

Leitfaden zum Buch

DIE 4-JAHRES KARRIERE®

WIE SIE IHREN TRAUM VON LEBENSFREUDE UND
FINANZIELLER FREIHEIT VERWIRKLICHEN

ODER NICHT...

RICHARD BLISS BROOKE



Wie du mit der 4-Jahres-Karriere arbeitest

Die Methode des Autors — und was wir
für den deutschsprachigen Raum ergänzt haben.

Richard Bliss Brooke hat in einem Vortrag erklärt,
wie er selbst mit diesem Buch arbeitet. Das Wesentliche daraus
steht hier, übersetzt und auf den deutschsprachigen Raum
übertragen — dazu das, was er nicht behandelt:
wem du das Buch gibst und wem besser nicht.

Fünf Seiten. Kein Buch über ein Buch.

1

WARUM EIN FIRMENNEUTRALES BUCH MEHR KANN ALS DEINE PRÄSENTATION

RICHARD BLISS BROOKE:

*„Menschen sagen nicht zu unseren Produkten nein,
und sie sagen nicht zu unseren Firmen nein.
Ich hatte noch nie einen Interessenten, der sich
die Website angesehen und gesagt hat:
Das ist eine dumme Firma.
Was fehlt, ist das Geschäftsmodell.“*

Das ist der Kern, und er erklärt, warum so viele gute Gespräche ins Leere laufen.

Die meisten Networker führen mit dem Produkt und mit der Firma. Beides überzeugt — und beantwortet trotzdem nie den Einwand, den der andere wirklich hat. Der liegt eine Ebene tiefer: **Ich glaube nicht an diese Art von Geschäft.**

Solange dieser Einwand im Raum steht, hört dein Gegenüber deiner Präsentation zu und denkt gleichzeitig an etwas anderes. Und weil er ihn selten ausspricht, kannst du ihn auch nicht ausräumen.

Genau dafür ist ein Buch da, das keine einzige Firma nennt. Es räumt die Ebene ab, an die du im Gespräch nicht herankommst. Was danach kommt — deine Firma, dein Produkt — wird leichter.

2

DAS BUCH GEHÖRT IN DIE TASCHE, NICHT INS AUTO

RICHARD BLISS BROOKE:

*„Wenn ich sage, hab es bei dir, dann meine ich:
am Körper. In der Jackentasche, in der Handtasche,
in der Aktentasche. Nicht im Auto. Wenn das Buch
im Auto liegt, verpasst du die meisten Gelegenheiten,
es einzusetzen. Wenn du es erst holen musst,
verpasst du sie.“*

Das klingt nach einer Kleinigkeit und ist keine. Der Mensch, mit dem du ins Gespräch kommst, kündigt sich nicht an — im Zug, beim Elternabend, in der Schlange. In dem Moment, in dem du sagst „ich hätte da was im Auto“, ist der Augenblick vorbei.

Mach das Exemplar zu deinem

- **Deine Kontaktdaten hinten hinein**, auf die dafür vorgesehene Seite. Handschriftlich. Ein gedruckter Aufkleber sieht aus wie Werbung, deine Handschrift sieht aus wie du.
- **Markier dir etwas**. Richard Brooke empfiehlt einen Textmarker: eine Geschichte, ein Zitat, eine Grafik. Ein Buch mit Spuren darin ist ein gelesenes Buch — und kein Prospekt.

3

DER SATZ, MIT DEM DU ES AUS DER TASCHE HOLST

Du bist in einem Gespräch, bei dem der andere sich öffnet — über das, was ihn begeistert, oder über das, was ihn stört. Dann holst du das Buch heraus und sagst:

DER EINSTIEG

„Ich lese gerade ein Buch darüber, wie man ...“

Und jetzt kommt der Teil, den die meisten falsch machen: Wie du diesen Satz zu Ende bringst, hängt davon ab, mit wem du sprichst.

RICHARD BLISS BROOKE:

*„Wenn du mit einer Kellnerin sprichst, sagst du nicht:
Ich lese ein Buch darüber, wie man in vier Jahren
Millionär wird. Sie kann das nicht hören.
Das ist nicht ihre Sprache.
Und wenn du mit einem Zahnarzt sprichst, der eine
Viertelmillion im Jahr verdient, dann sagst du besser nicht,
dass es um ein kleines Zusatzeinkommen geht.
Der sagt dir: Wie schön für Sie.“*

Wir würden es im deutschsprachigen Raum noch einen Schritt weiter fassen: **Pass an die Lebenslage an, nicht an den Betrag.** Geldsummen in so einem Satz wirken hier schnell wie ein Versprechen — und sie sind auch rechtlich heikel. Die Lebenslage trifft ohnehin besser. Bei jemandem, der über seinen Job klagt: „... wie man sich etwas aufbaut, ohne dafür zu kündigen.“

Bei jemandem, der keine Zeit hat: „... wie man ein Einkommen aufbaut, das nicht an Stunden hängt.“

Bei jemandem, der gerade etwas verloren hat: „... wie man noch einmal von vorne anfängt, ohne alles auf eine Karte zu setzen.“

Bei jemandem, der gut verdient und nie zu Hause ist: „... wie man sich unabhängig macht von der Zahl der Stunden, die man arbeitet.“

Und dann dieser eine Satz, möglichst wörtlich

DIE FRAGE

*„Wenn das stimmen würde —
würden Sie darüber lesen wollen?“*

Sie funktioniert, weil sie nichts verlangt. Kein Termin, keine Entscheidung, keine Präsentation. Nur die Frage, ob ihn das Thema interessiert. Darauf kann fast jeder ja sagen, ohne sich zu binden.

DU GIBST ES NICHT – DU LEIHST ES

DIE ÜBERGABE

„Das ist mein eigenes Exemplar, ich hab nur das eine. Sehen Sie es sich die nächsten Tage durch – dann hole ich es wieder ab.“

Der Scherz am Ende nimmt dem Ganzen die Schwere. Aber der erste Teil ist ernst gemeint, und er ist der Kern der Methode.

Ein geliehenes Buch wird angeschaut. Ein geschenktes landet im Regal. Und du bekommst zwei Dinge, die du sonst nicht hättest: einen selbstverständlichen Grund, seine Kontaktdaten zu erfragen – und einen selbstverständlichen Anlass, dich wieder zu melden.

Zwei Feinheiten, die den Unterschied machen

- **Sag „durchsehen“, nicht „lesen“.** Brooke besteht darauf. „Lesen Sie das mal“ ist eine Aufgabe, „sehen Sie es sich durch“ ist eine Geste. Die kleinere Bitte wird häufiger erfüllt – und wer einmal drin ist, liest ohnehin weiter.
- **Vereinbare einen Zeitpunkt.** Nicht „irgendwann“, sondern ein paar Tage. Wenn er sagt „in zwei Wochen“, antworte freundlich: „Sagen Sie mir Bescheid, wenn Sie es in ein paar Tagen schaffen.“

Was du nicht sagst: „Lesen Sie das, dann verstehen Sie, warum Sie einsteigen sollten.“ Damit hast du aus dem Buch wieder ein Verkaufsgespräch gemacht, und der ganze Vorteil ist weg.

DIE PIPELINE – UND WARUM DU MEHR ALS EIN EXEMPLAR BRAUCHST

RICHARD BLISS BROOKE:

„Stell dir deine Pipeline so vor: Du hast ständig acht oder zehn dieser Bücher draußen im Markt, vielleicht zwanzig. Bei Leuten, die sie sich gerade ansehen, lesen, durchblättern.“

Das ist der Punkt, an dem aus einem Buch eine Arbeitsweise wird. Die Exemplare liegen nicht bei dir – sie sind unterwegs. Eines kommt zurück, zwei gehen raus. Wer so arbeitet, kommt mit einem Buch keine Woche weit.

Was beim Nachfassen passiert

Ein Teil der Leute wird es tatsächlich durchgesehen haben. Manche sind uninteressiert, manche neutral, manche sehr interessiert – und viele legen das Buch mit einem anderen Bild von dieser Branche weg als vorher. Denen deine Firma zu zeigen ist danach fast beiläufig.

Ein anderer Teil wird es nicht angeschaut haben. Dann gilt: nicht drängen, nicht zurückfordern, sondern freundlich einen neuen Zeitpunkt vereinbaren.

Und ein Teil wird es nie ansehen und nie zurückgeben. Das ist der Preis der Methode und keine Katastrophe – du hast dafür einen Abend gespart, den du sonst investiert hättest.

6

WEM DU ES GIBST — UND WEM NICHT

Diesen Teil behandelt Richard Brooke nicht, und er entscheidet mehr als alles andere. Der häufigste Fehler ist, das Buch an alle zu verteilen. Zwanzig Exemplare an zwanzig beliebige Menschen bringen weniger als fünf an die richtigen fünf.

Drei Zeichen, dass jemand der Richtige ist

- **Er hat dich von sich aus gefragt, was du machst** — und dann noch einmal nachgefragt.
- **Er redet über seinen Job wie über Wetter, das nicht aufhört.** Nicht wütend. Müde.
- **Er hat vor Monaten abgesagt und dir nie erklärt, warum.** Oft der beste Kandidat überhaupt: Er kann heute schlecht ja sagen, ohne sein Nein von damals zurückzunehmen. Ein Buch nimmt ihm diese Hürde ab, weil niemand dabei zusieht.

Und wem du es nicht gibst

- **Wer dir einen Gefallen tun will.** Du bekommst ein freundliches „ja, schau ich mir an“ und nie wieder etwas.
- **Wem du gerade etwas verkauft hast.** Er sortiert das Buch als Nachfassen ein, nicht als Angebot.
- **Der ganzen Familie auf einmal.** Wer das Buch bekommt, während drei andere zusehen, kann seine Meinung nicht mehr frei ändern. Genau das soll es aber ermöglichen.

7

DIE RECHNUNG, DIE DU SELBST MACHEN MUSST

Fünfundzwanzig Exemplare kosten dich weniger als 150 Euro.

Das ist der Preis dafür,
zwanzig Gespräche überhaupt möglich zu machen..

Was dir eines davon wert ist, kann dir niemand ausrechnen — und wer es versucht, verspricht dir etwas, das er nicht halten kann. Vergleich es lieber mit dem, was du ohnehin ausgibst: mit einem Eventticket, einer Tankfüllung für eine Fahrt quer durchs Land, einem Abend, der nichts gebracht hat.

Und rechne die andere Seite mit: Ein Buch bei jemandem, der es nie ansieht, ist verloren. Deshalb steht Punkt 6 in diesem Leitfaden und nicht nur Punkt 7.

*„Acht oder zehn dieser Bücher draußen
im Markt, vielleicht zwanzig.“
Dafür brauchst du Nachschub — und zwar bevor
das letzte Exemplar unterwegs ist.*



Staffelpreise und Bestellung:

<https://www.mlm-training.com/produkt/die-4-jahres-karriere/>



© 2026 Life Success Media GmbH | Alle Rechte vorbehalten.