10 FEHLER

die deine Karriere im Vertrieb beenden, bevor sie begonnen hat!

Ungeschönt, aus über 20 Jahren Innensicht. Nichts für Zartbesaitete.



Klaus Jürgen Zirkelbach
Insider im Direktvertrieb · Autor von MLM Klartext

Dieser Text ist nichts für Zartbesaitete. Er sortiert aus. Das ist Absicht.

Vielleicht hat dir jemand ein „Geschäft“ angeboten. Vielleicht steckst du schon mittendrin und merkst, dass irgendwas nicht stimmt. Vielleicht hast du schon viel verloren und willst endlich einmal jemanden hören, der nicht lügt.

Ich war über 20 Jahre Insider im Strukturvertrieb und im MLM. Was jetzt kommt, ist meine Meinung und mein Erleben, ungeschönt. Nicht jeder Anbieter und nicht jedes Team ist so. Aber bei sehr vielen kommt mehreres davon zusammen.

Und noch etwas vorweg: Du bist nicht zu dumm. Du verlierst, weil dir niemand die Wahrheit gesagt hat.

Die zehn Fehler

1	Du arbeitest eine Namensliste ab	Seite 3
2	Du glaubst die großen Versprechen	Seite 3
3	Du rechnest nicht nach	Seite 4
4	Du nutzt das Produkt nicht selbst	Seite 4
5	Du läufst gehypten Vorbildern nach	Seite 4
6	Du klonst jemand anderen und gibst dich selbst auf	Seite 5
7	Du sprichst jeden an und bist „nett penetrant“	Seite 5
8	Du machst dein Umfeld zum Zahlungsmittel	Seite 5
9	Du nimmst jedes Nein persönlich	Seite 6
10	Du folgst deiner Upline blind	Seite 6

© 2026 Klaus Jürgen Zirkelbach

1 Du arbeitest eine Namensliste ab

> *Zwei Jahre kein Kontakt, dann schreibst du Petra, mit der du als Kind im Sandkasten gesessen hast: „Hey, ich musste an dich denken! Ich habe da etwas Spannendes." Zwei graue Haken. Nach einem Tag werden sie blau. Und dann passiert: nichts.*
>
> Szene, frei erzählt

Namensliste, Handykontakte durchtelefonieren, jeden auf WhatsApp anschreiben, im Verein oder im Fitnessstudio alle ansprechen. Die Methoden sind seit Jahrzehnten unverändert, und sie werden immer noch von oben nach unten weitergereicht, als wäre das Internet nie erfunden worden. Ich habe Strukturvertrieb schon betrieben, als es kein Internet gab. Da hatte das seine Berechtigung. Heute ist es unfassbar.

Wer sein Umfeld abklappert, bekommt erst einmal Widerstand. Der richtet sich meistens gar nicht gegen dich, sondern gegen das, was die Leute von dieser Branche gehört haben, und nach den Geschichten, die im Umlauf sind, haben sie auch allen Grund dazu. Du zahlst mit deinem Vertrauen. Und Vertrauen lässt sich nicht nachdrucken.

2 Du glaubst die großen Versprechen

„Du brauchst kein Startkapital." „Das kann wirklich jeder." „Verdiene im Schlaf." „Kündige deinen Chef." „Das ist kein Verkaufen, du empfiehlst nur." „Alle Zweifler sind nur neidisch." Ich habe diese Sätze alle selbst gehört, und in keiner anderen Branche so oft.

Die Wahrheit dahinter: Du brauchst sehr wohl Geld für Pakete, Ware, Seminare und Fahrten. Jeder kann anfangen, aber nur sehr wenige bauen ein Geschäft auf. Bevor irgendetwas „passiv" läuft, steckt oft jahrelange Arbeit dahinter, wenn überhaupt. Wer das Geschäft kündigt, bevor es trägt, riskiert seine Existenz. Und manche Zweifler haben einfach Zahlen. Manche haben Geld verloren.

Wer dich mit Versprechen holt, wird dich ohne Versprechen verlieren lassen.

© 2026 Klaus Jürgen Zirkelbach

3 Du rechnest nicht nach

> *Du kommst vom Wochenendseminar. Drei Tage, Hotel, Standing Ovations. Im Auto hörst du das erste Mal wieder die Stille. Zu Hause liegt der Kontoauszug im Flur, zwei Lastschriften, die du vergessen hattest. Dein Partner fragt: „Alles gut?“ Du sagst: „Ja, ja.“*
>
> Szene, frei erzählt

Dein Geld verschwindet nicht auf einen Schlag, sondern in Raten, und jede Rate fühlt sich vernünftig an. Das Starterpaket, weil man „ja professionell starten muss“. Die Nachbestellung, damit der Bonus nicht verfällt. Das Seminar mit Anreise und neuem Hemd. Der Eigenverbrauch, den du „sowieso“ gebraucht hättest, nur nicht in dieser Menge.

Mach die Probe. Nimm ein Blatt Papier, schreib alles auf, was du bezahlt hast, zieh ab, was du an Provision bekommen hast. Und schau auf die Zahl. Ich sage dir ehrlich: Wer dieses Blatt meidet, kennt die Antwort schon.

Und ja, die Größenordnung ist belegt, auch wenn es für Deutschland keine exakte Quote gibt: Die US-Handelsbehörde FTC hat 2024 die Einkommensübersichten von 70 Unternehmen ausgewertet. Bei den meisten bekam die große Mehrheit im Jahr nicht mehr als 1.000 Dollar, und die eigenen Ausgaben waren da meist noch gar nicht abgezogen. Das ist kein Beweis für jede Firma, aber eine Richtung, die du kennen solltest.

4 Du nutzt das Produkt nicht selbst

Man lernt das über einen guten Freund kennen: „Hier, da kannst du einsteigen.“ Und dann wird das Produkt, die Dienstleistung, die Ware nie richtig genutzt, weil man denkt, das machen ja die Partner. Das ist nicht bei allen so, aber bei sehr, sehr vielen, und es ist meine eigene Erfahrung.

Dazu kommt: Es gibt auffallend wenig echte Kunden außerhalb des eigenen Teams. Der Fokus liegt auf Partnern. Und wer nur im eigenen Kreis verkauft, hat am Ende ein Geschäft, das davon lebt, dass immer neue Leute einsteigen. Ob das zulässig ist, entscheiden Gerichte. Aber als Einsteiger solltest du dir die Frage stellen.

5 Du läufst gehypten Vorbildern nach

Die Bühne, die Superstars auf Instagram und YouTube, die Sportwagen, die Strandfotos, „bald schaffst du das auch“. „Der war früher Automechaniker und verdient jetzt sechsstellig.“ Ich kann solche Geschichten nicht überprüfen, und ich habe gelernt, bei jeder zu fragen: Wie viele haben es versucht, und wie viele davon verdienen am Ende netto etwas?

Ein Vorbild ist eine Ausnahme. Und eine Ausnahme ist niemals die Regel. Es dauert eine Zeit lang, bis man dahinterkommt, und genau das ist einer der Gründe, warum so viele scheitern.

© 2026 Klaus Jürgen Zirkelbach

6 Du klonst jemand anderen und gibst dich selbst auf

> *Sonntag, Grillfest bei deinem Schwager. Du erzählst begeistert von „diesem PRODUKT“, das du jetzt jeden Morgen trinkst. Deine Stimme wird lauter, deine Hände fliegen. Am Tisch wird es still. Jemand sagt: „Aha. Und das hilft?“ Du sagst: „Das musst du erleben!“*
>
> Szene, frei erzählt

Mach das nach, was dein Sponsor macht: Sprache, Tonfall, manchmal sogar Kleidung und Frisur. Dann kommen die Sätze, die ich aus einem echten Team-Chat kenne, wörtlich: „Sei ein bisschen verrückt!“ „Halte die Energie in deinem Feld hoch.“ „Stecke die anderen an.“ „Versuche nicht, dieses Business zu verändern.“

Sei, wie du bist, aber bitte verrückter. Das meint nicht dich, das sagt dir, wie du zu sein hast. Echte Begeisterung muss man nicht hochhalten. Und dann klingst du wie alle anderen, und der Interessent weiß nicht, warum er ausgerechnet bei dir einsteigen soll, wenn es beim Nächsten genauso aussieht. Menschen kommen nicht zu dir, weil du so bist wie die Masse. Sie kommen, weil du so bist, wie du bist.

7 Du sprichst jeden an und bist „nett penetrant“

Original-Wortlaut aus einem Chat: „Sei liebevoll frech und nett penetrant. Erzeuge einen Sog um dich herum.“ Und: „Nicht im Kopf ausfiltern, einfach allen eine Chance geben.“ Lies das Wort penetrant noch einmal. Es heißt aufdringlich, hartnäckig, nicht abzuschütteln. Jemand ist penetrant, wenn er ein Nein nicht hört. Dass man „nett“ davorstellt, ist Zucker auf einer Pille.

Genau dieses Ausfiltern ist das, was normale Menschen jeden Tag aus Anstand tun. Du sprichst den Mann an der Tankstelle nicht an, wenn du siehst, dass er in Eile ist. Wer „allen eine Chance gibt“, macht aus jedem Menschen ein Ziel. Das Ergebnis sind keine Kunden. Das Ergebnis sind blockierte Nummern und eine Geschichte beim nächsten Vereinsabend: „Pass auf, die ist jetzt in so einem Netzwerkdings.“

8 Du machst dein Umfeld zum Zahlungsmittel

> *Der 60. Geburtstag deiner Schwiegermutter. Dein Schwager hebt das Glas: „Aber heute hat keiner was zu verkaufen dabei, oder?“ Alle lachen. Zwei Cousinen schauen auf ihre Teller. Auf der Heimfahrt sagt keiner etwas. Erst vor der Haustür: „Bitte nicht mehr bei meiner Familie.“*
>
> Szene, frei erzählt

Ein Tipp, der gefeiert wurde, wörtlich: „Zu teuer? Dann startest du mit PRODUKT. Nächste Woche sitze ich bei dir im Wohnzimmer. Lade vier, fünf Leute ein, dann trinkst du umsonst.“ Dein Einwand war, dass du es dir nicht leisten kannst. Die Antwort ist nicht „dann lass es“, sondern „dann bezahl mit deinen Leuten“.

Deine Freunde werden zum Zahlungsmittel. Und das Umfeld merkt es, denn die Menschen sind nicht blöd. Wenn du anrufst, um dich nach so langer Zeit mal wieder auf einen Kaffee zu treffen, wissen sie, dass jetzt ein Angebot kommt. Ohne dass du es merkst, zieht sich das Umfeld zurück, und die meisten haben nicht den Mut, es dir zu sagen.

© 2026 Klaus Jürgen Zirkelbach

9 Du nimmst jedes Nein persönlich

Nach dem zehnten oder zwanzigsten Nein fragst du dich ganz automatisch: Was stimmt nicht mit mir? Bei den anderen klappt es doch auch. Dein Selbstwert hängt plötzlich an Zusagen und Absagen. Zwei neue Kunden: Superstar. Zehn Gespräche, zehn Absagen: der Letzte. Ich bin seit über 40 Jahren Unternehmer, gute Zeiten, schlechte Zeiten, aber diese emotionale Achterbahn darf es nicht geben.

Und dann gehst du zu deinem Sponsor und sagst, es klappt nicht. Und er sagt: „Du musst es nur mehr wollen." Oder: „Sprich mit mehr Leuten am Tag." Für den, der gerade zweifelt, heißt das nur: noch mehr Druck. Wollen reicht nicht. Wer nie weiter als ein paar hundert Meter gelaufen ist, kommt auch mit größtem Willen nicht auf den Mount Everest. Der Satz lädt die Schuld beim Einsteiger ab.

10 Du folgst deiner Upline blind

„Jeder gute Führer ist auch ein guter Gefolgsmann." Klingt harmlos. Heißt im Umkehrschluss: Wer anders arbeitet als seine Upline, ist automatisch kein guter. Ich habe die Rufe kurz vor Monatsende erlebt, „Leute, da wäre noch ein bisschen Umsatz für die nächste Stufe drin". Wer Umsatz anschiebt, weil ein Monat zu Ende geht und nicht, weil jemand etwas braucht, arbeitet nicht für den Kunden.

Und wenn du anders arbeitest als deine Upline, wird es richtig gefährlich: Dir werden Defizite unterstellt, es wird hinter deinem Rücken mit deinen Partnern gesprochen, und irgendwann wirst du zu einem „Eignungsgespräch" gebeten. Das habe ich selbst erlebt, mehr als einmal. Es heißt: Abwerben. Und wo jeder macht, was er denkt, zehn Partner, zwölf Vorgehensweisen, bleibt nur Blindflug und Hoffnungsmarketing.

Und jetzt?

Wenn du bei mehreren Punkten innerlich genickt hast, dann weißt du, was ich meine. Das Modell ist nicht der Gegner. Der Gegner ist die Art, wie die Masse es benutzt.

Es gibt einen anderen Weg: Du jagst keinem Menschen mehr hinterher. Du suchst dein Umfeld nicht ständig nach Kunden und Partnern ab. Stattdessen kommen Menschen mit echtem Interesse von sich aus auf dich zu, und alle anderen treten gar nicht erst in dein Leben. Das ist keine Garantie und kein Versprechen. Aber es ist ein deutlich besserer und einfacherer Weg, und wie er aussieht, zeige ich dir als Nächstes.

© 2026 Klaus Jürgen Zirkelbach

Impressum, Datenschutz und Copyright

Impressum

Klaus Jürgen Zirkelbach
Oleanderstrasse 2
90522 Oberasbach
E-Mail: info@mlm-klartext.de
Web: www.mlm-klartext.de

Das vollständige Impressum findest du unter www.mlm-klartext.de/impressum/

Datenschutz

Dieses PDF selbst enthält keine Tracking-Elemente und lädt nichts nach. Wie auf der Website mit personenbezogenen Daten umgegangen wird, steht in der Datenschutzerklärung unter www.mlm-klartext.de/datenschutz/.

Copyright

© 2026 Klaus Jürgen Zirkelbach. Alle Rechte vorbehalten. Die Weitergabe dieses Reports ist nur unverändert und vollständig gestattet. Vervielfältigung, Veröffentlichung oder Bearbeitung einzelner Teile, auch auszugsweise, bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung des Autors.

Zum Inhalt

Dieser Report gibt die persönliche Meinung und Erfahrung des Autors wieder. Er enthält keine Verdienstversprechen und ersetzt keine Rechts-, Steuer- oder Anlageberatung. Genannte Zahlen sind Größenordnungen aus Studien und Erhebungen und gelten nicht für jedes Unternehmen. Die Zitate stammen aus Chats und sind anonymisiert. Die Szenen sind frei erzählt und beispielhaft.

Kontakt

Fragen, Kritik oder eigene Erfahrungen? Schreib an info@mlm-klartext.de.