

# Kerim Cihangir

Goetheweg 18 • 59227, Ahlen • Telefon: 0174 3142384 • E-Mail: k.cihangir@hotmail.com

Bundesverband Direktvertrieb Deutschland e.V.  
Bundesallee 221  
10719 Berlin

Ahlen, den 01.03.2022

## Executive Summary für den Wissenschaftsaward 2022

Die vorliegende Bachelorarbeit ging der Frage nach, welche Vorteile und Nachteile es in den unterschiedlichen Arbeitsweisen im NM gibt und welche Erkenntnisse sich daraus für die hybride Arbeitsweise ergeben. Nachdem eine theoretische Grundlage über die Thematik des Network-Marketings geschaffen wurde, wurden sechs halbstrukturierte Experteninterviews mit externen Vertriebspartnern der Firma LR Health & Beauty durchgeführt. Diese wurden entlang der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring analysiert. Zur digitalen Unterstützung wurde das Analyseprogramm MAXQDA genutzt. Da es in der aktuellen Literatur keine Studien gibt, in denen die Arbeitsweisen im Network-Marketing verglichen werden und die Vorteile einer hybriden Arbeitsweise dargelegt werden, bietet diese Arbeit einen Versuch zur Schließung der Forschungslücke. Bei der Analyse wurde deutlich, dass sich bei beiden Arbeitsweisen Vorteile und Nachteile ergeben. Auch wenn online eine große Menge an Leuten erreicht werden kann, bietet der offline Kontakt die nachhaltigere Methode, Kunden und Partner an das Unternehmen zu binden. Obwohl einige Partner sich als reine „Onliner“ oder „Offliner“ sehen, wurde deutlich, dass alle Partner im gewissem Maß hybrid arbeiten. Es wurde deutlich, dass alle interviewten Partner ihre Arbeitsweise sowohl online als auch offline gestalten. Die hybride Arbeitsweise bietet den Vertriebspartnern die Möglichkeit, die Vorteile der jeweiligen Arbeitsweise zu nutzen und die Nachteile zu reduzieren. So ist es beispielsweise möglich, eine große Menge an Kunden zu erreichen, jedoch diese dann im Nachhinein offline zu betreuen und zu binden. Es wurde deutlich, dass einige Vertriebspartner den Schwerpunkt ihrer Arbeitsweise unterschiedlich legen. Der Fokus auf eine Arbeitsweise ist jedoch nicht damit zu begründen, dass die eine Arbeitsweise „besser“ als die andere ist, sondern vielmehr die eigene Persönlichkeit und die aktuelle Lebenssituation sie dazu gebracht hat, auf diese Art und Weise zu arbeiten. Obwohl diese Bachelorthesis viele Erkenntnisse über die Arbeitsweisen im NM darlegt, sind einige Punkte zu kritisieren. Es wurde zwar versucht, die aktuellen Quellen für die Ausarbeitung der theoretischen Grundlagen zu nutzen, jedoch sind auch Quellen aufzufinden, die vor Jahrzehnten geschrieben wurden. Dies könnte die Aktualität und Vertrauenswürdigkeit der Grundlagen beeinflussen. Außerdem sollte erwähnt werden, dass in dieser empirischen Studie lediglich sechs Experteninterviews durchgeführt wurden. Deshalb sollten die Aussagen der Partner sowie die Analyseergebnisse nicht verallgemeinert werden. Zu berücksichtigen ist ebenfalls, dass nur Interviewpartner der LR Health & Beauty Systems GmbH gewählt wurden. Es ist davon auszugehen, dass es im Vergleich zu anderen NM-Unternehmen klare Unterschiede gibt. Um aussagekräftigere Ergebnisse zu erzielen, muss eine größere Stichprobe aus verschiedenen Unternehmen gewählt werden. Außerdem konnte aufgrund der Voraussetzung, dass die Bachelorarbeit eigenständig angefertigt wurde, keine ausreichende Reliabilität vorausgesetzt werden. Für die Forschung bedeutet dies, dass diese empirische Studie nicht genügt, um die Forschungsfrage vollständig und objektiv zu beantworten. Deshalb ist es von Nöten, dieses Themengebiet mit weiteren Studien zu erforschen. Die in dieser Bachelorthesis durchgeführte empirische Studie fokussiert sich auf die hybriden Arbeitsweisen der Vertriebspartner. Die daraus resultierenden Einflüsse und Erfolgsfaktoren für die MLM-Unternehmen werden weniger erläutert.