

Mehr Informationen über MLM / Network Marketing

MLM ist Ihnen nicht geläufig?

Trösten Sie sich, diesen modernen Vertriebsweg kennen noch die Wenigsten.

Das ist auch ein Grund dafür, daß er mit so vielen Mißverständnissen behaftet ist.

Network-Marketing bedeutet Kreativität am Puls der Zeit

Hier lernen Sie ein paar Grundbegriffe und werden mit diesem System vertraut.

[Glossar der wichtigsten \(englischen\) Begriffe am Seitenende](#)

MLM steht für Multi-Level-Marketing und bedeutet soviel wie Mehr-Stufen-Vertriebsschema.

Andere Begriffe dafür sind Network-Marketing, Empfehlungs-Marketing, Strukturvertrieb, Pyramiden- oder Schneeballsystem. Besonders die letzten beiden Begriffe wecken leider häufig negative Assoziationen, da sich dieses Vertriebsmodell aufgrund des rasanten Wachstumspotentials natürlich dazu eignet schnelles Geld zu machen. Das und das weitläufig spärliche Wissens über die wahre Funktion dieses Vertriebsinstrumentes wird leider auch von schwarzen Schafen genutzt, die "in 90 Tagen zum Millionär"-Märchen versprechen. Und eben weil dieses System so phantastisch funktioniert multiplizieren sich auch die negativen Gerüchte explosionsartig.

Das Grundprinzip ist relativ einfach:

MLM basiert auf (persönlichen) Empfehlungen und nutzt damit die stärkste Waffe in der Werbung –

Die Mundpropaganda.

Aber während Sie für die Empfehlung eines sehenswerten Filmes, einer schicken Boutique oder eines gemütlichen Lokales an Ihre Freunde meist nichts erhalten, werden Sie in einem MLM-System dafür bezahlt, daß Sie das Produkt oder die Dienstleistung, die diesen Vertriebsweg gewählt hat empfohlen.

Und wenn der Freund (und neuer Kunde), den Sie empfohlen haben wieder jemanden empfiehlt bekommen Sie ebenfalls eine Belohnung, und auch dann wenn dieser Freund Ihres Freundes jemanden empfiehlt und so weiter über mehrere Ebenen (daher Multi-Level) – denn schließlich waren es ja Sie, der den Stein einmal ins Rollen gebracht hat.

Im übertragenen Sinn könnte das so aussehen, daß Sie bei Ihrem Gastwirt für jeden Stammgast, den Sie ihm bringen und der ein Menü bestellt eine Hauptspeise gutgeschrieben bekommen – und wenn diese Gast wieder einen neuen Gast mitbringt bekommt dieser eine Hauptspeise und Sie eine Vorspeise, für den nächsten Gast in der Kette, der so durch Ihre einmalige Mundpropaganda in dieses Lokal kommt erhalten Sie ein Dessert, dann den Wein, die Suppe, das Gebäck, den Kaffee, den Schnaps und letztlich könnten Sie dort täglich mittags und abends ein mehrgängiges Menü verzehren ohne daß ihnen die Konsumation etwas kosten würde.

Der Gastronom würde sich ohne jede weitere Werbung sehr schnell in der Gegend herumsprechen, sein Lokal wäre täglich gerammelt voll und die Leute würden sich um die Plätze raufen.

Das Geld, das er sich für Werbung spart gibt er einfach seinen Gästen, die damit auch immer wieder kommen. Sie sind nicht nur seine Stammgäste sondern gleichzeitig seine Verkäufer.

Was in diesem Beispiel nach einem viel zu komplizierten und unorganisierbarem

Bonussystem anhört, ist dank modernen Technologien, Computersoftware, Datenbanken und Internet problemlos und in Sekundenschnelle zu administrieren. Und schließlich bekommen Sie ja auch keinen Salat oder Eiswaffeln, sondern Bargeld und damit läßt es sich leichter rechnen.

Multiplikationseffekt als Wachstumsmotor für jeden.

Die Stärke dieses Systems liegt im Multiplikationseffekt, durch den aus einer Handvoll zufriedener Kunden (und wer ist schon unzufrieden, wenn nicht nur das Produkt und der Service stimmt, sondern man auch noch Provision bekommt) über mehrere Ebenen schnell ein enormes Kundenpotential wächst.

Denken Sie nur an das Beispiel mit dem Reiskorn am Schachbrett – durch einfache Verdoppelung würde am letzten Feld schon die gesamte Reisernte von China zu liegen kommen....

In der Praxis werden von Strukturvertrieben meist über 3 bis 10 Ebenen (selten mehr) Provisionen für Empfehlungen bezahlt – und bereits hier macht sich der Multiplikationseffekt schnell bemerkbar.

Vor allem dann, wenn man der Berechnung nicht die Basiszahl zwei, sondern eine entsprechend höhere Zahl einsetzt – tatsächlich kennt ja jeder meist mehr als nur zwei Menschen, denen man etwas empfehlen kann. Bereits bei der Basiszahl 5 sind in solch einer Struktur mit 10 Ebenen bereits weit über 10 Mio. Partner und mit dem Multiplikator 10 wird schon in der 6. Ebene die Millionengrenze übersprungen.

Angesichts dieser gewaltigen Zahlen reicht schon ein kleiner Prozentsatz an Provisionen um jemanden zum Millionär oder zumindest zu einem dauerhaften Bestverdiener zu machen.

Die mögliche Breite einer Struktur (d.h. wieviele Personen jemand in seiner ersten Ebene empfehlen und ins Geschäft bringen = "sponsern" kann) ist von Fall zu Fall ebenso unterschiedlich wie die Tiefe (wieviele Ebenen die Struktur hat). In manchen Fällen ist diese Breite unbegrenzt und jeder darf so viele neue Partner werben und direkt in der ersten Ebene führen, wie er möchte, andere Systeme setzen auf eine Begrenzung der Strukturbreite (meist von 2 bis 10 "Firstliner" = Partner der ersten Linie)

Ist eine Strukturbreite begrenzt und jemand wirbt mehr neue Partner als in seiner ersten Ebene Platz haben, so werden diese Neuzugänge üblicherweise gezwungenermaßen ("forced") irgendwo tiefer in seiner Struktur ("Matrix") eingeordnet. Die Art diesen Aufbau zu beschreiben wird dann so vorgenommen, daß man Breite, und Tiefe der Matrix mit der Info, was mit der Überzahl ("Spillover" = Überlauf) der Partner passiert.

"3 x 5 forced Matrix, Spillover" bedeutet daß jeder in seiner ersten Ebene 3 Partner haben kann und über 5 Ebenen Provision bezahlt wird. "Forced Matrix" – d.h. erzwungenes Strukturschema bei dem der Überlauf ("Spillover") in der Struktur jeweils tiefer eingereiht wird. In diesem Beispiel haben insgesamt 363 Personen Platz, wovon die Mehrzahl von 243 Leuten in der 5. Ebene ist.

"unlimited 6 Levels (oder tiers) Matrix " bedeutet, daß jeder in seiner ersten Linie unbegrenzt viele Partner haben kann und Provision über 6 Ebenen ausbezahlt wird. Theoretisch ist die Partneranzahl hierbei unbegrenzt; Sie wird dabei nur durch die Tiefe von 6 Stufen, nicht aber in der Breite eingengt.

Im Gesamten betrachtet ist die Struktur (meistens) stets nach allen Seiten offen – es können sich direkt beim Unternehmen unbegrenzt viele direkte Partner anmelden (sofern diese nicht freiwillig – als Belohnung oder nach dem Zufallsprinzip - in die Struktur nach unten abgegeben werden) und auch in der Tiefe wird so gut wie niemals

eine Grenze gezogen. Damit können in Vertriebssystem selbst auch 1000 Ebenen vorhanden sein, bezahlt werden die Partner aber fast immer nur über eine überschaubare und finanziell tragbare Anzahl von Ebenen.

Es gibt auch verschiedene (seltene) Sonderformen der Strukturen (in sich geschlossene "closed" Matrixen, die nur eine bestimmte Mitgliederzahl in ihren Club aufnehmen, ehe die Tore für immer geschlossen werden oder auf dem Kopf stehende "reversed" Matrixen, in denen die Neuzugänge von unten beginnend in die Struktur gereiht werden oder solche mit - nach einem gewissen Rhythmus - wechselnden Platzierungen) auf die ich nicht näher eingehen möchte, da Sie selten sind und alle Varianten zu erklären den Rahmen sprengen würde.

Eine Wissenschaft mit Geschichte und noch mehr Zukunft

Dieser Vertriebsweg ist eine Wissenschaft für sich – den man seit einigen Jahren sogar schon an der Harvard University (und an zahlreichen anderen Instituten) lehrt. Und das Gute an dieser Wissenschaft ist, daß man keinerlei Vorkenntnisse oder Erfahrungen benötigt um sie erfolgreich anzuwenden

Begonnen hat der Strukturvertrieb bereits in den 40er Jahren als California Vitamins (später Nutrilite) erstmals seine Mitarbeiter in dieser Form entlohnte. Zwei Mitarbeiter dieses Unternehmens machten sich etwas später selbständig und gründeten "Amway" (American Way), das heute als ein Milliardenunternehmen an der New Yorker Börse notiert.

Ende der 50er/Anfang der 60er Jahre gab es erst ca. 30 echte Strukturvertriebe, ehe die schwarzen Schafe der "Kopfprämienjäger" (deren Einnahme nur aus Anwerben von Mitarbeitern ohne Produkt dahinter besteht) das System für sich entdeckten und damit die Begriffe "Schneeball- bzw. Pyramidensystem" publik machten.

Rechtsicherheit wurde erst Ende der 70er Jahre mit dem Gerichtsurteil "Federal Trade Commission contra Amway" geschaffen. Seither ist Network-Marketing eine uneingeschränkt legale Vertriebsform, die mit den neuen Technologien soeben ihren Aufschwung erlebt. Während die Amway-Berater seinerzeit noch jahrelang benötigten um durch persönliche Kontakte eine Millionen-Struktur aufzubauen, schaffte es Alladvantage 1999 allein mittels Internet in nur 6 Monaten auf 4 Millionen Partner zu wachsen.

In eine Zeit in der immer mehr Menschen nach einem einträglichen Zweiteinkommen, dem Sie nicht die gesamte Freizeit opfern müssen oder einem Beruf, den sie bequem von daheim aus erledigen können suchen, kommt das Geschäftsmodell MLM per Internet (das eigentliche "Network-Marketing") gerade richtig. Das sich ändernde Konsumverhalten und der Vormarsch des e-commerce unterstützt diese Bewegung zusätzlich.

Neben den reinen Strukturvertriebsfirmen (Amway, Avon, Herbalife, Forever Living, ...) entdecken jetzt auch immer mehr Firmen, die bisher klassische Vertriebswege nutzten, diese Variante für sich. Längst haben auch Unternehmen wie Otto-Versand, Donauland, Coca Cola, Microsoft, AT&T, IBM, Gillette, Sun Microsystem, Netscape, AOL, Oracle, Colgate, Citibank, Xerox, Texas Instruments, General Motors, General Electrics, Toyota, , erkannt, wie kraftvoll die persönliche Empfehlung ist und wie effizient man Kunden an das Unternehmen bindet, wenn man sie zu Mitarbeitern bzw. Wiederverkäufern macht und Ihre Empfehlungen honoriert. Alle diese Unternehmen vertreiben heute bereits einen Teil Ihrer Produkte ebenfalls über diese Schiene oder nutzen das "Empfehlungsmarketing" zur Verkaufsförderung.

Tatsächlich betreibt sogar eine Vielzahl Menschen dieses Geschäft ohne es zu wissen: Die Werbepremie eines Buchclubs, das Freundschafts-Angebot eines Zeitschriften-Abonnements, das Partnerschafts-Handy oder die "zwei essen – einer zahlt" Coupons – all das sind Teile des Empfehlungsmarketing, auch wenn sie für sich betrachtet noch

nicht das typische Erscheinungsbild eines mehrstufigen Strukturvertriebes aufweisen – die Grundidee ist die selbe.

Jeder sein eigener Chef - Chancengleichheit für alle

Das faszinierendste an MLM ist jedoch immer noch die Tatsache, daß jeder Teilnehmer in diesem System praktisch sein eigener Chef ist und jeder dieselben Chancen bekommt.

Dabei ist der Einstieg in dieses Business mit so gut wie keinerlei Kosten oder Vorkenntnissen verbunden. Während man für den Aufbau eines "normalen" Geschäftes (sei es ein Laden, ein Lokal oder ein Dienstleistungsbetrieb) über hohe Barmittel verfügen muß und das volle Risiko zu tragen hat und auch der Einstieg in ein Franchisekonzept (das einem zwar etwas Risiko und Aufbauarbeit erspart) mit hohem Kapitaleinsatz verbunden ist, benötigt man für den Start als Partner eines Network-Marketing Geschäftes so gut wie kein Geld. Meist reicht es einen Einkauf zu tätigen um zu einem provisionsberechtigten Mitarbeiter und in weiterer Folge zu einer Führungskraft, die Andere führt, zu werden.

Egal wann und an welcher Position in einer Struktur ein neuer Partner einsteigt, er findet genau dieselben Voraussetzungen vor die auch sein Sponsor hatte und die seine künftigen Partner vorfinden werden.

Jeder startet bei Null und hat die Möglichkeit sich im Rahmen der Matrix so viele Kunden und Partner aufzubauen, wie es die Struktur zuläßt. Sein Einkommen bestimmt damit jeder einzelne ausschließlich selbst durch seinen Einsatz und den Einsatz der Geschäftspartner, die er in dieses Geschäft gebracht hat.

Innerhalb der gesamten Struktur an deren Spitze die Verwaltung und die Organisation des Betriebes steht, die die Tagesarbeit (Lagerhaltung, Versand, Fakturierung, Abrechnung, ...) erledigt, können sich unendlich viele einzelne Strukturen eigendynamisch entwickeln. Jeder ist sowohl Teil der gesamten Struktur, Teil von mehreren kleineren Zellen und selbst wieder Kopf einer eigenen Zelle.

Ein System, das für jeden Vorteile bringt:

Das Unternehmen spart sich die üblichen hohen Kosten für Werbung und Verkaufsaktivitäten (Außendienst, Zwischenhandel) und schüttet diese Beträge lieber an die Kunden aus, die die Funktion des ehrlichen Beraters übernehmen. Schließlich kennen sie das Produkt aus eigener Erfahrung und empfehlen es aus Überzeugung.

"Nur der Überzeugte kann Andere überzeugen" (Sokrates)

Mehr Kunden, mehr Empfehlungen, mehr Berater bedeuten schnelleres Wachstum, größere Verkaufsvolumen und damit wieder bessere Preise für den Kunden. Durch die Basisnähe (Ausschaltung der Importeure, Groß- und Zwischenhändler) kennt das Unternehmen auch die Wünsche ihrer Kunden besonders gut und kann flexibel auf Marktveränderungen eingehen – ein Vorteil der wieder den Vertriebsmitarbeitern zugute kommt – womit sich der Kreislauf der Vorteile wieder schließt.

Partnerschaftliche Gemeinsamkeit als Philosophie.

Oberste Philosophie im Strukturvertrieb ist die gemeinsame Erreichung eines Zieles, auf das alle hinarbeiten. Eine Gemeinsamkeit, die über Grenzen und Sprachbarrieren hinweg erhalten bleibt. Dabei kommen die einzelnen Zellen innerhalb der Struktur zu tragen, die trotz einer großen Gesamtstruktur in sich individuell bleiben und in die sich jeder Einzelne mehr oder weniger individuell einbringen kann – ganz wie es seiner Natur entspricht und wieviel Zeit er für seine Tätigkeit erübrigen kann oder will.

Egal ob jemand nur nebenbei ein paar Bekannten von seinem Geschäft erzählen oder ob er verantwortungsvolle Führungsaufgaben übernehmen möchte, ob er einen Regionalvertrieb mit regelmäßigen Meetings organisieren oder den Vertrieb mit Übersetzungen und eigenen fremdsprachigen Webseiten übers Internet in andere

Länder tragen möchte – innerhalb der Struktur ist für jede Aufgabe ein Platz und alle Fähigkeiten werden gesucht und geschätzt Jeder kann so frei und unabhängig arbeiten wie er möchte oder den bewährten Ratschlägen seiner Partner folgen – soviel oder so wenig arbeiten wie er möchte, völlig individuell.

Die Organisation und Hilfestellung für alle kommt von der Spitze und wird – Stufe für Stufe – nach unten weitergegeben. Wobei es eigentlich kein "unten" gibt, denn jeder ist innerhalb der Strukturen gleichzeitig sowohl unten, an der Spitze als auch in der Mitte. Inmitten eines Netzwerkes von Beziehungen – der Grundlage jedes menschlichen Zusammenlebens.

Einmal arbeiten – laufend verdienen.

Zum Wesen eines MLM-Systems gehört auch, sich durch seine einmaligen Bemühungen im Aufbau eines Kunden- und Mitarbeiterstockes ein laufend wiederkehrendes Einkommen ("Residualeinkommen") zu schaffen.

Daher eignen sich für den Strukturvertrieb insbesondere solche Artikel, die ständig verbraucht und automatisch nachgekauft werden (Abonnement-Artikel, Nachkauf-Artikel, laufender Service). Am besten ist es, wenn sich das Produkt so einfach und selbstverständlich verkauft wie Klopapier.

Im Internet verkaufen sich am besten Produkte, die weltweit verstanden, genutzt und gekauft werden können, einfach zu erklären sind und problemlos verschickt werden können. Noch besser, wenn auch der Versand dabei keine Rolle spielt, weil z.B. der Artikel selbst per Internet verschickt bzw. genutzt werden kann und weder aufwendige Lagerhaltung noch Verpackung und Transport benötigt (Software, Kommunikationsmittel, Finanzdienstleistungen, Ausbildung, Beratung, Informationen, etc.).

Dabei darf aber MLM kein Selbstzweck sein, sondern es ist lediglich eine Vertriebsmöglichkeit – für Produkte, die möglichst viele Menschen benötigen die sie auch ohne der Geschäftsmöglichkeit dahinter zu denselben Preisen und Konditionen kaufen und nützen würden. Im Vordergrund muß stets ein marktfähiges Produkt stehen – Network Marketing darf nicht zu einem reinen Geldumschichtungs-Instrument werden.

Was machen Networker?

Die Aufgabe des Einzelnen innerhalb eines Strukturvertriebes ist es zu werben, Produkte zu empfehlen, zu demonstrieren, beraten und zu verkaufen sowie neue Mitarbeiter zu rekrutieren, zu schulen und zu unterstützen. Die eigentliche Aufgabe im Network Marketing (dieser Teil von MLM, der vor allem per Internet funktioniert) besteht heute meist nur noch im Werben und Rekrutieren sowie der Führung neuer Partner. Das Verkaufen übernimmt meist schon die firmeneigene Website, die der Partner zur Verfügung gestellt bekommt und die gesamte Organisation (Versand, Verrechnung, etc.) macht sowieso das Unternehmen zentral.

Durch die modernen Kommunikationsmittel entfällt in der heutigen Zeit das lästige "Klinkenputzen" und auch seine Verwandtschaft kann man getrost verschonen. Diese (durchaus berechtigten) Vorbehalte, die verkaufsungeschulte Menschen meist davon abhielt in einen Strukturvertrieb einzusteigen gehören längst der Vergangenheit an. Im Zeitalter des Internets und der globalen elektronischen Werbemöglichkeiten kennt das Verkaufsgebiet keine Grenzen; Kunden und Partner für einen guten Strukturvertrieb findet man auf der ganzen Welt, nicht nur um die Ecke.

Ein globales, dauerhaftes Geschäftsmodell.

Obwohl der Aufbau der Vertriebsstruktur vergleichsweise rasant vor sich geht, muß bei einem seriösen, stabilen MLM-Geschäft keiner befürchten zu spät zu kommen. Während die ersten bei einem Strukturvertrieb die Pionierarbeit übernehmen und dafür mit einem anfangs schnellen Zustrom belohnt werden, profitieren diejenigen, die später einsteigen vom stets wachsenden Bekanntheitsgrad der Marke und dem steigenden

Vertrauen.

Diejenigen, die zu Beginn gezögert haben, steigen häufig erst nach Jahren ein, sobald Sie von immer mehr Menschen hören, daß dieses System und die Firma dahinter funktioniert. Skeptiker drängen meist erst im fünften Jahr und danach in erfolgreiche MLM-Firmen. Erst dann, wenn einer seiner Freunde bereits seit Längerem ein laufend hohes Einkommen bezieht. Und diese Skeptiker ziehen weitere Skeptiker nach sich – ein ständiger Prozeß des Wachstums und der Erneuerung.

"Panta rei" – alles fließt

Daß irgendwann alle Menschen Teil eines Strukturvertriebes sind und diese keine neuen Partner und Kunden finden können, wird eine theoretische Zahlenspielerei und völlige Illusion bleiben. Nicht nur, daß ständig neue Menschen geboren und erwachsen werden und damit nach Verdienstmöglichkeiten suchen und immer neue Produkte auf den Markt kommen, ändern sich die Bedürfnisse der Menschen und die Marktsituationen in immer schnelleren Zyklen. Nicht das Produkt diktiert den Markt, sondern der Markt diktiert die Produkte.

Aufgabe einer MLM-Firma ist es, auf eben diese Bedürfnisse und Veränderungen flexibel zu reagieren und ihre Vertriebsstruktur mit ständig neuen, gefragten Produkten zu versorgen die wieder neue Schichten von Kunden und Mitarbeitern erschließen. Denn letztlich ist das Kapital solch eines Unternehmens vor allem der schlagkräftige Vertriebsapparat und der bestehende Stammkundenstock. Ein kunden- und marktorientiertes Unternehmen weiß dieses Kapital zu nutzen.

Heutzutage diktieren nicht Produkte den Markt, sondern der Markt diktiert die Produkte – und wer näher am Kunden und schneller am Markt ist, der macht auch das Rennen.

Network-Marketing bedeutet Kreativität am Puls der Zeit

-

Glossar MLM-Begriffe:

Diese (meist englischen) Begriffe werden im Zusammenhang mit MLM immer wieder genannt. z.T. ist hier auch nur die Übersetzung von Begriffen und Abkürzungen, die auf englischen Bestell- und Anmeldeformularen (Registrierungsseiten) vorkommen - weitgehend nach Begriffsfeldern geordnet – wiedergegeben:

- MLM = Multi Level Marketing
Mehrstufiges Vertriebssystem, bei dem über einige Ebenen Provisionen für die Empfehlung neuer Partner (Kunden) bezahlt werden.
- Andere Namen dafür sind
 - > Network-Marketing (kurz NM – wird meist im Zusammenhang mit MLM per Internet gebraucht)
 - > Strukturvertrieb
 - > Empfehlungsmarketing (recommendation-marketing)
 - > Direktvertrieb (das muß nicht unbedingt auch ein mehrstufen-Vertriebsweg sein)
 - > Partnerprogramm (muß ebenfalls nicht zwangsläufig mehrstufig sein)
 - > Affiliate-Programm (Affiliate = Mitglied) – wie Partnerprogramm
 - > Pyramidenschema
 - > SchneeballsystemDie beiden letzten Begriffe werden häufig im abwertenden Sinn verwendet – z.B. für Kettenbriefe, etc.
- Marketing = Die Summe aller Aktivitäten um ein Produkt auf den Markt zu bringen (Werbung, PR, Produkt- und Verpackungsgestaltung, Preispolitik, Vertriebswege, Verkauf, etc.).
- Home-Business = Heimarbeit, Geschäft das man von zu Hause aus betreiben

kann.

- Networker = Mitglied eines Strukturvertriebs
- Entrepreneur = Unternehmer
- Netrepreneur = Kunstwort für Unternehmer im e-commerce
- Franchising = Form von Zusammenschluß mehrerer freier Unternehmer um gemeinsam ein Unternehmenskonzept umzusetzen, wobei der Franchisegeber (die Zentrale) mehr oder weniger viele zentrale Aufgaben (Gesamtkonzepte, Werbung, Einkauf, etc.) übernimmt. Der Franchisenehmer zahlt für die Verwendung der Grundidee ebenso wie die laufenden Leistungen der Zentrale (Werbebeitrag, EDV-Systeme, etc.) – das hat mit MLM meist nichts zu tun (z.B. einzelne McDonald-Lokale, Benetton-Geschäfte uvm. sind Franchisenehmer der Markeninhaber und nutzen den Bekanntheitsgrad, Logistik, etc.)
- Structure = Struktur (die Art wie die einzelnen Partner in dem System gereiht werden, die Anordnung der Verästelungen und Ebenen – im Prinzip das Organigramm des Vertriebsschemas)
- Matrix = das Schema der Struktur (Tabelle)
- Closed Matrix = geschlossene Matrix (begrenzt in der Breite und Tiefe)
- Forced Matrix = erzwungene Matrix (eine starre Struktur, begrenzt in Breite und Tiefe mit einer klar vorhersehbaren Anzahl an möglichen Partnern)
- Spillover = Überlauf, Überhang (diejenigen Partner, die in einer begrenzten Matrix von einem Partner zusätzlich geworben werden und in dessen tiefere Levels gereiht werden)
- Reversed Matrix = am Kopf stehende Matrix (die neuen Mitglieder werden in einer fixen Matrix immer von unten aufgefüllt).
- Affiliate = angegliederter Partner, Mitglied
- Sponsor = der empfehlende Partner eines MLM-Schemas, der Sie in das Geschäft gebracht (gesponsert) hat. Ihre nächste Anlaufstelle in dem Geschäft.
- Cross-Sponsoring = kreuzweise Anmeldung. Ein üblicherweise verbotener Vorgang, bei dem sich zwei oder mehrere Partner stets gegenseitig werben um Prämien zu kassieren. z.B wenn man erst seine Frau anwirbt, die Prämie dafür kassiert, sich danach abmeldet um sich unter ihr wieder anzumelden, wofür sie wieder eine Prämie bekommt, usw.
- Upline = die Partner, die über Ihnen in der Struktur gereiht sind
- Downline = die Partner, die in der Struktur unter Ihnen sind.
- Firstline = die Partner in der ersten Ebene unter ihnen (1. Level Downline)
- Spot = Platz, Position (innerhalb einer Matrix)
- Level = Niveau, Ebene (die Ebene innerhalb der Struktur)
- Tier = dasselbe wie Level
- Unilevel = einstufig
- Unlimited = unbegrenzt
- Width = Breite (wieviele Partner jeder in seiner ersten Ebene werben kann)
- Depth = Tiefe (über wieviele Ebenen in der Struktur Provision bezahlt wird)
- Commission = Provision
- Commissionable = verprovisionierbar (der Betrag od. die Ebenen für den/die Provisionen bezahlt werden)
- Accumulate = akkumuliert, zusammengerechnet
- Prospect = Interessent
- Leads = Adressen von möglichen Partnern oder Kunden (ernsthafte Interessenten)
- Recruit = rekrutieren, anwerben
- Enroll = einschreiben, anwerben, anmelden
- Enroller = der Eintrager (Sponsor, Empfehlungsgeber)
- SignUp = Anmeldung
- Registration = Registrierung, Anmeldung
- Subscribe = einschreiben, abonnieren
- Join = beitreten
- Participate = partizipieren, profitieren, teilhaben
- Registration form = Anmeldeformular
- Order form = Bestellformular
- Order Now = Jetzt bestellen

- Reseller = Wiederverkäufer, Partner in einem Strukturvertrieb
- ISR Independent Sales Representative = unabhängiger Verkaufs-Repräsentant, freier Vertriebsmitarbeiter
- Independent = Unabhängig, frei, nicht angestellt
- Employee = Angestellter
- Member = Mitglied
- Membership fee = Mitgliedsgebühr
- Free = kostenlos
- Trial (period) = Test / Versuchs (-periode)
- Setup = Herstellung, Installation
- Setup fee / setup-cost = einmalige Installations (Einschreib-) Gebühr
- Residual Income = Residualeinkommen (ein ständig wiederkehrendes Einkommen)
- Passives Einkommen = Einkommen für das man nicht mehr aktiv arbeiten muß, sondern sich aus Folgeprovisionen (Nachbestellungen der Kunden) und den Verkäufen innerhalb der Struktur ergibt.
- Opportunity = Gelegenheit, Chance.
- Follow-Up = nachfolgend (z.B. Folgeprovision)
- Guided Tour = Geführte Tour, Rundgang / Führung durch die Website
- Conference call = Konferenzgespräch (Eine Möglichkeit die Mitglieder eines Vertriebes auf dem Laufenden zu halten sind Telefonkonferenzen, bei denen die Firmenleitung am Telefon alle Partner gleichzeitig über Neuigkeiten informiert, wobei gleichzeitig alle anrufen und zuhören können und manchmal anschließend auch Fragen stellen können. Um in das System zu gelangen benötigt man üblicherweise einen PIN-Code. z.T. auch per VoIP und über Voicechats mit Online-Präsentation.)
- VoIP Voice over InternetProtocol = Sprachübertragung per Internet (von PC zu Telefonen oder zwischen PC's – z.B. Voice-Chaträume)
- Meetings = persönliche Treffen bei Strukturvertrieben dienen zu Motivation, Informationsweitergabe der Geschäftsleitung, Erfahrungsaustausch unter bestehenden Partnern, insbes. aber meist der Rekrutierung neuer Vertriebspartner im Zuge einer Firmen-, Produkt- und Struktur-Präsentation. Durch den meist großen regionalen Abstand der einzelnen Partner in Network-Firmen, die ausschließlich über Internet arbeiten, ist ein persönliches Treffen häufig nicht mehr möglich, trotzdem sind Regionaltreffen (Ländermeetings) und persönliche Präsentationen bei der Eröffnung eines neuen Marktes (Land) und für die ersten Führungskräfte (Opinion Leader) nicht unüblich.
- Opinion Leader = Meinungsbildner, der Personenkreis, der als Vorbild für die Kundengruppe dient und die eine wichtige Transportaufgabe bei der Einführung eines neuen Produktes übernehmen. Imsbes. Bei modischen und Trendartikel sind sie wichtig um die Meinung der breiten Käuferschicht positiv zu beeinflussen.
- Testimonial = Referenz, Meinungen anderer
- Administration = Verwaltung
- Back Office = die Verwaltung hinter dem Vertrieb, Kundendienst, Verrechnung, etc.
- Customer Service = Kundendienst
- Support = Unterstützung
- Support Ticket = Wartenummer für Mailanfragen
- Helpdesk = Kundendienststelle
- Toll-free Number = Kostenlose Kundendienstnummer
- Account = Konto. Meist das Provisionskonto bzw. die Kunden/Partnerkartei
- Fake Account = gefälschtes Konto (auf einen falschen Namen lautend) kein tatsächliches Konto, sondern von Mitgliedern entweder irrtümlich doppelt oder zu Testzwecken angelegtes Konto oder ein Konto, das in betrügerischer Absicht angelegt wurde (um Prämien zu kassieren, Prämien über mehrere Ebenen zu erhalten, etc.)
- Accounting = Kontoführung
- Billing = Verrechnung
- Access = Zugang, Zugriff

- File = Ordner, Datei
- ID = Identifizierung (Nummer, Wort das den Partner identifiziert)
- User-ID = Benutzer-Identifikation
- Passcode = Paßwort
- Payday = Zahltag
- Payoff = Auszahlung, Abrechnung
- Paycheck = Gehaltsscheck
- Payplan = Verdienstscheema, Marketingplan der Matrix
- Incentive = Anreiz, Prämie
- Credits = Guthaben
- Fee = Gebühr (monatlich = monthly; Jährlich = annual)
- Micropayments = Kleinbeträge von nur wenigen \$
- Recommend(ation) = empfehlen, Empfehlung.
- Referral = Empfehlung (refer = empfehlen)
- Sub-Domain = Untergeordnete Domain (z.B. eine Ref.-Seite eines Partners)
- Ref.-Link / Ref.-URL = der link, bzw. die URL, die Sie bekommen um Ihre persönliche (replizierte) Website zu bewerben.
- Self-replicating = selbstreplizierend. (die website, die sich von selbst erstellt, sobald Sie sich bei einem Strukturvertrieb online anmelden und die Sie künftig bewerben können. Diese Seite hat eine eigene URL (bzw. Anhang zur URL, wodurch Sie als Empfehlungsgeber von der Datenbank erkannt werden und der neue Partner ihnen zugeordnet wird)
- Cookies = ein kleines Programm, das Zugriffs- und Anmeldedaten speichert. Damit kann ein System erkennen, wann ein Interessent zum ersten mal auf einer Seite war und über welchen Ref.-link er ursprünglich kam. Dadurch kann ein neuer Partner auch dann noch korrekt zugeordnet werden, wenn er erst bei einem späteren Besuch die Anmeldung durchführt.
- Autoresponder = automatische Mailbeantwortung um zu bestätigen, daß eine mail ankam und Sofort-Infos zu übermitteln – z.B. Urlaubsabwesenheit, etc. Solche Adressen, die mit Autoresponder ausgestattet sind sollten zur Anmeldung bei MLM-Programmen nicht verwendet werden, da auch die Absendeadressen häufig Autoresponder verwenden und damit ein Ping-Pong-Spiel zwischen den Systemen beginnt.
- Noreply@ mailadressen = Adressen die nur zum Versand (Newsletter, etc.) verwendet werden und sonst nicht abgefragt werden. Mails an diese Adressen bekommt niemals jemand zu Gesicht.
- Launch = Start eines Unternehmens
- Prelaunch = die Phase vor dem Start, in der man sich zwar bereits anmelden und Partner werben kann, das Produkt aber noch nicht gekauft werden kann
- Relaunch = Wiedereinführung (Neugestaltung) eines Produktes.
- Adult = Erwachsen, Volljährig
- Restricted (area)= begrenzt, (Zugang nur für Berechtigte)
- Members Area / Members Lounge = Mitgliedsbereich
- Default (setting) = vorgegeben (Einstellung / Voreinstellung)
- Translate = Übersetzen
- Language = Sprache
- Tax-ID = (Einkommen-) Steuer-Nummer
- SSN = Social Security Number (Sozialversicherungsnummer / in den USA)
- V.A.T. = Value added tax (Mehrwertsteuer)
- Customs = Zoll
- S&H Shipping & Handling = Verpackungs- und Versand (spesen)
- Domestic = innerhalb des Landes (z.B. innerh. der USA)
- International = außerhalb des Landes (für US alles außerhalb der Staaten)
- Continental USA / Europe = nur am amerikanischen/europäischen Festland (also nicht Hawaii, England, etc.)
- Overseas = Übersee
- Registered (letter) = Einschreibe(brief)
- Regular (mail) = normale Post
- Priority = Eilsendung
- Courier = Kuriersendung – per FedEx, UPS, TNT, DHL, DPS, etc.

- AGB's = Allgemeine Geschäftsbedingungen
- T & C - Terms & Conditions = AGB 's (Geschäftsbedingungen bzw. Liefer- & Zahlungskonditionen)
- FAQ Frequently Asked Questions = Häufig gestellte Fragen
- E.&O.E. Errors and Omissions Excepted = Fehler und Auslassungen vorbehalten.

- **Weitere häufige Begriffe auf Anmeldeformularen**
 - > Date & place of birth = Geburtsdatum und Jahr
 - > DD/MM/YY = DayDay/MonthMonth/YearYear - Eintragen Tag/Monat/Jahr bzw. MM/DD/YY Monat/Tag/Jahr
 - > Sex = Geschlecht
 - > Gender = Geschlecht
 - > M (Male) = männlich
 - > F (Female) = weiblich
 - > Citizen(ship) = Staatsbürger(schaft)
 - > age = Alter
 - > adult check = Altersnachweis
 - > ID-Card = Personalausweis
 - > Driver licence = Führerschein
 - > Spouse = Ehegatte / Gattin (Husband = Gatte, wife = Ehefrau)
 - > child / children = Kind(er)
 - > Marital status = Familienstand
 - > single = ledig
 - > married = verheiratet
 - > widowed = verwitwet
 - > divorced = geschieden
 - > engaged = verlobt
 - > Profession = Beruf
 - > Independent = Selbständig
 - > Self-reliant = Selbständig
 - > Employed = Angestellt
 - > Education = Ausbildung
 - > Grammar school = Grundschule, Volksschule
 - > Junior High School = höhere Schule Hauptschule, Mittelschule Unterstufe
 - > High School = Oberstufe (Abitur, Maturaabschluss)
 - > University = Universitätsabschluß
 - > Apprenticeship = Lehre, Lehrlingsausbildung (Azubi)
 - > Unemployed = arbeitslos, nicht fix angestellt
 - > Freelance = freiberuflich
 - > Signature = Unterschrift
 - > sign = unterschreiben
 - > stamp = stempeln
 - > chop = stempeln (bes. im asiatischen Raum geläufig)
 - > seal = siegeln, mit dem Firmen-Prägestempel versehen
 - > federal ... = Bundes....
 - > choose = wählen
 - > multiple choice = mehrfache Auswahl
 - > required = notwendig
 - > optional = zusätzlich, nicht nötig
 - > Check applicable = zutreffendes ankreuzen
 - > Uncheck = Häkchen von bereits angekreuzten Feldern entfernen
 - > N/A Not applicable = Nicht zutreffend (oder Not available = nicht erhältlich)
 - > Reset = zurückstellen, löschen
 - > Retype = wiederholen (zur Bestätigung)
 - > Confirm = bestätigen
 - > Proceed = fortfahren
 - > done = fertig (Formular fertigstellen)

> Removal = Übersiedlung

- **Namen:**

- > Title = Titel (akademischer Grad – z.B. Dr., Prof., etc.)
od. Anrede; Mr. = Herr , Mrs. = Frau, Ms. = Fräulein
- > First Name = Vorname
- > Family Name = Familienname
- > Last Name = Familienname
- > Surname = Familienname
- > M.I. - Middle / Initial = Zweiter Vorname (Initiale)
- > Company Name = Firmenname

- **Adressen**

- > Mailaddress = Postadresse
- > Postal address = Postadresse
- > P.O.Box = Postfach
- > Resident address = Wohnadresse
- > Street = Straße
- > Number = (Haus) Nummer
- > Flat = Wohnung(snummer)
- > City = Stadt, Ort
- > ZIP – Code = PLZ (Postleitzahl)
- > Postal Code = Postleitzahl
- > State = Bundesland
- > County = Bezirk
- > Country = Staat (Land)
- > daytime phone = Telefon tagsüber
- > evening phone = Telefon abends
- > cell, cellular (phone) = Mobiltelefon
- > mobile (phone) = Handy
- > e-mail adress = e-mail Adresse

- **Zahlungen:**

- > wire transfer = Banküberweisung
- > P.O.D. Paid on delivery = Zahlung bei Lieferung (NN - Nachnahme)
- > C.O.D. Cash on delivery = Zahlung bei Lieferung (NN, Speditionsinkasso, etc.)
- > cashiers check = Bankscheck
- > personal check = persönlicher Scheck
- > Money Order = Geldanweisung
- > Postal Order = Postanweisung
- > Western Union = Geldtransfer über diese Agentur (bei Postbank, Post, auf Bahnhöfen, bei manchen Wechselstuben, Banken, eigenen Geschäftslokalen, etc.)
- > MoneyGram (ähnlich wie Western Union)
- > Creditcard = Kreditkarte
- > Debitcard = Debitkarte
- > valid (till) = gültig (bis)
- > validation-number = Prüfnummer (auf der Rückseite bei Kreditkarten – üblicherweise die letzten 3 Zahlen der Nummer über dem Unterschriftsfeld)
- > PayPal = elektronische Zahlungsform per e-mail
- > e-gold, paybox, ... elektronische Zahlungsformen

-

- **Bankbegriffe:**
 - > acc. = account (Konto)
 - > acc. Nr. = Kontonummer
 - > Bank Routing Number = BLZ (Bankleitzahl)
 - > Sorting Number = BLZ
 - > S.W.I.F.T. (Society of Worldwide Interbank Financial Telecommunications) = Bankinternes Übertragungssystem zum schnellen Geldtransfer an das rd. 7000 Banken in fast allen Ländern angeschlossen sind .
 - > SWIFT-Code = Buchstaben-Zahlen Kürzel aus Bankbezeichnung, Land und Ort.
 - wenn dieser Code bekannt ist, geht die Überweisung schneller. Hier findet man fast alle SWIFT-Codes: <http://www.sponge.org/~juice/internationalswift.html>
 - > Sender = Absender
 - > Receiver = Empfänger
 - > Payable to = zahlbar an
 - > Standing Order = Dauerauftrag
-
- **Weltzeiten (Europa & USA - Continental) im schnellen Überblick**

Durch unterschiedl. Sommerzeitumstellungen können Änderungen auftreten!

 - > GMT = Greenwich Time (England, Irland, Portugal, Marokko) +/- 0 Std.
 - > UTC Coordinated Universal Time = basiert auf der GMT
 - > WET Western European Time = GMT
 - > CET Central European Time = MEZ
 - > MEZ / Mitteleuropäische Zeit = GMT -1 Std. (von Spanien bis zur Russischen Grenze - incl. Norwegen, Schweden, Litauen, Polen, Slowakei, Ungarn, Jugoslawien, in Nordafrika von Algerien bis Kairo)
 - > Osteuropäische Zeit = GMT -2 Std. (ab Finnland, Lettland, Weißrussland, Teile von Russland, Moldavien, Ukraine, Rumänien, Bulgarien, Griechenland und Türkei nach Osten z.T bis an die asiatische Grenze, östl. Mittelmeerstaaten Syrien, Libanon, Israel)
 - > MSK Moskau Standard Time = GMT -3 Std.
 - > AST Atlantic Time = GMT +4 Std. (Neufundland) zur MEZ ist es dort 5 Std. früher
 - > EST Eastern Standard Time = GMT +5 Std. (USA Ostküste) zur MEZ 6 Std. früher
 - > CST Central Standard Time = GMT +6 Std. (Zentralamerika von Texas über Chicago bis Winnipeg) zur MEZ 7 Std. früher
 - > MST Mountain Standard Time = GMT +7 Std. (Rocky Mountains: Santa Fe, Denver, Calgary) zur MEZ 8 Std. früher
 - > PST Pacific Standard Time = GMT +8 Std. (Amerikanische Westküste Californien, Nevada bis über Vancouver) zur MEZ 9 Std. Zeitunterschied.
- E-commerce, e-business = Die Summe aller Geschäfte die im Internet getätigt werden
- Online-Shop = Internet-Geschäft
- Shopping Mall = Einkaufszentrum
- Wholeseller = Großhändler
- Distributor = Vertrieb, Verteiler, Verkäufer
- Vendor = Endverkäufer
- Ebay = weltweit größtes Internet-Auktionshaus, in dem u.a. auch Werbeplätze, Domains, Scripte, Mitgliederkonten bei MLM-Vertrieben und ganze Internetgeschäfte versteigert werden.
- E-books = Elektronische Bücher, CD's, etc. ("Reporte")
- Reporte = Lern-, Informationsmaterial (per mail)
- E-zine = Internet-Magazin (online oder per e-mail = Newsletter)
- Ad = kurz für Advertisement - Werbung bzw. insbes. Zeitschriftenanzeige
- Classified ad = Kleinanzeigen

- FFA-list – Free For All Liste = Für alle frei zugängliche Liste in die jeder seine URL (Textlink) eintragen kann.
- TV-Commercial = Fernsehwerbung
- Site-rotation = Seitenrotation. Eine Möglichkeit mit einer einzigen URL mehrere Mitglieder- (oder Unterseiten) zu bewerben, indem jedesmal (z.B. wenn ein Banner geklickt wird) eine andere Mitgliederseite aufgerufen wird.
- Random (selection) = Zufalls (auswahl)
- Traffic = Verkehr (auf einer Website) – Zugriffe, Downloads, etc.
- Hits = Zugriffe (Klicks) auf eine Webpage
- Visitor = Besucher (auf Webseite)
- Framebreaker = Framebrecher (Rahmenbrecher) Script, das verhindert, daß sich eine Website innerhalb einer anderen Website öffnet und den Rahmen der aufrufenden Seite sprengt. Diese Seiten können bei vielen kostenlosen Werbemedien nicht eingesetzt werden, weil sie die Frames der Werbeseite (Bestätigunguhr) löscht.
- Imprint = Impressum
- Ltd. = Limited (liability) GmbH. Beschränkte (Haftung)
- Inc. = Incorporated (Incorporation) = Gesellschaft
- Corp. = Corporation / stock Corporation = Aktiengesellschaft
- (Public) Limited = AG.
- Disclaimer = Haftungsausschluß
- Unsubscribe@ mailadressen = Abmeldemail – dabei sind meist schon alle Abmeldeinformationen enthalten und das mail wird direkt zu der entsprechenden Stelle geleitet die die Adresse aus der Datei entfernt bzw. ist dementsprechend mit der Datenbank verknüpft.
- Remove@ mailadresse = Abmeldemail (w.o.)
- Unsubscribe = abmelden
- Cancel = löschen, abmelden
- Delete = löschen
- Remove = entfernen
- Abuse = Mißbrauch
- Report (abuse, spam) = Melden von Mißbrauch, Spam
- Unsolicited (mail) = Unaufgefordert(e mail), Spam.
- OptOut = austragen
- OptIn = Anmeldung, eingegangene Mail, die das Senden von Werbung an diese Adresse gestattet.
- Spam = ungewollte, unerwünschte Werbesendung per e-mail – verbotene Werbeform
- No Spam Policy = Die Politik eines Unternehmens keinen Spam zu betreiben und ihn auch nicht von den Mitgliedern zuzulassen um das Geschäft zu bewerben.
- Scam = "Masche"; Abzocke mittels eines dubiosen Geschäftes oder durch unwahre, unrealistische Versprechen, bei dem meist die Gier der Menschen ausgenutzt wird.
- "Get rich quick scheme" – "Schnell-reich-werden Schema" Wenn ein MLM-System mit dem unrealistischen Versprechen wirbt, daß man ohne Arbeit über Nacht zum Millionär werden kann (in 90 Tagen ohne Arbeit zum Millionär) – häufig Kettenbriefe.
- Kettenbrief = Briefe die als Kette an immer mehr Menschen verschickt werden. Meist gebräuchlich für ein (illegales) Schneeballsystem bei dem man an die voranstehenden Absender der Briefkette Geld schickt und sich als neuen Geldempfänger einsetzt, in der Hoffnung irgendwann von den Briefempfängern ebenfalls (entsprechend multipliziert) Geldbeträge zu erhalten. Meist muß man selbst an 5 Leute jeweils ein paar \$ senden und soll dann von Millionen Menschen die den Brief später erhalten ebenfalls wieder jeweils diese paar \$ bekommen und so reich werden. HÄNDE WEG!
- Chain-letter = Kettenbrief
- Hoax = ein übler Scherz, der kettenbriefartig per mail verschickt wird. z.B. mails die dazu auffordern einen angeblichen Virus zu löschen, der in Wirklichkeit eine nötige Datei für das Betriebssystem ist, fingierte Spendenaufrufe für krebskranke Kinder, Petitionen für den Urwald oder Menschenrechte, oder

"urban legends"

- Urban legends = "Stadtmärchen". Scherze, die sich einen wahren Anschein geben und die Leute zu irgendwelchen Aktionen verleiten. Z.B. Microsoft zahlt 500\$ für die Weiterleitung einer mail, weil damit ein System getestet werden soll, Gratishandy für Mailweiterleitung, Protestaktion weil in Japan "bonsai-kitten (Katzen in Glasflaschen) gezüchtet werden, etc.
Oft wird das auch zur Denunziation (Rattenurin auf Energydrink, Bundeskanzler rät zur Wahl der Opposition, etc.) genutzt.
- Faker = Schummler (jemand der mehrere Konten, Konten unter falschen Namen, etc. anlegt)