

Umsatz machen im Wohnzimmer

Die Idee ist bestechend einfach. Sie empfehlen Waren und Produkte, von denen Sie überzeugt sind, an andere weiter. Ein neues Handy vielleicht, einen Staubsauger, Kosmetik oder Haushaltsgeräte. Der Kunde fragt, probiert und lässt sich beraten. Ganz in Ruhe in seinem Wohnzimmer. Haben Sie Erfolg und der Kunde kauft etwas, beteiligt Sie der Hersteller an seinem zusätzlichen Umsatz. So funktioniert Direktvertrieb. Und wenn es gut läuft, können alle Beteiligten gewinnen: Die Firmen bekommen die beste Werbung, die es für ein Produkt geben kann: persönliche Empfehlungen. Dafür sparen sie sich angestellte Verkäufer, Ladengeschäfte

Multi-Level-Marketing, Network-Marketing und Direktvertrieb boomen: Etwa 3,3 Millionen Menschen in Deutschland sind als Handelsvertreter selbstständig und verkaufen Produkte beim Kunden zu Hause. Doch die Branche leidet unter ihrem zweifelhaften Image. Lesen Sie, worauf es ankommt, wenn man sich in diesem Bereich selbstständig machen will.

Autorin: Karin Leppin Illustration: Biniakov Konstanz

und Fernsehspots. Die Kunden sparen sich den Weg ins Geschäft. Und Sie arbeiten selbstständig und verdienen mit Ihren Empfehlungen Geld ohne selbst etwas zu investieren.

Schätzungsweise 3,3 Millionen Menschen in Deutschland verdienen

so nebenbei oder mit vollem Einsatz Geld. Die Branche boomt und regelmäßig werden neue Mitarbeiter gesucht. Das klingt nach der perfekten Chance für den Schritt in die Selbstständigkeit und wird von vielen Firmen auch genau so beworben:

Glossar: Die Sprache der Branche

Direktvertrieb: Waren oder Dienstleistungen werden persönlich in der Wohnung oder in wohnungsnaher Umgebung des Kunden verkauft.

Multi-Level-Marketing (MLM): Sonderform des Direktvertriebs. Berater können sowohl über den Verkauf der Produkte (also ihren eigenen Umsatz) als auch über das Werben neuer Berater Geld verdienen und in der Hierarchie aufsteigen. Ein „neuer“ Berater steht zunächst immer auf einem Level unterhalb des Beraters (Sponsors), der ihn angeworben hat. Berater auf höheren Levels profitieren von den Verkaufserfolgen der Berater, die sie angeworben haben. Analog: Network-Marketing, Networking, Empfehlungsmarketing.

Schneeball-Systeme/Pyramiden-Systeme: Hierbei handelt es sich nach §16 Abs. 2 UWG (von 2004) um Fälle „strafbarer Werbung“, also um eine rechtlich nicht zulässige Version des Networking. Dabei geht es nicht mehr um das Vertrieben eines Produktes, sondern um besondere Vorteile für einen Teilnehmer, allein durch die Tatsache, dass er neue Partner gewinnt. Im Networking sind deshalb „Kopfprämien“ für neu geworbene Mitglieder unzulässig. Auch dürfen Verbraucher nicht dazu gedrängt oder per Werbung überzeugt werden, mehr als für den eigenen Bedarf einzukaufen, in der Hoffnung, diese Waren weiter zu verkaufen. Die Werbung von Verbrauchern als Handelsvertreter ist jedoch nicht strafbar.

Sponsor: Ein Berater wird „Sponsor“, wenn er einen neuen Berater für das Geschäft wirbt. Ein Sponsor betreut die „gesponserten“ (untergeordneten) Berater.

Downline: Die Downline besteht aus allen Beratern, die jemand geworben und gesponsert hat sowie aus den Beratern, die von denen gesponsert wurden usw. Es ergibt sich eine pyramidenartige Struktur unterhalb des ursprünglichen Beraters.

Warmer Markt: Vertrieb an Bekannte und Freunde. Aufbau einer Vertriebsorganisation im Bekanntenkreis.

Kalter Markt: Vertrieb an unbekannte Kunden.