

NETWORK-KARRIERE

20 JAHRE EUROPAS WIRTSCHAFTSZEITUNG FÜR DEN DIREKTVERTRIEB



Initiative 20
Nebentätigkeit 26 | *nach es einfach!*

LONGEVITY DIE SEHNSUCHT NACH DER LANGLEBIGKEIT

Welche Ängste und Sehnsüchte stecken hinter der Suche nach Langlebigkeit und neuer Lebensqualität?

**Rolf Sorg, Gründer & CEO
von PM-International**
Weltweit wurden eine Milliarde
FitLine Produkte verkauft



Michael Winter, proWIN
proWIN Neujahrsempfang
am Nürburgring
mit 2.400 Gästen



**Dr. Johannes Fiala,
PhD, RA, MBA**
Renteneinkommen kann auf
Grundsicherungsniveau sinken



**Markus Miller,
Chefanalyst KRYPTO-X**
Die BaFin geht mit
Sonderprüfungen zum
Geldwäschegesetz
Kryptobörsen nach



DIE BRANCHE STIRBT NICHT

SIE WIRD DIGITAL ERWACHSEN – OB SIE WILL ODER NICHT.

Letzten Monat bekam ich eine Nachricht von einer Frau, die sich gerade erst bei einem Direktvertriebsunternehmen eingeschrieben hatte. Sie war begeistert. Sie hatte alles „richtig“ gemacht: registriert, Starterpaket bestellt, ihre erste Vorstellung gepostet und eine Liste mit Menschen erstellt, die sie ansprechen wollte. Drei Kunden standen sogar schon bereit.

Und dann stoppte der Schwung. Nicht, weil sie den Glauben an die Produkte verlor. Nicht, weil sie Angst hatte, mit Menschen zu sprechen. Sondern wegen Kleinigkeiten, die im Jahr 2026 niemanden mehr ausbremsen sollten.

Ein Kunde fragte: „Kann ich mit Apple Pay bezahlen?“ Sie wusste es nicht. Ein anderer: „Wo ist meine Bestellung?“ Sie konnte sie nicht einfach nachverfolgen. Sie wollte verstehen, was sie verdienen würde, aber die Provisionsdetails waren über Nachrichten, PDFs und Screenshots verstreut. Ihr Onboarding bestand aus Links und der Standardantwort: „Frag deine Upline.“

Nach zwei Wochen sagte sie: „Ich liebe die Menschen. Aber ich habe nicht das Gefühl, ein echtes Business zu führen. Es fühlt sich... chaotisch an.“ Dieser Satz beschreibt ziemlich genau, was gerade im Direktvertrieb passiert. Die Branche stirbt nicht. Sie wird digital erwachsen – ob sie will oder nicht.

Auf Vertrauen gebaut

Der Direktvertrieb wurde auf Vertrauen gebaut – und Vertrauen bleibt entscheidend. Menschen kaufen, weil sie der Person gegenüber vertrauen. Menschen steigen ein, weil sie Zugehörigkeit, Selbstbestimmung und einen Weg suchen, Einkommen nach eigenen Regeln aufzubauen. Diese emotionale DNA ist die Superkraft der Branche.

Aber Vertrauen ist nicht mehr die gesamte Erfahrung. Moderne Kunden erwarten Geschwindigkeit, Klarheit und Bequemlichkeit: mobilen Check-out, Sendungsverfolgung, transparente Richtlinien. Sie erwarten Bestätigungs-E-Mails, einfache Rückgaben und Bewertungen, die sie in Sekunden prüfen können. Und moderne Distributoren erwarten dasselbe. Sie möchten eine App öffnen und sofort sehen: Was habe ich heute verkauft? Was werde ich verdienen? Wer braucht Unterstützung? Was ist mein nächster Schritt?

Wenn das fehlt, versickert Motivation – durch tausend kleine Frustrationen. Viele Unternehmen behandelten Technologie lange wie eine Dekoration: Website, Backoffice, vielleicht eine App, die gut aussieht, aber im Alltag nicht hilft. Das funktioniert nicht mehr.

Technologie ist vom „nett zu haben“ zum Betriebssystem geworden. Nicht, weil Direktvertrieb kalt werden muss, sondern weil die menschliche Seite Struktur darunter braucht. Ohne Infrastruktur lässt sich Vertrauen nicht skalieren: Eine großartige Story reist nicht weit, wenn das Kaufenerlebnis holprig ist. Und Führung wird schwierig, wenn alles von manuellen Nachfassaktionen und Improvisation abhängt.

Die Gewinner bauen ein hybrides Modell: Menschen vorne. Plattformen darunter. Das ist nicht kosmetisch, sondern praktisch – und spürbar:

1. Onboarding wird einfach. Neue Distributoren bekommen klare Schritte, Training, Gesprächsleitfäden und einen Plan für die erste Woche. Keine PDF-Stapel. Kein „Scroll im Gruppenchat nach oben“.

2. Verkaufen wird reibungslos. Kunden können stöbern, bezahlen und ihre Bestellungen verfolgen – so wie überall sonst auch. Jeder zusätzliche Klick kostet Umsatz.

3. Provisionen werden transparent. Echtzeit-Dashboards und korrekte Berechnungen reduzieren Missverständnisse und sorgen dafür, dass Menschen länger bleiben.

4. Support wird intelligent. Daten und Automatisierung erkennen Abwanderung früher und machen Hilfe gezielter.

5. Die menschliche Seite wird stärker. Technologie ersetzt keine Beziehungen. Sie schützt sie. Wenn das System funktioniert, bleibt mehr Raum für Gespräch, Aufklärung und Verbindung.

Man sieht die Spaltung bereits. Digitale Vorreiter ziehen jüngere Unternehmer an, weil sie modern wirken und leicht zu bedienen sind. Sie expandieren schneller, Cloud-Plattformen müssen nicht in jedem Land neu erfunden werden – das beschleunigt Expansion und macht Qualität skalierbar. Und sie halten Distributoren länger, weil sich das Business „echt“ anfühlt: messbar, nachvollziehbar, professionell unterstützt.

Unternehmen, die in veralteten Systemen stecken bleiben, geben oft dem Feld die Schuld: „Die Leute sind nicht engagiert.“ „Kunden sind zu preissensibel.“ Manchmal stimmt das. Oft ist es schlicht Reibung, die Menschen zermüht. In einer Welt, in der alles so-

fort geht, fühlt sich Warten wie Scheitern an – selbst wenn das Produkt hervorragend ist.

Die Zukunft ist hybrid, nicht kalt. Die nächste Ära wird nicht aussehen wie die alte, aber auch nicht wie ein gewöhnlicher Webshop. Die persönliche Geschichte bleibt zentral, weil Menschen Wellness, Beauty oder Lifestyle nicht nur mit Logik kaufen. Sie kaufen über Vertrauen, Emotion und Identifikation. Was sich verändert, ist das Umfeld rund um diese Geschichte: Communities in Messengern und Apps, mobile-first-Stores, Zahlungen wie im modernen E-Commerce – und Tools, die Konsequenz und Follow-up erleichtern.

Das ist kein „Tech-Projekt“, sondern ein Vertrauensprojekt. Wenn Prozesse klar sind, sinkt nicht nur Frust, sondern auch Risiko: Richtlinien werden konsistenter umgesetzt, Kommunikation ist nachvollziehbarer, und Teams bewegen sich sicherer innerhalb von Compliance-Grenzen – besonders in Europa, wo Transparenz

und Dokumentation zunehmend zählen.

Und was kommt als Nächstes? Nicht Science-Fiction, sondern Pragmatik: personalisierte Erlebnisse in großem Maßstab (unterstützt durch KI), schnellere Auszahlungen über digitale Wallets und Plattformen, in denen E-Commerce, Training, Provisionen und Support in einem einzigen, reibungslosen Ablauf zusammenlaufen. Am Ende entscheidet eine einfache Frage: Fühlt sich das Business vom ersten Tag an modern, unterstützt und professionell an – oder wie ein improvisiertes Nebenprojekt?

Abschließender Gedanke: Neuerfindung oder Irrelevanz. Direktvertrieb hat Menschen immer geholfen. Aber im digitalen Zeitalter bedeutet Helfen auch, Reibung zu entfernen und Klarheit zu liefern. Unternehmen, die digital-first konsequent umsetzen, verlieren nicht das Menschliche. Sie machen es stärker: menschlich – mit Infrastruktur. Genau dort liegt heute der Wettbewerbsvorteil.



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
Phone USA: +1 561 450 4145

Phone EU: +358 44 236 5701

WER MACHT WAS IM DIREKTVERTRIEB?



**Jeden Monat wissen,
was im Direktvertrieb läuft**