

BEST OF NETWORK- MARKETING

„Queens of Success“

im modernsten Business
unserer Zeit

WOMEN

Rekru-Tier

INHALT

ILONA BÜRKLE / PM-INTERNATIONAL

Ich geh leben – kommst du mit?

ANNA HERBST / JEUNESSE unityglobal

Die ganze Welt ist mein perfektes Office

VIBECKE STEINSVIK PARR / ZINZINO

Network-Marketing war der Ausweg in die Freiheit –
für mich und meine Familie

KATJA SCHREIDER / JEUNESSE unityglobal

Freiheit ist, dass ich nicht mehr muss, sondern nur
noch darf

ULRIKE MARTIN / Lifepius

Eine Top-Ausbildung ist der Grundstein des Erfolgs

SUSANNE ROSTECK / LR Health & Beauty

Erst im Network-Business entdeckte ich, was ich zu
leisten imstande bin

ANDREA GRÜBEL / Network-Marketing-Professional

Auch nach 30 Jahren habe ich leider keine zweite
Andrea Grübel im Network gefunden

STEFANIE HONOLD / PM-INTERNATIONAL

Für das Network-Business hat man immer Zeit –
wenn man wirklich will

ANJA JUNGBLUTH / Top-Finanzcoachin

Mein Team vertraut mir, weil ich den Beweis für
meine Kompetenz erbracht habe

JULIA BAYLAN / RINGANA

Wenn eine wahrhaftige „Network-Fighterin“ den
Erfolgs-Turbo zündet

KARIN MACK / JUCHHEIM

Network-Marketing ist das perfekte System, um
meine Kompetenzen einzusetzen

ILSE FÜGER / VEGAS COSMETICS

Mein Erfolg im Network ist einfach so passiert, weil
ich zu 100 Prozent aktiv war

VERONIKA RENZ / PM-INTERNATIONAL

Wer mit dem Herzen spricht, dem hört man zu

BISERKA MARSEGLIA / ENERGETIX

Direktansprache ist keine Zauberei, sondern etwas
ganz Normales

GABRIELE REICHARD / FOREVER

Ich bin eine gute Team-Leaderin, weil ich Momentum
erschaffen kann

BETTINA MERSMANN / LAVYLITES

Erfolg ist eine Frage der persönlichen
Geisteshaltung

KARIN GERSTETTER / HYLÄ

Gesundes Gottvertrauen hilft, sich im Network auch
selbst zu vertrauen

ZINAB RIZVI / ZINZINO

Lerne täglich, denn man wird spürbar immer besser,
je öfter man es tut

ULRIKE CHURFÜRST / YOUNG LIVING

Nutze das System so einfach wie es ist – ohne es
komplizierter zu machen

MAHARANI WOLF / HERBALIFE NUTRITION

Wir bekommen alle, was uns zusteht – wenn wir nur
alles dafür tun

EDITORIAL

Wenn's am schönsten ist, soll man ja bekanntlich aufhören. Von wegen! Jetzt geht es erst so richtig los. Denn als wir im REKRU-TIERVerlag das Buch mit dem Titel „*Best of Network-Marketing - Leader of Success im modernsten Business unserer Zeit*“ im Herbst 2021 herausbrachten, war der Beifall groß. Wow! Sensationell, welche Begeisterung diese spezielle Network-Marketing-Lektüre ausgelöst hat. War das Werk doch zugleich auch das Ergebnis unserer extrem guten Verbindungen in die Branche, mit dem es uns on top gelungen ist, das „WHO's WHO“ der Network-Marketing- und Direktvertriebs-Szene in Deutschland, Österreich und der Schweiz in einem Buch zu vereinen. Somit hat es REKRUTIER geschafft, eine bisher noch nie dagewesene Visitenkarte für diese faszinierende Branche zu schaffen. Außerdem: Wer will nicht von den Besten der Besten lernen? Die Tricks, Kniffe und Geheimnisse erfahren, die der entscheidende Kick zum Durchbruch und zum großen Erfolg sein können. Ja, diese „20 Network-Leader“ aus dem Buch haben es geschafft, sind ganz oben angekommen und haben gigantische Erfolgsreisen erlebt. Nein, so etwas kann man sich nicht ausdenken. Solche Storys schreibt nur das Network-Marketing-Leben. Aber das Beste daran: Ihr könnt das auch! Und REKRU-TIER hilft euch mit seiner Expertise und seinen Connections dabei! Und so war es nur eine logische Konsequenz, dass auf diesen Bestseller ein weiterer Kracher folgen muss: ein Buch über die besten Frauen im Network-Business. Denn die Zeit ist mehr als reif dafür. Das Ergebnis haltet ihr jetzt in den

Händen. 20 mitreißende Erfolgsgeschichten von beeindruckenden Frauen im Network-Marketing. Seite für Seite wird deutlich: Diese Frauen haben jede Anerkennung mehr als verdient.

Vor allem, weil die maskulin dominierten Zeiten vorbei sind!
Endgültig!

Zwar ist das einst so genannte „schwache Geschlecht“ in der Weltbevölkerung knapp in der Unterzahl, aber in Deutschland sieht es genau andersherum aus: Hier leben laut aktueller Statistik rund 42 Millionen Frauen und damit eine Million mehr als es Männer gibt. Und bei noch einem Zahlenwert haben Frauen laut Statistischem Bundesamt die Näschen vorn: Während die durchschnittliche Lebenserwartung der Frauen in Deutschland nämlich bei rund 83,4 Jahren liegt, werden die Männer im Durchschnitt nur rund 78,6 Jahre alt. Doch jetzt kommt das große ABER: Von 100 Erwerbstätigen sind nur 46,6 Frauen im Berufsleben aktiv. Im Vergleich zu ihrem Anteil an der Gesamtbevölkerung sind Frauen im Job in Deutschland damit immer noch unterrepräsentiert. Und das gilt erst recht in den deutschen Führungsetagen. Wenngleich die Trendkurve sanft nach oben zeigt. Das bestätigt eine Auswertung des internationalen Prüfungs- und Beratungsunternehmens Ernst & Young aus dem Januar 2022. Demnach gibt es in den börsennotierten deutschen Unternehmen in den obersten Führungsgremien, allen voran bei Unternehmensvorständen, zunehmend weiblichen Zuwachs. Hier erhöhte sich nämlich die Anzahl von weiblichen Vorstandsmitgliedern in den 160 Unternehmen der DAX-Familie auf immerhin 94 Spitzen-Managerinnen. Aber trotzdem ist es eine beklagenswerte Tatsache, dass aktuell immer noch in mehr als der Hälfte der besagten Unternehmen eben keine Frau in einem Vorstand sitzt. Und damit hinkt Deutschland im internationalen Vergleich weit,

weit hinter anderen Nationen hinterher. Aktuell steht nämlich im Durchschnitt eine Frau als Top-Führungskraft sechs Männern an der Firmenspitze gegenüber ...

Wie gänzlich anders - und erfreulicher - sieht es da im Network-Marketing aus. Wieder einmal mehr drehen sich die Uhren in dieser großartigen Branche konträr und nahezu komplett andersherum. Während in der herkömmlichen Wirtschaft und Arbeitswelt der weibliche Aufwärtstrend zwar langsam und zögerlich nach oben zeigt, sind im Network-Marketing Frauen schon lange ganz oben angekommen. Mehr noch - hier dominieren Frauen das Business. Sie haben sogar einen ganzen international boomenden Wirtschaftszweig und dessen einzigartigen Spirit maßgeblich von Beginn an geprägt. Und dies mit so typisch weiblichen Tugenden und nachhaltigen Impulsen, wie es eben nur Frauen zu tun vermögen. Empathie, Mitmenschlichkeit, Emotionen, Miteinander statt Ellenbogen, Diplomatie, Teamwork, Behutsamkeit, Feingefühl - und das sind nur einige Begriffe, die eine weiblich beeinflusste Führungsattitüde ausmachen. Sie finden, diese Auflistung von Führungseigenschaften à la Frau sei zu dick aufgetragen? Bei Weitem nicht. Denn es muss einen Grund haben, warum seit Beginn des Network-Marketings auf die weibliche Intuition in diesem Business dermaßen vertraut wird. Eine Network-Bibel würde wohl wie folgt auf der ersten Seite beginnen: „Am Anfang war die Frau ...“

Das wusste auch David H. McConnell, Begründer der „California Perfume Company“, die später unter dem Namen „Avon“ weltberühmt wurde. Er setzte schon zum Ende des 19. Jahrhunderts auf „Frauenpower“ und war damit seiner Zeit weit voraus. Satte 62 Jahre, bevor die Vereinten Nationen die Gleichberechtigung von Frau und Mann in ihre Menschenrechtserklärung festschrieben, bot er Frauen die damals sensationelle und wohl auch einmalige Chance auf

unternehmerische Selbstständigkeit. Als er nämlich im Jahr 1886 P.F.E. Albee zu seiner ersten selbstständigen Repräsentantin machte. Damals nahezu unfassbar, in Zeiten, als Frauen weder wählen noch ohne Erlaubnis ihrer Männer arbeiten oder eigenes Geld verdienen durften. Doch McConnells Mut und Weitsicht wurden belohnt. Denn er war sich sicher, dass nur Frauen wiederum typische Frauenprodukte zielsicher beratend verkaufen konnten. Nur sie konnten etwaige Angebotsvorteile glaubhaft vermitteln und empfehlen. Zugleich der Startschuss für ein ebenso neuartiges wie grandios erfolgreiches Vertriebssystem. Die heute mehr als 6,5 Millionen Avon-Beraterinnen sind der allerbeste Beweis dafür, dass David H. McConnell absolut richtig lag.

Doch damit nicht genug. Auch ein anderer „Big Player“ im internationalen Network-Marketing-Markt verdankt den Frauen von Beginn an seinen Erfolg und seine weltweite Berühmtheit. Wie sonst hätte Earl Silas Tupper es schaffen können, dass seine „Tupperware“ vom Ladenhüter in den Einzelhandelsgeschäften und Baumärkten zu einem Renner auf privaten „Selling Home-Partys“ werden konnte? Die rettende Idee dazu hatte nicht er, nein, sondern - Sie ahnen es schon - eine kluge Frau: Brownie Wise. Sie erkannte das Potenzial der „Wunderschüssel“, wie diese auch gern in Fachkreisen genannt wird. „Die gehört in jeden Haushalt“, resümierte die clevere Verkäuferin 1951 und erfand die heute so berühmten Haus-Partys, wo im Kreise von Freunden und Bekannten die Waren „made by Tupper“ vorgestellt, ausprobiert, verkauft und weiterempfohlen wurden und werden. Über 70 Jahre später ist Tupperware nicht nur weltweit bekannt, sondern auch ein wirtschaftlicher Welterfolg.

Bei solchen beeindruckenden Beispielen von sprichwörtlicher Frauenpower bekommt die Redewendung

„seinen Mann stehen“ fast schon groteske Züge. Eine Lady, die in der Network-Branche ebenso „ihre Frau felsenfest gestanden hat“, tat dies genau aus zwei Gründen: erstens wegen ihrer Männer und zweitens wegen eklatanter Frauenbenachteiligung durch Männer! Die Rede ist von Mary Kay Ash. Deren Wirken, Schaffenskraft, Geschäftserfolg sowie unternehmerische Spürnase ist eine regelrechte Ohrfeige für Machos und Unbelehrbare. Das Ganze sicher beeinflusst von negativen Erfahrungen mit Männern in ihrem Leben. Nach der Scheidung vom ersten Ehemann und nach dem frühen Tod von Gatte Nr. 2 musste die Vollblut-Texanerin auch noch eine satte Karriere-Schlappe in ihrer Vertriebslaufbahn hinnehmen. Nämlich als ihr ein anfangs unterstellter Mann, den sie zudem selbst ausgebildet hatte, bei der fälligen Beförderung vorgezogen wurde. Heute mehr als eine Frechheit, wohl eher ein handfester Skandal – in den 1960er-Jahren hingegen eher üblich. Doch die selbstbewusste Blondine zeigte es allen. Getreu dem Motto: „Legt euch nicht mit einer starken Frau wie mir an!“ Gut so, denn sie schrieb ein Buch, das Frauen in Bezug auf Karriere motivieren und bestärken sollte. Doch damit nicht genug – aus ihren Thesen entwickelte sie kurz darauf den Karriereplan für ihr eigenes Unternehmen. Eines, das wie kaum ein anderes für das Selbstbewusstsein und für das unternehmerische Selbstverständnis von Frauen stehen sollte: Mary Kay Cosmetics! Eine Network-Marketing-Company, die heute weltweit über drei Millionen Beraterinnen zählt.

Noch Fragen? Das waren lediglich drei prägnante Beispiele, wie sehr Frauen im Network-Marketing mehr als nur ihren Mann stehen. Und die Branche ist voll von diesen weiblichen Karrieren, von diesen großartigen und beeindruckenden Erfolgsgeschichten – allesamt geschrieben von Frauen mit innovativem Unternehmergeist, den sie im Network-Marketing ungebremsst ausleben können. Ein

Wirtschaftssektor, der so gar keine Grenzen kennt – erst recht nicht für Frauen. Denn er steht quasi für Gleichberechtigung, ist die real gewordene Chancengleichheit. Hier gibt es keine Frauenquote, sondern hier wird die Quote vielmehr von Frauen gemacht. Das, was heute politisch zunehmend beklagt und für die herkömmliche Arbeitswelt gefordert wird, ist in der Network-Marketing-Branche nicht nur von Beginn an vorhanden. Nein, es ist eine Grundvoraussetzung, ein Fundament der Funktionalität. Ohne geht es nicht. Das System hätte keine Chance. Begriffe wie „Glass Ceiling“ oder „Gender Pay Gap“, die eine skandalöse Benachteiligung von Frauen im Berufsleben beschreiben, sind im Network-Marketing nicht vorhanden, weil es genau diese Benachteiligung hier nicht gibt. Die unsichtbare Barriere (= gläserne Decke, = engl. Glass Ceiling), auf die Frauen mit höherer Bildungsstufe in ihrer beruflichen Laufbahn irgendwann immer wieder stoßen, existiert in diesem ökonomischen Genre nicht. Wie auch, wo doch der Karriereplan transparent ist und sich rein nach Zahlen und individueller Performance orientiert? Oder der beklagenswerte Unterschied bei der Bezahlung von Frauen und Männern im Angestelltenverhältnis? Aktuell werden laut Statistischem Bundesamt Frauen immer noch durchschnittlich 21 Prozent schlechter für gleiche Arbeit gegenüber Männern bezahlt. Das ist mehr als eine bloße Frechheit. Es ist beschämend! Wie gut, dass im Network-Marketing ein „Gender Pay Gap“ absolut kein Thema ist. Noch ein Grund mehr, der für diese progressive Branche spricht und damit Werbung in eigener Sache ist.

Network-Marketing ist der Schlüssel zur Unabhängigkeit, zur Freiheit für alle – und insbesondere für Frauen, weil hier Fairness und Gerechtigkeit regieren. Und so ist es nicht weiter verwunderlich, dass rund 75 Prozent aller im Network Aktiven eben Frauen sind, die hier mit ihrer Leistungsperformance für satte Milliardenumsätze sorgen.

Es sind also allen voran Frauen, die diese außergewöhnliche Branche am Laufen halten, die für Jobs sorgen, die Chancen kreieren, die Kaufkraft generieren, die Karrieren gestalten, für Freiheit und Unabhängigkeit sorgen, die Teamwork leben und Gefühle lieben. Kurzum: In diesem Buch lernen Sie diese außergewöhnlichen Macherinnen noch ein Stück weit näher kennen. Wie sie denken, wie sie arbeiten, wie sie fühlen, führen und neue Erfolgsgeschichten kreieren. Leistungsträgerinnen im Network-Marketing, die es geschafft haben - aber wie? Überaus persönliche Porträts von „ausgezeichneten“ Frauen, die dem Business ihren prägenden Stempel aufgedrückt haben, die Chancen ergriffen und genutzt haben. Und die auf eindrucksvolle Weise demonstrieren, dass Erfolg im Beruf keine Last, sondern eine Lust ist. Die darüber hinaus offenbaren, dass die Fähigkeiten und Skills einer Frau ideal geeignet sind, um Siege, Erfolge und Triumphe zu erschaffen. Diese wirklich freien Frauen leben den einzigartigen Network-Spirit mit jedem Atemzug. Sie setzen dabei dem Business quasi die Krone auf und sind somit völlig zu recht „The Queens of Success“!

ILONA BÜRKLE

PM-INTERNATIONAL



ICH GEH LEBEN - KOMMST DU MIT?

The Beauty and the Beast - wer dieses schöne Märchen auf Ilona Bürkle projiziert, für den steht außer Frage, wer „the Beauty“ ist. Na klar, Ilona Bürkle eben. Schön, charmant, gebildet, ladylike, mit einem Lächeln ausgestattet, das Eisberge zum Schmelzen bringt und das in einem Zug Herzen erobern kann. Kein Wunder, dass sie bei Freunden und Familie als ein echter „Sonnenschein“ gilt. Ist ihr freundliches Lächeln doch schon mehr als ein Markenzeichen geworden. Mehr noch, dieses Strahlen drückt innere Ruhe, Harmonie und ein positives Mindset aus, das gerade im Network-Marketing bei anderen aussichtsreiche und hoffnungsvolle Impressionen hinterlässt. Keine bloße Masche, kein Kalkül oder nützliches Werkzeug, sondern vielmehr Überzeugung, Schaffensfreude und ehrliche Zuversicht, auch anderen Menschen mit dieser Einstellung weiterhelfen zu können. Diese Frau ist präsent, ist aber ebenso dezent und trotzdem wiederum außerordentlich sichtbar. Aber was ist mit dem zweiten Part der zuvor genannten Erzählung - „the Beast“? Auch das ist vorhanden. Nur nicht als mieser Charakterzug, oder drohend in ihr schlummernd verborgen. Es sind vielmehr ihre inneren Dämonen, die sich primär in einem einzigen Gedanken manifestieren, der da lautet: „Was werden die anderen von mir denken?“ Und mal ganz ehrlich: Wer kennt diesen Gedanken nicht? Wer hat nicht schon einmal - vielleicht von den eigenen Eltern - diese Frage gestellt bekommen? Eine Frage, die hemmt, die zurückhält, die Mauern aufbauen kann und die nachhaltig prägt. Fordert sie doch intensive Rücksichtnahme sowie das Zügeln des eigenen Egos. Ilona

Bürkle ist in Bezug auf die Wirkung dieser omnipräsenten Frage nahezu ein Paradebeispiel: Sie ist heute ein Stück weit „Everybody’s Darling“ – im Network-Marketing wohl mit das Beste, was einem passieren kann. Nämlich einfach nur gemocht zu werden. Aber der Weg dahin war für sie weder einfach noch eine Selbstverständlichkeit, sondern ein dauerndes Ringen mit dem inneren Ich ...

Dabei steht ihr die Rolle des „Darlings“ wirklich gut. Sie scheint ihr auf den Leib geschneidert zu sein. Es ist heute vielleicht sogar insgeheim ihre stärkste, beste und schärfste Waffe, wenngleich ihr das gar nicht selbst bewusst zu sein scheint. Auch nicht, wenn sie dieses geradezu entwaffnende Strahlen mehr oder weniger unbewusst einsetzt. Kann man sich einer Ilona Bürkle entziehen? Nein! Das kann man getrost vergessen. Das funktioniert nicht. Weil sie einfach, wie eine gute Fee aus einem Disney-Trickfilm, mit jedem Lächeln, mit jedem Satz, mit jeder Geste auf ihre ganz eigene Art „Feenstaub“ zu verstreuen scheint, dessen magische Wirkung einen dann um- und einhüllt. Was sich aber heute so bezaubernd anhört, ist vielmehr ein über Jahre hinweg schwer erkämpfter Sieg über sich selbst. Es ist der Lohn für einen harten Fight, dem die gebürtige Kirgisin, die mit 1,5 Jahren mit ihren Eltern nach Deutschland auswanderte, um eben ein besseres Leben leben zu können, mit sich selbst und mit anderen ausgefochten hat. „Natürlich habe ich gesehen, was andere im Network-Marketing erreichen. Aber ich stellte mir anfangs immer die Frage, warum ausgerechnet ich das ebenfalls schaffen könnte? Denn nur, weil es für andere funktioniert, heißt das ja nicht, dass ich das auch hinbekomme. Diese Zweifel aber habe ich heute beseitigt. Und zwar indem ich vor Jahren allen Mut zusammengenommen habe und mich durchkämpfte – gerade gegen meine inneren Zweifel und Widerstände. Ich habe es angepackt und mir selber gezeigt, dass es für mich funktioniert. Warum auch nicht? Ich hatte

ja auch nichts zu verlieren. Denn wie will man etwas verlieren, was man vorher noch gar nicht hatte? Etwas, von dem man bisher lediglich nur träumte? Diese Träume aber kann einem niemand nehmen. Genau weil ich es angepackt habe, weil ich mit aller Kraft durchgehalten habe, weiß ich, dass so ein Weg nicht leicht zu gehen ist, wenn man sich nämlich selbst etwas beweisen will. Es ist ein Kampf gegen sich selbst. Das allein aber ist das beste Heilmittel gegen nagende Selbstzweifel, die mich lange verfolgt haben. Es macht einen stärker. Mich auf alle Fälle“, erklärt die heute überaus erfolgreiche Networkerin, die bei PM-International zu den weiblichen Top-Führungskräften gehört.

Sie hat sich durch engagierte Arbeit, mit Durchhaltevermögen und eben ihrer ureigenen gewaltigen Empathie-Power ein außergewöhnliches Leben verdient. „Außergewöhnlich ist mein Leben dann, wenn ich meine Träume leben darf. Wenn ich das erleben und genießen kann, was ich mir vorher kaum als Realität vorstellen konnte. Weil es zuvor pure Sehnsucht war, die mir unerreichbar schien. Seien wir doch ehrlich: Die meisten Menschen stecken in einem Lebenskonstrukt fest, in dem ihre Wünsche - wenn sie diese überhaupt kennen - nur noch eine extrem untergeordnete Rolle spielen. Ist das nicht sogar die Definition von einem sogenannten ‚normalen Leben‘? Schade, dass es normal zu sein scheint, ein Leben in größeren Abschnitten vorhersagen zu können: Schule, Ausbildung, Job, kurzes Verliebtsein, Heiraten, Kinder kriegen, Geld verdienen und von da an dann auf die Rente warten, um anschließend ins Grab zu steigen. Sieht so nicht die Timeline vieler Menschen auf der ganzen Welt aus? Exakt das ist mir schon früh bewusst geworden. Ebenso die Gewissheit, dass ich genau das für mich nicht will. Hamsterrad, nein danke! Vor diesem Hintergrund ist es doch geradezu ein positiver Wahnsinn, wenn ich heute sagen kann: Ich darf machen, worauf ich Lust habe. Und das aus

einem einzigen Grund: Weil ich es kann! Weil es für mich möglich ist! Weil ich dafür hart gearbeitet habe! Und weil das System Network-Marketing mir genau das ermöglicht“, verdeutlicht die in Hamburg lebende Networkerin.

Ins Network-Marketing-Business einzusteigen, ist eigentlich leichter als leicht. Denn Auswahlkriterien, gerade in Form von Zeugnissen und Prüfungen, gibt es ja so gut wie keine. Es geht vielmehr darum, vielleicht gegen die eigene, innerliche, latent spürbare Unzufriedenheit des bisherigen beruflichen Daseins angehen zu wollen. Und darum, dann die Courage aufzubringen, aus dieser Enge endlich auszubrechen. Nur muss der Leidensdruck hoch genug oder sogar noch höher sein, um halt über dieses imaginäre Hindernis mitten rein in die eigene Wunschwelt zu springen ...

ERSTER KONTAKT MIT EINEM NEUEN SYSTEM - EIN AUSWEG AUS DER MONOTONIE

Dass das aber leichter geschrieben als getan ist, auch dafür ist Ilona Bürkle der lebende Beweis. Denn faktisch verliefen ihr Leben und ihr Alltag genau so „stinknormal“, weil sie nämlich ein ebenso typisch „normales Leben“ bis dato führte. Na klar, was sollten denn sonst die Leute denken? Somit war sie von Beginn an darauf gepolt, immer schön in der Spur zu bleiben, bloß nicht auszubrechen und dabei bestenfalls den Erwartungen anderer zu entsprechen und zu genügen. Gute Schul- und Berufsausbildung, gut erzogen, angepasst, rücksichtsvoll - und jobmäßig hinein in die für Frauen auch heute noch so limitierte Karriere. Was denn sonst? All das gehört doch angeblich zu einem „normalen Leben“, wie es das persönliche Umfeld und die „anderen Leute“ insgeheim generell erwarten, dazu. Und die 24 Stunden eines Tages sahen auch bei Ilona Bürkle nicht

wirklich anders aus. Täglich geht es in die Bank, wo sie fleißig ihrem Job nachgeht. Weil man das eben so macht. Spaß? Nicht unbedingt, eher Pflichterfüllung. Und die nötige Abwechslung? Die wartet höchstens mal am Wochenende, wenn es mit der Freundesclique in den Club zum Abfeiern geht. Genau hier aber lernt sie jemanden kennen, der ihr Leben von Grund auf verändern wird. Zuerst mehr unbewusst. Und wahrscheinlich auch ohne Vorsatz. Denn ihre neue Bekanntschaft ist viel zu sehr persönlich an „der attraktiven Ilona“ interessiert, als dass ihm der Gedanke kommen könnte, sie auf sein Geschäft anzusprechen und zu sponsern. „Klar, wollte ich wissen, was er beruflich macht. Ich war neugierig. Aber wirklich verstanden habe ich es anfangs nicht, wenn er mir von Events, Präsentationen, aufregenden Geschäftsreisen oder Network-Aktionen erzählte. Bis er mich viele Monate später einlud, mit auf eine Geschäftspräsentation von PM-International im kleineren Kreis zu kommen. Und ja, dieser erste Eindruck hinterließ Spuren bei mir. Plötzlich war etwas in mir, das mich fühlen ließ, hier steckt etwas Spannendes, etwas Aufregendes in diesem Geschäft. Auf der einen Seite wurde mir schlagartig bewusst, dass sich diese neue Welt komplett andersherum dreht, andererseits aber war meinerseits dennoch Vertrauen da. Ein Vertrauen, auch zu demjenigen, der mich zu der Veranstaltung eingeladen hatte, das in mir die Erkenntnis hervorbrachte: Das könnte ein Weg sein, der raus aus der ‚Monotonie des Normalen‘ führt. Es könnte der Ausweg aus der Öde des Bankenalltags sein! Denn dass ich dort nicht ewig bleiben wollte, das wurde mir mit jedem Arbeitstag vor Ort zunehmend bewusster ...“, berichtet sie von ihren allerersten Network-Marketing-Berührungen.



Einfach mal ausprobieren, warum nicht? Ein Impuls, den sicherlich schon viele heute erfolgreiche Networker kennen, weil sie vielleicht ähnliche Gedanken zu Beginn ihrer Karriere hatten. Quasi ein kleines bisschen mal am Kuchen naschen. Und Ilona Bürkle nascht, bekommt Lust auf mehr. Lust auf neue Ufer, neue bisher so weit weg erscheinende Möglichkeiten und Erfolge. „Es bestand ja für mich kein Risiko, zumal ich das Network-Geschäft nebenbei parallel zu meinem Hauptjob aufbauen konnte. Etwas, was ich zusätzlich als vertrauenswürdig empfand. Denn alles Bisherige liegen und stehen zu lassen, um mich ad hoc sofort nur noch im Network-Marketing zu engagieren, das

hätte ich ohnehin nicht getan. So ein Risiko wäre ich niemals eingegangen“, macht Ilona Bürkle deutlich.

Doch Theorie und Praxis haben nicht immer viel gemeinsam. Network-Marketing - das hörte sich doch leichter an, als es tatsächlich war. Termine, Gespräche, Empfehlungen - alles kein Selbstgänger. Dazu der Zeitaufwand, nämlich immer aktiv zu sein, wenn andere schon Feierabend haben. Das spürt auch die damalige Neu-Netwerkerin, die vor allem aber mit der Ablehnung aus dem persönlichen Freundeskreis und aus der Familie haderte. Ein Gegenwind, mit dem sie so nicht gerechnet hatte, schon gar nicht in dieser Intensität. „Zugegeben, ich bin wirklich auf eine gewisse Art naiv in das Geschäft gestartet. Denn für mich war klar, dass es sich hierbei um eine riesige Chance handelt, die doch jeder aus meinem Umfeld kennenlernen und bestenfalls sogar nutzen sollte. Ich habe mit vielem gerechnet, aber sicher nicht mit einer solch vehementen Ablehnung. Das hat mich getroffen, zumal ich doch von mir selbst wusste, dass ich es nur gut mit den anderen meinte. Heute aber weiß ich, warum mich mein Freundeskreis damals so ganz anders wahrnahm. Denn plötzlich zeigte die Ilona, die sie bisher kannten, eine komplett andere Seite von sich. Ging es sonst am Wochenende ab zum Feiern in die Diskothek, war ich plötzlich mit Persönlichkeitsentwicklung beschäftigt, las andere Bücher, traf einen ganz anderen Kreis von Persönlichkeiten als bisher und war eben am Wochenende auf Seminaren und Veranstaltungen. Zwar habe ich niemals missioniert, aber doch voller Begeisterung von der Chance Network-Marketing gesprochen. Ich war wohl für meine Freunde, die anfangen hinter meine Rücken zu tuscheln, ein Spiegel, der eine gewisse Veränderung zeigte. Der ihnen demonstrierte, wie das Leben mit einer anderen Facette auch noch sein könnte. Eben anders als bisher. Und da viele Menschen Angst vor Veränderungen haben, wussten sie wohl nicht mit mir und meiner neuen

Seite richtig umzugehen“, analysiert die engagierte Führungskraft.

WENN SICH DER RICHTIGE WEG PLÖTZLICH VERDAMMT SCHWER ANFÜHLT

Doch das „No“ im Umfeld allein ist es nicht nur, das ihr das Leben in der Network-Anfangsphase erschwert. Hinzu kommt die Erkenntnis, dass dieses Business vor allem eins ist: harte Arbeit! Dazu eine permanente Konfrontation mit dem Nein und dass der Weg nach oben zum Glück und zur Realisierung der persönlichen Wünsche nicht konstant steil bergauf führt, sondern dass zu den Ups auch die Downs gehören. „Es fühlte sich für mich plötzlich so schwer an. Schwer, weil es nicht so schnell ging, wie ich anfangs dachte, und weil es eben doch nicht so einfach war, wie ich im ersten Augenblick vermutet hatte. Ich war das nicht gewohnt. Denn bisher funktionierten Dinge bei mir immer auf Anhieb, wenn ich mich für eine Sache engagierte. Plötzlich aber nagten Selbstzweifel an mir. Und das kannte ich in dieser Form so nicht. Und schon schien mir eines klar zu werden: ‚Network-Marketing ist toll, aber ist wohl doch eher etwas für die anderen statt für mich‘ ...“, gesteht die heutige Spitzen-Networkerin rückblickend ihre damaligen Denkmuster ein.



Und so war es auch kein Wunder, dass ihre anfängliche Euphorie mit der Zeit immer mehr nachlässt. Parallel warteten zudem neue Impressionen auf sie – beispielsweise bei einem mehrmonatigen Auslandsaufenthalt für ihre Bank, für die sie ja primär hauptberuflich tätig war. Und zu guter Letzt wurde der vermeintliche „Ausweg Network-Marketing“ auch noch mit einem neuen Angebot seitens ihres Arbeitgebers zugedeckt: Man bot ihr die Position als Zweigstellenleiterin einer Filiale an. Wow, für eine 26-Jährige ein großer Schritt voran auf der Bank-Karriereleiter. War das vielleicht eine neue Perspektive? Konnte das Berufsleben in der Bank doch aufregender und interessanter werden, als ursprünglich von ihr gedacht? Ilona Bürkle trat die neue Stelle an, was mit einem Umzug von Hannover nach Göttingen verbunden war. Fast unbemerkt rutscht das zuvor

interessante und vielversprechende Network-Business samt dem kompletten Umfeld mehr und mehr in den bedeutungslosen Hintergrund und führt nur noch ein müdes Schattendasein. „Meine neuen Aufgaben und Herausforderungen hatten jetzt Priorität. Auf diesem Erfolg lag mein Fokus und ich gab alles, setzte mich voll ein. Das Ernüchternde aber war die Erkenntnis, dass die anderen leider so gar nicht mitzogen. Im Gegenteil, das neue Team ließ mich ziemlich deutlich spüren, was es von einer jungen weiblichen Führungskraft wie mir hielt – nämlich sehr wenig. ‚Worauf hatte ich mich da bloß eingelassen?‘, schoss es mir immer wieder durch den Kopf. Der Jobfrust wurde noch größer als zuvor. Wenn einem morgens schon die Last des Tages, die erst noch kommen wird, zu erdrücken scheint, dann ist das eine furchtbar belastende Situation. Das waren für mich wirklich schwere Zeiten. Es raubte mir jegliche Energie. Dennoch kann ich heute sagen: Ich habe meine Aufgaben trotzdem recht erfolgreich bewältigt, aber eben mit viel Biegen und Brechen. Spaß hat das absolut nicht gemacht. Ist es da ein Wunder, dass der schon einmal in mir gepflanzte Network-Samen erneut in meinem Kopf ganz, ganz zaghaft aufzublühen begann? Wohl kaum! Das war ja irgendwie das Paradoxe an meiner Situation: Ich hatte im Grunde genommen ja schon die passende Lösung für mich und mein Leben gefunden. Nur hatte ich lediglich noch nicht den Mut aufgebracht, diese Erkenntnis mir selbst einzugestehen und mich vollständig auf die anstehenden Aufgaben, die eben im Network-Marketing erledigt werden müssen, einzulassen. Wohlwissend, dass genau das so schwer sein wird. Und, das gehört zur Wahrheit ebenfalls dazu: Ich hatte Angst davor, wie man über mich denken würde, dass ich jetzt zum zweiten Mal an den Start gehen wollte. Konnte ich die ohnehin großen Erwartungen nach meinem ersten Abtauchen diesmal erfüllen? Was würde man sagen, wenn ich nun wieder auf Veranstaltungen präsent sein würde? Bin ich überhaupt noch willkommen! All diese

Gedanken stürzten auf mich ein“, offenbart sich Ilona Bürkle. Da ist sie wieder, die Frage aller Fragen: Was denken die anderen? Ihr ganz persönlicher Dämon klopfte von innen bei ihr an ...

Doch Ilona Bürkle ringt sich durch, rafft sich auf und fährt nach einigen Telefonaten mit anderen Führungskräften nach einer langen Network-Abstinentz nun doch auf ein größeres PM-International-Event. „Die Atmosphäre, die tollen Leute, das komplette Feeling - das alles inspirierte und motivierte mich schlagartig wieder. Es waren diese ‚good Vibrations‘, dieses Gefühl der Grenzenlosigkeit, die mich erneut voll erwischten und mir wurde augenblicklich bewusst: Es geht! Es liegt nämlich ausschließlich an mir, ob es funktioniert oder nicht. Nur an mir allein ...“, betont die sympathische Network-Führungskraft und fügt ehrlich hinzu: „Mein Re-Start aber war noch kein Glaube an meinen Erfolg. Überhaupt nicht. Es war eher die innerliche Angst davor, irgendwann aufzuwachen mit dem Wissen, es nicht wirklich und konsequent probiert zu haben und dadurch vielleicht die großartigste Chance meines Lebens verpasst zu haben. Diese Befürchtung trieb mich an - zusammen mit dem Vorsatz: Raus aus der Bank! Ein paar Euro mehr nebenbei, nein, das hatte für mich keinerlei Bedeutung. Ich verdiente auch damals schon gut. Für etwas mehr Taschengeld hätte ich mir diesen enormen Aufwand und die Arbeit niemals angetan. Mein mentales ‚Big Picture‘ hatte ich klar definiert vor Augen: Die Chance auf ein freies, selbstbestimmtes Leben, das eben auch für mich, für eine Ilona Bürkle, möglich ist.“

DISZIPLIN UND VERLÄSSLICHKEIT ALS WERTEFUNDAMENT IM BUSINESS

Stück für Stück arbeitet sie sich voran. Erhöht die Schlagzahl, taktet die Tage immer enger und immer strukturierter durch. Als dann noch im Sommer 2015 endlich ihre Cousine mit ins Business einsteigt, die anfangs aus Skepsis nicht mitmachen wollte, nimmt das Geschäft zunehmend Fahrt auf und das Fundament für den heutigen Erfolg wird gegossen. Es sind insbesondere zwei ihrer ureigenen Tugenden, die Ilona Bürkle in diesem Stadium eine wertvolle Hilfe sind: Disziplin und Verlässlichkeit! Zwei Skills, die auch auf ihrer Erziehung basieren und die bei ihr von höchstem Wert sind.



„Wenn ich etwas anfangen, führe ich es auch zu Ende – immer. Und ich halte ebenso immer mein Wort – auch mir selbst gegenüber. Selbstbetrug? Das ist für mich absolut kein Thema. Denn wenn ich mir vornehme, etwas zu tun, dann erledige ich das auch. Nicht morgen oder übermorgen, sondern heute. Ja, ich kann mich selbst auf mich verlassen“, bekennt sie lächelnd und ein kleiner Hauch Stolz schwingt bei der Network-Marketing-Professional mit. Völlig zu recht.

„Professional“? Ein Titel, der wie eine Qualifikation erscheint. Aber wann ist jemand ein „Professional“? Was gehört dazu, um sich überhaupt in der Network-Marketing-Branche „Professional“ nennen zu dürfen? Für Ilona Bürkle gehört als Basis die Hauptberuflichkeit dazu, ferner eine gewisse Team- und Einkommensgröße sowie professionelles Networking. Die Theorie muss also einer kompletten Praxis gewichen und damit zu 100 Prozent durchlaufen, erlebt und erfolgreich bewältigt worden sein. Alles das, was sie selbst schon geleistet hat und warum sie sich eben auch selbst „Profi“ nennt.

„Wahre Network-Professionals wissen, wie sie anderen ein gutes Gefühl geben können und treten mit ihnen zusammen Hand in Hand den Beweis dafür an, dass unser Business auch für sie funktioniert. Wenn das geschieht, gehen andere diesen Weg auch entsprechend langfristig mit, weil sie nämlich Erfolg direkt erleben. Weil sie spüren, dass sie nicht allein gelassen werden. Wahre Network-Profis wissen aber auch, dass sie nicht perfekt sind, sondern täglich dazulernen müssen. Niemand startet als kompletter Networker in dieser Branche. Jeder muss lernen. Das ging mir nicht anders. Auch ich habe nicht vom Start weg alles Nötige mitgebracht, um eine Top-Netwerkerin zu sein. Ich habe gelernt bzw. dazugelernt und lerne bis heute jeden Tag, denn das hört nie auf ...“, sagt sie und fügt hinzu, davon überzeugt zu sein, dass man alle notwendigen Skills erlernen kann, um in diesem Geschäft erfolgreich werden zu können. Von der richtigen Kommunikation bis zum Time-Management, vom Produktwissen bis zur sprachlichen Versiertheit.

Vor diesem Hintergrund bekommt ihr Glaubenssatz: „Arbeite härter an dir als an deinem Business“ noch mehr Bedeutung. Auch, weil dies erst eine grundlegende Notwendigkeit im Network-Marketing-Geschäft ermöglicht: den Spirit vorzuleben und damit quasi das Geschäft

regelrecht zu verkörpern. Man kann eben nicht rauchend und trinkend anderen einen gesunden Lebensstil predigen. Das funktioniert nicht – weil es weder glaubwürdig ist, noch Vorbildcharakter hat. Ilona Bürkle aber ist Vorbild. Ihr Grund jeden Morgen aufzustehen, ist die Freude, die Network-Chance an andere weiterzugeben. Daraus resultiert auch ihre bedeutsame Frage, die bei PM-International schon ein geflügeltes Wort geworden ist: „Für wie viele Menschen möchtest du die Person sein, die alles in ihrem Leben verändert?“ Ein Motiv, das sie glücklich macht. Und genau das ist sie – glücklich. Vor allem, weil sie sich ihrer aktuellen Situation bewusst ist.

„Mein Leben ist voller neuer Inspirationen. Meine früheren Grenzen, die mich aufgehalten haben, gibt es nicht mehr. Jeder Tag ist für mich ein prall gefüllter Rucksack voll schöner Momente und Überraschungen – Grund genug, glücklich zu sein. Sicherlich nicht immer, aber immer öfter ...“, freut sie sich und gesteht: „Alles ist gut, wie es ist. Auch, wenn ich auf mein bisheriges Network-Leben zurückblicke. Natürlich habe ich den einen oder anderen Fehler gemacht. Keine Frage. Aber in der Summe ergibt das alles Sinn, der mich genau dahin geführt hat, wo ich heute stehe. Insofern würde ich auch nichts anders machen.“

Per se stimmt das sicherlich. Dennoch macht sie das eine oder andere im Business anders als andere – oder richtiger. „Insbesondere, wenn es darum geht, von anderen Erfolgreichen zu lernen. Ich habe mir von denen vieles abgeschaut und mir bestimmte Techniken angeeignet und sie mir zu Eigen gemacht, um authentisch zu bleiben. Dabei habe ich Wert darauf gelegt, Routinen einzustudieren, die mir im Geschäftsalltag gut tun und die mir die Bewältigung der Herausforderungen erleichtern. Zugleich achte ich mit aller Konsequenz darauf, wer oder was mir gut bekommt – und was eben nicht. Ich benutze das Wort ‚konsequent‘

dabei ganz bewusst, denn ich ändere im Falle eines Falles auch etwas mit Vollbremsung, wenn ein Kurswechsel nötig ist!“, lüftet sie ein Stück weit ihr Erfolgsgeheimnis. Wobei eine Ilona Bürkle für das Wort „Erfolg“ eine ganz eigene Definition besitzt: Es ist ihr individueller Level an Glück! Besser gesagt: Lebensglück! Okay, dann kann der Messwert aktuell nur extrem hoch sein – so wie sie strahlt und wie ihr Glück sie innerlich leuchten lässt. Glück, das ist für sie eine innere Haltung, zugleich die Gewissheit, ihren Weg mit Freude zu gehen und dabei mit sich komplett in Einklang zu stehen. Kein Wunder, dass ihr geradezu mitreißender, extrem motivierender „Life-styled“-Slogan daher auch lautet: „Ich geh leben! Kommst du mit?“

ILONA BÜRKLE - spontan gefragt, spontan gesagt

- **Mir ist Erfolg wichtiger als ...**

„... alles andere! Denn glücklich zu sein, bedeutet für mich Erfolg!“

- **Freiheit bedeutet für mich, ...**

„... ich selbst sein zu können!“

- **Manchmal möchte ich lieber ...**

„... nur noch lachen und Spaß haben!“

- **Mein liebster Fehler an mir ist, ...**

„... mein rollendes „R“ in der Aussprache!“

- **Ich langweile mich, wenn ...**

„... ich das Gefühl habe, man stiehlt mir die Zeit!“

- **Network-Marketing ist ein modernes Business, weil ...**

„... nur derjenige erfolgreich wird, der sich dafür einsetzt andere erfolgreich zu machen und somit der Mensch im Vordergrund steht!“

- **Mein wichtigster Rat an alle Networker lautet, ...**

„... verliebe dich in den Prozess, die beste Version von dir selbst zu werden und höre nie auf, für dich und deine

Träume loszugehen!“