

Wie baue ich eine Multilevel Geldmaschine?

Die Wissenschaft des Network Marketing

LESEPROBE

Randy Gage

Randy Gage

Wie baue ich eine Multilevel-Geldmaschine?

Die Wissenschaft des Network Marketing

Copyright © MM–MMIX by Gage Research & Development Institute,
Inc. & Prime Concepts Group Inc.

Copyright der dt. Ausgabe © 2010 bei Life Success Media GmbH

ISBN: 978-3-902114-86-0

Titel der amerikanischen Originalausgabe:

How to build a Multi-Level Money Machine

The Science of Network Marketing

Herausgegeben von:

Life Success Media GmbH

6020 Innsbruck, Austria

www.mlm-training.com

Alle Rechte vorbehalten. Jegliche Vervielfältigung oder Übertragung von Teilen dieses Buches in jedweder Form und mit jedweden elektronischen oder maschinellen Mitteln ohne schriftliche Genehmigung des Verlags ist unzulässig. Das gilt auch für Fotokopien, Aufzeichnungen sowie die Speicherung und Verarbeitung in Informations- und Abfragesystemen. Ausgenommen sind Rezensenten, die kurze Passagen von nicht mehr als insgesamt 250 Wörtern zitieren.

Gedruckt in der Europäischen Union

Widmung

Dieses Buch ist all jenen gewidmet, die noch den Mut zum Träumen haben. Ohne euch gäbe es dieses Buch nicht und Millionen von Menschen hätten die Hoffnung, Würde und Freiheit verloren, die es bietet. Vergesst niemals, dass das was ihr tut wichtig ist. Sogar sehr wichtig.

Inhaltsverzeichnis

Danksagung	XV
Einleitung	XVII
1 Die rote oder die blaue Pille?	1
2 Erfolgsgeheimnisse im MLM	13
3 Wahl des richtigen Network-Marketing- Unternehmens	17
4 Wie Ihnen ein System zum Erfolg verhilft	59
5 Zentrale Eigenschaften eines professionellen Networkers	73
6 Schnellstart	83
7 Effektives Rekrutieren	115
8 Aufbau eines Kundenstammes	141
9 Überzeugende Präsentationen	153
10 Dynamische und erfolgreiche Meetings	179
11 In die Tiefe arbeiten	201
12 Aufbauen von Führungskräften innerhalb Ihrer Gruppe	213
13 Aufbau von Linien über große Entfernungen	221
14 Nutzen Sie die Macht des Internets	227
15 Entwickeln Sie Ihre wichtigste Ressource	235
16 Eines fügt sich ins Andere	251

Danksagung

Mein Leben ist ein Traum – dank Network Marketing. Ich verdanke das der unermüdlichen Arbeit anderer Menschen, die über viele Jahre hinweg diesen Berufszweig unterstützt, gefördert und weiterentwickelt haben. **John Milton Fogg** und **John David Mann** begründeten in früheren Jahren die Zeitschrift *Upline* und taten alles nur Menschenmögliche, um dem Network Marketing Glaubwürdigkeit und Seriosität zu verleihen. **Mark Yarnell** trat in ihre Fußstapfen und verbreitete die Nachricht in der Zeitschrift *SUCCESS*. **Tom Schreiter** setzt sich seit über 20 Jahren für den Berufszweig ein. **Len Clements** sorgt dafür, dass alles auf dem Boden der Tatsachen bleibt. Seit kurzem machen **Chris** und **Josephine Gross** und deren Team bei den *Networking Times* sowie **George Madiou** und sein Team beim *The Network Marketing Magazine* diese Arbeit weiter. Mit Blick auf die Zukunft führen **Art Jonak** und eine neue Generation von Jedi-Rittern die Streitmacht an. Dank euch allen.

Einleitung zur 4. Auflage

Als ich dieses Buch durchlas, um zu prüfen, was ich in früheren Auflagen geschrieben hatte, fand ich es bemerkenswert, was sich inzwischen geändert hat – und was gleich geblieben ist.

Wie vorauszusehen war, hatten sich die allgemeinen Prinzipien, auf denen das Geschäft basiert, in keinsten Weise verändert. Sie sind zeitlos.

Manche Vorgehensweisen in der Marketing-Arena haben sich weiterentwickelt und andere wurden vollkommen umgestaltet.

Moderne Technologien und das Internet haben die Akzeptanz der breiten Massen erreicht und können nun verstärkt bei Anwerbung, Training und Kommunikation eingesetzt werden. Der Einzug von Web 2.0 und den Social Media Sites bringt auf dramatische Weise neue Möglichkeiten mit sich, seinen warmen Markt zu erweitern. Daher werden Sie diese Teile stark überarbeitet und erweitert vorfinden.

Ich habe die wirtschaftlichen Herausforderungen berücksichtigt, denen die Welt heute gegenüber steht und habe viele der Aussagen aus *The MLM Revolution* – meinem Manifest über das Gute und das Schlechte in unserem Berufszweig – eingefügt.

Eine andere bedeutende Änderung, die Ihnen auffallen dürfte, betrifft den Anwerbeprozess. Ich empfehle für die Kunden- und Mitarbeiterwerbung mittlerweile keine Einzel- oder „Zwei-zu-Eins“-Gespräche mehr. Sie werden feststellen, dass ich weitaus mehr Wert auf die Nutzung von Publikationen Dritter lege. Dadurch verkürzt sich die Ausbildungszeit

WIE BAUE ICH EINE MULTILEVEL-GELDMASCHINE?

für neue Vertriebspartner und gleichzeitig verstärkt sich die langfristige Duplikation. Ich habe mit diesem Vorgehen in den letzten Jahren außerordentliche Resultate erzielt.

Es kommen noch zwei weitere Faktoren ins Spiel – die sich allerdings gegenseitig widersprechen...

Erstens hat sich im Bewusstsein der breiten Massen weitreichende Akzeptanz von Network Marketing entwickelt und die Branche hat an Glaubwürdigkeit gewonnen. Wir haben Unternehmen vorzuweisen, die milliardenschwere Gewinne erwirtschaften, an den Börsen gehandelt werden und sogar einige Medienlieblinge hervorgebracht haben. Praktisch jeder kennt heutzutage irgendwen, der durch Network Marketing gutes Geld verdient – und die etablierten Finanzmedien, die Risikoanleger und die breite Öffentlichkeit sind nicht mehr spöttisch oder skeptisch, sondern recht interessiert an unserer Branche.

Das sind die guten Neuigkeiten. Auf der anderen Seite sehen wir uns mit einer enormen Zunahme von Werbung konfrontiert, die uns auf Schritt und Tritt verfolgt. Wir werden auf Webseiten, in öffentlichen Verkehrsmitteln, auf Tischdecken und sogar in öffentlichen Toiletten mit Werbung bombardiert. Diese ständige Übersättigung mit Werbung hat potenzielle Kunden in eine Verteidigungsstellung getrieben und ruft mehr Widerstand denn je hervor.

Doch nie zuvor brauchte die Welt das, was wir zu bieten haben, dringender als jetzt...

In diesem Gewirbel von entgegenlaufenden Kräften habe ich mich bemüht, Ihnen die optimalen Vorgehensweisen zu vermitteln, die heutzutage am besten funktionieren. Diese überarbeitete vierte Auflage beschreibt meine Sichtweise, wie Sie den heutigen Herausforderungen effektiv entgegentreten können, um den Erfolg zu erzielen, den Sie sich wünschen und

Ihr Traumleben zu manifestieren.

Ebenso wie die früheren Auflagen bietet dieses Buch keine abstrakten Theorien und empfiehlt keine Experimente. Was Sie auf diesen Seiten finden, ist ein praxiserprobtes System, das ich seit über 20 Jahren weiter entwickle und persönlich anwende, um ein riesiges, weltweites Netz von Vertriebspartnern aufzubauen, das im wahrsten Sinne des Wortes für mein Team und meine Protégés Verkäufe in Milliardenhöhe produziert hat.

Was dieses Buch für Sie tun kann...

Wenn Sie meinen Erfolg als Fundament nehmen, können Sie Ihre eigene Wachstumskurve um viele Jahre verkürzen und Ihr Netz viel schneller aufbauen als jemals zuvor. Sie werden lernen, was Interessenten anzieht und wie Sie wirkungsvolle Präsentationen geben können. Sie werden herausfinden, welche Art von Menschen Sie sponsern wollen und wen Sie besser gleich am Anfang des Prozesses ausschließen.

Sobald Sie erst einmal den Prozess des Sponserns beherrschen, werden Sie lernen, wie man ein großes Netz lenkt – und es stetig vergrößert.

Sie werden begreifen, wie Sie Ihre Zeit am sinnvollsten einsetzen, wie Sie Führungskräfte ausbilden und beratend begleiten. Vor allem werden Sie aber lernen, wie Sie diese Führungskräfte dazu befähigen, selbst neue Führungskräfte auszubilden. Wenn Sie mit dem Buch fertig sind, werden Sie ein klares Verständnis von den fundamentalen, tiefen Wahrheiten des Network Marketing haben:

Sie bauen nicht Ihr Netz auf. Sie bauen Ihre Leute auf – und die bauen Ihre Gruppe auf.

WIE BAUE ICH EINE MULTILEVEL-GELDMASCHINE?

Sie werden feststellen, dass mir Motivations-Klischees und Hurra-Parolen nicht liegen. Ich glaube, wenn Sie den Menschen ganz genau zeigen, wie sie ein gewünschtes Ziel erreichen können – dann werden sich diese Menschen selbst motivieren.

Wenn Sie am Ende des Buches anlangen, werden Sie

- ein realistisches Bild davon haben, wie man sich mit diesem Geschäft Wohlstand schafft,
- die entscheidenden Bauteile zum Schaffen wahrer Duplikation kennen,
- verstehen, was Topverdiener tun, um wirksam aufzubauen und
- einen spezifischen Arbeitsplan haben, um das alles in die Tat umzusetzen.

Meine Hoffnung ist, dass Sie Network Marketing als den Karriere-Beruf erkennen, der er heute ist und dass Sie sich mit mir verbünden, um den Standard dieses aufstrebenden Wirtschaftszweiges weiterhin zu heben.

Im Gegensatz zur traditionellen Geschäftswelt – mit ihrem Stellenabbau und ihrer Ellbogenmentalität – bietet Ihnen Network Marketing die Gelegenheit, in all den Menschen, die Sie sponsern, schlummernde Talente zu wecken und zu fördern. In diesem Geschäft ist Erfolg mit der Chance verbunden, sich spirituell, intellektuell, emotional und finanziell weiter zu entwickeln, indem man positiv auf andere Menschen einwirkt.

Was Sie in diesem Buch nicht finden werden, sind Gesprächsvorlagen, Abschlusstechniken oder manipulative Verkaufsstrategien. Zwar gibt es in unserer Branche viele, die diese Methoden unterrichten, doch sie erzielen keine wirkliche Duplikation und können daher keinen echten Erfolg

gewährleisten. Im Grunde ist Network Marketing eine Lehrfähigkeit und dieses Buch hat sich der Aufgabe verschrieben, Sie zu lehren, Ihre Leute zu lehren.

Wenn Sie sich auf diese Reise zu neuen Herausforderungen, Abenteuern und persönlichem Wachstum begeben, werden Sie andere Menschen anziehen, die Ihre Vision teilen und Ihrem Beispiel folgen. Sie werden diese Menschen eine kurze Zeit lang lenken, sie freigeben, sobald sie sich zu Führungskräften entfaltet haben und dann den ganzen Vorgang wieder von Neuem beginnen. Sie werden Stolz, Freude und Erfüllung fühlen, wie sie nur Wenige erleben. Sie werden wissen, dass das, was Sie tun, wichtig ist – und dass Ihre Umwelt ein wenig besser geworden ist, weil Sie einen Beitrag geleistet haben.

Ein großes, exponentiell wachsendes Netz aufzubauen ist nicht leicht – und das soll es auch nicht sein. Es ist jedoch simpel. Wenn Sie offen dafür sind, sich coachen zu lassen, das System befolgen und nicht beim ersten Anzeichen einer Herausforderung aufgeben, dann können Sie im Network Marketing großen und anhaltenden Erfolg erzielen.

Dieses Buch ist generisch, somit können Sie es Ihrem ganzen Team empfehlen, um schnelleres Rekrutieren und stärkeres Duplizieren zu erzielen. Ich empfehle Ihnen, es sich zuerst ganz durchzulesen. Anschließend können Sie zu einzelnen Kapiteln zurückkehren, um Ihr Gedächtnis aufzufrischen oder um Ihre Fähigkeiten in einem konkreten Bereich zu verbessern.

Bitte, betrachten Sie mich als den Stellvertreter Ihres Sponsors, der diesen bei der Aufgabe unterstützt, Ihnen bei der Verwirklichung Ihrer Träume zu helfen – mit diesem erstaunlichen Geschäftsmodell namens Network Marketing.

WIE BAUE ICH EINE MULTILEVEL-GELDMASCHINE?

Sie können sich über die neuesten Entwicklungen auf dem Laufenden halten, wenn Sie regelmäßig den MLM-Training-Newsletter lesen.

Randy Gage
Februar 2009
Key West, Florida

Kapitel Eins:

Die rote oder die blaue Pille?

Vielleicht geschah es damals, als die Regierungen rund um die Welt begannen, die Steuern, die sie ihren Bürgern abgenommen hatten, zur Stützung von missgemanagten Finanz- und Börsenunternehmen, Versicherungsgesellschaften, Fahrzeugherstellern und sonstigen Privatfirmen zu verwenden. Oder war es damals, als allen klar wurde, dass die Banken selbst bankrott waren?

Vielleicht hat es geklickt, als die Vorstände der Fluggesellschaften sich in den Konkurs flüchteten und sich anschließend, nachdem sie sich ihrer Rentenzahlungsverpflichtungen entledigt hatten, wieder herauswanden. Oder möglicherweise kam es dazu, als reihenweise Unternehmen überführt wurden, ihre Bücher gefälscht und ihre Investoren und Mitarbeiter bestohlen zu haben, während sich die betrügerischen Vorstandsmitglieder die Taschen mit Geld voll stopften.

Eines ist gewiss...

Menschen auf der ganzen Welt wurden wachgerüttelt; sie schreckten aus ihrem korporativen Koma hoch und schalteten ihren Verstand ein. Sie begannen, die moralischen Grundsätze des herkömmlichen Wirtschaftsmodells zu hinterfragen, überdachten ihre Prioritäten und fragten sich ernsthaft, ob die Regierung ihres Landes für die goldenen Jahre ihrer Pensionierung denn wirklich irgendeine Form von Vorsorge getroffen hatte.

Diejenigen, die es wirklich begriffen, gingen einen Schritt weiter und stellten fest, dass nur sie selbst für ihre finanzielle

WIE BAUE ICH EINE MULTILEVEL-GELDMASCHINE?

Zukunft vorsorgen konnten; nie wieder würden sie ihre Schicksale in die Hände von Arbeitgebern oder Regierungen legen!

Zudem vertraten sie die Meinung, dass Arbeit einen Sinn haben sollte, dass sie nicht nur ihren Lebensunterhalt sichern, sondern anderen Menschen Hoffnung und Hilfe geben sollte und dass Prinzipien wichtig waren.

Inmitten der schwersten Wirtschaftskrise seit Jahrzehnten begannen sie wieder zu träumen.

Sie entdeckten die Träume wieder, die sie als Kinder geträumt hatten – und sie erkannten, dass sie diese Träume nicht aufgeben mussten, nur weil sie mittlerweile in der Welt der Erwachsenen lebten.

Sie fragten sich, wie ihr Traumberuf aussehen würde. Die Antworten darauf lauteten meistens nicht:

- Schichtleiter bei Burger King
- Bürokrat bei der Führerscheinstelle
- Vorarbeiter in der Fahrzeugherstellung
- Führungskraft der mittleren Ebene in einem Großunternehmen oder
- Sachbearbeiter bei einer Versicherung

Das überrascht nicht sonderlich. Was aber vielleicht doch überraschte, war, dass die Frage nach dem perfekten Beruf nicht unbedingt hieß:

- Arzt, Rechtsanwalt oder Steuerberater
- Spitzenkraft in der freien Wirtschaft oder
- Selbständiger Unternehmer nach alter Tradition

Es zeigte sich nämlich, dass die Menschen (zumindest einige von ihnen) nicht mehr über Traumberufe nachdachten, sondern begannen, sich ein TRAUMLEBEN vorzustellen

– wobei ihnen klar war, dass diese beiden in Wirklichkeit untrennbar waren.

Die Menschen, die das begreifen

Manche Menschen verdienen ein Vermögen, doch was ist es wirklich wert, wenn sie dafür ihre Kinder, Beziehungen oder ihre Gesundheit opfern? Manche Menschen können sich alles leisten, doch was nützt es, wenn sie sich mit niemandem gemeinsam daran erfreuen können? Haben Sie jemals einen Leichenwagen gesehen, der einen Anhänger mit all dem Hab und Gut des Verstorbenen hinter sich her zog?

Es gibt eine auserlesene und wachsende Gruppe von Menschen, die das wirklich begreift.

Andere haben festgestellt, dass 40 Wochenstunden monotoner Arbeit auch nicht das wahre Glück sind. Sie haben erkannt, dass die sinnlose Plackerei während der Arbeitszeit ihnen in der verbleibenden Freizeit nicht das Tor zur Erfüllung aufschließt. Diese Gruppe begreift es also auch.

Wer sind diese Menschen, die diese neue Realität der heutigen Welt begreifen?

Sie kommen aus vielen Berufen und aus allen Altersgruppen und sie haben verschiedenste Hintergründe. Manche sind Mensa-Mitglieder, manche sind Schulabbrecher und manche sind beides.

Viele suchten Zuflucht vor der Falschheit, der Politik und der seelentötenden Trägheit der großen Konzerne. Andere flohen vor der Mittelmäßigkeit des Arbeiterdaseins und wollten etwas Abenteuer in ihr Leben bringen. Wiederum andere waren Unternehmer, die eines Morgens aufwachten (oder nachts nicht schlafen konnten) und feststellten, dass sie kein Unternehmen besaßen – sondern dass ihr Unternehmen sie besaß.

WIE BAUE ICH EINE MULTILEVEL-GELDMASCHINE?

Wenn Sie die Menschen in dieser auserlesenen Gruppe fragen, wie ein Traumleben aussieht, werden sie die Antwort hören, dass es eine Mischung aus Arbeit und Erholung ist, aus Beiträge leisten und Herausforderungen annehmen, aus spiritueller Reflexion und intellektueller Stimulation.

Die MLM-Revolution

Diese Gruppe von Menschen hat Network Marketing entdeckt (manchmal auch Multilevel-Marketing oder kurz MLM genannt). Wir laufen jedoch nicht mit geschmacklosen Butons durch die Straßen und sprechen Leute an und wir fahren auch keine Werbung auf unseren Fahrzeugen spazieren.

Wir sind nicht in eine Branche eingestiegen, sondern wir haben uns einer Berufsgruppe angeschlossen. Und wir haben es nicht nur aus dem Grund getan, um reich zu werden. (Obwohl viele von uns, ich selbst eingeschlossen, anfangs sicher den Wohlstand suchten.) Die Menschen, die professionelle Networker werden, schätzen den Wohlstand, der hiermit geschaffen werden kann, doch je besser wir das Geschäft verstehen lernen, umso mehr öffnet sich unser Bewusstsein für die größeren Zusammenhänge.

Ja, sie werden Ihnen sagen, dass Wohlstand wichtig ist, wenn man glücklich sein will. Doch sie sind nicht die Typen, die am Sofa sitzen, sich 47-mal *The Secret* anschauen und fragen, wann denn ihr Lamborghini von selbst vor ihrem Haus erscheinen wird.

Sie haben eine sehr viel breitere Auffassung von Wohlstand als die meisten anderen Menschen. Sie werden von ihnen niemals Aussagen hören wie „Es ist doch nur Geld“ oder „Das sind doch nur materielle Dinge“, denn sie wissen, dass Geld und materielle Gegenstände das Öl im Getriebe des Lebens sind. Ihnen ist klar, dass es schwer ist, sich wohlhabend zu

fühlen, wenn man die Miete und die Autoraten nicht zahlen oder kein Essen für die Familie kaufen kann.

Doch sie machen auch nicht den Fehler, den viele machen, nämlich zu denken, dass es beim Wohlstand nur um Geld geht. Sie wissen, dass wahrer Wohlstand eine gute Gesundheit, liebevolle Beziehungen und eine spirituelle Seite des Lebens einschließt. Wenn sie davon reden, die ganze Fülle des Lebens zu genießen, dann sprechen sie von allen diesen Bereichen.

Das Wichtigste für die meisten dieser Menschen dieser Gruppe ist das ultimative Produkt, das sie verkaufen: Freiheit. Die Freiheit vom Mangel, die Freiheit, ein wirklich inhalts- und bedeutungsvolles Leben in seiner ganzen Fülle zu leben – farbenfroh, stimmungsgewaltig und GROSSARTIG.

Die Geschichte des Universums (Gekürzte Ausgabe)

Network Marketing begann im Jahr 1956, als Dr. Forest Shaklee die Shaklee Corporation begründete und Rich DeVos und Jay Van Andel das starteten, was sich später in die Amway Corporation verwandelte.

Die ersten Vertriebspartner in diesen Programmen waren eindeutig auf das Verkaufsmodell geeicht und konzentrierten sich weit weniger auf die Rekrutierung und die Differenzboni, die damit erwirtschaftet werden konnten. In den Anfangsjahren von Shaklee und Amway waren die größten Stars diejenigen, die die meisten Vitamine oder Waschmittel verkauften.

In den siebziger Jahren begannen diese Unternehmen (und viele andere Neueinsteiger der Branche), professionellere Menschen anzuziehen. Diese waren von den Möglichkeiten und dem Potenzial an Hebelwirkung begeistert, die durch Duplikation und Rekrutierung erreicht werden konnten. Das brachte die MLM-Branche auf die Radarschirme und weckte

WIE BAUE ICH EINE MULTILEVEL-GELDMASCHINE?

die Aufmerksamkeit von Aufsichtsbehörden. Weitaus schlimmer war jedoch, dass die hohen Einkommen, die von ordnungsgemäß arbeitenden Networkern erzielt wurden, Leuten auffielen, die keine sonderlich ehrenwerten Absichten hatten. Zu diesem Zeitpunkt wurden massenweise Kettenbriefe, Ponzi-Schemen und illegale Pyramidensysteme in Umlauf gebracht, die sich als seriöse MLM-Geschäftsmöglichkeiten zu tarnen versuchten.

Zur selben Zeit stand das alte Modell des Warenvertriebs ernsten Herausforderungen gegenüber. Jenes Geschäftsmodell beruhte darauf, ein Produkt per Schiff von Europa nach Amerika zu bringen, es dann quer durchs Land zu einem Großhändler zu schaffen, der es auf den Lastwagen eines Regalgroßhändlers lud, der es an ein Einzelhandelsgeschäft verkaufte, der es in ein Lagerhaus tat und dann ins Ladenregal beförderte, wo es letztendlich der Kunde kaufen konnte. Dieses System begann zusammenzubrechen.

Network-Marketing-Unternehmen nutzten neue Wirtschaftswege und florierten.

Ein Unternehmen konnte ein Produkt herstellen und es direkt an seine Vertriebspartner schicken, ohne all die unökonomischen Parasiten dazwischen mit zu versorgen. Diese Vertriebspartner konsumierten das Produkt selbst und nutzten Mundpropaganda, um die Neuigkeiten im Freundes- und Bekanntenkreis zu verbreiten.

Obwohl dieses Vertriebsmodell einigen Angriffen von Seiten der Medien und später auch von Seiten der Regierungsbehörden ausgesetzt war, entwickelte sich Network Marketing – ebenso wie seine Schwestergesellschaften in der Direktvertriebsbranche – stetig weiter und erwirtschaftet heute Verkaufserlöse von mehr als US\$ 120 Milliarden pro Jahr. Es hat auf der ganzen Welt überwältigende Akzeptanz gefunden und

wurde in etablierten Wirtschafts- und Finanzpublikationen wie *SUCCESS*, *Forbes*, *Fortune* und *USA Today* vorgestellt.

Die neue Realität

In jeder Gruppe von Menschen wird es einige geben, die sich in jungen Jahren reich und sorglos zur Ruhe setzen können. Einige andere werden fleißig und lange arbeiten und sich schließlich finanziell abgesichert oder gar komfortabel zur Ruhe setzen. Die meisten jedoch werden sich 45 oder 50 Jahre ihres Lebens über im ständigen Konkurrenzkampf abplagen, um sich dann in ihren „goldenen Jahren“ mehr schlecht als recht mit einer mageren Rente durchzukämpfen.

Wodurch unterscheiden sich diese Gruppen? Welche Geheimnisse kennen die, die zur ersten gehören? Und, was viel wichtiger ist, wie stellen Sie sicher, das Sie sich zu der ersten Gruppe gesellen?

Ich spreche hier nicht von den Industriemagnaten, den Börsenlöwen oder den Immobilienkönigen. Auch wenn diese Leute großen Wohlstand ansammeln mögen, so setzen sie sich doch nicht frühzeitig zur Ruhe und sie erscheinen ganz bestimmt nicht sorglos. In Wahrheit ist das Gegenteil der Fall. Sie preschen der Meute zwar stets voraus – doch ihr Leben geht dabei oft vor die Hunde.

Genießen Sie Ihre Pina Colada

Die Gruppe, von der ich spreche, sind die Unternehmer der neuen Generation – diejenigen, deren Einkommen auch dann weiterfließen, wenn sie gerade an einem Südseestrand Pina Coladas schlürfen. Diese Menschen haben Multilevel-Geldmaschinen aufgebaut, die sie mit Lohn überschütten, egal

WIE BAUE ICH EINE MULTILEVEL-GELDMASCHINE?

ob sie weiterarbeiten oder ob sie ihre Füße in den Sand graben und sich Cocktails in Kokosnüssen servieren lassen. Das sind die neuen Network-Marketing-Profis.

Die Parallelen der Erfolgswege dieser Menschen sind wirklich verblüffend...

Sie mögen annehmen, dass sie ihren Status dank höherer Bildung errungen haben, aber das ist nicht unbedingt der Fall. Viele Mitglieder dieser Gruppe sind Schulabbrecher (wie ich selbst auch); und wir wissen ja auch, dass es Leute mit Universitätsdiplomen gibt, die sich ihren Lebensunterhalt als Taxifahrer verdienen.

Auch wenn die Menschen in meiner Gruppe fleißig dafür gearbeitet haben, um sich ihren beachtlichen Wohlstand zu verdienen, so war dies allein nicht der ausschlaggebende Faktor. Tatsache ist (und es ist mir etwas peinlich, das zuzugeben), dass die meisten Menschen fleißiger sind als ich, doch sie bekommen gewiss nicht die Entlohnung, die ich bekomme.

Der Mechaniker, der meine Autos wartet, mein Gärtner, mein Masseur und die Kellnerin in meinem Lieblingsrestaurant – sie alle arbeiten viel mehr als ich. Doch keiner von ihnen ist durch die Arbeit, die er oder sie tut, reich geworden. Tatsächlich arbeiten sie viel mehr für viel weniger Geld. Keiner von ihnen hat auch nur die entfernteste Chance, sich jung zur Ruhe zu setzen. Daher kann man nicht behaupten, dass nur fleißige Arbeit Wohlstand schafft. Diese Menschen und viele Millionen andere, die so sind wie sie, sind Gefangene der Matrix – eines zerbrochenen Wirtschaftsmodells.

Sie sitzen in der Falle: Sie tauschen Zeit gegen Geld.

Sie haben sich dem Herdendenken angeschlossen und wurden zu den Arbeitsdrohnen des Kollektivs. Wenn sie mehr Geld verdienen möchten, müssen sie schwerer und länger arbeiten. Die meisten stecken in Arbeitsstellen fest, die

Überstundenarbeit begrenzen und so reicht ein Job nicht aus, um mehr Zeit für mehr Geld tauschen zu können. Folglich schicken sie auch ihren Partner arbeiten, doch das reicht immer noch nicht.

Also nehmen sie einen zusätzlichen Job an. Und der Partner tut manchmal dasselbe. Das Ergebnis sind Familien, die drei bis vier Einkommen haben – und sich verzweifelt abmühen, noch mehr Zeit gegen Geld zu tauschen.

Und keiner ist für die Erziehung der Kinder da. Die lernen von Videospielen, wie es im Leben so läuft. Sie brauchen ihre Eltern unbedingt, doch Mutter und Vater sind arbeiten, um den Kindern ein gutes Leben bieten zu können. Es ist ein Teufelskreis.

Und dumm noch dazu. Denn so lange man bei dem Zeit-gegen-Geld-Tausch-Spiel wild im Kreise läuft, kann man keine finanzielle Sicherheit erlangen.

Die Menschen in meiner Gruppe haben festgestellt, dass man zwei grundlegende Prinzipien beherzigen muss, wenn man wirtschaftliche Freiheit erlangen will:

- 1) Man muss das Konzept der Hebelwirkung einsetzen, um dem Dilemma des Zeit-gegen-Geld-Tauschens zu entfliehen.
- 2) Wenn man morgens in den Spiegel schaut, muss einem klar sein, dass man dem Chef ins Auge sieht. Nehmen Sie Abschied vom Angestelltendasein und freuen Sie sich darauf, Unternehmer zu werden!

Sobald Sie bereit sind, diese Schritte zu machen, ist das Manifestieren von Wohlstand keine Fantasterei mehr, sondern etwas, das Sie wirklich schaffen können.

Wenn Sie das Hochgefühl des Jungunternehmertums damit verbinden, dass Sie Ihre eigene Arbeitskraft durch ein Netz von

WIE BAUE ICH EINE MULTILEVEL-GELDMASCHINE?

anderen begeisterten Jungunternehmern vervielfachen – dann werden Sie exponentiell spektakuläre Ergebnisse sehen. Der Synergie-Effekt schafft ein Ganzes, das viel kraftvoller ist als die Summe seiner einzelnen Teile. Wenn es richtig gemacht wird, *ist das Endergebnis Ihres Netzaufbaus eine sich selbst erneuernde und erhaltende Multilevel-Geldmaschine.*

Und die können Sie besitzen.

Network Marketing ist eines der neueren Modelle für Wohlstandsaufbau. Es wird in mehr als einhundert Ländern der Welt praktiziert. Millionen von unabhängigen Vertriebspartnern generieren Jahresumsätze von schätzungsweise mehr als 120 Milliarden US-Dollar.

Ein cooles Geschäft

Warum sollten Sie sich mit Network Marketing beschäftigen? Darauf gibt es wahrscheinlich so viele Antworten wie es Vertriebspartner gibt. In der Regel ist jedoch der Lebensstil ausschlaggebend, den Ihnen Network Marketing geben kann. Nachfolgend sind einige der einzigartigen Vorteile dieses Geschäfts angeführt:

- Man kann sich die Leute aussuchen, mit denen man arbeiten will
- Nur geringe Investition erforderlich
- Arbeiten von zu Hause aus
- Freie Zeiteinteilung
- Einzigartige Produkte entdecken, die es sonst nirgends gibt
- Lukrative Steuervorteile
- Möglichkeit eines grenzenlosen Einkommens
- Chance, erfolgreich zu werden, während man anderen zum Erfolg verhilft

Zusammenfassend lässt sich sagen: Es ermöglicht den Ausstieg aus dem Hamsterrad. Diese Vorteile findet man sonst nirgends. Obgleich die meisten Menschen begreifen, dass sie diese Vorteile nicht genießen können, solange sie *für* jemanden anderen arbeiten, glauben doch viele von ihnen, dass ihnen auch ein eigenes Geschäft nach traditioneller Art diese Vorteile geben kann.

Das ist unwahrscheinlich.

Als früherer Präsident der Handelskammer und Eigentümer von zehn kleinen und mittelständischen Unternehmen kann ich aus persönlicher Erfahrung bestätigen, dass das Führen eines eigenen traditionellen Geschäfts einem in vielerlei Hinsicht mehr Beschränkungen auferlegen kann als das Arbeiten für einen Arbeitgeber. Personalfluktuations, Bestandsaufnahmen, große Investitionen, persönliche Gewährleistungen, behördliche Regulierung und der Wettbewerb auf dem Markt führen oft dazu, dass man selbst oft viele Überstunden für weniger Geld leistet als man seinen Angestellten zahlt. Ein Kleinunternehmer ist nicht wirklich der Herr seines Unternehmens, sondern vielmehr sein Sklave.

Die Leute von heute haben die Nase voll von Arbeitsplätzen, die aus dem Gleichgewicht geraten sind und ihnen die Zeit für ihr Familienleben rauben. Sie haben genug von der Fusionsmanie, von fremdkapitalfinanzierten Unternehmensübernahmen und von Massenentlassungen. Heutzutage wollen die Menschen eine sinnvolle Arbeit, die sie mit einem angenehmen Lebensstandard belohnt und ihnen genügend Freizeit für ein glückliches Familienleben lässt. Genau da setzt Network Marketing an.

Anders als im Konkurrenzkampf der Großbetriebe kommt man im Network Marketing nämlich nie voran, wenn man andere unterdrückt. Im Network Marketing wird erfolgreich,

WIE BAUE ICH EINE MULTILEVEL-GELDMASCHINE?

wer andere erfolgreich macht. Das Erfolgsrezept heißt *Empowerment*. Je mehr Menschen man zu Erfolg verhilft, umso erfolgreicher wird man selbst.

Wenn Sie schnell reich werden wollen, ist Network Marketing nicht das Richtige für Sie. Wenn Sie jedoch bereit sind, zwei bis vier Jahre lang nebenberuflich intensiv daran zu arbeiten, können Sie eventuell anschließend für den Rest Ihres Lebens finanzielle Freiheit genießen.

Die freie Arbeitszeitgestaltung macht dies zur idealen Nebenbeschäftigung, während Sie weiterhin ihrer gewohnten Arbeit nachgehen. Das Geschäft ist für Studenten ebenso geeignet wie für die Hausfrau mit Kindern. Sie können das Geschäft auch mit einer nur sehr kleinen Investition beginnen; mit etwa 300 bis 1000 Euro sind Sie dabei!

Network Marketing hat sich in der freien Marktwirtschaft zur letzten realistischen Möglichkeit entwickelt, mit der sich ein Durchschnittsmensch ohne großes Kapital finanzielle Freiheit schaffen kann.

Sobald Sie sich entschließen, diesen aufregenden Beruf aufzunehmen, haben Sie einen Berufsweg mit unbegrenzten Einkommensmöglichkeiten vor sich, der Ihnen auch noch die Möglichkeit gibt, das Leben der Menschen, die Ihnen am meisten am Herzen liegen, bedeutend zu beeinflussen.

Haben Sie das Zeug dazu, es in diesem Geschäft zu Erfolg zu bringen? Schauen wir doch mal!

Kapitel Zwei:

Erfolgsgeheimnisse im MLM

Network Marketing hat weltweit einige der verblüffendsten Erfolgsgeschichten hervorgebracht. Nahezu jedes Unternehmen hat seine „vom Tellerwäscher zum Millionär“-Geschichten über durchschnittliche Leute, die ärmlich oder bescheiden angefangen haben und nun in einem Monat mehr Geld verdienen als die meisten Leute im gesamten Jahr.

Vom Pärchen, das in der Garage der Schwiegereltern lebte zum bankrotten Kirchenprediger aus Texas, von der alleinerziehenden, auf Sozialhilfe angewiesenen Mutter zum jungen Mann in Taiwan, der mit dem Fahrrad zu Geschäftsvorstellungen fuhr – diese Menschen und tausende mehr wie sie, haben außergewöhnliche Geschichten zu erzählen.

Doch egal welches Unternehmen in dieser Branche Sie betrachten: Sie werden auffallende Gemeinsamkeiten unter den extrem Erfolgreichen feststellen. Diese gemeinsamen Merkmale sind die Voraussetzungen für langfristigen Geschäftserfolg.

Jeder in dieser Gruppe ist ein Träumer. Diese Menschen machen bei der Schwarzseherei der Massen nicht mehr mit, sondern nehmen wieder Verbindung mit der Vision der Großartigkeit auf, die wir alle irgendwann einmal in uns trugen.

Wenn Morpheus ihnen die blaue oder die rote Pille anböte, würden sie sich immer für die Reise in die tiefsten Tiefen des

Kaninchenbaus entscheiden und nicht für die Sicherheit der Matrix – denn sie wissen, dass in der neuen Realität die Wahl der „Sicherheit“ die wirkliche Gefahr in sich birgt. Sie wissen, dass diejenigen, die sich für das „Sichersein“ entscheiden, zu Arbeitsdrohnen der Kollektive werden. Diejenigen jedoch, die bereit sind, das auf sich zu nehmen, was die Herde als gefährlich betrachtet, sind diejenigen, die als Belohnung ein lebenswertes Leben ernten. Wagnis ist die neue Sicherheit.

Jeder in dieser Gruppe ist ein kritischer Denker.

Sie lehnen Herdendenken ab und nutzen ihr Urteilsvermögen. Sie sind von Natur aus neugierig und bereit, ihre zutiefst verwurzelten Grundansichten anzuzweifeln. Sie sind keine Zyniker, aber sie *sind* konventionellen Weisheiten gegenüber skeptisch, sie stellen Autorität in Frage und wollen den logischen Hintergrund einer Prämisse erfahren. Sie wissen, dass jede Überzeugung, die sie haben und von der sie profitieren, sich einer gesunden Skepsis behaupten wird und dass alle Überzeugungen, die genauer Prüfung nicht standhalten, ersetzt werden müssen.

Jeder in dieser Gruppe ist ein Arbeiter. Sie erwarten sich weder Freibier noch schnellen Reichtum. Weit davon entfernt, vor der Arbeit davonzulaufen, wachen sie morgens auf, springen aus den Federn und freuen sich auf die Arbeit! Ein professioneller Networker zu sein bedeutet, Herausforderungen, Wachstum und Abenteuer zu begrüßen und anderen zu helfen, während man sich selbst hilft. Sie lieben also, was sie tun und brauchen kein Wochenende, keinen Sechserpack Bier und keine 10 DVDs, um ihrem Arbeitsleben zu entfliehen. Sie haben herausgefunden, wie man Arbeit und Privatleben miteinander ins Gleichgewicht bringt und beidem Bedeutung verleiht.

Jeder in dieser Gruppe ist ein guter Lehrer. Sie wissen, dass wahre Duplikation vielmehr durch ihre Fähigkeit zu

lehren als durch Verkaufstalent zustande kommt. Sie folgen einer Formel, die vielen anderen Menschen ermöglicht, ihre Handlungen nachzuvollziehen.

Jeder in dieser Gruppe ist auch ein Schüler. Sie haben eine leidenschaftliche Begeisterung für lebenslanges Lernen und sie nehmen sich jeden Tag Zeit für stille Besinnung und für die eigene Weiterentwicklung. Es ist wichtig, dass Sie stets Ihre Säge schärfen. Bücher, DVDs, CDs oder Online-Seminare – das Medium spielt keine Rolle.

Was zählt ist, dass Sie immer danach streben, heute ein bisschen besser zu sein als gestern.

Anfangs war mein größter Denkfehler in diesem Geschäft, dass ich dachte, der Erfolg würde kommen, wenn ich andere Menschen ändern würde. Ich lernte schnell, dass Erfolg immer dann eintrat, wenn ich mich selbst änderte. Alles, was Sie tun und vorleben, hat eine Wirkung, die sich wellenartig ausbreitet und alles um Sie herum positiv beeinflusst. Um die Welt zu ändern, müssen Sie zunächst sich selbst ändern.

Jeder in dieser Gruppe ist eine Führungskraft. Sie wurden nicht als Führungskräfte geboren. Niemand hat sie in diese Position gesetzt und sie scheren sich nicht im geringsten um Titel, Hierarchie oder Konformität. Eine kleine, ruhige Stimme in ihrer Seele hat sie in die Führungsposition berufen.

Sie führen, weil sie Glauben haben. Glauben an einen besseren Weg, Glauben daran, dass sie anderen helfen können und Glauben, dass jeder mit dem Anspruch auf Wohlstand geboren wird. Und sie wissen, dass Überzeugung mit der Verantwortung einhergeht, diesen Glauben mit einer größeren Gemeinschaft zu teilen.

Die Regeln der Geschäftswelt treffen auf Network Marketing nicht zu. In diesem Geschäft kommen Sie nicht durch

WIE BAUE ICH EINE MULTILEVEL-GELDMASCHINE?

das Ausstechen oder Kleinhalten von anderen Leuten weiter, sondern indem Sie ihnen helfen, sich weiter zu entwickeln. Je mehr Menschen Sie erfolgreich machen, umso erfolgreicher werden Sie.

Ein Unternehmen hat Platz für einen Vorsitzenden, ein paar stellvertretende Vorsitzende, einige Führungskräfte auf der mittleren Ebene und viele Stellen auf unterer bis unterster Ebene. Im Network Marketing wird jeder ermuntert, nach den höheren Erfolgsstufen zu streben. Es gibt kein Limit für die Anzahl von Menschen, die die obersten Ränge des Vergütungsplans erreichen können.

Wenn Sie Ihr Geschäft mit einer Einstellung angehen, die sich darauf konzentriert, wie Sie von den Menschen profitieren können, die Sie eigentlich unterstützen sollten, werden die betroffenen Menschen diese Signale wahrnehmen und Sie werden vielen Herausforderungen gegenüber stehen. Konzentrieren Sie sich stattdessen darauf, wie Sie anderen helfen können, wird Ihr eigener Erfolg sich ganz von selbst einstellen.

Kapitel Drei:

Wahl des richtigen Network-Marketing-Unternehmens

Weil die Verdienstmöglichkeiten im Network Marketing so lukrativ sind, zieht die Branche leider immer wieder Widerlinge und Betrüger an. Betrügerische Käufergemeinschaften, Verfasser von Kettenbriefen und illegale Pyramidensysteme tun alles Mögliche, um vorzutäuschen, dass es sich bei ihnen um seriöse Network-Marketing-Unternehmen handelt.

Es ist wichtig, dass Sie den Unterschied zwischen dem seriösen Network-Marketing-Modell und all den illegalen Programmen kennen. Sogar manche Aufsichtsbehörden verwechseln sie miteinander, also ziehen wir doch mal einen klaren Trennungsstrich.

In der Praxis können die Aufsichtsbehörden unmöglich all die unendlichen Varianten von legalen und illegalen Marketingprogrammen vorhersehen und gesetzlich regeln. Aus diesem Grund werden Multilevel- und Anti-Pyramiden-Gesetze sehr weitgehend formuliert und ausgelegt. Das ermöglicht den Aufsichtsbehörden, alle möglichen Variationen illegaler Programme zu umfassen und gibt ihnen eine rechtliche Grundlage, sie stillzulegen.

Sachkundige Experten nutzen in erster Linie die folgenden beiden Unterscheidungsmerkmale, um festzustellen, ob es sich bei einem Programm um eine seriöse Multilevel-Geschäftsmöglichkeit handelt:

WIE BAUE ICH EINE MULTILEVEL-GELDMASCHINE?

Zuerst richten sie ihr Augenmerk auf das Konzept des Vergütungsplans. Werden die Teilnehmer für das bloße Einführen neuer Leute in das Programm bezahlt oder für den Verkauf von Produkten und Dienstleistungen an Endkunden?

Wenn der Plan darauf ausgerichtet ist, Teilnehmer für das Rekrutieren zu belohnen – dann ist es ein Pyramidensystem. Wenn die Provisionsstruktur auf den Verkauf von Produkten oder Dienstleistungen an den Endkunden abzielt – dann ist die erste Testphase bestanden.

Die zweite Analyse widmet sich der *tatsächlichen Handhabung des Programms*. Unabhängig davon, wie der Vergütungsplan aufgebaut ist, untersuchen die Aufsichtsbehörden, womit die Vertriebspartner tatsächlich ihre Zeit verbringen. Wenn das Programm den Schwerpunkt auf das Rekrutieren legt und nicht auf den Verkauf von Produkten oder Dienstleistungen, dann kann es immer noch als Pyramidensystem abgestempelt werden.

Genau da gibt es eine Grauzone: Fortschritte im Kundendienst führen bei manchen Aufsichtsbehörden zu Verwirrung. Früher musste man mit Autowerbung durch die Stadt fahren und Produkte an alle seine Kunden ausliefern, oder man „spielte Verkaufsladen“, indem man riesige Warenbestände bei sich zu Hause auftürmte, die von Kunden abgeholt werden konnten. Das ist heute nicht mehr nötig.

Die Unternehmen haben Vorzugskunden- und Autoship-Programme entwickelt, damit sich unabhängige Vertriebspartner nicht mehr um Auftragsabwicklung, Bezahlung, Umsatzsteuer und andere Arbeiten kümmern müssen. Sie können einen Kunden einfach für eines dieser Programme anmelden und erhalten ihre Einzelhandelsprofite ausbezahlt.

Außerdem schreiben sich viele schlaue Kunden selbst als Vertriebspartner ein, um ihre Produkte zu Großhandelspreisen einzukaufen. Somit kann man viel mehr Zeit mit Rekrutieren

verbringen und viel weniger Zeit mit dem Kundendienst. Manche Aufsichtsbehörden haben diese neue Realität noch nicht erkannt.

In den USA haben nur einige wenige, fortschrittliche Bundesstaaten gesetzliche Regelungen, die spezifisch Multi-Level-Marketing definieren und regeln. Die meisten Staaten haben Anti-Pyramiden-Gesetze. Es gibt hierzulande auf bundesstaatlicher Ebene keine umfassenden Gesetzesdefinitionen und sie fehlen auch in vielen anderen Ländern.

In den Vereinigten Staaten werden Regelungen auf Bundesebene in erster Linie auf der Grundlage von Beschlüssen der Verwaltungsbehörden und Gerichte im Zuge von Gerichtsverfahren aufgestellt, die von Privatleuten oder der Federal Trade Commission (FTC) eingeleitet wurden.

Wenn man diese Beschlüsse und die Definitionen, die von den Gesetzgebern in den einzelnen Bundesstaaten formuliert wurden, Stück für Stück zusammensetzt, erhält man die wichtigsten Elemente, die ein Multilevel-Marketingprogramm definieren. In Bezug auf die Anti-Pyramiden-Gesetze legen die einzelnen Bundesstaaten ihr Hauptaugenmerk darauf, ob der Verdienst der Teilnehmer davon abhängig ist, dass sie andere Leute für das Programm rekrutieren. Demnach sind Pyramidensysteme, Endlosketten und Kettenbriefe illegal.

Aus Sicht der Bundesbehörden stellt sich die Beurteilung etwas anders dar. Während Kanada schon landesweite Anti-Pyramiden-Gesetze erlassen hat, fehlen sie in den meisten anderen Ländern immer noch. Das ändert sich allerdings. Viele mitteleuropäische und andere Staaten wurden in letzter Zeit Opfer von groß angelegten Pyramidensystemen – und solche Vorfälle veranlassen viele Länder, ihre Gesetzgebung anzupassen.

WIE BAUE ICH EINE MULTILEVEL-GELDMASCHINE?

Hier in den USA, der Geburtsstätte des Network Marketing, hat der Kongress noch immer keine Anti-Pyramiden-Gesetze verabschiedet. Die meisten Network-Marketing-Unternehmen haben ihre Programme nach Maßgabe des Fallrechts nach bundesrichterlichen Entscheidungen und noch häufiger nach den Beschlüssen der FTC gestaltet.

Der meistzitierte Beschluss mit der Definition eines Pyramidensystems ist das Urteil der FTC aus dem Jahr 1975 *In der Sache der Koscot Interplanetary, Inc.* In jenem Urteil hielt die FTC dafür, dass „Kettensysteme“ dadurch charakterisiert sind, dass „die Teilnehmer Geld an das Unternehmen zahlen, um als Gegenleistung dafür (1) das Recht zu erhalten, ein Produkt zu verkaufen und (2) das Recht zu erhalten, für das Rekrutieren anderer Teilnehmer für das Programm belohnt zu werden, wobei diese Belohnungen *ohne Bezug* zu einem Verkauf des Produkts an die Endnutzer seien.“

Die Schlüsselworte sind hier „Belohnungen *ohne Bezug* zu einem Verkauf des Produkts an die Endnutzer“ – d. h., dass Sie Geld für etwas anderes bekommen als für Ihren persönlichen Produktverkauf oder den Differenzprovisionen für Produkte, die von Ihren Leuten verkauft werden. Wenn Sie Geld für andere Tätigkeiten bekommen, etwa das Einschreiben neu angeworbener Leute oder den Verkauf von Verkaufshilfsmitteln, dann besteht durchaus die Gefahr, dass Ihre Tätigkeit als illegal eingestuft wird.

Dass ein Unternehmen alle Gesetze beachtet, ist keine Garantie dafür, dass es alle rechtlichen Hürden nehmen wird. Da die Bundesstaaten und Provinzen unterschiedliche Gesetze haben, könnte ein Programm in einem Bundesstaat legal sein und in einem anderen als Pyramidensystem gelten. Zudem können Richter gesetzliche Regelungen im Einzelfall nicht buchstabengetreu auslegen.

Hinzu kommt, dass viele unterbezahlte Aufsichtsbeamte in diesem Bereich recht ungebildet sind und sich nicht über das relevante Fallrecht auf dem Laufenden halten. Manchmal scheint es tatsächlich so, dass einige dieser Aufsichtsbeamten (und in machen Fällen sogar Richter) noch nie die Verfassung gelesen haben. Ein typisches Beispiel dafür war der Fall *Capone vs. Nu Skin*:

Zur Vorgeschichte:

Dies war eine Sammelklage im Namen der kanadischen Vertriebspartner von Nu Skin. Nu Skin beantragte beim Gericht (in diesem Fall beim Bundesbezirksgericht für den Bezirk Utah) ein beschleunigtes Verfahren. Im März 1997 hielt das Gericht in einem vorläufigen Urteil dafür, dass ein Nu Skin-Vertriebsvertrag ein Wertpapier darstellen dürfte.

Nu Skin hielt natürlich dagegen, dass das lächerlich sei, da die gesamte Investition darin bestünde, ein Vertriebspartner-Kit für \$60 zu kaufen. Das Gericht stimmte jedoch Frau Capone zu, dass, um „sich in sinnvoller Weise am Nu Skin-Marketingplan zu beteiligen, es notwendig sei, jeden Monat Produkte zu kaufen, um die Erfordernisse hinsichtlich des Eigenumsatzes und des Gruppenumsatzes zu erfüllen.“

Das Gericht begründete dies mit der Behauptung, dass „... es ein Schlüsselement des Nu Skin-Marketingplans ist, dass **jeder Vertriebspartner**, um Provisionen von Downline-Partnern zu erhalten, Nu Skin Produkte im Wert von **100 ‚Punkten‘ kaufen muss** (was etwa \$100,-- USD entspricht).

Gleichermaßen müssten Vertriebspartner, die zu ‚Executives‘ werden, jeden Monat bei ihren Vertriebspartnern für **Käufe** von Produkten im Wert von \$3.000,-- sorgen, um Anspruch auf eine Provision zu haben. Darüber hinaus gibt es **Anzeichen, die dafür sprechen, dass Provisionen unabhängig davon gezahlt werden, ob die Vertriebspartner die**

von ihnen gekauften Produkte auch tatsächlich wiederverkaufen.“

Bei dieser gewundenen Logik gibt es freilich zwei Probleme. Erstens wird von den Vertriebspartnern nicht verlangt, Produkte zu kaufen, sondern *Umsatz zu produzieren*. Es ist sicherlich nicht unverschämt von Nu Skin oder einem anderen Unternehmen, von einem Vertriebspartner einen bestimmten Eigenumsatz zu verlangen, um Differenzboni ausgezahlt zu bekommen. In diesem Fall waren es etwa \$100. Zudem müssen die Vertriebspartner die Produkte nicht für sich selbst kaufen. Solche Mengen können sie ganz bestimmt an Freunde, Verwandte oder andere Kunden vermarkten, was offenbar auch viele tun.

Das zweite Problem besteht darin, dass das Gericht nahe legt, dass Provisionen, Rabatte oder Differenzprovisionen nur auf Produkte gezahlt werden sollten, die wiederverkauft werden und nicht auf solche, die von Vertriebspartnern gekauft werden, die ihre eigenen besten Kunden sind. Dafür gibt es absolut keine gesetzliche Grundlage – das ist schlicht und einfach ein Fall von ungebildeten Juristen, die versuchen, ein neues Gesetz zu erschaffen.

Das Gericht führte weiter aus, dass ein Vertriebspartnervertrag mit Nu Skin ein „Wertpapier“ sei, weil die Vertriebspartner „großes Geld mit dem Aufbau einer Verkaufsorganisation machen, finanzielle Unabhängigkeit und Ähnliches erlangen können.“ Weiter äußerte sich das Gericht, dass das „Versprechen von lukrativen Belohnungen für das Anwerben anderer Leute die Teilnehmer dazu anregt, sich auf die geschäftliche Seite des Rekrutierens zu konzentrieren, was auf Kosten ihrer Einzelhandelsbemühungen geht und es unwahrscheinlich macht, dass sich größere Chancen für Einzelhandelsverkäufe bieten.“

Einfacher ausgedrückt befand das Gericht, dass jedes Programm, das einem Vertriebspartner unter Umständen mehr an Differenzprovisionen auszahlt, als er durch seinen persönlichen Einzelhandel mit Produkten macht, die Elemente eines Anlagevertrags erfüllt – was dann ein Wertpapier wäre. Das ist natürlich grotesk. Würden wir diesen Gedankengang bis zum logischen Ende verfolgen, dann würde der unternehmerisch veranlagte Teenager, der drei oder vier andere Kinder beauftragt, für die Nachbarn Schnee zu schaufeln, in dem Sinne auch ein Wertpapiergeschäft betreiben!

Auf die Gefahr hin, das Offensichtliche übertrieben darzustellen – die Gerichte vergessen manchmal, dass es nicht ihre Aufgabe ist, Gesetze zu machen, sondern sie zu interpretieren. Die Gerichte machen nicht nur ihre eigenen Gesetze, sondern auch noch schlechte Gesetze. Vereinzelte Bundesrichter kreieren schneller Gesetze als jeder Kongress und jedes Parlament. Etliche Urteile wie das eben Vorgestellte zeigen deutlich das völlige Fehlen jegliches Verständnisses der Gerichte in Bezug auf das MLM-Fallrecht – und sogar die Verfassung. Andere Länder haben mit ähnlichen Problemen zu kämpfen.

Wenn auch dieser Nu Skin-Fall offensichtlich einen Übergriff der Staatsgewalt darstellt, so sind die meisten Beamten bei den Aufsichtsbehörden doch anständige, fleißige Menschen, die einfach nur das Volk vor skrupellosen Geschäftemachern schützen wollen.

Letztendlich werden die Aufsichtsbehörden sicher den Inhalt vor die Form stellen. Auch wenn ein Programm all die richtigen Schlagwörter in seinem Marketingmaterial benutzt – solche Richtlinien zum Schutz der Öffentlichkeit jedoch nicht durchsetzt – wird dieses Programm so behandelt werden, als hätte es keine Schutzmaßnahmen eingebaut.

Schließlich und endlich bleibt nur noch festzustellen, dass es in den USA viele Unstimmigkeiten zwischen den Gesetzen auf Regional- und auf Bundesebene gibt.

Im Endeffekt gibt es drei Hauptfaktoren, auf die Aufsichtsbehörden ihr Augenmerk richten, um zu beurteilen, ob jemand ein Pyramidensystem oder ein seriöses Network-Marketing-Programm betreibt. Auch wenn diese Kriterien nicht unbedingt in einer umfassenden gesetzlichen Regelung niedergeschrieben sind, so werden sie doch allgemein angewandt. Denn die Beachtung dieser drei Kriterien schützt die Bevölkerung vor den Gefahren, die von Pyramidensystemen ausgehen. Sehen wir uns diese Kriterien einmal an:

1) Umfangreiche Verkäufe von Produkten oder Dienstleistungen an Endnutzer

Wichtig ist, dass die Produkte die Endverbraucher erreichen. Wenn Sie jemand auffordert Wasserfilter im Wert von \$50.000,- zu kaufen um sich für einen Bonus oder eine Rang-erhöhung zu qualifizieren, ist es offensichtlich, dass Sie nicht der Endnutzer der ganzen Ladung sein werden. Man versucht, Sie mit Vorräten zu überladen und das ist kein seriöses Programm.

Wenn das Produkt zum Endverbraucher gelangt – auch wenn ein großer Prozentsatz dieser Verbraucher Vertriebspartner sind – ist der Geist und der Wortlaut der gesetzlichen Anforderungen erfüllt. Lassen Sie sich nicht durch die ein oder zwei fehlgeleiteten Beschlüsse verunsichern, die vorhalten, dass der Verbrauch durch Vertriebspartner nicht als Produktverkauf an den Endverbraucher zähle. Wie ich vorher schon erwähnt habe, schreiben sich heutzutage viele schlaue

Verbraucher als Vertriebspartner ein, damit sie direkt bestellen und zu Großhandelspreisen einkaufen können. Andere starten als Vertriebspartner und stellen fest, dass ihnen das Geschäft nicht liegt, doch sie kaufen weiterhin jahrelang die Produkte zu Großhandelspreisen.

2) Provisionen werden nur auf Produktverbrauch gezahlt, keine Kopfgelder

Ihr Einkommen muss in Form von Prämien und Differenzprovisionen kommen, die auf dem Umsatz Ihrer Organisation basieren. Wenn Sie für das Einschreiben von Leuten oder das Verkaufen von Trainingsmaterial bezahlt werden – dann ist es wahrscheinlich ein Pyramidensystem.

Ein typisches Beispiel ist die „Werde Reiseführer“-Kampagne, die in vollem Gange ist, während ich diese Neuauflage schreibe. Diese Pseudo-Reiseführer stehen ernststen rechtlichen Herausforderungen gegenüber und bekommen viel negative Werbung. Sie geben vor, die Geschädigten zu sein und zu Unrecht verfolgt zu werden.

Doch wenn Sie sich ihren Jahresbericht ansehen, den sie veröffentlichen, werden Sie sehen, dass die meisten ihrer Verkäufe – und die meisten Provisionen, die an ihre Vertriebspartner ausbezahlt werden – aus dem Verkauf von Webseiten an die Vertriebspartner selbst stammen und nicht aus dem tatsächlichen Verkauf von Reisen. Solches Ausbeuten der eigenen Vertriebspartner zählt zu den größten Problemen, mit denen seriöse Networker in der öffentlichen Wahrnehmung gegenwärtig zu kämpfen haben.

3) Erfordernis des Inventar-Rückkaufs

Die meisten Bundesstaaten, die tatsächlich Multilevel-Marketing-Gesetze haben, verlangen von den Unternehmen, dass sie Inventar, das von ihren Vertriebspartnern zurückgegeben wird, zurückkaufen. Diese Bundesstaaten verlangen auch, dass diese Regelung im Vertriebsvertrag angeführt wird.

In den meisten Fällen wird die Rückkauf-Erfordernis nur dann wirksam, wenn der Vertriebspartner seinen Vertriebsvertrag kündigt. In anderen Bundesstaaten muss das Unternehmen jegliches zurückgesandte Inventar zurückkaufen, sofern der Vertriebspartner nicht in der Lage war, es innerhalb von 90 Tagen ab dem Kaufdatum weiterzuverkaufen. (Für beide Fälle gelten spezielle Bedingungen. Normalerweise werden 90% des Kaufpreises zurückerstattet, die Produkte müssen wieder verkäuflich sein und alle für das verkaufte Produkt ausgezahlten Provisionen dürfen abgezogen werden.)

Unternehmen, die diese drei Kriterien erfüllen, entsprechen sowohl dem Wortlaut als auch dem Geist des Gesetzes.

Ein anderer Bereich, den ich ansprechen muss, sind die sogenannten „Gifting Clubs“. Ihr überragendes Argument ist, dass sie keine Produkte brauchen, da die Teilnehmer in ihrem Kreis der Sponsorenlinie freiwillig Geld-„Geschenke“ geben. Solche Schenk-Kreise sind nichts anderes als Imitationen von Kettenbriefen und wir seriösen Networker müssen sie entschieden bekämpfen.

Wie oft werden manche Leute noch versuchen, die Rabatt-Gemeinschaften zurückzubringen? Die von ihnen angepriesenen Produkte oder Dienstleistungen haben oftmals zweifelhaftem Wert. Sie haben sich immer wieder versucht und sich nie gehalten. Der Markt unterstützt sie nicht und die Aufsichtsbehörden packen sie hart an, da die Rabatte, mit denen sie

werben, nicht größer sind als die, die jedermann haben kann, der Preise vergleicht.

Man muss seriöse Produkte oder Dienstleistungen anzubieten haben, die die Leute auch auf dem freien Markt zu den Einzelhandelspreisen kaufen würden. (Wenn wahrscheinlich niemand das Produkt oder die Dienstleistung kaufen würde, ohne am Vergütungsplan beteiligt zu sein, liegt die Annahme nahe, dass es ein Pyramidensystem ist.)

Wenn Sie auf die Anziehungskraft ihrer Geschäftsgemeinschaft zählen und glauben, dass der Interessent es gar nicht mitbekommt, dass er einen viel zu hohen Preis für Ihr Produkt bezahlt, werden Sie bitter enttäuscht werden. Ein starker Stamm von zufriedenen Einzelhandelskunden (die nicht wegen der Provisionen mitmachen) ist einer der besten Indikatoren für ein starkes Unternehmen.

Eine andere Variante, vor der man sich in Acht nehmen sollte, sind die sogenannten Einkaufs-Gemeinschaften. Diese Programme werben mit dem Slogan „kein Verkaufen nötig“ und konzentrieren sich darauf, jeden einzuschreiben, damit er zum Großhandelspreis einkaufen könne. Viele Behörden missbilligen solche geschlossenen Marketing-Systeme und betrachten sie als Pyramiden. Der Grund dafür ist:

Sie können eine Großhandels-Einkaufsgemeinschaft gründen, so wie es Sam Walton getan hat und es ist vollkommen legal. Doch wenn Sie einer solchen Gemeinschaft eine Provisions-Struktur über mehrere Ebenen geben, wird sie in den meisten Fällen zu einem illegalen System, weil im geschlossenen Kreis Provisionen ausgezahlt werden, ohne dass es einen Einzelhandels-Verkauf gibt. Da jeder Mitglied ist, gibt es niemanden, an den man etwas verkaufen könnte. Wenn wir alle nur einkaufen müssten, um Geld zu verdienen, würde es bestimmt jeder tun! Nein, so einfach ist das nicht.

Doch es ist auch nicht allzu kompliziert

Es ist nicht allzu schwer, das Gute vom Bösen zu unterscheiden. Letztendlich sollte es möglich sein, den Vergütungsplan auszugrenzen. Wenn das vorhandene Produkt oder die Dienstleistung einen Wert darstellt, der dem Verkaufspreis entspricht oder diesen übersteigt, dann haben Sie gutes Arbeitsmaterial in der Hand. Würden Sie das Produkt nicht zu dem Preis kaufen, wenn Sie nicht am Umsatz beteiligt wären, verabschieden Sie sich lieber von dem Programm.

Es gibt keinen Vergütungsplan und keine Art von Reklame, mit denen ein Unternehmen mit überbewerteten und qualitativ minderwertigen Produkten langfristig überleben könnte. Das heißt nicht, dass Ihre Produkte billiger sein müssen als die, die es anderswo zu kaufen gibt – sie müssen jedoch einen so außergewöhnlichen Wert haben, dass die Leute sie trotzdem haben wollen und bereit sind, den Preis zu zahlen.

Damit will ich nicht gesagt haben, dass Ihre Vertriebspartner nicht bessere Kunden sein können als Außenstehende. Sie werden nämlich feststellen, dass Vertriebspartner viel höhere Umsätze bringen. Sie verstehen, dass sie Geld vergeuden, wenn sie Produkte x-beliebiger anderer Hersteller kaufen. Daher achten sie darauf, dass sie immer ihre eigenen Produkte auf Lager haben.

Sie werden auch feststellen, dass sie die Produkte großzügiger verwenden, da sie besser über sie unterrichtet sind; sie empfinden es als einfach, sie zu bestellen und schätzen den Vorteil, zum Großhandelspreis einkaufen und so Geld sparen zu können.

Ein weiterer Faktor spielt hier eine große Rolle:

Regelbefolgung. Besonders dann, wenn Ihr Programm Produktlinien zur Hautpflege, Nahrungsergänzung oder Ge-

wichtskontrolle beinhaltet. Da Vertriebspartner ein persönliches finanzielles Interesse an den Ergebnissen haben, werden sie viel eher die Anweisungen befolgen, die Übungen machen oder die nötigen Änderungen ihres Lebenswandels vollziehen, was zu besseren Resultaten und Erfahrungen mit den Produkten führt. Daher sind Vertriebspartner viel bessere Kunden, kaufen mehr und sind treuer.

Rechtliche Hinweise

Da ich kein Jurist bin, sind die vorstehenden Information keinesfalls als Rechtsauskunft auszulegen. Bitte, wenden Sie sich mit spezifischen Rechtsfragen an einen Anwalt. Ich habe mich bemüht, Ihnen als Laie ein Verständnis für die Unterschiede zwischen seriösen MLM-Geschäften, illegalen Programmen und Pyramidensystemen zu vermitteln. Die hier enthaltenen Angaben dürften für den durchschnittlichen Vertriebspartner völlig ausreichen.

Leitende Angestellte eines Unternehmens und diejenigen, die nach ausführlicheren Erläuterungen suchen, sollten sich auf alle Fälle an eine Anwaltskanzlei wenden, die sich in der Branche auskennt. Ich empfehle Grimes & Reese, eine Firma, die sich intensiv mit Network Marketing beschäftigt hat. Sie hat mich beim Schreiben dieses Buches enorm unterstützt. Sie finden sie unter <http://www.mlmlaw.com>. (Anmerkung des Verlages: nur für Amerika gültig)

Die Wahl Ihres Programms

Sie haben nun die grundlegenden Kenntnisse, um ein seriöses MLM-Unternehmen zu erkennen, doch wie wählen Sie das Unternehmen aus, das für Sie richtig ist?

WIE BAUE ICH EINE MULTILEVEL-GELDMASCHINE?

Dies ist eine der wichtigsten Entscheidungen, die Sie in Ihrer Network-Marketing-Karriere machen werden. Leider widmen die meisten Leute der Auswahl eines Unternehmens weniger Zeit als dem Kauf eines neuen Kühlschranks. Tatsächlich überlassen es die meisten dem Unternehmen, sie auszuwählen. Dazu gibt es zwei Denkansätze.

Erstens, wenn Ihnen jemand, den Sie kennen und dem Sie vertrauen, eine Geschäftsgelegenheit vorstellt – und er Sie gerne sponsern möchte und verspricht, mit Ihnen zu arbeiten – da ist eine Menge Substanz drin. Es ist nicht notwendig, dass Sie sich auf den Weg machen, um alle anderen Network-Marketing-Unternehmen der Branche zu finden und sie miteinander zu vergleichen. Sie würden zwei Jahre mit Nachforschungen verbringen – und erst zu einem Zeitpunkt mit der Arbeit anfangen, zu dem Sie schon nennenswertes Einkommen beziehen könnten.

Andererseits spielt es eine grundlegende Rolle für Ihre Erfolgsaussichten, welches Unternehmen Sie wählen. Sie müssen mit der gebührenden Sorgfalt ein gutes auswählen. Ich gebe Ihnen zwei Fragen, die Sie gleich am Anfang stellen sollten. Das wird Ihnen die Sache enorm erleichtern. Wenn Ihnen ein Network-Marketing-Unternehmen nicht auf beide Fragen eine positive Antwort gibt, können Sie sie gleich von Ihrer Liste streichen.

- 1) Wenn Sie nicht am Geschäft beteiligt wären, würden Sie das Produkt oder die Dienstleistung trotzdem kaufen?

Seien Sie ehrlich zu sich selbst. Wenn die Antwort „Nein“ lautet, suchen Sie sich ein anderes Unternehmen. Wenn das Geschäft, in das Sie einsteigen, sich nicht mit Produkten beschäftigt, an die Sie glauben und die Sie persönlich nutzen

werden, dann ist es äußerst unwahrscheinlich, dass Sie mit diesem Unternehmen erfolgreich werden. Network Marketing lebt von der Begeisterung und den persönlichen Empfehlungen der beteiligten Menschen.

Zwei der ersten Dinge, die ein Interessent Sie fragen wird, sind, ob die Produkte gut sind und ob Sie sie selbst nutzen. Wenn Sie nicht beide Fragen mit einem begeisterten „Ja“ beantworten können, wird er sich wahrscheinlich nicht weiter damit beschäftigen.

2) Würden Sie das Produkt oder die Dienstleistung *zu dem Preis* kaufen?

Wenn Sie für Ihre Produkte auf dem freien Markt den Preis nicht zahlen würden, ist es unwahrscheinlich, dass andere es tun werden. Gehen Sie nicht davon aus, dass Menschen mehr für ein Produkt zahlen werden, nur weil sie eine Provision bekommen. Immer wieder zeigt sich, dass sie das nicht tun.

Ihr Erfolg im MLM basiert darauf, Ihre Produkte zu den Endverbrauchern zu bringen, die sie tatsächlich nutzen und häufig wiederbestellen. Leute, die nur deshalb Produkte kaufen, um eine Provision zu bekommen, häufen nur Vorräte an und hören schließlich auf einzukaufen, wenn ihre Garage voll oder ihr Kreditkartenlimit ausgeschöpft ist.

Die Leute müssen bereit sein, den Einzelhandelspreis für Ihre Produkte zu zahlen. Das bedeutet allerdings nicht, dass Ihr Network-Marketing-Unternehmen billigere Produkte anbieten muss als alle anderen. Es bedeutet, dass die Produkte einen so hohen Wert haben müssen, dass Sie und andere Leute bereit sind, den Preis für sie zu zahlen.

Tatsächlich haben viele Network-Marketing-Unternehmen Produkte, die teurer sind als ähnliche Produkte, die man anderswo bekommt. Doch wegen ihrer hohen Qualität,

WIE BAUE ICH EINE MULTILEVEL-GELDMASCHINE?

Wirksamkeit oder Konzentration bieten sie dem Verbraucher einen höheren Wert.

Network-Marketer haben der Öffentlichkeit eine große Zahl von Produkten vorgestellt, die im traditionellen Vertriebssystem niemals eine Chance gehabt hätten – Produkte wie Pycnogenol, orale Chelation, Enzyme, Säfte und Gels mit Antioxidantien sowie andere erklärungsbedürftige Produkte, die auf Mundpropaganda angewiesen sind – worin Network Marketing unschlagbar ist. Diese Produkte haben Millionen von Menschen geholfen und sogar Leben gerettet und verlängert.

Unternehmen wie Amway, Shaklee und Melaleuca haben konzentrierte Produkte in umweltfreundlichen Verpackungen schon Jahrzehnte eher propagiert, bevor diese Ideen das Bewusstsein der Massen erreichten. Network Marketing war auch Vorreiter für mehr naturreine Produkte, lange, bevor sie Mode wurden.

Weitere greifbare Vorteile sind natürlich der individuelle Service und die Aufmerksamkeit, die ein Kunde von den MLM-Vertriebspartnern erhält. Für diese persönliche Betreuung und Annehmlichkeit sind die Kunden gern bereit, etwas mehr zu bezahlen. Machen Sie sich daher keine Sorgen, wenn Ihr Produkt nicht das billigste auf dem Markt ist, sondern achten Sie bloß darauf, dass es einen guten Wert hat.

Sehen wir uns die anderen Produktvariablen an, auf die Sie achten sollten, wenn Sie ein Network-Marketing-Unternehmen bewerten.

Sind die Produkte einmalig und exklusiv?

Idealerweise wünscht man sich Produkte, die es nur bei Ihrem Unternehmen gibt, so dass Ihre Kunden sie nur über Sie bekommen können. Wenn man Produkte wie das Ihre auch in Einzelhandelsgeschäften oder über das Internet kaufen kann,

werden Sie sich stärkeren Herausforderungen gegenüber sehen, es sei denn, Ihr Preis ist deutlich niedriger.

Sind es Verbrauchsgüter?

Ich bin hier vielleicht etwas voreingenommen, aber ich glaube, dass Verbrauchsgüter wie Vitamine, Haut- und Körperpflegeprodukte oder Reinigungsmittel langfristig besser sind als Gebrauchsgüter wie Wasserreiniger, Luftfilter oder Schmuck. Ich weiß, unsere Branche ist randvoll mit Unternehmen besetzt, die Nahrungsergänzungen, Haushaltsprodukte und Körperpflegeprodukte anbieten, doch dafür gibt es einen guten Grund: Es klappt.

Wenn Ihre Leute laufend Shampoo, Waschmittel oder Vitamine aufbrauchen (wie es die Leute, die Sie gern um sich haben, bestimmt tun), werden Sie häufigere Bestellungen erhalten. Das bedeutet für Sie höhere Umsätze und höheres passives Einkommen.

Welche monatlichen Umsätze werden Sie wahrscheinlich mit den Produkten, die Sie vermarkten, erzielen?

Das ist eine wichtige Frage, denn ein großer Teil Ihres Volumens wird durch den persönlichen Verbrauch Ihrer Vertriebspartner erzielt werden. Der Rest wird natürlich aus dem monatlichen Verbrauch Ihrer Kunden kommen. *Je höher der monatliche Durchschnitt ist, umso höher ist Ihr Gewinnpotenzial.*

Nehmen wir mal an, Sie arbeiten mit einem Unternehmen, das nur ein Produkt hat, einen Energy-Drink zum Preis von \$40 und der Durchschnittsmensch verbraucht eine Flasche pro Monat. Bei 100 Vertriebspartnern und Kunden in Ihrer

WIE BAUE ICH EINE MULTILEVEL-GELDMASCHINE?

Organisation würden Sie für einen Umsatz von \$4.000 bezahlt werden.

Nun stellen Sie sich vor, Sie arbeiten mit einem Unternehmen, das einen Energy-Drink, verschiedene Nahrungsmittel, ein Multi-Vitamin-, ein Antioxidantien- und ein Ballaststoff-Präparat anbietet und das durchschnittliche Verbrauchsvolumen pro Familie ist \$100. Mit denselben 100 Vertriebspartnern und Kunden werden Sie Differenzprovisionen auf einen Umsatz von \$10.000 erhalten. Bei ansonsten gleichen Bedingungen machen Sie demnach mehr Geld bei einem Unternehmen, das mehrere Produkte anbietet. Gleichzeitig erzielen Sie natürlich auch höhere Gewinne aus Ihrem eigenen Verkauf.

Das bedeutet nicht, dass Sie mit einem Unternehmen, das nur ein Produkt anbietet, kein Geld machen können. Wenn das Produkt einen hohen Preis pro Monat hat, oder wenn die Leute jeden Monat größere Mengen davon kaufen müssen, erzielen Sie auch höhere Umsätze und demnach höhere Einnahmen.

Unterm Strich gesehen bedeutet ein höherer durchschnittlicher Monatsumsatz immer ein höheres Gewinnpotenzial für Sie.

Diese produktbezogenen Fragen sollten Ihre wichtigsten Kriterien bei der Auswahl eines Network-Marketing-Unternehmens sein. Wirklich langfristiges Wachstum einer Organisation hängt von der Nachfrage nach dem Produkt ab. Der Vergütungsplan, die Führungsqualitäten des Unternehmens und andere Faktoren sind gegenüber dem Produkt sekundär.

Es gibt Opportunisten und sogar einige Trainer, die Ihnen sagen werden, dass die Produkte nicht so wichtig sind. Sie bestehen darauf, dass es der Vergütungsplan ist, der das Wachstum antreibt. Das mag am Anfang richtig sein (solange der Werberummel auf vollen Touren läuft), doch Sie können Ihr Geschäft nicht langfristig aufrecht erhalten, wenn Ihre

Produkte dem Kunden keinen guten Wert bieten. Das ist eine Lektion, die ich selbst erst lernen musste...

Vor etwa 15 Jahren hatte ich eben erst begonnen, etwas Geld mit diesem Geschäft zu verdienen. Ich besuchte das Seminar eines Autors, der ein Buch über MLM geschrieben hatte. In einem Gespräch unter vier Augen sagte er mir, dass die Produkte eigentlich irrelevant seien; es sei der Vergütungsplan, der das Wachstum antreibe. Er sagte, wir alle könnten jeden Monat die Produkte kaufen und sie aus dem Fenster hinauswerfen. Solange jeder von uns jeden Monat die Mindestbestellung machen würde, würden wir alle Geld verdienen.

Jung und leichtgläubig, wie ich war und angesichts dessen, dass er ein Experte war, nahm ich mir seinen Rat zu Herzen.

Damals arbeitete ich mit einem Programm, dass es erlaubte, Geschenk-Gutscheine zu kaufen, statt eine monatliche Produktbestellung zu tätigen. Da ich ein Monatsvolumen im Wert von \$100 brauchte, um mich zu qualifizieren, kaufte ich für den Betrag jeden Monat einen Geschenk-Gutschein.

Das war zu den Zeiten, als ich noch ein Raucher war; damals, als man noch in der Öffentlichkeit rauchen konnte, ohne erschossen oder verhaftet zu werden. Jeden Monat, bei meiner größten Geschäftsvorstellung, nahm ich vor den Augen meiner Zuschauer einen Geschenk-Gutschein und zündete mir damit meine Zigarette an. Das nahm ihnen den Atem, das können Sie mir glauben!

Ich erklärte ihnen dann, dass ich \$100 für den Geschenk-Gutschein bezahlt hatte und dann sagte ich ihnen, auf welche Summe mein Scheck für den Monat ausgestellt war (es waren rund \$10.000,--). Ich führte weiter aus, dass ich – solange ich irgendwelches Zeug für \$100 kaufen würde – immer eine Auszahlung erhalten würde, auch wenn ich es, wie diesen

WIE BAUE ICH EINE MULTILEVEL-GELDMASCHINE?

Geschenk-Gutschein, als Zigarettenanzünder verwenden oder zum Fenster hinauswerfen sollte! Ich war überzeugt, diese Logik sei unangreifbar. Und das war sie auch.

Allerdings gab es da zwei klitzekleine Probleme.

Erstens war es illegal. Wie Sie mittlerweile wissen, wird jedes Geschäft, bei dem die Leute nur deshalb einkaufen, um eine Auszahlung zu bekommen, als Pyramidensystem betrachtet – was in den meisten Ländern der Welt illegal ist.

Zweitens macht so etwas den Wert Ihrer Produkte völlig zunichte. Die Leute betrachten die Produkte dann nur noch als ein Mittel, um möglichst schnell zu Geld zu kommen und sie benutzen sie nicht einmal. Sie bauen keine Beziehung zu ihnen auf; es kommt nicht zu der emotionalen Bindung, die für den langfristigen Erfolg so ausschlaggebend ist.

Es ist diese emotionale Bindung zu den Produkten Ihres Network-Marketing-Unternehmens, die die Menschen dazu motiviert, über sich selbst hinauszuwachsen und sie davon abhält, auf das nächstbeste verlockende Angebot überzuspringen, das ihren Weg kreuzt.

Doch damals wusste ich das alles nicht. Also verbrannte ich meinen Geschenk-Gutschein und predigte die Macht der Gewinnverheißung. Und meine Frontline-Leute duplizierten mich natürlich. Mann, da gab es tatsächlich Nichtraucher, die sich das Rauchen angewöhnten, damit sie bei ihren eigenen Geschäftspräsentationen auch Geschenk-Gutscheine verbrennen konnten!

Es klappte prima, solange wir nur fünf oder sechs Ebenen tief gingen, denn all diese Leute machten einen Umsatz von \$100 pro Kopf und Monat oder sogar mehr. Die Probleme zeigten sich auf den unteren Stufen, wo die Leute noch nicht in der Gewinnzone lagen...

Das Ende des Monats kam und ging vorüber und diese

Leute machten einfach keine Bestellung. Als die Provisions-Schecks ausgesandt wurden, bekamen sie einen Anruf von ihrem überraschten Sponsor, der wissen wollte, warum sie nichts bestellt hätten.

“Weil ich noch niemanden unter mir habe“ war die Antwort.

Im nächsten Monat bestellten diese Sponsoren wieder nichts, diesmal, weil die Leute unter ihnen nichts bestellten, weil unter ihnen keine Umsätze vorhanden waren. Der Abrieb begann an der Basis und arbeitete sich Ebene für Ebene hoch. Diese Organisation, in deren Aufbau ich mehr als ein Jahr harter Arbeit hereingesteckt hatte, sah aus, als würde sie sich innerhalb zweier Monate selbst zerstören.

Mit Müh und Not gelang es, die Blutungen zu stillen. Ich begann die Produkte wieder selbst zu nutzen und führte Produkt-Workshops und andere Aktivitäten durch, um den Wert der Produkte aufzuzeigen. Die Produkte sind wichtig. Sie müssen der treibende Katalysator für das Unternehmen sein.

Interessante Anmerkung am Rande

Später erkannte ich, dass jener MLM-„Experte“, der mich beeinflusst hatte, in Wirklichkeit nur einer der vielen Opportunisten war, denen andere Menschen egal sind. Er benutzte seine Bücher und Seminare, um Leute von anderen Organisationen abzuwerben. Er war tatsächlich in 20 bis 30 Unternehmen gleichzeitig eingetragen! Er verschob dann all die Leute in ein neues Network-Marketing-Unternehmen, was ihn innerhalb weniger Monate an die Spitze des Vergütungsplans brachte.

Alle anderen Vertriebspartner in jenem neuen Unternehmen fragten sich, wie er es geschafft hatte, seine Organisation

so schnell aufzubauen. Also kauften sie seine Bücher und Kassetten und besuchten seine Seminare, in der Hoffnung, sein Geheimnis zu erfahren. Sie wandten die Methoden an, die er in seinen Materialien lehrte, nur um festzustellen, dass sie nicht funktionierten. Es waren nur Theorien. Der Trainer hatte diese Methoden in Wirklichkeit nie selbst angewandt um eine Gruppe aufzubauen. Er baute seine Gruppen nur durch Abwerbung von Organisationen anderer Leute auf.

Sobald die Leute in seinem neuen Network-Marketing-Unternehmen erkannten, dass seine Methoden nicht funktionierten, war unser Trainer schon wieder bereit, zum nächsten Unternehmen zu wechseln. Er erklärte, seine Methoden würden nur deshalb nicht funktionierten, weil die Geschäftsgelegenheit nichts taue. Doch da kam schon gleich die gute Nachricht – glücklicherweise hatte er eben eine bessere entdeckt!

Also wechselte er zu einem anderen Unternehmen und nahm etliche Leute von dem alten mit sich. Diese große Gruppe, die er mitbrachte, schob ihn wieder einmal an die Spitze des Vergütungsplans ... und dann wiederholte sich der ganze Prozess von Neuem.

Ob Sie es glauben oder nicht, es gibt tatsächlich so viele Network-Marketing-Unternehmen, die neu beginnen oder ihre Aktivitäten einstellen, dass er das über 20 Jahre lang durchziehen konnte. Er machte Millionen mit dem Verkauf von Trainingsmaterialien und Seminaren an ahnungslose Seelen.

Daraus kann man einige Lektionen lernen. Erstens, wählen Sie ein Network-Marketing-Unternehmen, das Hand und Fuß hat und bleiben Sie dort. Gehen Sie nie davon aus, dass Andere die gleichen ethischen Vorstellungen und die gleiche Denkkraft haben wie Sie. Wenn etwas keinen Sinn ergibt oder unmoralisch wirkt, schlagen Sie das Angebot aus. Vorsicht vor Sachen, die nichts kosten. Nur der Käse ist umsonst. Die

Mausefalle kostet das Leben.

Das heißt nicht, dass Sie nichts von Experten außerhalb des Unternehmens lernen könnten. Es heißt aber, dass Sie das, was Sie dort lernen, mit Ihrer Sponsorenlinie besprechen sollten – denn die hat ein persönliches Interesse an Ihrem Erfolg.

Gut, nehmen wir an, dass alle produktbezogenen Fragen geklärt sind. Welche anderen Faktoren sind für die Auswahl des für Sie richtigen Network-Marketing-Unternehmens wichtig?

Beginnen Sie mit Ihrer Sponsorenlinie. Wählen Sie sich die Leute nach denselben Maßstäben aus wie jeden anderen Geschäftspartner.

Diese Leute werden Ihre Coachs und Ihre Unterstützer sein und Sie werden in den nächsten zwei bis vier Jahren viel Zeit mit ihnen verbringen. Danach werden Sie hoffentlich die nächsten 30 oder 40 Jahre Ihre Zeit damit verbringen, zusammen Kreuzfahrten und Urlaubsreisen zu den schönsten Plätzen der Welt zu machen.

Es ist eine weit verbreitete Meinung, dass sich ein moralischer Mensch auf jeden Fall nur bei demjenigen einschreiben wird, der ihm das erste Produkt verkauft oder ihm gegenüber als Erster den Namen des Network-Marketing-Unternehmens erwähnt hat. Das ist genauso unsinnig, als würde man einem Franchisenehmer vorschreiben seinen Laden auf dem ersten unbebauten Grundstück zu errichten, das er sieht, auch wenn es ungünstig gelegen ist. Hier handelt es sich um ein ernsthaftes Geschäft und Sie werden intelligente, fundierte Entscheidungen treffen müssen.

Es ist wichtig, dass Ihr Sponsor jemand ist, den Sie mögen, dem Sie vertrauen und mit dem Sie gerne zusammenarbeiten. Ihr Sponsor muss nicht unbedingt eine einflussreiche Persönlichkeit sein oder schon viel Geld verdienen. Die

WIE BAUE ICH EINE MULTILEVEL-GELDMASCHINE?

obigen Qualitäten sind viel wichtiger. In Fällen von schnellem Wachstum kann der beste Sponsor für Sie sogar jemand sein, der noch nicht einmal \$300 im Monat verdient!

In einer Organisation, die sich gut weiter entwickelt (und in so einer sind Sie am besten aufgehoben), ist es nicht ungewöhnlich, dass sich vier bis fünf zusätzliche Ebenen in einem einzigen Monat bilden. Diese neuen Leute haben noch nicht die Erfahrung oder die großen Einnahmen, aber sie haben die Motivation und Energie, die Vision und die Begeisterung, die man zum Aufbau einer Organisation braucht.

Allerdings sollten Sie schon sicherstellen, dass es irgendwo auf den höheren Rängen innerhalb der Organisation jemanden mit Erfahrung gibt, jemanden, der schon geschafft hat, was Sie erreichen wollen.

Wenn Sie von Kalifornien nach Hawai fliegen wollen, tun Sie es besser mit einem Piloten, der schon einmal ein Flugzeug geflogen hat und nicht nur mit Computersimulationen gespielt hat.

Suchen Sie sich eine Sponsorenlinie, die ein gut eingeführtes, schrittweise aufgebautes System hat. Das System sollte den Rekrutierungs-Prozess, Produkt-Training, Training für die ersten Schritte, Live-Veranstaltungen und Telefonkonferenzen oder Webcasts für die laufende Weiterbildung beinhalten.

Diese Informationen sollten jedem innerhalb der Organisation ausdrücklich klar und zugänglich gemacht werden. Sie sollten erklären, welche Tätigkeiten bei jedem Schritt des Rekrutierens und des Sponserns auszuführen und welche Materialien zu verwenden sind.

Das ist für Sie aus zwei Gründen wichtig:

Erstens wird dies die Zeit, die Sie für den Aufbau Ihrer Gruppe brauchen werden, stark verkürzen. Mit einem System,

das klar sagt, was zu tun ist, werden Sie keine Zeit damit verschwenden, sich zu fragen, was Sie wohl als Nächstes tun sollen, oder Strategien zu versuchen, die nicht funktionieren. Ein solches System beinhaltet nur Methoden und Techniken, die sich bewährt und die Zeiten überdauert haben.

Der zweite Grund, warum ein System für Sie so wichtig ist: Es stellt sicher, dass die Menschen, die Sie in das Geschäft einführen, in der Lage sein werden, Ihren Erfolg zu duplizieren. Deren Vorbildung und Geschäftserfahrung sind somit kein Thema mehr. Sie brauchen einfach nur dem System zu folgen, so wie Sie selbst (und Ihre Sponsorenlinie) es getan haben.

Wenn das Network-Marketing-Unternehmen, das Sie vor Augen haben, ein System hat, Ihre Sponsorenlinie sich jedoch nicht daran hält, wird Ihre Gruppe ständig unterschiedliche Botschaften erhalten und Wachstum wird sich schwierig gestalten.

Wenn das Network-Marketing-Unternehmen kein wirkliches System hat (und die meisten haben keines), doch Ihre Sponsorenlinie eines hat, können Sie recht flott zum Erfolg kommen. Die perfekte Situation liegt vor, wenn man ein Network-Marketing-Unternehmen und eine Sponsorenlinie findet, die gleichermaßen ein duplizierbares System verfolgen.

Nachdem Sie alle vorgenannten Faktoren untersucht haben, können Sie sich die spezifischen Eigenheiten des Network-Marketing-Unternehmens ansehen.

Die gängige Meinung besagt, dass man sich ein gestandenes Unternehmen aussuchen soll, eines, das mindestens fünf Jahre alt und schuldenfrei ist. Schauen wir uns das näher an.

Tatsache ist, dass die meisten Network-Marketing-Unternehmen innerhalb von zwei Jahren das Geschäft aufgeben. Es ist allerdings ebenso der Fall, dass die meisten neuen Restaurants, chemischen Reinigungen und Parkplätze mit Bedienung

auch innerhalb von zwei Jahren das Geschäft aufgeben. Das ist nun mal die Realität des Unternehmertums – 90 Prozent der neu gegründeten Unternehmen scheitern. Network Marketing ist da weder besser noch schlechter. Heißt das nun, man solle neu gegründete Unternehmen meiden? Vielleicht.

Die Wahrscheinlichkeit, dass ein neues Network-Marketing-Unternehmen pleite geht ist größer als bei einem 10 Jahre alten, gut etablierten Unternehmen. Doch neue Network-Marketing-Unternehmen haben eine besondere Lockkraft – die Chance, „von Anfang an dabei zu sein“ zieht viele Menschen an. Wenn das Unternehmen einen Gründer-Club oder ein ähnliches Programm besitzt, können Sie sich bei frühzeitigem Einstieg für sehr lukrative Bonus-Pools qualifizieren, was in späteren Jahren nicht mehr möglich sein wird.

Ein Network-Marketing-Unternehmen, das neu und noch unbekannt ist, hat ein enormes Wachstumspotenzial. Es mag mit einem größeren Risiko behaftet sein – doch gleichzeitig bietet es die entsprechende Chance auf höhere Vergütungen.

Andererseits, wenn Sie unter einem allgemein bekannten Namen auftreten, haben Sie gleich zu Anfang eine gewisse Glaubwürdigkeit und Sie werden auf weniger Skepsis treffen.

Ich habe mit etablierten Network-Marketing-Unternehmen gearbeitet und mäßigen Erfolg gehabt. Ich bin bei zwei neu startenden Unternehmen gleich am Anfang eingestiegen, sozusagen „im Erdgeschoß“, doch musste ich feststellen, dass es, bildlich gesprochen, auch einen „Keller“ gab. Ich habe mich aber auch einem Unternehmen in der Prelaunch-Phase angeschlossen, das es geschafft und mir Millionen von Dollar eingebracht hat und bei dem es mir möglich war, mir eine Spitzenposition zu sichern. Welche Option für Sie die richtige ist, hängt sehr stark von Ihrer Persönlichkeit ab.

Wenn Sie einem gewissen Maß an Risiko gegenüber

aufgeschlossen sind, könnte es schon sein, dass Sie die Herausforderungen einer brandneuen Geschäftsgelegenheit und die Chance, großes Geld zu machen, wenn Sie dem neuen Unternehmen zum Erfolg verhelfen, genießen werden. Wenn Sie eher konservativ eingestellt sind und sich größere Sicherheit wünschen, wählen Sie ein etabliertes Unternehmen. Sie werden ein geringeres Risiko eingehen und wahrscheinlich ein stabileres Wachstum erleben. Wählen Sie die Situation, die Ihrer Persönlichkeit am besten entspricht.

Kommen wir zum Thema der Schuldenfreiheit.

Die Wahrheit ist, dass die einzigen Network-Marketing-Unternehmen, die damit werben, schuldenfrei zu sein, neu gegründete Unternehmen sind, deren Kreditwürdigkeit so schlecht ist, dass sie sowieso kein Darlehen bekommen würden. Dann gibt es noch die Unternehmen, die so langsam wachsen, dass sie keine Kredite brauchen. Schließlich gibt es noch diejenigen, die Schulden haben und es nicht zugeben wollen.

So ziemlich jedes Unternehmen, das eine rapide Expansion durchmacht, wird Cashflow-Probleme erleben und eine Kreditlinie brauchen, um weiter wachsen zu können. Das gilt nicht nur im Network Marketing, sondern für jede Art von Unternehmen. Bei dem exponentiellen Wachstum, zu dem es in dieser Branche oft kommt, könnte man sogar sagen, dass Network-Marketing-Unternehmen viel mehr Grund haben, Kredite aufzunehmen, als herkömmliche Unternehmen.

In den frühen 1990-ern arbeitete ich an einem Programm, das mehr als 25.000 neue, aktive Vertriebspartner und Kunden in einem Monat einbrachte. Zwei Monate später fügten wir 40.000 neue, aktive Leute in einem Monat hinzu. Etwas später waren es 60.000 in einem Monat.

Die Anforderungen, die ein solches exponentielles Wachs-

WIE BAUE ICH EINE MULTILEVEL-GELDMASCHINE?

tum an die Muttergesellschaft stellt, sind schwindelerregend. Da müssen schnellstens neue Telefonleitungen gelegt und genügend Mitarbeiter gefunden und eingestellt werden und allein schon das Finden und Anmieten von mehr Büroraum, um der Nachfrage gerecht zu werden, ist eine monumentale Herausforderung.

Überlegen Sie mal, was notwendig ist, um mit der Herstellung der Produkte mithalten zu können. In zwei Monaten kann man keine neuen Fabriken bauen. Es kann ein Jahr dauern, um den richtigen Standort zu finden, die Pläne zu entwerfen und die Genehmigungen einzuholen. In der Praxis muss man mit der Planung einer Fabrik schon drei bis fünf Jahren eher beginnen, bevor man sie braucht. Je nach der Breite des Produktspektrums kann der Maschinenpark der Fabrik zig Millionen kosten.

Stellen Sie sich vor, 100 oder mehr neue Angestellte pro Monat hinzuzufügen, all die Telefone, Büroräume, Schreibtische, Computer, Schulungen und alles Weitere, was benötigt wird, bezahlen zu müssen und dann noch einen zweistelligen Millionenbetrag in den Bau einer Fabrik zu investieren, die Sie in den nächsten zwei oder drei Jahren noch gar nicht brauchen werden. Das ist die Herausforderung, dem sich ein schnell wachsendes Network-Marketing-Unternehmen stellen muss. Das Unternehmen, das ein solches Wachstum aus dem laufenden Geldfluss finanzieren kann, ist eines unter einer Million. Hinzu kommt das Argument, dass, wenn es dies tun würde, seine Mittel so stark gebunden wären, dass es nicht mehr schnell genug auf unerwartet auftretende Probleme reagieren könnte.

Ich hasse Schulden. Ich war viel zu lange mit ihnen beladen. Heutzutage empfehle ich meinen Leuten, für alles mit Bargeld zu bezahlen, auch für ihre Autos und sogar ihre

Haushypotheken abzuzahlen. Dennoch ist es sinnvoll, einen Kreditrahmen oder einige Kreditkarten aufrecht zu erhalten. Auch wenn Sie den Kredit nicht nutzen, ist es nützlich, ihn zur Verfügung zu haben. Dasselbe gilt für Wirtschaftsunternehmen.

Stellen Sie sich das Dilemma vor, in dem sich ein Network-Marketing-Unternehmen im Sturm und Drang eines solchen exponentiellen Wachstums befindet. Völlig schuldenfrei sein zu wollen könnte sich als sehr unvorteilhaft herausstellen. Ich habe das immer wieder miterlebt – Unternehmen, die ein so schnelles Wachstum einfach nicht verkraften konnten und kollabierten. Sogar bei einem so rasanten Wachstum reicht das einströmende Geld nicht aus, um den enormen Ausbau von Anlagen und den Geschäftsbetrieb, der dazu nötig ist, zu finanzieren.

Das heißt nicht, dass das Unternehmen keine ordentliche Kapitaldecke braucht. Ich glaube, die Zeiten, in denen man ein Network-Marketing-Unternehmen von einem Kellerraum oder dem Küchentisch aus starten konnte, sind vorbei. Heutzutage braucht man ein Startkapital von mindestens 15 Millionen Dollar, um ein solches Unternehmen zu gründen und zwar deshalb, weil das Internet die ganze Welt in greifbare Nähe rückt.

Selbst mit einem solchen Startkapital ist es wahrscheinlich, dass das Unternehmen, wenn es das Bewusstsein der „kritischen Masse“ erreicht und in die exponentielle Wachstumskurve eintritt, einen Kredit oder eine zusätzliche Geldspritze brauchen wird, um den Anforderungen an Produktion, Personal, technische Ausrüstungen und Büros gerecht zu werden.

Ein Network-Marketing-Unternehmen mit geringen Schulden und hoher Kreditwürdigkeit sieht am besten aus. Kurz gesagt, es sollte kein Thema sein, ein völlig schulden-

freies Unternehmen finden zu wollen. Was das Network-Marketing-Unternehmen selbst betrifft, halte ich vielmehr folgende Dinge für wichtig:

Tiefe des Managements

Wenn die Firmenbelegschaft aus nur fünf Personen besteht, wird es dem Network-Marketing-Unternehmen sehr schwer fallen, seinen Vertriebspartnern irgendeine Art von sinnvoller Unterstützung zu bieten. Ein vertrauenswürdiges Unternehmen sollte einen Vorstandsvorsitzenden und einen Hauptgeschäftsführer haben (wobei diese Funktionen in einer Person vereint sein können), einen kaufmännischen Leiter, einen technischen Leiter, einen Verwaltungsleiter, einen Leiter der Vertriebszentrale, einen Leiter für Datenverarbeitung, einen Leiter des Kundendienstes und einen Leiter oder stellvertretenden Vorsitzenden, der für das Marketing verantwortlich ist.

Selbst bei einem brandneuen, eben erst gegründeten Network-Marketing-Unternehmen werden einige dieser Führungskräfte schon Assistenten und Basis-Mitarbeiter benötigen.

Ich schaue mir insbesondere das Marketing-Personal des Unternehmens an. Hat es einen stellvertretenden Vorsitzenden, der für das Marketing verantwortlich ist, oder einen Landes-Marketing-Leiter? Hat das Unternehmen seine eigenen Trainer, die zu Veranstaltungen reisen und Schulungen durchführen? Gibt es Personal im Hintergrund, das diese Leute unterstützt? Wie sieht die Kundendienst-Abteilung aus?

Es ist wichtig zu wissen, ob es auf der Führungsebene des Unternehmens jemanden gibt, der eine erfolgreiche Vergangenheit im Network Marketing hat. Networking unterscheidet sich sehr stark von traditionellen Verkaufsmethoden und auch vom Direktverkauf. Wenn die Führungskräfte des

Unternehmens die Besonderheiten von Network Marketing nicht verstehen, wird es sehr schwer für sie sein, das Unternehmen zu leiten.

Bei meinen Gesprächen mit Unternehmen stellt sich immer wieder heraus, dass dies ihr größtes Problem ist. Sie haben Führungskräfte mit Erfahrung in der traditionellen Wirtschaft, die versuchen, einer Network-Marketing-Gemeinschaft Verkaufsmethoden zu lehren.

Vergütungsplan

In früheren Auflagen dieses Buches habe ich die unterschiedlichen Typen von Vergütungsplänen aufgelistet und habe ihre jeweiligen Vor- und Nachteile betrachtet. In dieser Auflage habe ich diese Informationen aus zwei Gründen weggelassen.

Erstens sind diese Informationen für den Durchschnittsmenschen, sei er ein Vertriebspartner oder ein Interessent, zu kompliziert, um lückenlos verstanden zu werden. Zweitens gibt es heutzutage so viele Pläne, die Mischungen der vier grundlegenden Varianten darstellen, dass eine Auflistung nicht mehr sinnvoll erscheint. Für den Leser ist es sinnvoller, sich stattdessen auf die Ergebnisse zu konzentrieren, die der jeweilige Plan produziert.

Man verbindet mit einem Vergütungsplan bestimmte Erwartungen.

Diese beinhalten:

- Einem neuen Vertriebspartner sollte es möglich sein, schnell etwas Startgeld verdienen;
- er sollte zwischenzeitlich ein Einkommen haben, um die Zeit zu überbrücken, während der er Erfahrungen

WIE BAUE ICH EINE MULTILEVEL-GELDMASCHINE?

- sammelt und sich Fähigkeiten aneignet;
- der Plan sollte eine Plattform für die Schaffung von passivem Einkommen darstellen;
- er sollte „sexy“ Extras wie Wettbewerbe, Reisen und Bonus-Autos bieten;
- er sollte Spitzenverkäufer mit Einkommen versorgen, die sie bei der Stange halten und vor allem;
- er sollte Menschen für das richtige Verhalten belohnen;

Hier sind die Gründe für die obigen Punkte:

Die Leute von heute sind pleite! Spareinlagen sind so niedrig wie nie zuvor und Schulden haben Rekordhöhen erreicht. Und die Leute sind ungeduldig! Die Zeiten, wo Leute weiterhin rumhängen würden, während sie \$15 pro Monat machen, sind vorüber. Die meisten Leute werden ihre Startgebühr mit der Kreditkarte bezahlen müssen und sie wollen sie möglichst schnell zurückverdienen.

Aus demselben Grund brauchen sie ein Zwischeneinkommen. Es muss nicht hoch sein. Sie müssen aber etwas verdienen, sagen wir \$300 oder \$500 pro Monat, um in das Geschäft investieren zu können, Marketing-Material zu kaufen, Veranstaltungen zu besuchen und ihre Produkte zu bezahlen. Das wird sie bei der Stange halten, bis sie all das gelernt haben, was sie wissen müssen, um die hohen Einkommen und die sonstigen Nebenleistungen zu erhalten.

Der dritte Grund ist vielleicht eine persönliche Voreingenommenheit von mir. Ich schaue immer darauf, welche Elemente des Plans zu wirklichem passiven Einkommen führen können. Ich will meine Arbeit nicht Monat für Monat wiederholen. Das ist der Grund, warum ich nicht mehr für ‚Pizza Hut‘ arbeite. Ich will die Arbeit einmal tun, sie so gut wie nur möglich tun und danach jeden Monat dafür bezahlt werden.

Und es gibt eine Menge Leute, die so denken wie ich.

Der Grund für die Extras ist, dass sie das Rekrutieren für den durchschnittlichen Vertriebspartner so viel einfacher machen. Doch den Vertriebspartnern ist das nicht immer klar...

Wenn Sie jemanden fragen, ob er lieber 3.000 Dollar oder eine Gratisreise nach Hawaii hätte, würden die meisten Leute das Geld vorziehen. Dann würden sie damit all ihre Rechnungen bezahlen und das Geld wäre innerhalb von 48 Stunden weg. Doch wenn Sie ihnen eine Reise zu einem exotischen Zielort geben, dann werden sie Fotos machen, Videos aufnehmen und die Reise noch Jahre später nacherleben. Dieses einmalige Erlebnis bleibt ein Leben lang mit Ihrem Unternehmen verbunden.

Wenn ich Network-Marketing-Unternehmen berate, schließe ich diese Art von Annehmlichkeiten immer mit ein, da sie eine sehr reale Auswirkung auf das Rekrutieren, die Erhaltung der Organisationen und die Zufriedenheit der Vertriebspartner haben.

Wenn Sie eine Kreuzfahrt oder eine andere Gratisreise gewinnen, bekommt es jeder ihrer Bekannten mit. Wenn Sie in einem neuen Auto nach Hause kommen und Ihre Nachbarn herausfinden, dass Sie es umsonst bekommen haben, wollen sie brühwarm erfahren, wie Sie das gemacht haben. Solche Extras in den Plan einzubauen kann sich daher als eine der besten Investitionen herausstellen, die Ihr Network-Marketing-Unternehmen machen kann.

Im Hinblick auf den Vergütungsplan bleiben noch zwei wichtige Punkte übrig: wie die Leute auf den verschiedenen Stufen bezahlt werden und wie sie dafür belohnt werden, dass sie sich richtig verhalten. Diese beiden Punkte stehen in gegenseitiger Beziehung zueinander.

Wir wollen in erster Linie, dass der Plan den Leuten

Anreize gibt, das Richtige zu tun. Es soll daher nicht nur darauf hinauslaufen, dass alles Geld nur aus den Boni besteht, die auf den Umsatz der Erstbestellungen zurückzuführen sind. Sie wollen ja, dass die Leute laufend Umsätze produzieren. Es ist auch sehr wichtig, dass der Plan die Führungskräfte dafür bezahlt, auch in der Tiefe ihrer Organisation zu arbeiten. Das gewährleistet, dass auch die neuen Vertriebspartner die nötige Unterstützung von erfahrenen Führungskräften erhalten.

Die wahre Kunst ist die Schaffung des richtigen Gleichgewichts zwischen der Spitze und der Basis des Vergütungsplans. Manche Pläne sind zu „kopflastig“.

Ein Beispiel sind Pläne von MLM-Unternehmen, die nur ein oder zwei Produkte haben, bei denen die Vertriebspartner jedoch hohe Umsätze (etwa zehn oder fünfzehn Tausend Dollar pro Monat) aufrecht erhalten müssen, um Differenzprovisionen auf die Führungskräfte zu erhalten, die von ihnen wegbrechen. Aufgrund der niedrigeren Durchschnitts-Volumen, die sie erzielen, werden sich 99 Prozent der Vertriebspartner niemals durchgehend qualifizieren.

Bei binären Plänen wird das dadurch deutlich, dass der Großteil der Provisionen in den „laufenden Beinen“ verdient wird und die neuen Leute fast gar nichts verdienen.

Bei den kopflastigen Plänen rollen die meisten Differenzprovisionen zu einigen wenigen Jungs oder Mädels hoch, die als Aushängeschilder fungieren, oder sie werden als „Breakage“ betrachtet, wobei das nicht ausgezahlte Geld in der Firma verbleibt. So lassen sich sechsstellige monatliche Einkommensbeträge für jene Poster-Kids in den hohen Rängen des Plans produzieren. Auf jeden dieser Großverdienen kommen jedoch Zehntausende von Vertriebspartnern, die monatlich nicht einmal genug verdienen, um ihre Familien ins Kino auszuführen. Diese großen Vorbilder können zwar

anfangs ihre Mega-Schecks vorzeigen, um künstliches Wachstum zu stimulieren, doch letztendlich werden sich die meisten Vertriebspartner anderweitig umsehen, sobald sie erkennen, dass sie wahrscheinlich nicht genug Geld verdienen werden. Es wird bei ihnen einen üblen Nachgeschmack hinterlassen und sie werden überzeugt sein, dass MLM nicht funktioniert.

Andererseits werden fußlastige Pläne auf Dauer auch nicht funktionieren. Dies sind Pläne, bei denen praktisch jeder, der sich einschreibt, mit minimaler Anstrengung hohe Gewinne machen kann. Sie sind in einer Weise gestaltet, die neue Leute überbezahlt, oft in der Hoffnung, dass Vertriebspartner von anderen MLM-Unternehmen angezogen werden und zum neuen Unternehmen überwechseln.

Das finden die Leute anfangs interessant, doch auf Dauer können die Spitzenkräfte nicht die Einkommen erreichen, die ihrem eigentlichen Wert entsprechen. Das Geld, das für Auszahlungen zur Verfügung steht, ist begrenzt. Wenn die Leute in den untersten Rängen überbezahlt werden, kommt das Geld aus den Taschen der Leute an der Spitze. Diese Leute schauen sich dann andere Pläne an und stellen fest, dass sie mit genau demselben Volumen und derselben Organisation mit einem anderen MLM-Unternehmen viel mehr Geld verdienen würden. Das führt zu einem Abgang von Führungskräften, der dem Erfolg des Unternehmens auf Dauer abträglich ist.

Einen Plan wirklich auszubalancieren ist eine Wissenschaft für sich. Jeder will, dass der beginnende Vertriebspartner so schnell wie möglich beginnt, Gewinne einzuholen, doch der Plan soll es auch ermöglichen, dass Führungskräfte hohe Einkommen erreichen und aufrecht erhalten können. Tiefe sollte in gesunder Proportion zur Breite bezahlt werden.

Ein richtig aufgebauter Plan beinhaltet alle Elemente, die nötig sind, um Wachstum zu fördern und die Leute in

WIE BAUE ICH EINE MULTILEVEL-GELDMASCHINE?

gesunder Proportion zu der Arbeit zu bezahlen, die sie tatsächlich erbracht haben.

Eine letzte Anmerkung, bevor ich mich einem anderen Thema zuwende:

Ich fürchte, wir sind manchmal ganz schön anmaßend. Wenn jemand nicht mindestens \$30.000 oder \$40.000 pro Monat hereinholt, betrachten wir ihn schon fast als Versager.

Andererseits wissen wir, dass 80 oder 90 Prozent aller Bankrotte mit lediglich \$300 oder \$400 mehr Einkommen pro Monat abgewendet werden könnten.

Ich persönlich habe Zehntausende von Vertriebspartnern in Russland, der Ukraine, Singapur, Nigeria und anderen Ländern, wo \$500 oder \$1000 pro Monat einen RIESIGEN Unterschied für den Lebensstandard der Menschen ausmachen. Angesichts des wirtschaftlichen Zusammenbruchs, der sich eben vollzieht, während ich das hier schreibe, kann man sogar sagen, dass solche bescheidenen Provisionszahlungen auch einen großen Unterschied für Millionen von Menschen in den USA, Großbritannien und anderen fortschrittlichen Ländern machen würden.

In der schwierigen Wirtschaftslage von heute bietet Network Marketing Millionen von Menschen eine Quelle der finanziellen Sicherheit. Die meisten Network-Marketing-Unternehmen zahlen zwischen 35 und 50 Prozent ihrer Verkaufsumsätze in ihre Vergütungspläne aus. Das bedeutet, dass weltweit jährlich Provisionen in Höhe von mindestens \$40 Milliarden an Vertriebspartner ausgezahlt werden.

Die meisten Menschen werden mit diesem Geschäft keine \$50.000 pro Monat verdienen. Sie sind nicht bereit, in dem dazu nötigen Maße an sich selbst und an ihrem Geschäft zu arbeiten. Doch solange der Plan sie in einer gesunden Relation zu dem, was sie tun, belohnt, ist es eine faire Sache.

Bedenken Sie, dass auch jene Provisionszahlungen von \$300 und \$400 für Lebensmittel, Schulen, Medikamente, Spenden, Autoraten und Hypotheken verwendet werden. Vergessen Sie das nie.

Was sollte man noch bedenken, wenn man ein Network-Marketing-Unternehmen auswählt?

Unterstützungsstruktur:

Welche Art von Unterstützungsstruktur ist vorhanden? Gibt das Network-Marketing-Unternehmen, das Sie in Betracht ziehen, ein monatliches Rundschreiben heraus? Enthält dieses Rundschreiben Informationen über besondere Verdienste, Produkte des Monats und Hinweise für den Geschäftsaufbau? Oder ist es nur eine Sammlung von Wunderheilungsgeschichten zu den Produkten, die möglicherweise dazu führen könnten, dass das Unternehmen von den Aufsichtsbehörden geschlossen wird?

Gibt es jährliche Zusammenkünfte, Schulungs-Programme für Führungskräfte und andere Veranstaltungen, die vom Unternehmen organisiert werden? Werden regelmäßige Telefonkonferenzen oder Webcasts angesetzt? Sind die Materialien professionell gestaltet, stellen sie die Vorteile heraus und sind sie vom Marketing-Standpunkt her wirksam? Unterhält das Unternehmen eine umfassende Webseite und gibt es die Möglichkeit, dass Sie einen Ableger von dieser Webseite haben können?

An dieser Stelle sehe ich die meisten Network-Marketing-Unternehmen abstürzen. Nicht nur die, die neu auf dem Markt sind, sondern wirklich die meisten. Wie ich immer wieder feststelle, gibt es da zwei grundlegende Probleme.

Problem Nummer Eins

Alle Materialien des Unternehmens sind rein produktbezogen – und die Geschäftsmöglichkeit wird entweder überhaupt nicht oder nur als Nachsatz erwähnt. Man sieht das häufig und zwar deshalb, weil die meisten Manager von Network-Marketing-Unternehmen die Natur des Geschäfts einfach nicht verstehen. Sie begreifen nicht das Konzept der Duplikation (obwohl das keiner von ihnen zugeben wird) und sie glauben, bei diesem Geschäft ginge es nur ums Verkaufen.

Demzufolge stellen sie tolle Produktbroschüren, Videos und Audios her und präsentieren ihren Vertriebspartnern strohdumme Plattitüden wie „Diese Produkte verkaufen sich ganz von selbst.“ Es gibt keinen Teil, der den Interessenten erklärt, wie das Geschäft funktioniert, wie Geld gemacht wird oder auch nur, um was für eine Art von Geschäft es sich handelt. Das nächste Mal, wenn Ihnen jemand sagt, dass die Produkte sich ganz von selbst verkaufen, antworten Sie am besten, „Prima, in dem Fall brauchen Sie mich ja nicht!“

Problem Nummer Zwei

Sämtliches Marketing-Material stellt die Merkmale und nicht die Vorteile dar. Der Unterschied ist:

Angaben über Ihr Unternehmen, Ihre Produkte oder Ihren Vergütungsplan sind *Merkmale*. Angaben über den Interessenten sind *Vorteile*. Interessenten kommen in Bewegung, wenn sie Vorteile sehen. Es ist mir unbegreiflich, dass 90 Prozent des Marketing-Materials, das ich sehe, so gestaltet ist, dass man die Vorteile mit der Lupe suchen muss!

Schauen Sie sich die Materialien des Unternehmens an, die Sie in Erwägung ziehen. Ist das Erste, das Sie sehen, das Firmenlogo? Ein Bild des Gründers? Fotos von den

Schornsteinen der Fabrikshalle? Sind sie gefüllt mit dummem Geplapper darüber, wie großartig sie sind, wie alt sie sind, wo ihre Vorstandsmitglieder zur Schule gegangen sind und wohin sie reisen, um die Bestandteile für die Produkte einzukaufen? Alle diese Dinge sind Merkmale und haben für Ihren Interessenten keine Bedeutung.

Ich kenne ein Network-Marketing-Unternehmen, das \$250.000 für die Produktion eines Werbefilmes ausgegeben hat, der sich völlig darauf konzentriert, die Maschinen zu zeigen, die die Kapseln herstellen, die Maschinen, die die Flaschen zustöpseln und die Maschinen, die die Flaschen in Kisten verstauen. Gibt es etwas, das für einen Interessenten noch unwichtiger sein könnte?

Stellen Sie den Interessenten in den Mittelpunkt

Marketing-Material muss sich um den Interessenten drehen, wenn es Wirkung zeigen soll. Das heißt, das Material muss sich auf die Vorteile konzentrieren, nicht auf die Merkmale.

Wenn Ihre Broschüre sagt „Wir sind ein etabliertes, elf Jahre altes Network-Marketing-Unternehmen“, dann ist das ein Merkmal. Wenn sie sagt „Ihre Zukunft ist sicher, denn wir sind ein etabliertes, elf Jahre altes Network-Marketing-Unternehmen“, dann nennt sie einen Vorteil.

Wenn Ihre Materialien behaupten „Wir haben ein Auto-Bonus-Programm“, ist das ein Merkmal. Wenn sie sagen „Sobald Sie den Gold-Rang erreichen, bekommen Sie ein Auto geschenkt“, ist es ein Vorteil.

Hier ein hilfreicher Tipp, wie Sie Merkmale von Vorteilen unterscheiden können. Wenn Sie die Wörter „Sie bekommen“ vor einen Satz stellen können, ist es wahrscheinlich ein Vorteil. Wenn Sie das nicht können, ist es wahrscheinlich keiner.

WIE BAUE ICH EINE MULTILEVEL-GELDMASCHINE?

Die Wirksamkeit der Marketing-Materialien, mit denen Sie arbeiten werden, wird einen starken Einfluss auf Ihren Erfolg haben, also werten Sie sie sorgfältig aus.

Der abschließende Faktor, der bei der Wahl eines Network-Marketing-Unternehmens berücksichtigt werden sollte, ist die Frage, wie gut das Unternehmen die grundlegenden Aufgaben erfüllt. Wenn ein Unternehmen die Produkte nicht flott verschickt oder die monatlichen Provisionen nicht pünktlich zahlt, rate ich, dass Sie sich anderweitig umsehen. Meine Erfahrung hat gezeigt: Wenn ein Unternehmen schon im frühen Stadium nicht genug Geld und sonstige Mittel hat, um seine Rechnungen zu bezahlen und Produkte auf Lager zu halten, werden sich diese Probleme noch verstärken, wenn das Unternehmen wächst.

Sogar bei den besten Network-Marketing-Unternehmen kann es gelegentlich vorkommen, dass sie bei hoher Nachfrage Probleme mit Warenbeständen haben. Lieferschwierigkeiten sind zwar unangenehm, lassen sich aber manchmal nicht vermeiden. Wenn ein Unternehmen im Allgemeinen gut geführt wird und *den überwiegenden Teil der Bestellungen* rechtzeitig erfüllt, sollte man sich einen gelegentlichen Fehlschlag nicht zu Herzen nehmen. Doch wenn das Unternehmen andauernd nicht rechtzeitig liefert oder Rechnungen und Provisionen nicht pünktlich zahlt, ist dies ein sicheres Zeichen für ernsthafte Schwierigkeiten.

Abschließende Gedanken zur Auswahl eines Network-Marketing-Unternehmens

Sie haben sicher festgestellt, dass ich immer in der Einzahl und nicht in der Mehrzahl spreche, wenn es um die Wahl eines Unternehmens geht. Ich glaube nicht, dass jemand in zwei

oder mehr Programmen gleichzeitig erfolgreich sein kann. Das ist ein großes Problem bei den sogenannten „MLM-Junkies“. Sie sind ständig an irgendwelchen verrückten Geschäften beteiligt und eines oder mehrere davon sind immer knapp davor, pleite zu gehen. Für die Junkies ist das dann immer wieder ein Beweis dafür, dass sie lieber noch ein zusätzliches Geschäft dazunehmen sollten—um ihr Risiko zu streuen und ihr Einkommen zu schützen. Sie bieten mannigfaltige komplizierte Erklärungen an, um diese Sichtweise zu stützen.

„Das Unternehmen A hat Nahrungsergänzungen – Unternehmen B hat Reinigungsmittel, also stehen sie nicht miteinander in Konkurrenz. Für beide muss man das Telefon benutzen, daher stellt das Unternehmen C – das Telekommunikationsdienste anbietet – eine perfekte Ergänzung dar. Und Unternehmen D bietet ein Auto-Bonus-Programm an – was ideal ist – weil Unternehmen E Autowachs verkauft!“

Da ist ein Denkfehler drin. Selbst bei zwei Unternehmen, deren Produkte nicht miteinander in Konkurrenz stehen, tut dies die Geschäftsgelegenheit sehr wohl!

Ein Frachisenehmer von SHELL würde sicher nicht eine ESSO-Tankstelle auf der anderen Straßenseite eröffnen. Das wäre dumm. Warum mit sich selbst konkurrieren?

Es gibt freilich Leute, die aus mehr als einem Programm Einnahmen beziehen. Meine Erfahrung zeigt jedoch, dass – sofern es sich um hohe Einnahmen handelt – diese Person sich diese Einnahmequelle geschaffen hat, während sie eine gewisse Zeit lang ausschließlich an einem dieser Programme arbeitete. Mit anderen Worten, sie hat sich ein Geschäft aufgebaut und hat sich dann zur Ruhe gesetzt. Zu einem späteren Zeitpunkt hat sie sich einem anderen Unternehmen angeschlossen und hat für dieses ein Netz aufgebaut, wobei sie ihre Vertriebspartner aus der ersten Organisation unbehelligt ließ.

WIE BAUE ICH EINE MULTILEVEL-GELDMASCHINE?

Wenn man sich ein Ferienhaus bauen will, ist es nicht klug, dafür die Bretter von seinem Eigenheim zu verwenden!

An mehr als einem Programm gleichzeitig zu arbeiten, kann verführerisch aussehen. Rabatte auf all diese Produkte! All die eingehenden Provisionen. All die verschiedenen Autos, Reisen und anderen Preise, die es zu gewinnen gibt...

In Wirklichkeit klappt das nie. Das System jedes Network-Marketing-Unternehmens steht im Widerspruch zu dem der anderen. Es gibt so viele Materialien zu kaufen, Veranstaltungen zu besuchen und Trainingssysteme zu lernen, dass Ihre Vertriebspartner völlig verwirrt sein werden. Sie werden in Untätigkeit erstarren.

Nehmen Sie sich die nötige Zeit, um das für Sie richtige Programm auszuwählen – und dann geben Sie ihm alles, was Sie haben. Exklusiv.

Das gesamte Buch erhalten Sie bei:



www.mlm-training.com

Life Success Media GmbH
6020 Innsbruck, Austria
info@mlm-training.com