

# NETWORK-KARRIERE

EUROPAS GRÖSSTE WIRTSCHAFTSZEITUNG FÜR DEN DIREKTVERTRIEB

Initiative 20  
Nebentätigkeit 24 | *mach es einfach!*



ZKZ 66685

PM-International ist bereit für die Zukunft:  
ÜBER 80 MILLIONEN EURO FÜR  
WACHSTUM UND DIGITALISIERUNG

Über 3.300 TOP-Führungskräfte aus  
45 Ländern in Berlin am 7. und 8. Juni beim  
jährlichen World Management Congress.

**Dr. Peter J.E. Verdegem**  
Direktvertrieb begeistert die  
Young Generation



**Markus Hofmann**  
Warum Veränderung so hart  
sein kann



**Prof. Dr. Michael Zacharias**  
Network-Marketing:  
80% Probierer, 20% Macher



**Katja Porsch**  
Aber ich weiß doch,  
wer schuld ist





## DIREKTVERTRIEB BEGEISTERT DIE YOUNG GENERATION

In der sich ständig weiterentwickelnden Welt des Direktvertriebs ist die laufende Generierung neuer Talente das Lebenselixier, das die Branche am Leben erhält. Doch bei einer Reihe Firmen zeichnet es sich ab, dass die Reihen der älteren, erfahrenen Vertriebspartner lichter werden. Aus der Mittelschicht kommt zu wenig nach und die Young Generation ist bisher im Direktvertrieb noch nicht als geballte Ladung angekommen. Obwohl gerade der Direktvertrieb für die junge Generation die ideale Startrampe ins Geschäftsleben wäre. Du kannst wann und wo arbeiten, wie du möchtest! Dein Geschäft ist immer und überall!

Warum fällt es uns schwer, die jüngere Generation zu gewinnen? Die Antwort liegt in der Notwendigkeit, unser Angebot anzupassen - sowohl in finanzieller Hinsicht als auch in der Art und Weise, wie wir über unsere Möglichkeiten sprechen und unsere Ressourcen anbieten. Um bei jüngeren Menschen Anklang zu finden, müssen wir lernen, ihre Sprache zu sprechen und ihre einzigartigen Motivationen und Werte zu verstehen. Jüngste Erkenntnisse aus einer europäischen Studie haben ein Licht auf die Faktoren geworfen, die ein jüngeres Publikum ansprechen. Diese Ergebnisse bieten wertvolle Hinweise darauf, wie wir unseren Rekrutierungsansatz neu gestalten können, um sicherzustellen, dass wir für die nächste Generation von Direktvertriebsfachleuten relevant und attraktiv bleiben. Die Ergebnisse der Studie wurden auf der Direct Selling University vorgestellt, an der ich kürzlich im Vereinigten Königreich teilnahm.

Die Studienpopulation bestand aus den europäischen jungen Generationen - und das Ziel war es, ein umfassendes Verständnis für ihre Einstellung zu Ansichten zum Direktvertrieb zu erhalten. Hier ein tiefer Einblick in

die wichtigsten Erkenntnisse und was sie für die Zukunft des Direktvertriebs bedeuten.

Beginnen wir mit der guten Nachricht: Beachtliche 38 % der Befragten bekundeten ihr Interesse, in den nächsten Jahren ein Unternehmen zu gründen. Allerdings gibt es eine Reihe von Hindernissen, den Sprung zu wagen, wie z. B. die hohen Kosten, die mit der Gründung eines Unternehmens verbunden sind, und die Angst vor dem Scheitern, die mehr als die Hälfte der Teilnehmer zum Ausdruck brachten. Der Direktvertrieb stellt eine überzeugende Lösung für diese Hindernisse dar, denn er bietet einen kostengünstigen Einstieg, bei dem das Erfolgspotenzial weitgehend vom persönlichen Engagement und Einsatz abhängt.

Die nächsten Ergebnisse der Studie waren für mich überraschend. Sie stehen im Widerspruch zu dem, was die meisten Unternehmen für bewährte Methoden und Verfahren halten.

Bei der Erkundung neuer Geschäftsmöglichkeiten zogen es über 70 % der Befragten vor, von Freunden zu lernen, die derzeit in dem Geschäft tätig sind. Umgekehrt waren Treffen mit anderen Händlern, die sie noch nicht kennen, sei es in einem Restaurant oder über Zoom, die am wenigsten bevorzugte Methode. Das ist nicht so überraschend, aber wir neigen dazu, potenziellen Kunden Teamtreffen und Schulungen anzubieten, die sie nicht schätzen.

Die Teilnehmer nannten eine Reihe von Ressourcen, die für den Einstieg in den Direktvertrieb erforderlich sind. Ganz oben auf der Liste standen ein detaillierter Fahrplan, der die ersten 30 bis 90 Tage umreißt, und transparente Informationen über die Verdienstmöglichkeiten. Junge Inter-

essenten möchten eine klare Beziehung zwischen Aktivität und Einkommen haben. Darüber hinaus wurde der Erhalt von Produktmustern zum Testen, bevor man sich ganz darauf einlässt, als entscheidend angesehen. Im Gegensatz dazu wurden Motivationsressourcen und die Teilnahme an Online-Foren als weniger wertvoll, ja sogar als abschreckend angesehen.

Wenn es um Titel geht, bevorzugten die Befragten die Bezeichnung „Unternehmer“ oder „unabhängiger Geschäftspartner“, was den Wunsch nach Anerkennung und Autonomie widerspiegelt. Titel wie „Influencer“ oder „Botschafter“ waren weniger ansprechend. Dies ist auch für mich überraschend, da die meisten Unternehmen denken, dass z. B. „Influencer“ populär und modern klingt.

Ein effektives Onboarding ist entscheidend für den Erfolg im Direktvertrieb. Zu den bevorzugten Methoden gehörten ein „Mentor“ oder „Trainer“, der den Einstieg erleichtert, der Erhalt von Mustern, um Vertrauen aufzubauen, und Schulungen über Online-Foren, die über Smartphones zugänglich sind. Zu den am wenigsten bevorzugten Methoden gehörten die Unterstützung durch andere Team-Vertriebspartner, der Beitritt zu Online-Gruppen oder die Teilnahme an Live-Videositzungen.

Pünktliche Zahlungen und Anerkennung waren die wichtigsten Faktoren, die das Engagement der Vertriebspartner aufrechterhalten. Umgekehrt ist die Zugehörigkeit zu einer Sache oder Bewegung und die Unterstützung anderer beim Erreichen von Erfolgen weniger einflussreich. Dies deutet darauf hin, dass altruistische Motivationen zwar ihren Platz haben, greifbare Belohnungen und persönliche Anerkennung jedoch effektiver sind, um ein langfristiges Engage-

ment zu gewährleisten. Jüngere Menschen wollen nicht „mitmachen“, sie ziehen es vor, individuell zu arbeiten. Auf die Frage nach ihren Gewinnerwartungen im ersten Monat gaben die meisten Befragten bescheidene 250-500 \$ an. Die oftmals branchenübliche Vorgehensweise, relativ schnell große finanzielle Gewinne zu versprechen, macht sie misstrauisch gegenüber dieser Möglichkeit.

Bei den Veranstaltungen standen Incentive-Reisen und virtuelle Schulungen hoch im Kurs, was auf eine Vorliebe für Erfahrungen und zugängliche Lernmöglichkeiten hindeutet. Dagegen sind Abendessen mit Führungskräften und Veranstaltungen mit Motivationsrednern nicht sonderlich attraktiv.

Junge Menschen wollen in die Direktvertriebsbranche einsteigen, aber nach der Studie ziehen sie es vor, dies individuell zu tun und nicht als Teil einer kollektiven Bewegung. Schnell ins Verdienen zu kommen, ist für sie entscheidend.

Junge Menschen bevorzugen eine unkomplizierte Sprache. Sie wollen „loslegen“ und nicht „mitmachen“, sie suchen einen „Mentor“ oder „Führer“, keine „Upline“, und sie wollen nicht Teil eines „Teams“ sein. Diese Vorlieben für Einfachheit und Unabhängigkeit macht deutlich, dass wir unseren Ansatz und unsere Terminologie anpassen müssen, um bei den jüngeren Zielgruppen besser anzukommen.

Die Änderung unserer Arbeitsweise wird ein schrittweiser Prozess sein. Wir müssen nicht von heute auf morgen alles umkrempeln. Unsere etablierte Kultur ist von großem Wert. Um jedoch neue Talente anzuziehen und zu halten, müssen wir unsere Arbeitsweise an deren Bedürfnisse und Interessen anpassen. Wenn wir ein Gleichgewicht zwischen der Bewahrung unserer wertvollen Traditionen und der Anpassung an neue Präferenzen finden, können wir nachhaltiges Wachstum und Erfolg in der Direktvertriebsbranche sicherstellen.



**Peter J.E. Verdegem, Ph.D., MBA**

Dr. Peter Verdegem ist eine bekannte Führungskraft im Direktvertrieb. Er hat in verschiedenen Rollen und Ländern gearbeitet und hat den Antrieb, den Direktvertrieb unternehmensunabhängig insgesamt voranzubringen. Dr. Verdegem bringt unternehmerische und strategische Einblicke und ist ein Förderer individueller Erfolgsgeschichten von Vertriebspartnern.

Email: [peter@peterverdegem.com](mailto:peter@peterverdegem.com)  
Phone USA: +1 561 450 4145

Phone EU: +358 44 236 5701

# WER MACHT WAS IM DIREKTVERTRIEB?



**Jeden Monat wissen was im Direktvertrieb läuft**

[www.network-karriere.com](http://www.network-karriere.com)

[www.initiative-nebentaetigkeit.de](http://www.initiative-nebentaetigkeit.de)