



**So gewinnen Sie
noch in diesem Monat
10 neue Partner –**

**ohne neues Potenzial und
ohne Stress!**



So gewinnen Sie noch in diesem Monat 10 neue Partner – ohne neues Potenzial und ohne Stress!

Liebe Leserin,
lieber Leser,
ich freue mich, dass Sie sich diesen Report geholt haben, um in den nächsten 30 Tagen mindestens 10 neue Partner für Ihr Geschäft zu gewinnen.

Im Endeffekt kommt es nur auf einen einzigen Faktor an, der in unserem Geschäft **über Erfolg und Misserfolg entscheidet: die Kommunikation!**

Manches in diesem Report wird Ihnen neu und ungewohnt vorkommen, einiges ist sogar kontraintuitiv.

Aber nach vielen Jahren aktiv gelebter Praxis und Tausenden Gesprächen haben sich diese Strategien bewährt und immer und immer wieder funktioniert.

Oft ist es einfach nicht so wichtig, dass wir wissen, *warum* etwas funktioniert. Es kommt darauf an, *dass* es funktioniert.

Was Sie auf den folgenden Seiten finden, ist gespickt mit Psychologie und mit emotionalen Triggern, die die Menschen dazu bringen werden, Ihnen zuzuhören und sich für Ihre Geschäftsmöglichkeit zu interessieren.

Das Absurde an unserer Situation ist: Die Menschen brauchen das, was wir ihnen durch unser Network-Marketing-Geschäft geben können, und suchen sogar danach. Doch trotzdem sind sie erst einmal skeptisch.

Unser Job ist es deshalb in erster Linie, sie professionell dabei zu unterstützen, diese Skepsis zu überwinden, und ihnen dabei zu helfen, zu verstehen, was wir tun.



Denn nur wenn die Menschen verstehen, was wir für sie haben und dass es ihr Leben bereichert, werden wir auch in der Lage sein, sie für uns und unser Geschäft zu gewinnen.

Was ich Ihnen zeigen werde, ist ein erprobter, mehrteiliger Prozess, wie Sie mit Ihren Interessenten und Ihrem Umfeld sprechen. Das hört sich zwar im ersten Moment nach einer umfangreichen und komplizierten Materie an, ist aber im Grunde genommen sehr einfach und extrem effektiv.

Alle Techniken, die ich Ihnen jetzt zeige, können Sie sowohl im persönlichen Gespräch als auch am Telefon anwenden.

Was Sie auf jeden Fall vermeiden sollten, ist eine Kommunikation per E-Mail oder SMS. Diese Medien sind zu indirekt, und es ist für den Empfänger leicht, einfach gar nicht zu antworten. So sind Sie sofort aus dem Spiel. Nutzen Sie deshalb auf jeden Fall immer die direkte Kommunikation, bei der Sie eine Antwort bekommen.

Die Techniken funktionieren sowohl bei den Menschen, die Sie kennen, als auch bei solchen, die Sie noch nicht kennen.

Achten Sie auf jeden Fall darauf, dass Sie **immer zunächst ein normales Gespräch führen (auch Small Talk genannt) und erst dann auf Ihr Geschäft zu sprechen kommen.**

Mit der Tür ins Haus zu fallen, hat sich noch nie bewährt!

Das richtige Vorgehen lässt sich dabei in vier Phasen einteilen, die wir gleich anschließend im Einzelnen behandeln:

- **Phase 1:** Gegen Komplimente kann sich niemand wehren ([Seite 4](#))
- **Phase 2:** Willst du was gelten, dann mach dich selten ([Seite 5](#))
- **Phase 3:** Jetzt wird eingeladen ([Seite 6](#))
- **Phase 4:** Sie stellen mehr Informationen in Aussicht ([Seite 9](#))
- **Phase 5:** Der Interessent muss Ihnen was versprechen ([Seite 10](#))
- **Phase 6:** Wir vereinbaren einen festen Termin ([Seite 11](#))



Phase 1: Gegen Komplimente kann sich niemand wehren

„Gegen einen Angriff kann man sich wehren, gegen ein ernst gemeintes Kompliment nicht.“

Eine Erkenntnis, deren Wichtigkeit gar nicht überschätzt werden kann!

Oder fällt Ihnen etwa ein vernichtendes Argument gegen den folgenden Satz Ihres Partners ein: „Weißt du, Schatz, ich bin einfach so froh, dass ich dich hab. Du bist das Beste, was mir je passiert ist!“

Dagegen wird kein Mensch der Welt etwas einwenden können (und wollen).

Und genau dieses Muster können Sie auch für Ihre Gespräche mit potenziellen Partnern nutzen.

Ganz wichtig ist hierbei der Begriff **ernst gemeinte Komplimente**. Denn sie öffnen in der Kommunikation neue Wege und lassen Sie viel näher an Ihren Interessenten heranrücken.

Zudem wird Ihr Gegenüber viel positiver auf Ihre Vorschläge reagieren, wenn Sie bereits am Anfang des Gesprächs sympathisch auftreten.

Beginnen Sie also gleich mit einem Kompliment!

So oder so ähnlich können Komplimente aussehen:

- „Weißt du, wir kennen uns jetzt schon so lange, und du bist mir immer ein guter Freund gewesen. Das bedeutet mir wirklich viel!“
- „Weißt du, du bist so beliebt und kennst so unglaublich viele Leute, das hab ich schon immer bewundert bei dir.“
- „Du bist so erfolgreich, und deshalb verlasse ich mich gerne auf dein Urteil.“
- „Ich dachte mir: Wer ist der schlaueste meiner Freunde? – Und dann bist mir sofort du eingefallen.“
- „Du bist immer so offen und positiv, da dachte ich mir einfach, ich sollte mit dir sprechen.“



- „Du bist jemand, mit dem man Pferde stehlen kann, das finde ich einfach klasse an dir!“
- „Sie haben wirklich eine fantastische Ausstrahlung. Darf ich Sie fragen, was Sie beruflich machen?“
- „Wow! Wenn alle so wären wie du/Sie, dann sähe unsere Welt definitiv ein ganzes Stück besser aus!“

Vermeiden Sie es, Komplimente für Äußerlichkeiten zu machen! Gehen Sie besser anstatt dessen auf die Person ein und würdigen Sie deren Charakter.

Phase 2: Willst du was gelten, dann mach dich selten

Als ich diesen Spruch vor einigen Jahren zum ersten Mal gehört habe, war ich mir gar nicht bewusst, wie wichtig diese Aussage ist.

Aber hier steckt jede Menge Psychologie und persönliche Einstellung drin.

Denn wenn Sie immer erreichbar sind, jeden Termin akzeptieren und den anderen Menschen hinterherlaufen, dann werden Sie nie den Status erreichen, der Ihnen garantiert, dass die Leute bei Ihnen einsteigen möchten.

Und das einfach aus dem einen Grund: Ihr Interessent kann nicht erkennen, dass Sie wichtig sind und dass Sie nicht unbedingt gerade ihn brauchen.

Und die Menschen fühlen sich immer zu denen hingezogen, die Dinge bewegen, die viel unterwegs sind und deren Zeit wertvoll ist.

Vermitteln Sie also in Ihrem Telefonat möglichst frühzeitig die Botschaft: Sie sind sehr beschäftigt, haben viel „um die Ohren“.

Wenn Sie so vorgehen, werden Sie feststellen, dass Ihre Gespräche und Termine kürzer werden, wobei gleichzeitig Ihre Quoten immens steigen.

Denn Sie erhalten bei Ihrem Gegenüber durch diese Vorgehensweise einen höheren Status, Sie setzen sich weniger unangenehmen Fragen aus und werden effektiver.



Hier ein paar Beispiele, wie Sie Ihre Zeitknappheit „überbringen“ können:

- „Ich habe zwar leider nicht viel Zeit, aber ich wollte Sie/dich unbedingt heute noch kurz anrufen ...“
- „Ein paar Minuten müssen drin sein, bevor ich wieder lossause, und da wollte ich Ihnen/dir nur kurz einen Vorschlag machen ...“
- „Bei mir geht es zwar, ehrlich gesagt, gerade drunter und drüber, aber ich wollte Ihnen/dir noch kurz einen Vorschlag machen ...“
- „Bevor ich gleich wieder losmuss, hab ich noch einen Moment Zeit und wollte noch ganz kurz etwas mit Ihnen/dir besprechen ...“
- „Bevor ich losdüse, wollte ich noch kurz ...“

Denken Sie daran: Sie sind ein gut beschäftigter Geschäftsmann beziehungsweise eine erfolgreiche Unternehmerin, Sie sind wichtig, treiben die Dinge voran, und deshalb ist Ihre Zeit auch extrem kostbar.

Phase 3: Jetzt wird eingeladen

In dieser „heißen“ Phase fällt die Entscheidung, ob Ihr Gegenüber einer ausführlichen Geschäftspräsentation zustimmt und damit den nächsten Schritt in Richtung Vertriebspartnerschaft geht.

Hier werden leider auch die meisten Fehler gemacht, sodass viele Interessenten verschreckt oder verbrannt werden, bevor sie überhaupt genau wissen, worum es geht. Denn häufig herrscht in der Network-Branche das „Prinzip Brechstange“.

Und das bedeutet, der Interessent hört Dinge wie: „Ich hab einen Weg gefunden, wie wir ganz schnell und mit wenig Arbeit reich werden. Lass mich dir das mal erzählen, dann kannst du auch mitmachen ...“



Auch wenn dieser Satz mit Leidenschaft und Begeisterung vorgetragen wird – wer wird darauf positiv reagieren?

Vermutlich niemand. Außer wenn der Anruf tatsächlich von einem Multimillionär kommt.

Damit Sie solche Argumente vermeiden, gebe ich Ihnen für diese Phase sowohl direkte als auch indirekte Möglichkeiten an die Hand, wie Sie den Kontakt erfolgreich einladen, nachdem Sie Phase 1 und 2 durchlaufen haben:

Direkte Einladungen funktionieren z. B. so:

- „Ich habe da was gefunden, was du dir unbedingt ansehen musst ...“
- „Ich denke, ich habe etwas für Sie, das Sie sich unbedingt ansehen müssen ...“
- „Ich starte eine neue Firma, und ich möchte, dass du einen Blick drauf wirfst ...“
- „Ich arbeite mit einem globalen Konzern im Bereich XY zusammen und brauche da noch etwas Unterstützung ...“
- „Ich hab darüber nachgedacht, wen ich für wirklich fähig halte, und hab sofort an dich gedacht ...“
- „Ich will dir unbedingt eine Idee von mir zeigen ...“
- „Ich bin da auf was wirklich Interessantes gestoßen, und du bist der Erste, den ich anrufe ...“
- „Sind Sie mit Ihrer Firma verheiratet, oder sind Sie offen für ein gutes geschäftliches Angebot?“



Bei indirekten Einladungen geben Sie nicht sofort eindeutig zu erkennen, dass Sie den anderen zum Geschäftspartner machen wollen:

- „Ich bin gerade dabei, mir etwas Neues aufzubauen, und mir ist es wichtig, deine Meinung dazu zu hören.“
- „Ich habe ein neues Geschäft kennengelernt und ich bin wirklich restlos begeistert. Könntest du mir dabei helfen, ein bisschen tiefer zu graben, damit ich mir hundertprozentig sicher sein kann?“
- „Sag mal, du bist doch ein anerkannter XY, da wollte ich fragen, ob du jemanden kennst, der ambitioniert, motiviert und begeisterungsfähig ist?“
- „Kennst du zufällig jemanden, der mit seiner Situation unzufrieden ist?“
- „Ich hab hier gerade was wirklich Interessantes gestartet und könnte noch gut Hilfe gebrauchen. Ich würde dir das gern einmal zeigen.“
- „Ist Ihnen jemand bekannt, der eine gute Chance erkennt, wenn sie vor seiner Nase schwebt, und der auch bereit ist, für seinen Erfolg etwas zu tun?“
- „Ich arbeite hier in XY für eine große Firma, und wir expandieren gerade extrem stark. Deshalb suche ich noch nach ein paar fähigen, motivierten Partnern. Kennen Sie jemanden, der in dieses Profil passt?“
- „Kennen Sie zufällig jemanden, der wirklich gut drauf ist, etwas kann und weniger verdient, als er eigentlich wert ist?“

Je weiter Sie in Ihrem Network-Marketing-Geschäft kommen und je weiter Sie aufsteigen, desto häufiger werden Sie mit indirekten Einladungen arbeiten.



Obwohl sie langfristig gewöhnlich besser funktionieren als die direkten Einladungen, kann es manchmal auch sinnvoll sein, den einen oder anderen direkt anzusprechen und ohne Umschweife einzuladen.

Phase 4: Sie stellen mehr Informationen in Aussicht

Wenn Ihr Gesprächspartner jetzt positiv reagiert, dann **eröffnen Sie ihm die Möglichkeit, sich unverbindlich über Ihr Geschäft zu informieren.**

Sie kündigen ihm an, dass Sie ihm entsprechendes Material zur Verfügung stellen.

Das könnte z. B. folgendermaßen funktionieren:

- „Ich habe da eine Präsentations-DVD, auf der ist alles drauf, was du wissen musst.“
- „Auf meiner CD wird alles erklärt, was wichtig ist.“
- „Das Beste ist, ich schicke Ihnen Informationsmaterial per E-Mail zu, das können Sie sich dann in Ruhe anschauen.“
- „Das Beste ist, Sie gehen auf meine Online-Geschäftspräsentation, dann haben Sie danach schon eine recht klare Vorstellung, worum es geht.“
- „Ich habe einen Flyer produziert, in dem alles Wichtige drinsteht.“
- „Weil ich so viele Interessenten habe, halte ich regelmäßig Webinare, auf denen ich alles erkläre.“

Wenn Sie diese Vorgehensweise anwenden, schlagen Sie mehrere Fliegen mit einer Klappe.

Sie rücken dem Interessenten (noch) nicht so sehr „auf die Pelle“, als wenn Sie nun sofort versuchen, mit ihm einen Termin zu vereinbaren. Er hat den



Eindruck: Aha, ich kann mich erst einmal in aller Ruhe mit der Sache befassen, ehe ich mich entscheiden soll.

Unter diesen Umständen wird er auch gern bereit sein, Ihnen ggf. seine Postanschrift und/oder seine E-Mail Adresse zu geben, damit er das Material bekommt – Sie haben also die Chance, weitere Kontaktdaten von ihm zu erhalten, die Sie bisher noch nicht hatten.

Im Idealfall wird er außerdem weiter neugierig auf Ihr Geschäft gemacht.

Und Sie schaffen einen idealen Übergang auf die finalen beiden Phasen. Phase 4 kann nämlich nur eine taktische Zwischenstufe sein!

Warum das so ist, wird Ihnen sicherlich klar sein: denn 95 Prozent aller Menschen, denen Sie Ihre Materialien zukommen lassen, werden diese NIEMALS ansehen.

Jedenfalls wenn Sie keine entsprechenden Vorkehrungen treffen.

Phase 5: Der Interessent muss Ihnen was versprechen

Damit also wirklich etwas geschieht, müssen Sie in der nächsten Phase (noch ehe der andere Ihr Material erhalten hat!) die Bedingungen festlegen und im Austausch etwas zurückverlangen.

Das funktioniert perfekt, wenn Sie sich an die ersten vier Phasen gehalten und meine Vorschläge dazu befolgt haben.

Bestehen Sie darauf, dass Ihr Gegenüber sich Ihr Material auch ansieht, ja, machen Sie das zur absoluten Bedingung.

Wenn Sie eine Reaktion bekommen wie: „Gib mir das mal mit, ich schau mir das bei Gelegenheit einmal an und melde mich, wenn ich interessiert bin“ – dann können Sie es gleich vergessen. Es bleibt Ihnen dann nur noch, Ihre Sachen wieder einzupacken und zum nächsten Interessenten überzugehen.



Wenn Sie jedoch nach den folgenden Beispielen vorgehen (und die ersten vier Phasen richtig durchgeführt haben), wird die Antwort normalerweise „Ja“ sein:

- „Wenn ich dir jetzt die DVD mitgebe/zuschicke, siehst du sie dann auch sicher an?“
- „Wenn ich dir jetzt die CD gebe, versprichst du mir dann auch, dass du sie dir von Anfang bis Ende anhörst?“
- „Wenn ich Ihnen die ganzen Informationen per E-Mail zukommen lasse, garantieren Sie mir dann, dass Sie es sich auch ansehen?“
- „Wenn ich Sie zu meiner Online-Präsentation/zu meinem Webinar freischalte, müssen Sie mir auch versprechen, dass Sie daran teilnehmen.“

Nehmen Sie Ihrem Gegenüber in dieser Phase also ein Versprechen ab, auf das Sie sich dann berufen können und das dazu führt, dass Ihr neuer Interessent auch wirklich das tut, was er tun sollte: sich intensiv mit Ihrem Geschäft auseinandersetzen.

Übrigens können Sie diese Sätze auch analog auf die Einladung zu Ihrer **Live-Geschäftspräsentation** ummünzen:

- „Wenn ich dich da einlade, dann musst du auch hundertprozentig kommen. Das ist mir wirklich ernst, denn wenn ich dich anmelde und du kommst nicht mit, dann mach ich mich lächerlich.“

Phase 6: Wir vereinbaren einen festen Termin

In der sechsten und letzten Phase wird aus dem Versprechen, das Ihnen der Interessent gegeben hat, eine feste Vereinbarung – konkret: Sie **fixieren einen Termin, zu dem der andere sich Ihre Informationen angesehen hat und an dem Sie sich wieder sprechen**. D. h. damit haben Sie in Ihrem Kalender das Datum stehen, an dem Sie „den Sack zumachen“ werden!



Dafür bieten sich folgende Sätze an:

- „Bis wann kannst du dir alles ansehen/anhören?“
- „Bis wann können Sie die Präsentation sicher ansehen?“
- „Bis wann haben Sie die Unterlagen durchgesehen?“

Das Einzige, was Sie hier wollen, ist eine eindeutige Aussage.

Wie oben schon erwähnt:

Wenn Ihr Gegenüber etwas sagt wie „Ich schaue es mir mal bei Gelegenheit an und würde mich dann melden“, dann müssen bei Ihnen die Alarmglocken schrillen, und Ihre Aufgabe ist es, anstatt dessen einen festen Zeitpunkt zu vereinbaren.

Schlagen Sie nichts vor, sondern reagieren Sie folgendermaßen:

- „Weißt du/Wissen Sie, ich will weder Ihnen noch mir selbst die Zeit stehen. Warum vereinbaren wir nicht einfach einen Termin, bis wann Sie sich alles angesehen haben? Egal wann das ist.“

Und dann bekommen Sie Ihren Tag oder Ihr Datum, wann Sie sich bei dem Interessenten wieder melden können.

Hier einen festen Zeitpunkt zu haben, ist sehr wichtig, denn er führt uns zum nächsten Schritt:

- **Sie:** „Du schaffst es also bis Dienstag, das heißt, am Mittwoch hast du’s dir auf jeden Fall schon angesehen, oder?“
- **Interessent/in:** „Ja, auf jeden Fall!“
- **Sie:** „Wann kann ich dich denn am besten erreichen?“
- **Interessent/in:** „So gegen 18 Uhr, da komm ich aus der Arbeit.“
- **Sie:** „Perfekt! Dann sprechen wir am Mittwoch um 18 Uhr! Ich muss jetzt los, mach’s gut!“



Und schon haben Sie einen Interessenten festgezurr, ihn dazu verpflichtet, sich Ihr Geschäft genauer anzusehen – und den nächsten Termin verabredet.

Dieses Muster lässt sich natürlich auch auf die **Vereinbarung einer persönlichen Geschäftspräsentation** anwenden.

Das sieht dann so aus:

- **Sie:** „Wenn ich Ihnen das alles persönlich zeige, dann müssen Sie mir auch versprechen, dass Sie mindestens 30 Minuten dafür einplanen. Ich nehme mir dann die Zeit für Sie.“
- **Interessant/in:** „Okay, gerne!“
- **Sie:** „Wann passt es Ihnen denn besser? Ich kann Dienstag Vormittag oder Donnerstag nach 18 Uhr anbieten.“
- **Interessant/in:** „Da passt mir Dienstag besser, da hab ich frei!“
- **Sie:** „Perfekt! Dann treffen wir uns am besten um Punkt zehn im Café XY, bis dahin gebe ich Ihnen noch diese Broschüre mit, die Sie sich bitte durchsehen. Kann ich mich darauf verlassen?“
- **Interessant/in:** „Na klar! Ich werde da sein!“
- **Sie:** „Alles klar, dann sehen wir uns am Dienstag um zehn! Ich muss jetzt los! Bis dann!“

... und schon haben Sie Ihren gewünschten Termin!

Erkennen Sie das Potenzial?

Allein wenn Sie die Tipps in diesem Skript befolgen, werden Sie in Zukunft mindestens doppelt so viele Interessenten gewinnen wie bisher.

Setzen Sie einfach die Sätze aus den verschiedenen Phasen aneinander, lernen Sie sie auswendig und profitieren Sie in Zukunft davon, dass Sie immer einen professionellen Eindruck machen.

Schon nach den ersten Gesprächen wird Ihnen das in Fleisch und Blut übergehen. So gewinnen Sie viel mehr Interessenten und können viele neue Partner in Ihr Geschäft hereinholen.



Eines ist sicher:

Wenn Sie in den nächsten 30 Tagen jeden Tag mit einer Person sprechen, egal ob Fremder, Freund oder Bekannter, und genau dieses Skript anwenden, dann gewinnen Sie mit Sicherheit zehn neue Partner für ihr Geschäft dazu!

Viel Spaß dabei!

Hat Ihnen dieser Report gefallen?

Dann habe ich jetzt noch ein Angebot für Sie, das Sie sich nicht entgehen lassen sollten!

Denn dieses kleine E-Book ist eigentlich nur ein kleiner Ausschnitt von dem, was unsere RERU-TIER-Inside-Mitglieder jeden Monat erwartet.

Wer an unserem **Programm „REKRU-TIER Inside“** teilnimmt, erhält jeden Monat einen 20-seitigen Report im gleichen Stil wie dieser, mit vielen informativen und nützlichen Beiträgen zu verschiedenen Themen rund um Ihr Network-Marketing.

Zudem erhalten Sie Videos, Ausbildungstools und Spezialtechniken für den sicheren Erfolg bei der Gewinnung neuer Geschäftspartner.

Das Programm kostet 37 Euro pro Monat. Für diesen Preis geben wir Ihnen wertvolle Hilfen an die Hand, wie Sie als Network-Marketer ein großes Team aufbauen, das Ihnen jede Menge Geld einbringt, ja **Sie zum Topverdiener machen wird!**

**Das bekommen Sie:**

- jeden Monat den topaktuellen, ca. 20-seitigen „REKRU-TIER Inside“-Report mit brandheißen Techniken, Tools und den ultimativen Profitipps für Sie. Leicht umsetzbar, verständlich und hocheffektiv!
- jeden Monat ein exklusives Webinar zu einem Spezialthema, persönlich durchgeführt von einem anerkannten Top-Experten
- besonderen Support, Unterstützung und Zusatztools für Sie

Weitere spezielle Angebote und Aktionen nur für Mitglieder:

- eine Fülle von weiteren wertvollen, sofort umsetzbaren Tipps und Techniken, die Ihr Network-Marketing extrem wachsen lassen
- zahlreiche „Make Money“-Strategien zur Maximierung Ihres persönlichen Einkommens
- unveröffentlichte Exklusivinterviews mit den Größen der Branche

... und vieles, vieles mehr!

Wir denken, dass das Programm viel mehr wert ist als 37 Euro, aber wir wollen jedem den Zugang zu diesem Wissen geben und haben uns deshalb eine **ganz besondere Aktion** für Sie überlegt: Um Ihnen die Entscheidung noch einfacher zu machen, geben wir Ihnen noch ein großartiges Geschenk dazu, wenn Sie REKRU-TIER Inside abonnieren.

Überzeugen Sie sich selbst – auf www.rekrutier-inside.de!

Und natürlich erhalten Sie vollen Zugriff auf alle Inhalte, Videos, Interviews und die weiteren Tools.



Das müssen Sie jetzt tun

Gehen Sie JETZT SOFORT auf www.rekrutier-inside.de und melden Sie sich an.

Dieses Angebot kann jederzeit enden, da es Teil eines Tests ist. (Wir testen gerade, um zu sehen, was passiert, wenn man ein Mega-Angebot in ein kostenloses PDF wie dieses einbaut.)

Sehen Sie, Sie haben jetzt alles durchgelesen. Tun Sie es einfach und melden Sie sich an. Das Schlimmste, was passieren kann, ist, dass Sie 37 Euro investieren, unser Geschenk erhalten und dann das Interesse verlieren.

Dann stornieren Sie Ihre Bestellung, und das war's. Keine große Sache!

Aber ich denke, dass Sie es LIEBEN werden und dass Sie VIEL MEHR bekommen werden, als Sie erwarten. Sie gewinnen also IMMER!

Bis bald!



Ihr Rekru-Tier