

NETWORK-KARRIERE

EUROPAS GRÖSSTE WIRTSCHAFTSZEITUNG FÜR DEN DIREKTVERTRIEB



ZKZ 66685

ANDREAS HOCK

VIELE KENNEN
OFFENBAR KEIN
„BITTE“ UND KEIN
„DANKE“ MEHR

© Sven Grundmann/Jürgen Friedrich



Dr. Florian Kaufmann:
„Wir wollen auch in 20 Jahren
noch die erfolgreichste
Aloe-vera-Company sein“



Bülent Emekci:
„Jetzt Bilanz ziehen:
Was haben Sie 2015
wirklich verdient?“



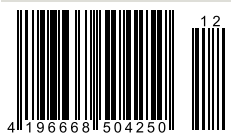
Ulrich Walker:
„Grundsätzlich denkt BORGWARD
über alle Vertriebsmöglichkeiten nach
und verschließt sich keiner
erfolgsversprechenden Lösung“



Daniela Rüscher:
„Direct Cool-
Vertriebspartner haben
gleich drei verschiedene
haupt- oder nebenberufliche
Einkommensmöglichkeiten“



NETWORK-
KARRIERE
VERBINDET



BILANZ 2015: „... UND WAS HABEN SIE VERDIENT?“

Über Geld spricht man im Network-Marketing nicht. Zumindest nicht über die kleinen Einkommen. Da sind die Unternehmen sehr zurückhaltend. Bei den Großverdienern zeigt man die dicken Schecks gerne in der Öffentlichkeit. Schließlich sind sie die Vorbilder, denen alle nachzueifern sollen. Network-Karriere hat sich mit einem Unternehmer unterhalten, der mit diesem Thema ganz offen umgeht: **Bülent Emekci**, Entwickler und Elektroingenieur, Gründer und Hauptgesellschafter der EMAG AG Unternehmensgruppe sowie der Emmi Ultrasonic AG Unternehmen, zu denen auch der Emmi-Club-Direktvertrieb gehört.

Network-Karriere: Das Jahr 2015 neigt sich dem Ende entgegen. Zeit um zurückzublicken und Pläne für die Zukunft zu machen. Zunächst einmal, wie zufrieden sind Sie mit den Ergebnissen 2015?



Bülent Emekci: Abgerechnet wird zum Schluss. Noch haben wir einen sehr starken Umsatzmonat vor uns. Unsere Vertriebspartner verabschieden sich nicht schon Mitte Dezember in den Weihnachtsurlaub, sondern holen buchstäblich bis zum 31.12. Aufträge herein. Gerade die Zeit vor und zwischen den Feiertagen ist im Direktvertrieb die absolute Hochkonjunktur. Wer diese Chance nicht nutzt, hat das Geschäft nicht verstanden. Das mag vielleicht von Produktgattung zu Produktgattung verschieden sein, unsere Ultraschall-Zahnpflegeprodukte eignen sich natürlich als ein sinnvolles und nachhaltiges Weihnachtsgeschenk, vielmehr kauft man unsere Emmi-Dent-Produkte jedoch für die eigene Prävention gesunder Zähne und des Zahnfleisches. Aber zurück zu Ihrer Frage: Wir hatten ein phantastisches Jahr, dessen sehr optimistische Planzahlen wir sowohl vom Umsatz als auch bei der Entwicklung weiterer aktiver Vertriebspartner übertroffen haben. Das

kommt natürlich nicht von ungefähr, wir sind zwischenzeitlich in 23 Ländern mit Emmi-Club vertreten und haben jede Menge weiteres Entwicklungspotenzial. Schon unter Berücksichtigung der europäischen Alterspyramide ist es sicher ein realistisches Ziel, in den nächsten fünf Jahren Millionen Kunden für unsere patentierten Ultraschall-Zahnbürsten zu gewinnen.

Beispiel Emmi Pet, die Ultraschall-Zahnbürste für den Hund. Hier sind wir auf ein ganz neues Marktsegment gestoßen, das alle unsere Erwartungen übertroffen hat. Wir haben Vertriebspartner, die sich voll und ganz auf diesen Bereich spezialisieren. Es gibt zwischenzeitlich Züchter, die einen Welpen grundsätzlich nur dann abgeben, wenn der künftige Besitzer eine Emmi Pet-Ultraschall-Zahnbür-

Bülent Emekci: Das ist naheliegend und sicher auch richtig. Wenngleich viele Vertriebspartner nicht unbedingt bis zum Jahresende damit warten, wie wir aus unseren vielen Bewerbungsgesprächen wissen. Wer monatelang trotz persönlichem Einsatz so gut wie nichts verdient, muss zwangsläufig das MLM-Geschäft ganz aufgeben oder zu einem anderen Unternehmen wechseln, das wie

nicht investieren und sie sind auch nicht daran interessiert, im Network-Marketing ihre Arbeitskraft und -zeit zu duplizieren. Sie wollen also kein Team aufbauen, keine Meetings abhalten, sondern einfach nach verfügbarer Zeit, Lust und Laune nebenher etwas dazu verdienen und vor allen Dingen unter Leute kommen.

Die zweite große Gruppe arbeitet wohl auch noch nebenberuflich, liegt im monatlichen Einkommen jedoch bereits stabil zwischen 1.000 und 3.000 Euro. Sie haben sich ein kleines Team aufgebaut, das sich Zug um Zug erweitert und sichern sich zudem ihre Einkünfte durch laufende persönliche Produktumsätze. Zugegeben, neben einem Hauptberuf ist das kein Zuckerlecken, das kostet Zeit und Kraft, aber es lohnt sich. Vor allen Dingen dann, wenn man konsequent sein Geschäft aufbaut und das klare Ziel vor Augen hat, sich im Network-Marketing selbstständig zu machen.

In der Oberklasse protzen wir nicht mit Einkommensmillionären. Das ist nicht unser Geschäftsmodell. Diese Männer und vor allen Dingen auch Frauen liegen im Bereich zwischen 10.000 und 40.000 Euro monatlich. Das sind dann schon Einkommen, die man in sonstigen Berufen nicht ohne weiteres erzielen kann. Sie haben sich in den vergangenen Jahren große Teams aufgebaut und kümmern sich intensiv um neue Emmi-Club-Länder. Wer will, der kann, nur das Wollen kann man niemanden abnehmen.

Wir freuen uns über jeden neuen Vertriebspartner, ganz gleich in welcher Einkommensklasse er oder sie sich sieht und setzen alles daran, unsere Leute so zu unterstützen, dass sie ihre persönlichen Vorstellungen realisieren können.

Kontakt für Vertriebsinteressenten: www.emmi-club.de



NK: Das heißt, Sie hängen die Umsatz-Messlatte für die nächsten Jahre wesentlich höher? Ist Ihr Geschäft einfacher geworden?

Bülent Emekci: Einfacher vielleicht, aber wir müssen uns jeden Tag anstrengen und die Technologie und Qualität der Produkte immer auf dem höchsten Standard halten. Emmi-Club, der Direktvertrieb unserer Ultraschall-Zahnpflegeprodukte, ist nun seit knapp drei Jahren auf dem Markt. Aus vielen unserer Vertriebspartner, die ja aus allen möglichen Berufen kommen, sind zwischenzeitlich echte Dental-Spezialisten geworden, die nicht nur für Endverbraucher, sondern auch für Zahnärzte und Apotheken gefragte Gesprächspartner sind. Dazu kommt, dass die erheblichen Vorteile unserer Produkte eine hohe Empfehlungsrate mit sich bringen. Unsere Vertriebspartner sind durch viele Schulungen und die tägliche Praxis zudem wesentlich professioneller geworden. Sie verstehen sich mehr als Überbringer von nachhaltigen Problemlösungen für die Zähne und das Zahnfleisch. Das erleichtert natürlich den Verkauf ungemein.

Dazu kommt, dass wir unser Sortiment in der Vergangenheit wesentlich erweitert haben. Nehmen Sie zum

Beispiel Emmi Pet, die Ultraschall-Zahnbürste für den Hund. Das sind stabile Märkte, die sich schnell weiterentwickeln.

NK: Auch wenn es gut läuft, liegt es in der Natur der Vertriebspartner, dass sie mit schöner Regelmäßigkeit nach neuen Produkten verlangen. Sie haben eine eigene Entwicklungsabteilung für Ultraschallanwendungen und arbeiten sehr eng mit großen Zahnkliniken und namhaften Zahnärzten zusammen. Sind neue Produkte in der Pipeline?

Bülent Emekci: Darüber möchte ich an dieser Stelle noch nicht sprechen. Zunächst werde ich bei der kommenden EmmiVaganza am 23. und 24. Januar 2016 in der berühmten Pyramide in Wien unseren Vertriebspartnern vorstellen, an welchen Weltneuheiten wir derzeit arbeiten. So viel darf ich jedoch schon heute verraten: Wir werden die Zahnpflege revolutionieren!

NK: Kommen wir noch einmal zurück zum zu Ende gehenden Jahr 2015. Über Geld wird im Network-Marketing bekanntlich nicht gerne gesprochen, sofern es nicht um die ganzen großen Schecks der Top-Vertriebler geht. Zum Jahresende ziehen die meisten Vertriebler Bilanz und zählen zusammen, ob sich der zeitliche und finanzielle Aufwand auch wirklich gelohnt hat.

Emmi-Club mit den patentierten Ultraschall-Zahnbürsten erstens eine Alleinstellung am Markt hat und zweitens Produkte anbietet, die eine breite Verbraucherschicht täglich anwendet und einen sicht- und spürbaren Nutzen davon hat. Dann klappt das auch mit dem Geldverdienen.

Die tatsächliche Höhe des Einkommens ist natürlich auch beim Emmi-Club vom persönlichen Engagement und der tatsächlich eingesetzten Zeit abhängig. Wir haben viele Vertriebspartner/innen, die im Monat ein paar hundert Euro verdienen. Das reicht ihnen. Mehr Zeit wollen sie

