

„Der Kunde weiß, dass er abnehmen muss“

Berater über die Arbeit mit Produkten zur Gewichtsreduktion

Übergewicht wird zum immer größeren Problem. Und „die Dicken“ werden immer jünger. Höhere Kosten im Gesundheitswesen sind die eine Seite der Medaille. Ernährungsbedingte Krankheiten bei den Betroffenen machen die andere Seite aus. Kein Wunder, dass das Geschäft mit Produkten zur Gewichtsreduktion anhaltend boomt. Natürlich hat auch die Direktvertriebs-Industrie dieses Marktsegment längst für sich entdeckt. Rund um den Globus bringen Millionen von Distributoren der verschiedenen Anbieter Formula-Diäten und andere Produkte zur Gewichtsabnahme an die Frau oder den Mann. Darunter auch Nadja-Alexandra Reinold von Reliv, deren Motto „Jedem sein Wohlfühlgewicht“ lautet.

Nadja-Alexandra Reinold (Reliv) nutzt neben weiteren Produkten einen hochwertigen Mahlzeiteratz: „Der hilft meinen Kunden in erster Linie, sich satt, gut und leistungsfähig zu fühlen.“ Eine vollständige Versorgung mit Nährstoffen ist die Grundvoraussetzung für langfristiges Abnehmen: „Nur so fahren Körper und Geist nicht wie beim Hungern herunter.“ Es ergebe sich eher das Gegenteil. Beide hätten spürbar mehr Power.

Die Mutter eines Kindes sah sich selbst ihr Leben lang mit dem „Fluch des Übergewichts“ belegt: „Natürlich habe ich im Laufe der Zeit alles Mögliche und auch Unmögliches probiert, um mein Gewicht zu reduzieren.“ So wisse sie, wie wichtig gute Laune und die richtige Strategie beim Abnehmen sind. Jeder Übergewichtige habe seinen eigenen „inneren Schweinehund“ und individuelle körperliche Voraussetzungen. Zuerst legt Reinold mit ihrem Programm eine Basis in Form optimaler Ernährung und Versorgung: „Danach nutze ich zusätzlich die Kombination verschiedener Produkte, die aufeinander aufbauen. Dabei kann ich auf verschiedene Problemlöser zurückgreifen.“ Jeder Kunde bekommt so sein maßgeschneidertes Paket aus Strategie, Bewegungsempfehlung und individuellen Helfern: „Mal muss der Fettstoffwechsel angekurbelt werden, mal ist eine Regulierung des Darms erforderlich. Viele Wege führen ans Ziel.“

Oberste Grundregel beim Umgang mit Übergewichtigen ist für Reinold, sie niemals direkt auf ihr offensichtliches Problem anzuspre-

chen: „Wozu jemanden auf etwas aufmerksam machen, das sowieso täglich im Spiegel zu sehen ist oder unter der Kleidung kaschiert wird?“ Jeder Mensch habe sein eigenes Wohlfühlgewicht und manche wollen unter Umständen gar nicht abnehmen. Es sei einfach unhöflich, seinem Gegenüber quasi indirekt vorschreiben zu wollen, welche Maße sein Körper haben



Nadja-Alexandra Reinold (28), verheiratet, ein Kind, Matura (Abitur) und Lehrgang für Werbung und Marktkommunikation, erster Kontakt zum Direktvertrieb 2003, seit 2007 Beraterin für Reliv International.

muss. Zusammen mit ihrem Team hat die 28-Jährige eine Methodik entwickelt, wie man taktvoll Gespräche mit übergewichtigen Personen beginnt: „So finden wir heraus, was sie wirklich wollen. Die Entscheidung pro oder contra Gewichtsreduktion muss vom Betroffenen selbst kommen.“ Die Mutter eines Kindes kann ihren Kunden lediglich Hilfestellung und Werkzeuge anbieten: „Eigene Erfahrungswerte oder die eigene Geschichte helfen, ein Gespräch entsprechend zu lenken.“

Ihre Kunden erwarten grundsätzlich eine Verbesserung ihrer Lebensqualität: „Manche

möchten nur ein paar überflüssige Urlaubskilos loswerden, während andere nach einem System, manchmal nach einem Wundermittelchen suchen, um möglichst schnell, viel und langfristig abzunehmen.“ Reinold klärt ihre Kunden immer darüber auf, dass jeder Körper anders funktioniert und deshalb auch unterschiedlich schnell abnimmt, sie es aber trotzdem in der Hand hätten, ihr Leben nachhaltig zu verändern. Dabei geht es ihr nicht um kurzfristige Erfolge, sondern darum, wie jemand in sechs Monaten oder einem Jahr aussieht: „Niemand sollte seinen Kunden zehn Kilo Gewichtsabnahme in zehn Tagen versprechen. Das ist meiner Meinung nach unseriös.“ Niemand könne seine Kunden rund um die Uhr überwachen, um zu kontrollieren, was sie alles essen.

Nadja-Alexandra Reinold: „Meine Kunden bekommen von mir nach Wunsch zusätzlich zu den Werkzeugen eine mehr oder weniger intensive Anleitung beziehungsweise Betreuung beim Abnehmen. Ich habe festgestellt, dass es sehr wenige Einzelkämpfer in der Gesellschaft gibt. Wenn jemand das Gefühl hat, alleine gegen Windmühlen in Form einer unbarmherzigen Waage zu kämpfen, fällt er schnell wieder in sein altes Verhaltensmuster zurück.“ Eine stetige persönliche Betreuung in Form von ehrlicher Ermunterung, Tipps und Erfahrungen anderer „Mitkämpfer“ et cetera ist aus der Sicht der 28-Jährigen der Schlüssel zu einem zufriedenen Kunden. Zusätzlich steigere sie die Wahrscheinlichkeit, dass die gesunde Lebensweise nach Erreichen des Wunschgewichts beibehalten wird.

Niemand müsse selbst übergewichtig sein oder gewesen sein, um erfolgreich mit Produkten aus diesem Segment arbeiten zu können. Es reicht zu wissen, wie die Produkte schmecken, wie sie eingesetzt werden und wie sie kombiniert werden können: „Die Ergebnisse meiner Kunden reichen als Referenzen vollkommen aus. Wichtig ist dabei, dass die Geschichten wahr sind.“ Übergewicht ist wie schlechte Ernährung, mangelhaftes Interesse an der eigenen Gesundheit und am Mitmenschen Folge vorherrschenden Zeitgeistes: „Im Direktvertrieb haben wir die Möglichkeit, effektiv gegenzusteuern, indem wir uns Zeit für unsere Gesprächspartner nehmen. Dienen steht vor dem Verdienen! Unsere Branche bietet jedem Menschen die Möglichkeit, sein Leben komplett zu verändern.“