

DIE GRÜNDER-ELITE MAGAZIN

founders

Deutschland, Österreich, Schweiz

Ausgabe 10

**ONLINE GELD
VERDIENEN**
SEBASTIAN
MANSLA



**AUF DEN FOKUS
KOMMT'S AN**

STEVE AOKI +
TIM FERRISS

**DIE MACHT DER
ZIELGRUPPE**

**10 TIPPS FÜR
BESSERE
KOLLABORATION**

**JACK MA
NEVER
COMPLAIN**

**AUGUST
KROL**
E-COMMERCE
AUF AMAZON



Nah, Näher Direktvertrieb



Herr Brandl, ist es auch heute noch erstrebenswert, mit eigenen Mitteln eine Firma aufzubauen und Wachstum von realwirtschaftlichen Parametern abhängig zu machen?

Ja, aber selbstverständlich. „Im kleinsten Handel ist mehr Geld verdient als in acht Stunden harter Arbeit!“ Das gilt bis heute. Auch früher schon habe ich meine Unternehmen immer gesund mit vorhandenem Eigenkapital wachsen lassen. Ware, Gehälter und andere Fixkosten wurden bei mir nie über Fremdkapital finanziert. Natürlich kann man das wohl nicht in jeder Branche eins zu eins so umsetzen.

Ihre Produkte begannen ihren Weg im Direktvertrieb. Ist das auch heute noch ein interessanter Vertriebskanal?

Ja, gerade heute ist der Direktvertrieb äußerst interessant: In Zeiten des anonymen Online Shoppings wissen die Leute den persönlichen Kontakt und die individuelle Beratung umso mehr zu schätzen. Durch die Produktpräsentation im Anwendungsgebiet werden alle Sinne angespro-

chen, der Kunde kann hören, sehen, fühlen, riechen, schmecken – ein einzigartiges Einkaufserlebnis. Außerdem steht beim Direktvertrieb die Kundenbeziehung im Vordergrund. Das ist zum einen deshalb herausragend, weil unsere Kunden oft aufgrund von Empfehlungen durch Freunde auf uns stoßen und zum anderen, da jeder Kunde seinen eigenen, persönlichen Berater und Ansprechpartner hat, der ihn die ganze Customer Journey entlang begleitet. Nur der Direktvertrieb ermöglicht all diese Aspekte in diesem Umfang.

Für Vertriebspartner mit nur wenig Eigenkapital ist es der perfekte Einstieg in die Selbstständigkeit. Nicht umsonst steigt die Zahl der Umsätze und selbstständigen Vertriebspartner stetig an. Der Direktvertrieb ermöglicht eine Win-Win-Win Situation für drei Parteien: Den Kunden, den selbstständigen Vertriebspartner und das Unternehmen. Bei Bela Aqua gilt: „Wer aufhört besser zu werden, hat aufgehört gut zu sein“. Daher führen wir regelmäßig Zufriedenheitsumfragen durch und sind jedes Mal stolz, wie gut die Rückmeldungen sind. Wir arbeiten

beispielsweise auch mit vielen zufriedenen Gewerbekunden zusammen, die ihren Mitarbeitern stolz Bela Aqua anbieten.

Wie wichtig wird online?

Uns ist es sehr wichtig, dass unser Produkt, die Evolution, exklusiv bleibt und deshalb bewusst ausschließlich über den Direktvertrieb vermarktet wird. Wir hatten schon unzählige Anfragen von Onlinehändlern, die wir stets ablehnten, obwohl es um tausende Geräte ging. Allerdings ist es unumgänglich, online präsent und aktiv zu sein. Facebook- und Instagram Posts genügen nicht mehr. Daher sind wir online mit Werbekampagnen auf unterschiedlichen Plattformen und mit verschiedenen Zielen tätig, wie etwa die Bekanntheit steigern, Leads generieren und ähnliches. Wir betreiben aktiv Newsletter Marketing, sammeln Rezensionen, betreiben aktives Contentmanagement und vieles mehr. Aktuell haben wir unser ganzes Unternehmen mit der Einführung eines komplett neuen und alle Bereiche abdeckenden CRM digitalisiert. Das schließt die Warenwirtschaft ein, dazu Kunden- und neueste On-

Günter Brandl setzt seit 39 Jahren auf Kundennähe und ausschließlichen Direktvertrieb seiner Produkte

lineshop-Managementsysteme, speziell für die Bela Aqua GmbH programmiert. Neben verbesserter

Logistik und optimaler Kundenbetreuung ermöglicht dies auch die täglich wachsenden Aufgaben noch effizienter und zuverlässiger zu bearbeiten. So stellen wir die

hohe Kundenzufriedenheit sicher – eine der Hauptaufgaben stark wachsender Unternehmen, wie wir es sind.

In der persönlichen Beratung lauern viele Fallstricke. Wo werden die meisten Fehler gemacht?

Schwierige Frage, denn jeder Verkäufer und Kunde ist anders. Wir schulen und betreuen unsere Vertriebspartner intensiv. Das Wichtigste ist, dass man hinter dem Produkt steht und dieses begeistert beim Kunden präsentiert, dann kann eine Win-Win-Situation für beide entstehen.

Aus meiner 39-jährigen Erfahrung heraus bestätigt sich immer wieder: Es gibt Verkäufer, die nur mal schnell Geld verdienen wollen, sprich, schnell mal etwas verkaufen möchten und es gibt die Verkäufer, Berater und Kundenberater, denen bewusst ist, wie wertvoll ein zufriedener Kunde ist, der zum besten „stillen Verkäufer“ werden kann. Dafür sind eine ehrliche, korrekte Beratung und Kundenbetreuung unumgänglich.

Ein Vorwurf im Vertrieb lautet stets, für Beratung, Service und Provision ver-schwundet entweder zu viel vom Umsatzkuchen oder es verteuert das Produkt. Wie rechtfertigen Sie das dennoch?

Ist das so? Wir arbeiten im Premiumsegment und dazu stehen wir. Unser Kunde kann sich auf ein Produkt von höchster Qualität und Güte, auf einen zuverlässigen Service mit rundum Betreuung verlassen, von der Beratung, Machbarkeit, Einbau, Nachbetreuung bis hin zum Support. Der Direktvertrieb ist auch der kürzeste Weg des Produkts zum Kunden. Bei anderen Handelsstrukturen sind die Preise meist die gleichen, nur anders verteilt und es wird viel Geld für Marketing ausgegeben. Am Ende bezahlt der Kunde nicht für ein Produkt oder Unternehmen, sondern für einen Nut-

zen, für ein gelöstes Problem. Das Gesetz der Wirtschaft verbietet es, für wenig Geld

viel Wert zu erhalten. Nehmen Sie das niedrigste Angebot an, müssen Sie für das Risiko, das Sie eingehen, etwas hinzurechnen. Und wenn Sie das tun, dann haben Sie auch genug Geld, um für etwas Besseres mit all seinen Leistungen zu bezahlen.

Service ist im Zuge der Digitalisierung sehr ins Hintertreffen geraten. Können Unternehmen damit wieder punkten?

Wachstum kann nur mit gutem Service und Support gelingen. Gerade in der Service-Wüste Deutschland sind an dieser Hürde schon einige gescheitert. Wenn dieser Bereich nicht gut ist, hat man einen schweren Stand. Zu Service gehört nicht nur das Technische, sondern auch ganz simple Dinge. Zum Beispiel, dass der Kunde einfach mal wieder vom Unternehmen hört,

einen Geburtstagsgruß, eine Kundenzeitung oder auch mal ein kleines Geschenk erhält.

Was würden Sie Startups raten? Ist ein klassischer Vertrieb wichtig?

Das lässt sich nicht pauschalisieren. Ich kann nur für mich sprechen. Es ist wichtig, in einem 100-Prozent-Markt zu agieren, ein Produkt oder eine Dienstleistung anzubieten, die jeder braucht. Sonst beschneidet man sich selbst direkt von Anfang an bei den Einkommensmöglichkeiten. Es muss ein Produkt mit Aha-Effekten sein, das den Wunsch nach „Will ich haben“ auslöst und sich somit von selbst verkauft. Ein Nachfolgegeschäft ist ebenfalls wichtig, um auch für die Zukunft ein passives Einkommen an den einmal gewonnenen Kunden generieren zu können. Ansonsten hat man viel Mühe in einen Kunden investiert, den man dann nie wieder sieht. Zudem ist es wichtig, dass man seinen eigenen Lebensunterhalt, seine Fixkosten, jeden Monat selbst damit erwirtschaften kann. Sprich, beim Start ist dafür zu sorgen, so viel Eigenumsatz zu generieren, dass die Fixkosten gedeckt sind, ohne einen einzigen Mitarbeiter zu benötigen. Nach diesen Kriterien habe ich stets meine Karriere, meine Unternehmen in der Selbstständigkeit geplant und erfolgreich umgesetzt.

»Der Direktvertrieb ist der kürzeste Weg des Produkts zum Kunden. Bei anderen Handelsstrukturen sind die Preise meist die gleichen, nur anders verteilt und es wird viel Geld für Marketing ausgegeben.«

– Günter Brandl

