

Über Network Marketing

Serie aus der Branchen-Fachzeitung „Network-Karriere“ 2005
www.network-karriere.com

Der Umgang mit Totschlagargumenten und Pauschalierungen:

Diskussionen bestehen in der Regel aus Argumenten und Gegenargumenten. Es findet ein Meinungs austausch statt, bei dem Andersdenkende sachlich vom eigenen Standpunkt überzeugt werden sollen. Gehen einer Seite die Argumente aus, dienen oftmals so genannte „Totschlagargumente“ als letzte Rettung. Inhaltlich substanzlos, sind sie dazu in der Lage, jede weitere Diskussion im wahrsten Sinne des Wortes totzuschlagen. Networker erleben das häufig, wenn sie erbitterten MLM-Gegnern gegenüberstehen.

Diese Serie enthält viele hilfreiche Tipps für solche Gesprächs-Situationen!

Es gibt wohl keine andere Form der Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen, die so stark polarisiert wie der Direktvertrieb und hierbei insbesondere dessen Network- oder Multi-Level-Marketing-Variante. Was teilweise an Pauschalierung, Halbwissen und Unwahrheit – ob nun bewusst oder unbewusst – im Bezug auf diesen Vertriebszweig in den Raum gestellt wird, „geht auf keine Kuhhaut“.

Um mit Totschlagargumenten richtig umgehen zu können, sollten Sie in der Lage sein, diese Vertriebsform nüchtern und emotionslos als das darstellen zu können, was sie wirklich ist:

Network-Marketing, auch Multi-Level-Marketing oder Strukturvertrieb genannt, ist eine Form des Direktvertriebs. Wie im traditionellen Direktvertrieb geht es darum, Produkte und/oder Dienstleistungen unter Umgehung des Groß- und Einzelhandels an Endverbraucher zu vermarkten. Dabei nutzen die Unternehmen eine Vertriebsorganisation, die aus lauter Einzelpersonen besteht. Diese sind auf selbständiger Basis tätig. Die gebräuchlichsten Bezeichnungen für diese Einzelunternehmer sind: unabhängiger Berater, Distributor, Repräsentant, Vertriebspartner. Mit Unterzeichnung eines Antrages erwirbt man das Recht auf Umsetzung des vom jeweiligen Unternehmen angebotenen Geschäftsmodells. Die verschiedenen Konzepte sind an das Franchise angelehnt.

Mini-Franchise

Oft wird deshalb im Zusammenhang mit MLM auch von einer Art Mini-Franchise gesprochen: Die Firma liefert dem Antragsunterzeichner ein bereits erprobtes Erfolgsmodell, das er nur eins zu eins umzusetzen braucht. Das Geschäft bietet drei beliebig miteinander kombinierbare Möglichkeiten: 1. als reiner Verbraucher zu Großhandelspreisen einzukaufen, 2. zusätzlich an Endverbraucher zu Einzelhandelspreisen zu verkaufen und mit der erzielten Handelsspanne ein Zweiteinkommen zu generieren und 3. als Teil des gesamten Vertriebsnetzwerks eine eigene Vertriebsorganisation aufzubauen, in dem man weitere Personen für die Geschäftsgelegenheit gewinnt und an deren Umsätzen gemäß des jeweiligen Vergütungsplanes prozentual verprovisioniert wird. Jede der drei Optionen ist ein „Kann“ und kein „Muss“

Erfolg oder Misserfolg?

Darüber hinaus ist Network-Marketing immer genau das, was jeder Einzelne im Ergebnis für sich daraus macht: Erfolg oder Misserfolg liegen ausschließlich in der Verantwortung jeder einzelnen Person selbst. Viele Totschlagargumente gegen diese Industrie kommen von Menschen, die selbst irgendwann einmal in ihr gescheitert sind. Daneben neigen viele Personen dazu, etwas, das sie nicht verstehen, erst einmal zu verteufeln. Oft sind es auch knallharte wirtschaftliche Interessen. In den USA gräbt die Branche dem Einzelhandel Jahr für Jahr ein Prozent Umsatz ab, und auch in Deutschland wird Network-Marketing ein immer bedeutenderer Wirtschaftsfaktor. Inzwischen entdecken mehr und mehr Investoren das Network, weil sich hier wesentlich höhere Renditen erzielen lassen als im traditionellen Vertrieb. Diese Zusammenhänge sollten Sie verstehen, wenn Sie mit negativer Argumentation konfrontiert werden.

Schneeballsystem

Die Bandbreite der Totschlagargumente umfasst „Schneeballsystem“, „Sekte/Gehirnwäsche“, „Vermeiden Sie alles, bei dem Sie in Vorkasse gehen müssen“, „Die unten arbeiten und die oben verdienen“, „Ein seriöses Unternehmen bezahlt sie für Ihre Arbeit und lässt Sie nicht teuer bezahlen, um arbeiten zu können“, „Geschäfte im privaten Umfeld sind sozialschädlich“ ... Sie finden sich zum Beispiel auf den Homepages von Verbraucherzentralen und Gegnern dieser Branche. Jeder Networker bekommt sie zudem von Freunden, Verwandten und Bekannten zu hören. Sie sind sozusagen Geschäftsalltag. Es gibt nur einen sicheren Weg, ihnen aus dem Weg zu gehen: Lassen Sie die Finger vom Geschäft!

Ansonsten kann es nur heißen, freundlich und sachlich Paroli zu bieten und einen Teil Ihrer Provision sozusagen als „Schmerzensgeld“ zu verbuchen.

„Vermeiden Sie alles, bei dem Sie in Vorkasse gehen müssen“, sei hier beispielhaft behandelt. Ein Rat, der so oder so ähnlich von Verbraucherschützern kommt. Als Networker sind Sie aber kein Verbraucher, sondern Gewerbetreibender. Sie gehen demnach nicht in Vorkasse, sondern Sie tun das, was jeder Unternehmer tut: Sie investieren in Ihr Geschäft, auch wenn es im Direktvertrieb verglichen zu herkömmlichen Selbständigkeiten lediglich um Beträge geht, die man getrost als „Peanuts“ bezeichnen kann. Dazu sind solche betriebsbedingten Ausgaben steuerlich gewinnmindernd abzugsfähig. Tatsächlich richtet sich dieser Rat der Verbraucherschützer aber an Menschen, die unternehmerisch tätig werden wollen. Seine Befolgung hätte in letzter Konsequenz das Aussterben des freien Unternehmertums zur Folge. In Vorkasse gehen Sie als Verbraucher, wenn Sie zum Beispiel eine Anzahlung auf bestellte Möbel leisten oder etwas bei ebay kaufen.

Totschlagargumente sollen oft Diskussionen abwürgen und Menschen mit anderer Meinung mundtot machen. Bei einer Branche, die so stark polarisiert wie das Network-Marketing, gehören sie zum Geschäftsalltag. Es wäre müßig, jeden Gegner dieser Vertriebsform quasi vom Saulus zum Paulus bekehren zu wollen. Der richtige Umgang mit Totschlagargumenten kann auch darin bestehen, das Feld zu räumen und sich nicht von seinen Zielen abbringen zu lassen. Wichtig ist, zu wissen, was dahinter steckt, wenn Angriffe teilweise ins Persönliche gehen und quasi einer Diffamierung gleichkommen.

Gehirnwäsche?

Der Mensch ist ein Gewohnheitstier, heißt es so schön. Und obwohl unsere Welt sich in einem permanenten und immer schnelleren Wandel befindet, haben viele Menschen vor nichts soviel Angst wie vor Veränderung. Sie haben ihre Komfortzone gefunden, das Gehalt reicht mehr schlecht als recht, um den Lebensunterhalt zu sichern. Gleich und gleich gesellt sich gern, und so geht es Freunden und Bekannten solcher Menschen meist ähnlich. Wirklich größere Unterschiede, den sozialen Status betreffend, gibt es in solch einem Umfeld in der Regel nicht. Auch wenn die meisten Menschen dies nicht wahrhaben wollen: Auf Dauer prägen das monatliche Einkommen und die damit verbundenen Möglichkeiten jeden Einzelnen stark. Wenn Sie also plötzlich durch Ihre Tätigkeit im MLM das Doppelte, Dreifache oder noch mehr an Einkommen zur Verfügung haben wie der Rest Ihres Umfeldes, trifft dies auf Misstrauen. Die damit einhergehende unvermeidliche Veränderung Ihrer Persönlichkeit wird für viele Ihrer Bezugspersonen nur schwer oder gar nicht nachvollziehbar sein.

Keine Verteidigung

Und wenn Sie dann noch begeistert darüber sprechen, wie positiv Ihr Leben durch dieses Geschäft verändert wurde, können Sie durchaus mit dem Vorwurf der Gehirnwäsche konfrontiert werden. Verteidigung oder Rechtfertigung sind hier nicht angebracht. Reagieren Sie verständnisvoll, selbst wenn man Sie als verrückt bezeichnet, denn Sie haben sich und Ihren Standpunkt verrückt. Ihr Umfeld kann nicht anders. Dass Sie mit ehrlicher Arbeit plötzlich ein Vielfaches verdienen, übersteigt das Vorstellungsvermögen der Menschen, die Sie bisher anders kannten. Natürlich ist der Begriff der Gehirnwäsche negativ behaftet und in solch einem Fall auch so gemeint. Auf der anderen Seite unterscheidet sich unternehmerisches Denken schon stark von dem eines abhängig Beschäftigten.

Ziehen wir einfach einen Computer zum Vergleich heran. Ihr Gehirn entspricht dem Prozessor, auch CPU genannt. Ihre grundlegenden Charakterzüge werden durch das BIOS definiert. Hier findet sich alles, für das Sie stehen – Ihre Werte, Ihr Glauben und Ihre Integrität. Den Unterschied, hier die Veränderung Ihrer Persönlichkeit, die von Ihrem Umfeld unter Umständen negativ gesehen wird, macht das Betriebssystem.

Unternehmermentalität

CPU und BIOS bleiben die gleichen. Die neue Software, die Sie auf Selbständigkeit, Ihre Ziele und Erfolg programmiert hat, holt mehr Leistung aus der CPU, ohne dabei Ihren Charakter grundsätzlich zu beeinflussen. Zumindest sollte es so sein. Wenn Sie im herkömmlichen Berufsleben nicht über Leichen gegangen sind, müssen Sie damit nicht anfangen, nur weil Sie jetzt Unternehmer sind. Wenn Sie also wieder einmal mit dem Vorwurf der Gehirnwäsche konfrontiert werden, fragen Sie Ihr Gegenüber höflich aber bestimmt, ob sie/er nicht auch der Meinung ist, dass ein Selbständiger ganz einfach anders denken und handeln muss als ein Arbeitnehmer. Das sollte normalerweise reichen. Weitergehende Diskussionen, sich zu verteidigen oder Rechtfertigung sind hier fehl am Platz.

Schneeballsystem?

Ein immer wieder gern herangezogenes Totschlagargument lautet „Schneeballsystem“. In rund 50 Prozent aller Fälle wird es wider besseren Wissens genutzt, um eine ganze Branche zu verunglimpfen. Ansonsten geschieht dies oft aus Unkenntnis und nicht böswillig. Scherzhaft könnten Sie entgegnen, dass Schneeballsysteme nur im Winter bei Temperaturen unter Null funktionieren und Sie Ihr Geschäft das ganze Jahr betreiben. Danach sollten Sie diesen Vorwurf durch sachliche Argumente entkräften.

Pyramidale Struktur

Illegale Schneeballsysteme und MLM sind auf Grund der pyramidalen Struktur der Vertriebsorganisation für den Laien leicht miteinander zu verwechseln. Genauso einfach ist es aber auch, sie voneinander zu unterscheiden. Bei einem Schneeballsystem wie zum Beispiel einem Geldkettenbrief ist es zwingend notwendig, Neueinsteiger zu finden. Sie zahlen Betrag X, und nur wenn Sie eine bestimmte Anzahl weiterer Teilnehmer finden, die den gleichen Betrag zahlen, erleiden Sie keinen finanziellen Verlust. Klar, dass je nach der erforderlichen Anzahl weiterer Neueinsteiger – nehmen wir mal fünf –, ab einer bestimmten Ebene – hier dann Ebene zwölf –, ganz Deutschland mitmachen muss, damit bis zum vorletzten Level kein Einsatz verloren geht. Marketingplan Im Network-Marketing schreiben Ihnen die Vergütungspläne ebenfalls eine bestimmte Anzahl zu eröffnender Vertriebslinien vor, wenn Sie bestimmte Positionen erreichen wollen. Trotzdem kann hier von einem Zwang keine Rede sein. Der Marketingplan Ihres Unternehmens ist nichts als das Versprechen, eine bestimmte Leistung entsprechend zu honorieren. Sie können sich auch auf den reinen Produktverkauf beschränken und so ein Nebeneinkommen erzielen. Genau hier wird der Unterschied deutlich sichtbar. In der pyramidalen Vertriebsorganisation eines MLM-Unternehmens wird auch dann Geld verdient, wenn keine neuen Berater gewonnen werden. Das Bestandskundengeschäft sorgt für ständig wiederkehrenden Umsatz. Die Richtung des Geldflusses ist entscheidend. In einem Schneeballsystem fließt Geld von unten nach oben, also vertikal, und fast nie gibt es einen Gegenwert für die eingezahlte Summe. Im Network-Marketing fließen Produkte horizontal durch die Vertriebspyramide zu den Kunden. Die Berater kaufen bis auf Mengenrabatte zu gleichen Konditionen beim Unternehmen ein und verkaufen wie ein Einzelhändler.

Geldfluss

Das Geld fließt in umgekehrter Richtung ebenfalls horizontal vom Verbraucher über die Distributoren in die Firma. Im Schneeballsystem werden Kopfprämien für neue Teilnehmer gezahlt, im MLM wird lediglich getätigter Produktumsatz gemäß dem Marketingplan verprovisioniert.

Auf Provisionsbasis

„Ein seriöses Unternehmen bezahlt Sie für Ihre Arbeit.“ Diese Aussage ist einer der Klassiker, wenn es darum geht, auf die Direktvertriebsbranche zu schießen. Auf den ersten Hinhörer klingt das recht plausibel und unverfänglich. Tatsächlich ist eine solche Äußerung ein Angriff auf sämtliche Branchen, die im Vertrieb ihrer Produkte und Dienstleistungen selbständige Handelsvertreter einsetzen. Bausparkassen, Versicherungskonzerne, produzierende Industrie, Importeure von Produkten aller Art – überall werden Sie auf selbständige Handelsvertreter treffen, die auf Provisionsbasis Geschäfte vermitteln. Ist beispielsweise ein Vertrieb für Musikinstrumente, der sein Sortiment an den Fachhandel verkauft und sich dabei freier Handelsreisender bedient, unseriös?

Im Direktvertrieb geht es nicht um eine sozialversicherungspflichtige Beschäftigung, bei der Arbeit (oft gleich Zeiteinsatz) durch Stundenlohn oder Monatsgehalt vergütet wird. Unseriös wäre es, dies Interessenten bei deren Kontaktaufnahme vorzugaukeln, um später – während einer Geschäftspräsentation, die mehr durch Euphorie als durch Fakten glänzt - die sprichwörtliche „Katze aus dem Sack zu lassen“.

Klassischer Direktvertrieb und Network-Marketing bedeuten unternehmerische Tätigkeit. Deswegen wird man Sie nicht für Ihre Arbeit oder Ihren Zeiteinsatz bezahlen, sondern für die Ergebnisse, die Sie erzielen. Dies haben Sie mit allen Selbständigen rund um den Globus gemeinsam. Je besser Ihre Resultate, desto höher wird Ihr Einkommen sein. Im Gegensatz zu einem Arbeiter oder Angestellten werden Sie für „Ihr Unternehmen“ niemals ein Kostenfaktor sein. Ihre Ergebnisse tragen zum Gesamtergebnis der Firma bei, deren Geschäftsmodell Sie umsetzen. Deswegen wird man Sie gerne sehr gut bezahlen. Auf Provisionsbasis zu arbeiten ist also weder ungewöhnlich noch unseriös. Im Gegenteil, es ist etwas völlig Alltägliches – sozusagen ein Stück Geschäftskultur.

Alles Sekte, oder was? Ein anderes, bei Gegnern dieser Vertriebsform beliebtes Geschütz ist der Vorwurf, es handele sich um eine Sekte oder Psychogruppe. Zugegeben, Network-Marketing ist ein Geschäft von Mensch zu Mensch. So ist es nur logisch, dass Emotionen in diesem Business eine große Rolle spielen. Personen, die im herkömmlichen Berufsleben keine wirkliche Chance haben, Karriere zu machen, können durch Fleiß und Ausdauer zu Topführungskräften mit dem entsprechenden Einkommen werden. Dass diese Menschen dann besonders begeistert über die Geschäftsidee sprechen, deren Umsetzung ihnen zu wirklichem Wohlstand verholfen hat, ist eine Form von Dankbarkeit. Wer selbst seit Jahren mit dem eigenen Arbeitsplatz unzufrieden ist, kann solch ein Verhalten nur sehr schwer oder gar nicht nachvollziehen.

Szenenwechsel

Machen wir einfach mal einen Szenewechsel. Es ist Samstag, 30. Oktober, 15:25 Uhr. Rund 54.000 Zuschauer im bis auf den letzten Platz ausverkauften Borussia-Park in Mönchengladbach warten auf den Beginn des Bundesligaspiels Borussia Mönchengladbach – FC Bayern München. Über die Lautsprecher dröhnt die Gladbacher Hymne: „Und wir schwören Stein und Bein auf die Elf vom Niederrhein“. Bis auf die Fans des FC Bayern klatschen alle Zuschauer vom VIP bis zum Fan auf der Stehtribüne begeistert im Rhythmus mit.

Am gleichen Tag in einem Tagungshotel irgendwo in Deutschland. 500 Menschen füllen den Saal, in dem eine Schulung eines Network-Marketing-Unternehmens stattfindet. Noch fünf Minuten und der Gastgeber wird auf die Bühne kommen und den ersten Sprecher ankündigen. Über die Lautsprecheranlage läuft das Lied des Unternehmens – hier „Simply the best“ von Tina Turner. Der Titel wurde gewählt, weil er dem Anspruch der Firma und deren Vertriebspartner an sich selbst am besten gerecht wird. Die Distributoren kommen in Stimmung und klatschen ebenfalls begeistert mit.

Tollhaus:

Gegen 17:20 Uhr ist das Spiel im Borussia-Park aus. Das Stadion gleicht einem Tollhaus. Der große FC Bayern wurde 2:0 geschlagen. Die Heimmannschaft bekommt Standing Ovationen. Teilweise stehen die Leute auf den Sitzschalen. Rhythmisches Klatschen und die Welle wechseln einander ab. Mehr als 50.000 Menschen feiern begeistert die Leistung der elf Topverdiener auf dem Rasen. Die meisten anwesenden Fans dürfen sich glücklich schätzen, wenn sie auf fünf Prozent des Jahreseinkommens eines der Mönchengladbacher Kicker kommen.

Kehren wir zur gleichen Uhrzeit in das Tagungshotel zurück. Das Seminar war ein voller Erfolg. Es gab viele Ehrungen für Distributoren, die eine höhere Position im Vergütungsplan erreicht haben. Die Sprecherparts waren top. Viel Know-how wurde vermittelt. Die neuen Berater wissen jetzt, was möglich ist und verfügen über das nötige Rüstzeug. Alle Anwesenden haben etwas, um das sie mehrere Millionen Menschen in Deutschland beneiden – eine Perspektive. Auf der Bühne stehen die Sprecher und alle ausgezeichneten Repräsentanten. Als Abspann hört man das Firmenlied. Ein Vertrieb feiert sich und die eigene Leistung, und alle klatschen begeistert mit.

Der eigene Erfolg

An Hand dieser Gegenüberstellung dürfte jedem denkenden Menschen klar werden, dass der Vorwurf MLM gleich Sekte vollkommen absurd ist. Es wird als Normalität akzeptiert, dass sich Saison für Saison rund zehn Millionen Zuschauer an der Leistung von klickenden Einkommensmillionären erfreuen oder auch an ihr verzweifeln. Genauso normal ist es, wenn sich Menschen an ihrer eigenen Leistung erfreuen. Im Grunde genommen macht die Freude über den eigenen Erfolg doch wesentlich mehr Sinn.

Spätestens am Montag ist das 2:0 vom Samstag Schnee von gestern, und die eigene Realität wird wieder allgegenwärtig - immer noch der gleiche Arbeitsplatz oder gar arbeitslos und das gleiche, zu niedrige Einkommen. Die Auszeichnung für die nächsthöhere Stufe im Marketingplan geht einher mit einer positiven und nachhaltigen Veränderung der eigenen Lebenssituation. Die Tätigkeit macht Spaß, und das Einkommen steigt. Wenn das kein Grund ist, voller Begeisterung aus sich herauszugehen, was dann?

Eine Information von FOREVERMED | www.forever-med.com