

Spielend leicht neue Network-Partner gewinnen

Arthur Tränkle schwört auf das Finanzbrettspiel „Cashflow 101“

„Dieses Brettspiel fasziniert mehr und mehr Menschen – und eignet sich hervorragend als Werkzeug für den effektiven Aufbau eigener Networking-Strukturen“, ist sich Arthur Tränkle, Finanzexperte und Unternehmer aus Stuttgart sicher, wenn er über „Cashflow 101“ spricht. Den Network-Karriere-Lesern verrät er im Folgenden, warum das so ist.

Wissen Sie, Herr Tränkle, heute Abend habe ich mich zum ersten Mal in meinem Leben wohlhabend gefühlt! Eine meiner Auszubildenden hat das mal zu mir gesagt, just in dem Moment, als sie ihre erste Partie „Cashflow 101“ gespielt hatte. Ich musste lächeln. Bestätigte mir ihr Glücksgefühl doch wieder einmal, dass ich mit meiner Meinung über dieses Lernspiel richtig liege.

Denn Wohlstand beginnt ja nicht im Portemonnaie. Auch nicht im Kopf. Wohlstand beginnt im Herzen. Gerade deshalb rennen sich viele Networker ihren Kopf ein bei dem fruchtlosen Versuch, ihre Downline allein durch Überredungskünste aufzubauen: Mit Engselungen reden und reden sie auf potenzielle Geschäftspartner ein und stellen ihnen finanzielle Unabhängigkeit in Aussicht. Vergänglich – der zündende Funke will einfach nicht überspringen. Wie auch? Mit Faktenvermittlung allein gewinnt man keine Partner, denn der Verstand ist nur zu etwa zehn Prozent an der menschlichen Entscheidungsfindung beteiligt. Ihr po-



Für Network-Coaching ist „Cashflow 101“ ein geeignetes Miniatur-Modell.

tenzieller Partner muss den kommenden Wohlstand regelrecht fühlen, riechen, schmecken, hören und sehen – dann und nur dann ist er mit ganzem Herzen dabei. Wie aber kann man ein Bewusstsein für Reichtum wecken? Wie können Sie diese verborgene Seite tief im Inneren Ihres Ansprechpartners zum Klingen bringen, wo doch den Allermeisten von uns solche Gefühle von Kindesbeinen an bereits im Ansatz angetrieben werden? Was hört man nicht alles aus elterlichem Mund? „Such dir gefälligst einen sicheren Job fürs Leben!“ Ja, Armut ist eine Erziehungssache und eine Geisteshaltung. Mit ein paar gut gemeinten Gesprächen lässt sich das traurige Resultat solch jahrelanger Verziehung garantiert nicht geradebiegen. Aber wie dann? Das hat sich auch Robert Kiyosaki gefragt, der

geistige Vater von „Cashflow 101“. Seine geniale Antwort: Er kreierte ein erlebnisorientiertes Lernspiel zum Thema „finanzielle Unabhängigkeit“. Er wusste eben, dass so eine begeisternde Simulation den gesamten Menschen weitaus besser motiviert als jeder Buchratgeber, jede Hochglanzbroschüre und jedes Vier-Augen-Gespräch. Denn wenn wir Menschen eine reale Handlung ausführen oder simulieren und überdies noch Freude daran haben, erinnern wir uns nach zwei Wochen noch zu 90 Prozent daran. Im selben Zeitraum wird aber fast ebenso viel von dem vergessen, was uns lediglich mal zu Ohren gekommen ist. Meine Frau Susanne Duckgeischel und ich veranstalten alle 14 Tage in unserem Unternehmen einen „Cashflow“-Clubabend. Da kommen 30 bis 40 Menschen zusam-

men, die sich bis dahin überhaupt nicht kennen und nur zwei Dinge gemeinsam haben: Die Einladung zu diesem exklusiven Clubabend – und die quälende Aussicht auf ein kümmerliches Auf-der-Stelle-Treten im finanziellen Hamsterrad.

Aber schon nach zwei Stunden „Cashflow 101“-Spiels sind diese Leute wie ausgewechselt: Sie bilden an ihrem Spielbrett eingeschworene Gemeinschaften. Sie spüren, wie sich ihre finanzielle Intelligenz eine Bahn bricht und die ersehnte geldliche Freiheit zum Greifen nahe liegt. Aber das Wichtigste ist: Sie streifen diesen Elan spät abends nicht ab wie ihre Unterwäsche. Wie elektrisiert suchen diese Menschen auch noch in den nächsten Tagen von sich aus nach Gelegenheiten, sich am Empfehlungsmarketing zu beteiligen um sich ein passives Einkommen auf-

zubauen. Menschen wohlgerückt, die für dieses Geschäftsmodell wahrscheinlich nur ein Schulterzucken übrig hätten, würde man sie wie üblich einfach nur „anquatschen“.

Mehr als ein Spiel

„Cashflow 101“ hat alle Qualitäten, die ein perfektes Sponsor-Tool für Ihren Downline-Aufbau haben muss:

- Sie müssen künftigen Mitarbeitern nicht mehr hinterher rennen. Schon nach einer Partie „Cashflow 101“ kommen motivierte Partner auf Sie zu.
- Bei der Auswahl Ihrer Network-Partner werden Sie nie mehr auf das falsche Pferd setzen. Bei „Cashflow 101“ durchleben die Spieler den Weg zur finanziellen Unabhängigkeit gewissermaßen im Schnelldurchlauf. Unwillkürlich kommen sie aus sich heraus. Schon eine einzige Partie enthüllt ihnen daher mehr über die Redlichkeit, die Kommunikationsgaben, das „Denken in Möglichkeiten“ oder den Einsatzwillen ihres Wunschkandidaten, als wenn sie erst mal ein ganzes Jahr mit ihm zusammenarbeiten würden.
- Nicht zuletzt bietet „Cashflow 101“ jedem etwas – dem Angestellten, der erkennt, dass ein vermeintlich sicherer Job ihn mit eben dieser Sicherheit davon abhält, jemals finanziell unabhängig zu werden. Aber auch Freiberuflern und Selbstständigen wird spielerisch der Spiegel der finanziellen Wahrheit vorgehalten. All diese höchst un-

terschiedlichen Berufsgruppen können ihr spezifisches Fachwissen in Ihre Network-Struktur einbringen. Wetten, dass diese gesunde Kompetenz-Mischung sich wesentlich positiver für Sie auswirkt, als wenn Sie auf eine reine „Monokultur des Wissens“ angewiesen sind?

„Cashflow 101“ ist daher das ideale Miniatur-Modell für Network-Coaching. Schließlich kommen die



Arthur Tränkle ist fasziniert von dem Finanzbrettspiel.

Spiel-Teams nur durch vitalen Gemeinsinn, gegenseitiges Anspornen und regen Wissens- und Erfahrungsaustausch ans Ziel. Und wo diese Tugenden vorhanden sind, funktionieren Downline-Aufbau und -Duplizierung spielend leicht. Sie werden es erleben!

Weitere Informationen gibt es bei: traenkle@implussein.de

Florange startet mit Wäsche im Partyverkauf

Michael Meurer möchte soliden Vertrieb in Deutschland aufbauen

Die italienische Unternehmensgruppe De Agostini gehört seit über 100 Jahren zu den größten Konzernen Europas und ist mit der Wäsche-Marke Florange in der Welt der Damen-Lingerie weltweit das am stärksten wachsende Unternehmen. Florange wird bereits in 15 Märkten vertrieben, nun startet der Wäsche-Direktvertrieb mit einem großen Paukenschlag auch in Deutschland. Network-Karriere sprach mit Michael Meurer, dem Geschäftsführer von Florange Deutschland.

NK: Michael Meurer, fühlen Sie sich wie der Hahn im Korb unter den bereits Hunderten Frauen, die gerne mit Florange im Partyverkauf mit Spaß ein Wäsche-Geschäft aufmachen wollen?

Michael Meurer: Ich beklage mich nicht, besser kann man es nicht haben. Lauter nette und ehrgeizige Frauen um mich herum und faszinierende Produkte, die jede Frau haben möchte. Im Rücken ein erfolgreiches Unternehmen, in dem



der Mensch im Mittelpunkt steht und das jeder unserer Beraterinnen die Möglichkeit gibt, solide, schnell und ganz entspannt Geld zu verdienen.

Die Zahl unserer Beraterinnen wächst täglich, weil das Geschäft mit Florange Lingerie ein einfaches Geschäft ist, das unsere Vertriebspartnerinnen genauso begeistert wie unsere Kundinnen. Wer die riesige Auswahl, die Modelle, die erstklassige Qualität und nicht zuletzt die günstigen Preise sieht, wird fast automatisch zur Kundin und in der Vielzahl auch gleich zur nächsten Party-Gastgeberin.

NK: Wie läuft denn eine solche Wäsche-Party ab?

Meurer: Auch nicht viel anders, als wenn eine Kundin in einem Geschäft Wäsche einkauft. Nur vielleicht mit dem gravierenden Unterschied, dass unsere Beraterinnen erstklassig geschult sind und die Kundinnen ausgezeichnet beraten können. Hier besteht, das zeigen unsere Marktstudien, gerade bei der Wäsche ein hoher Be-

ratungsbedarf, denn die Vielzahl der Frauen kauft ihre Wäsche nicht in der für sie optimalen Größe und den passenden Schnitten. Deshalb legen wir auf eine umfassende Schulung und unterstützen unsere Beraterinnen mit professionellen Marketingtools.

NK: Was muss eine neue Beraterin für die Erstausrüstung an Mustern investieren?

Meurer: Unsere neuen Beraterinnen sollen Geld verdienen und nicht zuerst Geld bringen. Sie bekommen von uns nach der Startparty und Anmeldung eine Florange-Präsentationstasche im Wert von 550 Euro. Sie ist gefüllt mit traumhafter Luxus-Lingerie, den wichtigsten Arbeitsmitteln wie Maßband, Tischdecke, Katalogen, Einarbeitungsratgeber ... einfach etwas ganz Besonderes. Diese wertvolle Tasche „florant“ die Beraterin dann ganz einfach ab, indem von ihren Provisionen ein kleiner Teil für das Taschenkonto beiseite gelegt wird. Es gibt bei Florange also kein Risiko.

NK: Was sind Ihre Ziele für die nächsten zwei Jahre?

Meurer: Ich möchte einen soliden Partyvertrieb in Deutschland aufbauen. Nicht die Masse an Beraterinnen ist das Ziel, sondern die Klasse. Wir wollen zusammen



Michael Meurer, Geschäftsführer von Florange

mit unseren hochmotivierten Beraterinnen Stammkunden machen, die Florange gerne weiter empfehlen.