

## Das Geheimnis des Multilevel Marketing

**E**rst wurde es kritisiert, dann belächelt und schließlich beneidet. Ist das nicht die ewige Geschichte jeder erfolgreichen Idee? So muss auch das Vertriebssystem des Network Marketing (identische Begriffe: Multilevel Marketing oder Strukturvertrieb) diesen Canossagang durchlaufen.

Die Vertriebsmaschine des 21. Jahrhunderts kommt aus Amerika und tut sich in Europa erst mal schwer. Obwohl deutsche leistungsorientierte Vertriebsmanager sie mit offenen Armen begrüßen, ist sie bei alt eingessene Unternehmen noch gefürchtet. Ihnen geht alles zu schnell. Auch sind die Kontrollmöglichkeiten schwer. Wie arbeitet ein Vertrieb, wenn er so schnell wächst? Ist dann eine Beratung gewährleistet? Was ist mit dem Kundenservice, werden dann die Kunden alleine gelassen? Was ist mit den Mitarbeitern, wenn Sie aussteigen? Alle diese Fragen, die zunächst nicht beantwortet und bearbeitet wurden, haben einen Schatten auf das neue Vertriebssystem geworfen. Dabei sind es Punkte, die mit einer guten Logistik schnell behoben werden können. Trotzdem stellt sich die Frage: Warum tragen die neuen MLM-Mitarbeiter diese Euphorie in sich, wenn sie sich mit diesem Vertriebssystem auseinandersetzen? Was begeistert die Massen so?

Wahrscheinlich ist es der Mix aus Geschwindigkeit und Einfachheit des MLM nach dem Motto: „Vom Tellerwäscher zum Millionär“. Das Schlimme oder das Schöne ist, dass es auch funktioniert. Vielleicht nicht bei jedem, aber eine Utopie ist es definitiv nicht. Die Erfolge vieler Mitarbeiter und Großkonzerne sowie die Karrierechancen sprechen dagegen. Viele Experten

sind sich auch einig, dass es die Vertriebsmaschine des 21. Jahrhunderts ist. Die große Veränderung unseres Jahrhunderts ist die Geschwindigkeit. Das Internet verbreitet Nachrichten in Sekundenschnelle überall auf der Welt. Eine Globusvernetzung in jedem Bereich. So dreht sich das Rad der Wirtschaft zehn mal schneller. Entfernungen spielen keine Rolle mehr, Briefe sind zu langsam und Konferenzen werden per Telefon gemacht. Einkäufe finden von Zuhause statt und das gegenseitige Kennenlernen beginnt im Internet. Zeit sparen ist die neue Devise, das elfte Gebot. Denn Zeit ist Geld! In solch einer Konsumgesellschaft, in der wir leben, besitzt Geld nun mal Priorität.

Was hat das mit Multilevel Marketing zu tun? MLM ist und bleibt die schnellste Vertriebsform. Der Kunde wird Verkäufer und dann Vertriebsleiter. Er identifiziert sich zu 100 Prozent mit seinem Produkt. Er ist überzeugt und nutzt seinen eigenen Empfehlungskreis. In seiner Begeisterung zieht er andere in seinem Bann und sie schlagen die gleiche Laufbahn ein. Es ist kein Additions-, sondern ein Multiplikationsverfahren. Wenn die Produkte einfach sind, ist auch die Vertriebsgeschwindigkeit schneller. Sind die Produkte komplizierter, müssen Schulungen und höhere Kontrollsysteme stattfinden. Doch das Prinzip bleibt das gleiche. Was ist daran falsch? Diese Verkaufsmethoden sind uralte. Früher stellte man in seinem Betrieb erst mal Leute aus der Familie ein, bevor man sich für einen Fremden entschied. Ist ein Produkt gut, empfehlen wir es immer weiter. Wie oft kommt die Frage „weißt Du, wo man gut ...“. Dass man zu seiner Empfehlung steht, ist

selbstverständlich. Die Konstruktion MLM ist ein Haus aus alt bewährten Vertriebstraditionen. Auch dass man an seinen Mitarbeitern eine Umsatzbeteiligung verdient, weil man sich um sie kümmert und sie ausbildet, ist normal. Ist es der Neid oder die Angst, wovor die traditionellen Verkäufer Angst haben? Sicherlich musste im Finanzbereich der Strukturvertrieb wachsen und einige Erfahrungen waren dringend notwendig, um die Seriosität und die Qualität der Beratung zu bewahren. Ideen oder Erfindungen brauchen eine Probezeit. Viele große Unternehmen wie Amway oder Tupperware haben schon lange bewiesen, dass diese Vertriebsform unumgänglich ist.

Einige verwechseln MLM mit Pilotenspielen oder Drückerkolonnen. Das sind die Vorurteile, die oft entstehen, wenn Menschen etwas nicht verstehen oder sich nicht vorstellen können. Dann urteilen sie „davor“, bevor sie wissen, worum es eigentlich geht. Sicherlich spielt es auch eine Rolle, dass in unseren Köpfen das schnelle, große Geld an sich etwas Unseriöses bedeutet. Doch die Ergebnisse sprechen dafür, dass wir den Fortschritt unserer Zeit nicht bremsen können. Es ist nicht abzuspüren, dass der Strukturvertrieb noch die eine oder andere Lücke bei einigen Produkten offenbart.

Doch der Grundgedanke des MLM ist unumstritten der lukrativste für Unternehmen und Unternehmer. Nichts ist neu erfunden worden, man hat höchstens die konzentrierte Vertriebsessenz der letzten 3000 Jahre gebündelt und in einem Netzwerk koordiniert. Sollte man MLM vereinfachen, sind die Strukturen die einer Familie. Aus dem Grunde wäre es vielleicht an der Zeit, sich mit dieser Vertriebsform auseinander zu setzen, denn Zeit ist nicht nur Geld, sondern Ihr Leben. □

Juliette B. Bartels