

NUMONDU bringt sich in Position

Mit deutschen Dosen in die Welt des
Erfolges starten

NUMONDU ist der Inbegriff dessen, wofür Network-Marketing steht: Die „neue Welt“! Eine Welt, in der wir uns nicht von unseren Ängsten und Zweifeln zurückhalten lassen, sondern unbeirrt, zielstrebig und voller Energie unsere Ziele verfolgen und erreichen. Oder, wie Ali Coban, der Gründer und Geschäftsführer von NUMONDU, die Philosophie seines Unternehmens zusammenfasst: „Viele Menschen tun nicht das, was sie eigentlich tun wollen. Sie suchen noch die Energie ihres Lebens. Hier kann NUMONDU dem Einzelnen einen wertvollen Anstoß geben: Entdecken Sie mit uns die neue Welt des Erfolges!“

Tatsächlich bietet NUMONDU ein Geschäftskonzept, mit dem sich neue Horizonte erschließen lassen, denn NUMONDU ist eine deutsche Network-Firma mit europäischer Perspektive, die energiereiche, exotische Vital- und Energy-Drinks im Angebot hat und Kunden wie Vertriebspartnern „neue Geschmackswelten“ eröffnet: Fruchtig, gesund und belebend! Das Ganze kombiniert mit einem starken Geschäftsplan. In den Worten von Ali Coban ausgedrückt: „Genau das Richtige, um seine persönliche Reise in die neue Welt zu beginnen.“

ENERGY DRINK

Endlich ist es also soweit: Wir haben die Aussicht, wieder Fußballweltmeister zu werden und zudem die Gewissheit, dass NUMONDU nun bald an den Start geht. Am 16. August startet die offizielle PreLaunch-Phase dieses neuen Network-Marketing-Unternehmens aus Deutschland, das sich – zumindest im ersten Schritt – auf einen gesunden Energy-Drink auf Açai-Basis spezialisiert hat. Wer sich im deutschen Behördensdschungel auskennt, der weiß, dass dies eine Top-Meldung für die deutsche Direktvertriebswelt ist, denn solch ein Unternehmen an den Markt zu bringen ist nicht ganz einfach. Und nicht ganz billig. Dabei geht es nicht nur um Produktqualität, Produktzulassung und 1a-Marketingpläne, sondern auch um die Verpackung. In diesem Fall um die Dosen, in die der neue Energy-Drink abgefüllt wird, um es genau zu sagen. Noch genauer gesagt: Es geht um die Berücksichtigung des deutschen Pfandrechts.

Schließlich kann im „Land der Dichter und Denker“ nicht einfach „wer da will“ mit einer unzerifizierten und nicht ins Pfandsystem integrierten Dose daherkommen – wo kämen wir denn da hin? In der vorletzten OBTAINER-Ausgabe haben wir ausführlich darüber berichtet, wie an diesem Pfandsystem viele gute ausländische Network-Unternehmen scheitern und keinen wirklich erfolgreichen Vertrieb für ihre Produkte in Deutschland aufbauen können. Egal wie engagiert und fleißig die interessierten Distributoren arbeiten. Ali Coban hat somit etwas geschafft, was bislang noch kein Unternehmer der Network-Marketing-Branche im Bereich von Energy-Drinks oder flüssiger Nahrungsergänzung zustande gebracht hat: NUMONDU kann und darf verkaufen, ohne dass die bekannten „bürokratischen Bremsen“ zum Hindernis für den Vertrieb werden. Alles ist geregelt, alles bereit. Schon vor einigen Wochen haben daher die

ersten Vertriebsprofis das enorme Potential erkannt, das in NUMONDU schlummert, und sich schon vor dem offiziellen Prelaunch ans Werk gemacht. So läuft der Teamaufbau des „Açai-Team“ längst auf Hochtouren (der OBTAINER berichtete) und schreibt schon jetzt Erfolgsgeschichte im deutschen Network Marketing.

Ali Coban stammt aus Neuss, studierte Betriebswirtschaft und arbeitete in verschiedenen leitenden Positionen im kaufmännischen Bereich. Er ist erfahren im Network Marketing und auch als Firmengründer mit dem erforderlichen Know How ausgestattet. Im Jahr 2009 entschied er sich für den „ganz großen Wurf“ und brachte NUMONDU auf den Weg. Am 1. August 2010 wird der Markt in Deutschland eröffnet und danach soll es dann zügig auch in andere europäische Länder gehen. Die Eröffnung weiterer Länder wird wohl „easy going“ werden, denn Produktion und Logistik entsprechen deutschen Standards und sind somit auf Weltniveau. Deshalb wird es für die Distributoren auch kein Vabanquespiel sein, ob das Unternehmen es auch schafft, mit seinem Produkt auf dem deutschen und europäischen Markt zu bestehen, weshalb lediglich der individuelle, persönliche Einsatz und die Arbeit als Direktvertriebler und Network-Marketer gefragt sind. Keine weiteren Unwägbarkeiten, kein monatelanges Warten und Hoffen, kein Begeisterungsruf, Begeisterung runter.

„Energy your Life“ lautet das Unternehmensmotto und die Botschaft, die Ali Coban für die Networker in Deutschland hat, die endlich loslegen wollen und mit einem Unternehmen zusammenarbeiten, das alle Hürden und Hindernisse bereits aus dem Weg geräumt hat. Das Produkt ist zweifelsfrei geeignet, um große Umsätze zu generieren, denn die Erkenntnis um die gesundheitsför-

dernde Wirkung der Açai-Beeren ist längst kein Geheimnis mehr. Und so startet das Unternehmen mit einem echten Trend-Getränk: NUMONDU-Açai ist „der Energy Drink, der mehr enthält“ und Sie Ihre Zeit „intensiver und mit mehr Geschmack erleben“ lässt. Der erste Grund dafür ist natürlich die Wirkung der Açai-Beere selbst. Die kleinen energiereichen Açai-Beeren sind seit Urzeiten ein Geheimtipp unter den Naturvölkern des Regenwalds und fanden über die Sportstudios Brasiliens ihren Weg in die USA und nach Europa.

Die weiteren Inhaltsstoffe des Energie-Getränks sind Guarana, Ginseng, Kaffee, grüner Tee und Fruchtzucker. Dabei ist der Guaranasamen ein natürlicher Koffeinlieferant, der das Koffein langsamer und länger abgibt als normaler Kaffee, da im Guarana das Koffein an Gerbstoffe gebunden ist. Daher sorgt das Guarana für einen lange anhaltenden, schonenden Genuss. Und die Ginsengwurzel, die in der traditionellen chinesischen Medizin seit mindestens 2.000 Jahren wegen ihrer Wirkung verwendet wird und inzwischen auch bei uns als Stärkungsmittel geschätzt und anerkannt ist, wirkt gleichzeitig harmonisierend, stärkend und ausgleichend. Wichtig ist noch die Verwendung von Paltinose™, einem natürlichen Fruchtzucker der langsam und gleichbleibend im Körper abgebaut wird. Dadurch hat der Açai-Drink von NUMONDU im Gegensatz zu allen „schnellputschenden Kunstzuckerdrinks“ die gesündere und länger anhaltendere Wirkung.

Es sind also alle Voraussetzungen gegeben, dass dieses neue Produkt des Start-Up-Unternehmens, das seinen Geschäftssitz in Düsseldorf hat, zu einem echten Gewinn für die deutsche Network-Marketing-Landschaft gibt. Und Deutschland ist dabei, wenn es etwas zu gewinnen gibt. In Südafrika wie zu Hause. Für Letzteres sorgt Ali Coban mit NUMONDU.