei H 4% Unterschied... die Qualität des Unternehmens... die Qualität der Geschäftstätigkeit... die Qualität des Unternehmens... die Qualität der Geschäftstätigkeit...

Umsätze gleich 20.000 Punkten... die Qualität des Unternehmens... die Qualität der Geschäftstätigkeit...

Einkommensvergleich A

Gründungsbeitrag	Erste 12 Monate	Erste 24 Monate
Gründungsbeitrag	1000	1000
Erste 12 Monate	2%	2%
Erste 24 Monate	10%	10%
Erste 36 Monate	10%	10%

Quelle 2: Einkommensvergleich... und... und...

Wie sehen Sie eine... die Qualität des Unternehmens... die Qualität der Geschäftstätigkeit...

Ein... die Qualität des Unternehmens... die Qualität der Geschäftstätigkeit... die Qualität des Unternehmens... die Qualität der Geschäftstätigkeit...

Einkommensvergleich B

Gründungsbeitrag	Erste 12 Monate	Erste 24 Monate
Gründungsbeitrag	1000	1000
Erste 12 Monate	2%	2%
Erste 24 Monate	10%	10%
Erste 36 Monate	10%	10%

Quelle 3: Einkommensvergleich... und... und...

Viele... die Qualität des Unternehmens... die Qualität der Geschäftstätigkeit...

Statistisch... die Qualität des Unternehmens... die Qualität der Geschäftstätigkeit...

Im... die Qualität des Unternehmens... die Qualität der Geschäftstätigkeit...

Haben... die Qualität des Unternehmens... die Qualität der Geschäftstätigkeit...

Bei... die Qualität des Unternehmens... die Qualität der Geschäftstätigkeit...

Zusammenfassung und Zukunftsbetrachtung

Die... die Qualität des Unternehmens... die Qualität der Geschäftstätigkeit...

Die... die Qualität des Unternehmens... die Qualität der Geschäftstätigkeit...

Die... die Qualität des Unternehmens... die Qualität der Geschäftstätigkeit...

Zusammenfassung und Zukunftsbetrachtung

Die... die Qualität des Unternehmens... die Qualität der Geschäftstätigkeit...

Die... die Qualität des Unternehmens... die Qualität der Geschäftstätigkeit...

Die... die Qualität des Unternehmens... die Qualität der Geschäftstätigkeit...

Zusammenfassung und Zukunftsbetrachtung

Die... die Qualität des Unternehmens... die Qualität der Geschäftstätigkeit...

Die... die Qualität des Unternehmens... die Qualität der Geschäftstätigkeit...

Die... die Qualität des Unternehmens... die Qualität der Geschäftstätigkeit...

- ▶ als Zielgruppe sollte *jede* Person in Frage kommen (Rentenproblem, Arbeitslosigkeit, Gesundheitssystem, Vereinsamung in der Gesellschaft, Persönlichkeitsentwicklung im Network usw.)
- ▶ erfolgreich wird, wer stark motiviert ist. Ein Freund von mir sagt: „Als ich anfang, war mein ‚Warum‘ so groß, dass das ‚Wie‘ keine Rolle spielte.“ Heute hat er eine Vertriebsgruppe mit fast zehntausend Partnern!

Achtung vor überzogener Erwartungshaltung neuer Partner. In einem normalen Beruf dauert die Ausbildungszeit auch drei, ein Studium fünf Jahre, womit die Ausbildung zwar abgeschlossen ist, aber dann muss erst noch Berufserfahrung gesammelt werden. Warum sollte das hier anders sein? Allerdings kann meiner Meinung nach im Empfehlungsmarketing eine engagierte Person innerhalb von drei bis fünf Jahren für den Rest des Lebens finanziell unabhängig werden.

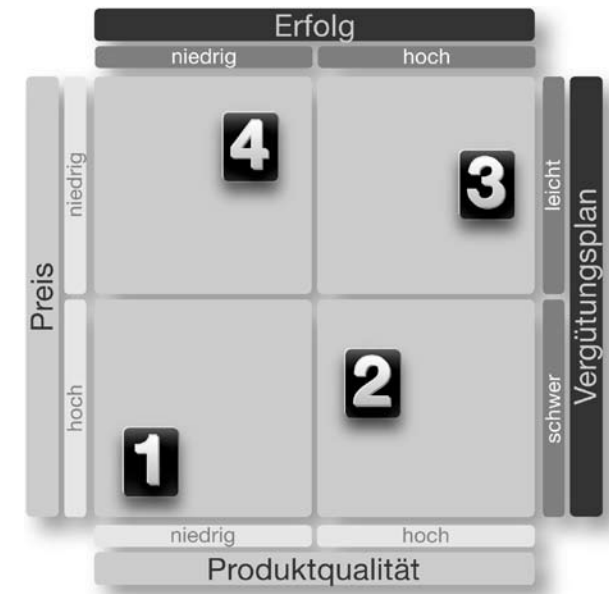
Dem Network- und dem Empfehlungsmarketing muss man Zeit geben, sich zu entwickeln.

Würde ein Partner 130 neue Personen sponsern und die hätten jeweils wieder fünf Neue in seiner zweiten Ebene, wären in der Organisation 780 Personen. Aber es ist unmöglich, auf seriöse Art und Weise 130 Personen gleichzeitig zu betreuen.

Deswegen ist es einfacher, mit fünf ernsthaften Geschäftspartnern eine tiefe Organisation aufzubauen, die auch wesentlich stabiler ist und in der wesentlich mehr Menschen Geld verdienen. In der Gruppe mit 130 Firstlinern verdient nur einer.

Die Zufriedenheit der Gruppenmitglieder mit dem eigenen Network-Einkommen ist von entscheidender Bedeutung. Unzufriedene Partner steigen schnell wieder aus.

Matrix für den Geschäftserfolg im Networking



Grafik 22: Matrix für den Geschäftserfolg (aus meiner Diplomarbeit.)

Erläuterung der Abbildung

- ▶ 1: Ist die Produktqualität niedrig, der Preis und die Anforderungen für Qualifikationen dagegen hoch, wird der Erfolg niedrig sein.
- ▶ 2: Ist der Preis im oberen Bereich, dann ist trotz hoher Qualifikationsanforderungen ein größerer Erfolg möglich, wenn die Produktqualität stimmt.
- ▶ 3: (Optimum) Macht es der Vergütungsplan leicht, die Stufen zu erreichen und zu halten, kann bei hoher Produktqualität auch ein hoher Preis durchgesetzt werden und der Partner wird trotzdem erfolgreich sein.
- ▶ 4: Wäre der Preis zu niedrig, dann sind keine hohen Einkommen möglich; das gilt auch, wenn es zu viele Klein-klein-Produkte gibt.



Lothar Pusch

Sie sollten dieses Buch *nicht* lesen, wenn Sie mit Ihrer Arbeits- und Einkommenssituation wirklich zufrieden sind!

Lothar Pusch, Jahrgang 1967, macht hier sein seit

1992 gesammeltes Insiderwissen über Network Marketing zugänglich.

Nach der Ausbildung und Tätigkeit in einem technischen Beruf machte sich Lothar Pusch mit erst zwanzig Jahren selbstständig. Zwei Mal war er pleite und fast obdachlos. Knapp zwei Jahre arbeitete er als Networkpionier in Südafrika und schulte und inspirierte dort Tausende von Menschen. Fast wäre er Priester geworden!

Zurück in Deutschland, wurde Lothar Pusch geschult und beraten von im Inland und international erfolgreichen Networkern. Als Diplom-Wirtschaftsjurist (FH) hat er Unternehmen beraten und selbst Organisationen gegründet, die heute Millionenumsätze machen.

In diesem Buch berichtet er schonungslos, ehrlich und sehr humorvoll von dem weitgehend unbekanntem Network Marketing, das selbst in Krisenzeiten jährlich zweistellige Zuwächse erreicht. Lothar Pusch hilft Ihnen herauszufinden, welches Unternehmen zu Ihnen passt und Ihren Vorstellungen und Fähigkeiten entspricht.

Wann kommt Ihre nächste persönliche Wachstumswelle?

Dieses Buch wird Ihnen die Augen öffnen; aber wie gesagt: Lesen Sie es besser nicht, wenn Sie rundum zufrieden sind mit Ihrem Leben.

ISBN 978-3-939852-14-8



9 783939 852148