

NETWORK-KARRIERE

20 JAHRE EUROPAS WIRTSCHAFTSZEITUNG FÜR DEN DIREKTVERTRIEB



ERÖFFNUNG DES NEUEN
PM-HEADQUARTERS ASIEN-
PAZIFIK IN SINGAPUR

Dr. Johannes Fiala

Margin Call: Ist das das Ende
der Immobilienblase?



**Felix Riesenbergs, Finanztip
Head of Communications**

Gaspreise auf Tiefstand:
Jetzt fast tausend Euro durch
Anbieterwechsel sparen



Finn Niklas Nitz
Geldwäscheprävention
im Network-Marketing



**Zinzino Darmgesundheitstest
für zu Hause**
Eine Momentaufnahme
Ihrer Gesundheit





PARTNER DER
FRAUEN-NATIONALMANNSCHAFT

Karriere im Abseits.

5:32



© Vorwerk

SCHIESST FAMILIENPLANUNG DIE KARRIERE INS ABSEITS?

Vorwerk schafft als Partner der DFB-Frauen-Nationalmannschaft erneut eine Bühne für das Thema Gender-Care-Gap – mit einem hochkarätig besetzten Panel-Talk zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie.

Wie kann die neue Eltern-Generation Beruf und Familie partnerschaftlich leben und was braucht es, damit gesellschaftliche Strukturen mitziehen? Diese Fragen standen im Mittelpunkt des Panel-Talks „Karriere im Abseits – Was macht die neue Eltern-Generation anders?“, den Vorwerk im Umfeld des UEFA Women’s Nations-League-Halbfinales der DFB-Frauen gegen Frankreich gemeinsam mit der Initiative The League veranstaltete.

Während auf dem Rasen sportliche Spitzenleistungen im Mittelpunkt standen, diskutierten Persönlichkeiten aus Gesellschaft, Wirtschaft und Sport, wie sich Elternrollen verändern – und welche Rahmenbedingungen nötig sind, damit Gleichstellung auch im Alltag gelingt. Der Talk knüpfte an die Vorjahresdiskussion zur Gender-Care-Gap an und rückte die wachsende Diskrepanz zwischen den Erwartungen moderner Eltern und den bestehenden Strukturen in den Fokus – die ungleiche Verteilung unbewehrter Sorgearbeit und die Vision einer Generation, die Verantwortung teilt.

„Das Thema ist uns enorm wichtig und deshalb eng mit unserem Engagement als Partner der DFB-Frauen verknüpft“, sagt Dr. Bettina Graf, Lei-

terin Kundenmarketing bei Vorwerk Deutschland.

„Gleichstellung, Vereinbarkeit und Selbstbestimmung sind Werte, die Sport und Arbeitswelt verbinden. Wir wollen sie über den Sport hinaus sichtbar machen und Impulse für echten Wandel setzen.“

Gesellschaft im Wandel – Elternrollen zwischen Anspruch und Realität

Wie groß der Unterschied nach wie vor ist, zeigen aktuelle Zahlen des Statistischen Bundesamts (Destatis): Mütter leisten in Deutschland im Schnitt 5 Stunden und 32 Minuten unbezahlt Care-Arbeit pro Tag, Väter 3 Stunden und 29 Minuten – ein Unterschied von rund zwei Stunden täglich beziehungsweise mehr als 45 Werktagen pro Jahr.* Das hat direkte Auswirkungen auf Karriere, Einkommen und Chancengleichheit.

Studien des Bundesfamilienministeriums und der Bundeszentrale für politische Bildung zeigen zugleich, dass sich Einstellungen und Werte junger Eltern verändern: Laut Familienreport 2024 (BMFSFJ) wünschen sich Mütter und Väter zunehmend eine partnerschaftliche Aufgabenteilung und flexiblere Arbeitszeitmodel-

le. Der neunte Familienbericht hebt hervor, dass Selbstbestimmung, Zeitwohlstand und Vereinbarkeit heute zentrale Voraussetzungen für ein funktionierendes Familienleben sind. Und der Sozialbericht 2024 der bpb belegt, dass Erwerbstätigkeit beider Elternteile gesellschaftlich immer selbstverständlicher wird.

Diese Entwicklungen markieren einen Generationswechsel: Eine neue Eltern-Generation will Verantwortung teilen, Rollenbilder neu denken und Strukturen an ein modernes Familien- und Arbeitsverständnis anpassen.

Inspiration und ehrliche Einblicke

Beim Panel-Talk in der Düsseldorfer Merkur Spiel-Arena diskutierten rund 50 Gäste vor Ort und digital mit prominenten Stimmen aus Sport, Wirtschaft und Gesellschaft: Autorin Alexandra Zykunov, „Dadfluencer“ Sebastian Tigges, Unternehmerin Madeleine Alizadeh und Ex-Nationalspielerin Melanie Leupolz, moderiert von Amina Nda (Sky Sport).

Sie beleuchteten, wie Elternschaft und Karriere sich gegenseitig beeinflussen – und wo Politik, Wirtschaft und Gesellschaft nachjustieren müssen, damit Gleichstellung tatsächlich gelebt werden kann.

„Dass Vorwerk dieses Thema aufgreift und ihm im Umfeld des Frauenfußballs eine Bühne gibt, ist ein star-

kes Signal“, sagt Stephanie Gonçalves Norberto, Gründerin der Initiative The League. „Unsere Arbeit dreht sich um Sichtbarkeit und Chancengleichheit im Sport – Themen, die auch in der Arbeitswelt und bei Fragen der Vereinbarkeit relevant sind. Diese Verbindung herzustellen, ist ein wichtiger Schritt.“

Zentrale Erkenntnis: Eltern von heute wollen Verantwortung teilen, doch Betreuungslücken, starre Arbeitszeitmodelle und stereotype Erwartungen bremsen den Wandel weiterhin aus.

Ein starkes Zeichen für Vereinbarkeit

„Als Direktvertriebsunternehmen bieten wir unseren selbstständigen Beraterinnen und Beratern ein Arbeitsmodell, das sich mit familiären und privaten Verpflichtungen verein-

baren lässt“, sagt Thomas Stoffmehl, Sprecher des Vorstands der Vorwerk Gruppe. „Wir erleben täglich, dass Vereinbarkeit kein Randthema ist, sondern ein Schlüssel zur Chancengleichheit und Fachkräftesicherung. Deshalb wollen wir gesellschaftliche Debatten anstoßen und neue Perspektiven sichtbar machen.“

Vorwerk bietet Frauen und Männern seit Jahrzehnten ein Umfeld, in dem sich berufliche und private Verpflichtungen in Einklang bringen lassen – flexibel, eigenverantwortlich und im Zusammenspiel mit Familie und Alltag. Heute arbeiten weltweit über 115.000 selbstständige Beraterinnen und Berater für das Wuppertaler Familienunternehmen.

* Aktuelle Destatis-Zahlen wurden im Vorfeld der Veranstaltung durch Vorwerk angefragt.

ÜBER VORWERK

Vorwerk ist das Direktvertriebsunternehmen Nummer 1 in Europa und weltweit führend im Direktvertrieb hochwertiger Haushaltsgeräte. Das international agierende Familienunternehmen wurde 1883 in Wuppertal (Deutschland) gegründet. Das Kerngeschäft von Vorwerk ist die Produktion und der Vertrieb hochwertiger Haushaltsprodukte (Küchenmaschine Thermomix®, Staubsauger Kobold). Vorwerk sucht stets den direkten Kontakt zu seinen Kundinnen und Kunden. Dabei stehen die Beraterinnen und Berater im Mittelpunkt der Aktivitäten und dienen als zentrale Anlaufstelle. Zur Vorwerk Familie gehört außerdem die akf Gruppe. Vorwerk erwirtschaftet einen Konzernumsatz von 3,2 Milliarden Euro (2024) und ist in mehr als 60 Ländern aktiv.

<https://www.vorwerk.com/de>

Network-Karriere Titelseiten-Story:

PM-INTERNATIONAL ERÖFFNET NEUES ASIEN-PAZIFIK HEADQUARTER IN SINGAPUR

PM-International, eines der weltweit am schnellsten wachsenden Direktvertriebsunternehmen, hat sein neues Headquarter für den Raum Asien-Pazifik (APAC) in Singapur mit einer feierlichen Zeremonie offiziell eröffnet. Dieser Meilenstein unterstreicht das langfristige Engagement des Unternehmens in der Region und markiert den Beginn eines neuen Kapitels des Wachstums für seine Vertriebspartner und Kunden im gesamten Raum Asien-Pazifik.

Seite 07/08



Vorwerk - DFB Fußball-Frauen
Schießt Familienplanung die Karriere ins Abseits?

Seite 02

Seite 04



Andre Schenk, Rechtsanwalt
Wegzug ins Ausland: Steuerliche Risiken für Unternehmer und Kryptoinvestoren



Peter L.E. Verdegem
Die Macht der Duplikation: Wie man sie im Network-Marketing-Geschäft erschafft



Gaston Geilenkothen
Hilfe zur Selbsthilfe: KI lernen mit KI



proWIN
proWIN CleanUp-Aktion 2025 setzt ein Zeichen für die Umwelt



Prof. Dr. Gunter Dueck
Einsicht ist gut – Regeln sind besser!

Seite 10

Seite 15

Seite 16

Seite 20

Seite 25



Bundesanstalt Finanzdienstleistungsaufsicht
Verschuldungsrisiko Kreditkarte?



Martin Limbeck
Sieger werden nicht geboren, sondern gemacht



Marc Friedrich
Unser Geld stirbt! Gold kennt kein Erbarmen



Deutsches Gesundheitsportal
Jeder siebte Todesfall ist eine Folge des Rauchens



Ulvi I. Aydin
Mottos – Der unsichtbare Kompass echter Führung

Seite 26

Seite 27

Seite 28

Seite 30

Seite 32

LESERBRIEFE

Liebe Leserinnen und Leser,

Ihre Meinung ist wichtig für uns. Schließlich machen wir diese Zeitung für Sie. Schreiben Sie uns, was Sie gut oder schlecht finden, geben Sie Anregungen, äußern Sie Wünsche, kommentieren Sie einzelne Berichte ... – wir freuen uns über Ihre Rückmeldungen! Und unkompliziert ist es auch: Senden Sie uns einfach eine E-Mail an:

leserbriefe@network-karriere.com

Künstliche Intelligenz beherrscht unsere Nachrichten, die Stammtischgespräche und geht uns nicht aus dem Kopf. Was ja grundsätzlich nicht verkehrt ist, denn da ist die Intelligenz, zumindest nicht die künstliche Intelligenz, angesiedelt. Die Börsen und die KI-Unternehmenswerte überschlagen sich. Otto Normalbürger fragt sich verwundert, wo die gigantischen Summen, die in die KI-Firmen fließen, herkommen und was wohl aus diesen Milliarden- Investitionen wird. Auf der anderen Seite kann man es niemanden verübeln, zu versuchen, etwas aus seinem Geld zu ma-

chen. Wenn es der Staat abräumt, ist das schöne Geld weg, ohne dass man wenigstens einen Nervenkitzel hatte.

K. L. Probst

Man könnte meinen, dass das Geschäft mit der Künstlichen Intelligenz nahezu das gleiche Geldspiel wie Bitcoin & Co ist. Überall hört man von Leuten, die mit KI und / oder Bitcoin über Nacht stinkreich geworden sind. Das sind dann die Jüngelchen, die im TV gezeigt werden, wie sie in Dubai auf dicke Hose machen. „Jedem Tierchen sein Pläsierchen“, diese Redensart hat schon vor hundert Jahren ein sächsischer Dichter erfunden. Obwohl es damals weder KI noch Bitcoin gab.

Hansmann, Gottfried

Der Ansatz, dass Reichtum durch Gespräche mit Menschen entsteht, ist im Grunde genommen sicher nicht falsch. Die Frage ist nur, mit welchem Menschen man idealerweise Reichtums-Gespräche führen kann und mit welcher Schlagzahl man vorgehen sollte. Wenn im Lotto-Jackpot 50 Millionen liegen, spielen wohl Millio-

nen, die auf den großen Gewinn hoffen. Nach dem Gesetz des Zufalls und der Masse der Spieler müssten doch viel mehr Gewinner jubeln können? Mit dem Reichtum ist es eben so eine Sache. Hoffnung allein reicht äußerst selten aus.

Fred Mangold

Herzwochen in der Network-Karriere. Da hat Network-Karriere-Verleger Seitz seinen Lesern, oder zumindest einem Teil davon, ganz schön ins Gewissen geredet. Aber bei den nach wie vor beängstigenden Herzinfarktzahlen kann man nicht oft genug aufzeigen, wie wir durch unsere die Gesundheit verachtende Lebensweise unser Dasein mutwillig aufs Spiel setzen.

Almut Neubert

Es ist begrüßenswert, dass die Network-Karriere neben den Artikeln über das Direktvertriebsgeschäft auch Themen aufgreift, die uns Lesern wirklich nutzen. Wie jetzt eben die Herzwochen-Berichte und schon seit Jahren die Aufrufe zur regelmäßigen Vorsorgeuntersuchung. Das verdient Anerkennung.

Neue Macher braucht das Land! Diese Aufforderung würde sich gut als Hauptthema einer Regierungserklärung anbieten. Wobei neue Macher beileibe nicht nur bei zugrunde gerichteten Firmen notwendig wären. Auch unserer Bundesregierung und damit unserem Land, dürften neue Macher gut zu Gesicht stehen. Wer im Fernsehen die Übertragungen aus dem Deutschen Bundestag verfolgt, muss sich dafür schämen, wie unsere Volksvertreter miteinander umgehen.

Alwin Burgmeier

Jetzt schau mal an, das schwedische Direktvertriebsunternehmen Zinzino ermöglicht es jetzt mit individuellen, auf den persönlichen Bedarf zugeschnittenen Nahrungsergänzungprodukten die persönliche Gesundheit neu zu definieren. In einem wissenschaftlichen Heimstest soll ein Tropfen Blut ausreichen, um nachzuweisen, welche Vitamine und Nährstoffe dem Körper fehlen. Entsprechend dem werden maßgeschneiderte Nahrungsergänzungsmittel für die Darm- und Hautgesundheitsvorsorge angeboten.

NETWORK-KARRIERE LESERBRIEFE

**IHRE
MEINUNG
IST
GEFRAGT**

Weltweit sollen sich bereits mehr als 500.000 Kunden für die bisher einmaligen Zinzino Gesundheitstests entschieden haben, die über zufriedenstellende Ergebnisse berichten. Den größten Erfolg verspricht sich Zinzino von dem eben vorgestellten revolutionären Darmgesundheitstest, der zuhause, wie ich gelesen habe, ohne Stuhlabstrich durchgeführt werden kann. Die weltweit über 40.000 Zinzino Direktvertriebs-Mitarbeiter wohl dürften entspannt und mit einem guten Gefühl im Bauch in das Jahr 2026 blicken können.

Bruno Sedlaz



Am 20. und 21. September 2025 fand in der ausverkauften Jahrhunderthalle in Frankfurt der Nationale Kongress der PM-International AG statt. Mit über 2.500 Besuchern vor Ort und mehr als 6.000 Online-Teilnehmern nahmen eine Rekordzahl an Zuschauern teil.

PM-INTERNATIONAL SETZT NEUE MASSSTÄBE MIT NATIONALEM KONGRESS IN FRANKFURT

Patrick Bacher, Vorstandsvorsitzender des europäischen Hauptsitzes der PM-International AG, eröffnete die Veranstaltung. Nach einem kurzen Rückblick auf die vergangenen acht Monate bedankte er sich herzlich bei allen Vertriebspartnern: „Dieses Jahr verzeichnen wir ein Umsatzwachstum von 24% weltweit und 34% in Europa. im Vergleich zu den Vorjahresmonaten!“ In Deutschland konnte PM-International seinen Umsatz um 39% im Vergleich zum jetzigen Zeitpunkt im Vorjahr steigern. Das verdanken wir allein eurem täglichen Einsatz und eurem Engagement. Vielen Dank dafür!“

Anschließend sprach Patrick Bacher über die internationale Expansion von PM-International und gab bekannt, dass am 8. Oktober das neue Head-

quarter Asien-Pazifik in Singapur und am 7. November das neue Headquarter Amerika in den USA eröffnet werden.

Erweiterung der internen Vertriebsleitung

Besonderes Lob sprach Patrick Bacher auf der Bühne zudem noch allen Vertriebspartnern von PM-International, sowie den internen Mitarbeitern für ihr tägliches Engagement und ihre herausragende Arbeit aus. Er würdigte die Leistung, die maßgeblich zum Erfolg des Unternehmens beiträgt.

Eine Besonderheit des Abends war die offizielle Vorstellung der neuen internen Vertriebsleitung. Gemeinsam mit den vier bestehenden Vertriebslei-

tungen präsentierte Patrick Bacher den anwesenden Teilnehmern den neuen Zuwachs und betonte die Vorfreude auf die zukünftige Zusammenarbeit.

Die Erweiterung der Vertriebsleitung unterstreicht das kontinuierliche Wachstum des Unternehmens und setzt ein starkes Signal für die strategische Ausrichtung im Vertrieb.

2025 bereits ein äußerst erfolgreiches Jahr

Das 32. Geschäftsjahr brachte zahlreiche Erneuerungen in den verschiedensten Bereichen.

Das Unternehmen wurde bereits zum fünften Mal in Folge mit dem DSN Bra-

vo International Growth Award ausgezeichnet, ein bisher einmaliger Erfolg. Die Auszeichnung würdigt PM-International in der Position als das schnellst-wachsende internationale Unternehmen in der Direktvertriebsbranche.

Liveschaltung zu parallelen Länder-Kongressen

Ein Highlight dieses Events war die Live-Zusammenschaltung von PM-International Länderkongressen in ganz Europa, die so miteinander interagieren und sich austauschen konnten. Dazu gehörten unter anderem Deutschland, Spanien, Ungarn und Österreich. So wurde den Teilnehmern ein Einblick in das globale Netzwerk und die gemeinsa-

me Vision von PM-International unabhängig der Ländergrenzen geboten.

Bestseller 4ever mit neuen Upgrades

Die beliebte FitLine® skin Gesichtscreme 4ever wurde umfassend überarbeitet und glänzt jetzt mit brandneuen Upgrades: Eine noch intensivere Feuchtigkeitsversorgung für ein hydratisiertes Hautgefühl den ganzen Tag, optimale Unterstützung der natürlichen Hautbarriere und eine leistungsstärkere Anti-Aging Wirkung, die die Haut frischer, glatter und geschmeidiger erscheinen lässt – alles in einer intelligenten Tages- und Nachtpflege, basierend auf dem exklusiven NTC.



2025 WEITERES SENSATIONSJAHR 5



Die überarbeitete Formulierung enthält unter anderem feuchtigkeitsspendende Hyaluronsäure, pflegende Ceramide zur Stärkung der Hautbarriere sowie eine wirkungsvolle Anti-Aging-Kombination aus Goji-Bereren, Peptiden und Bakuchiol. Die interne Fokusgruppe zeigte sich begeistert von den Resultaten.

Die Neuformulierung der FitLine® skin 4ever bildet im Ultimate Young 4ever Set mit dem Ultimate Young ein perfektes Duo, das darauf ausgelegt ist, sofortige- mittel- und langfristige Effekte zu erzielen.

Diese Überarbeitung eines bestehenden Produktes stellt zunächst die erste Investition von PM-International in das bestehende Kosmetiksortiment dar. So gab Manager Marketing & Sales Cosmetics Gusti Josephine Schmidt bekannt, dass in den nächsten 12 Monaten weitere Innovationen im Bereich Kosmetik kommen.

Ideale Unterstützung für Vertriebspartner: PM-International hebt YouTube Kanal auf das nächste Level

Mit einer weltweit zunehmenden Digitalisierung setzt sich auch PM-International auseinander. In den letzten Jahren stellte die Firma ihren Vertriebspartnern eine Vielzahl an digitalen Tools zur Verfügung, die zur Unterstützung ihres täglichen Geschäfts dienen und in der Welt des Direktvertriebs herausragen.

Chief Marketing Officer Wojciech Foremnik sprach in diesem Rahmen über die fortlaufenden digitalen Projekte von PM-International und hob den Relaunch des firmeneigenen FitLine® YouTube Kanals hervor. Der optimierte Kanal bietet ein breites Spektrum an Inhalten wie beispielsweise Produktinformationen, exklusive Einblicke in die Welt von Top-Athleten, Erfahrungsberichte erfolgreicher Vertriebspartner, Rezepte sowie regelmäßige Updates zu Events und Aktionen. Mit dem Relaunch setzt



PM-International erneut Maßstäbe in der Branche und stärkt seine Position als einer der führenden Player.

Der FitLine® YouTube Kanal ist unter <https://www.youtube.com/@PMInternationalAG> zu finden.

Große Emotionen auf der Bühne

Neben der Produkterneuerung und der Vorstellung der Zukunftspläne fanden eine Rekordzahl an Ehrungen live auf der Bühne statt. Das Wachstum von PM-International wäre ohne den Einsatz der Vertriebspartner nicht möglich. Dieses Engagement wird bei PM immer belohnt. So wurden mehrere hundert Vertriebspartner für das Erreichen einer neuen Vertriebsstufe live auf der Bühne geehrt und sorgten für große Begeisterung in der Frankfurter Jahrhunderthalle. Insgesamt wurden in den vergangenen drei Monaten über 16.000 neue Vertriebsstufen erreicht, ein starkes Zeichen für das kontinuierliche Wachstum.

So bereitete der Nationale Kongress am Samstag den Start in einen dynamischen Jahresendspurt 2025 vor.

Über PM-International:

Seit 1993 entwickelt und vertreibt PM-International seine Premium-Reihe wissenschaftlich formulierter Produkte für Fitness, Gesundheit und Schönheit unter der Marke FitLine® – viele davon mit patentierter Technologie. Weltweit wurden bereits mehr als 900

Millionen FitLine®-Produkte verkauft. Das Familienunternehmen hat seinen Hauptsitz in Luxemburg und vertreibt seine Produkte aus über 45 Niederlassungen auf 6 Kontinenten.

Das exklusive Nährstoff-Transportkonzept (NTC®) und über 30 Jahre Erfahrung in der Produktentwicklung bilden die Kernkompetenzen des Unternehmens: Es bringt die Nährstoffe, wenn sie gebraucht werden, dorthin, wo sie gebraucht werden – auf die Zellebene, von innen und außen. Um eine kontinuierlich hohe Produktqualität zu gewährleisten, werden die Produkte regelmäßig und unabhängig durch die ELAB Analytik GmbH getestet. Über den QR-Code auf der Verpackung können die Verbraucher direkt Informationen zur Analyse einsehen. PM-International dürfte damit immer noch das einzige Unternehmen sein, das dieses Maß an Transparenz bietet.

Mehr als 1000 Spitzensportler aus über 85 Disziplinen und 40 Nationen vertrauen auf FitLine®-Produkte. FitLine® ist offizieller Lieferant zahlreicher Sportorganisationen und Nationalmannschaften, wie der Herrentennis-Turnierserie ATP Tour, den deutschen, österreichischen und kanadischen Skiverbänden (DSV, ÖSV, ACA), dem Bund Deutscher Radfahrer (BDR), dem Deutschen Leichtathletik-Verband (DLV), des belgischen Handballverbandes (URBH) und vielen anderen, einige davon seit über 20 Jahren.

Weitere Informationen finden Sie unter: www.pm-international.com



PM-INTERNATIONAL



► Das neue Headquarter von PM-International APAC in Singapur



ERÖFFNUNG DES NEUEN HEADQUARTERS ASIEN-PAZIFIK IN SINGAPUR

PM-International, eines der weltweit am schnellsten wachsenden Direktvertriebsunternehmen, hat sein neues Headquarter für den Raum Asien-Pazifik (APAC) in Singapur mit einer feierlichen Zeremonie offiziell eröffnet. Dieser Meilenstein unterstreicht das langfristige Engagement des Unternehmens in der Region und markiert den Beginn eines neuen Kapitels des Wachstums für seine Vertriebspartner und Kunden im gesamten Raum Asien-Pazifik.

1993 in Deutschland gegründet, startete PM-International 2012 seine Expansion in den Raum Asien-Pazifik mit der Eröffnung seiner ersten Niederlassung in Malaysia. Nur drei Jahre später wurde 2015 das erste APAC-Headquarter in Singapur eröffnet; PM-International erzielte zu diesem Zeitpunkt bereits einen Umsatz von 40 Millionen US-Dollar auf dem gesamten Kontinent. 2019 machten der anhaltende Erfolg und die rasche Geschäftsexpansion einen Umzug in größere Räumlichkeiten notwendig, um mit dem Wachstum der Vertriebspartner in der gesamten Region Schritt zu halten. Seitdem haben sich Expansion und Einnahmen des Unternehmens mit einem durchschnittlichen jährlichen Umsatzwachstum von 50,6 % im Zeitraum von 2015 bis 2024 exponentiell vervielfacht.

Nun hat PM-International zur Stärkung seiner regionalen Präsenz 22 Millionen Euro in eigene Räumlichkeiten für sein neues Headquarter Asien-Pazifik investiert. Die Fläche umfasst insgesamt rund 1.000 Quadratmeter.

Während der Eröffnungszeremonie betonte Gründer und CEO Rolf Sorg die Bedeutung der APAC-Region und der Vertriebspartner für die globale Strategie von PM-International:

„Wenn man konsequent bleibt und die richtigen Ziele verfolgt, kann man es schaffen. Unsere Vertriebspartner und unser Team im Raum Asien-Pazifik haben dies eindrucksvoll unter Beweis gestellt. Ich bin geehrt und zu tiefst dankbar für Euer Engagement und Euer brennendes Verlangen!“ Er beschrieb die Einweihung des neuen Headquarters als „einen historischen

Moment, der ein neues Kapitel eröffnet und die richtige Basis für zukünftiges Wachstum in diesem Markt schafft.“

Die Eröffnungsfeier wurde von mehr als 700 Personen besucht, darunter Top-Führungskräfte, Vertriebspartner und weitere Gäste. Ehrengast war Seine Königliche Hoheit Prinz Hiroaki Fushimi, ein langjähriger Freund von Rolf und Vicki Sorg, der seit langem auf die FitLine® Produkte des Unternehmens vertraut. Er hob die starken Beziehungen hervor, die PM-International in der Region aufgebaut hat.

Starke Positionierung in einem Markt mit hohem Potenzial

Die APAC-Region ist ein Eckpfeiler der globalen Direktvertriebsbranche. Laut der World Federation of Direct

Über PM-International:

Die PM-International AG entwickelt und vertreibt unter der Eigenmarke FitLine® hochwertige und größtenteils patentierte Produkte für Gesundheit, Fitness und Schönheit von innen und außen. Die Kernkompetenz des Unternehmens ist das Nährstoff-Transportkonzept: Das exklusive Nährstoff-Transportkonzept (NTC®) bringt die Nährstoffe, wenn sie gebraucht werden, dorthin, wo sie gebraucht werden – auf die Zellebene von innen und außen. Um eine anhaltend hohe Produktqualität zu gewährleisten, lässt PM-International die Produkte kontinuierlich unabhängig durch den ELAB Analytics GmbH überprüfen. Der Produktkonsument gelangt via Scan eines QR-Codes auf der Produktverpackung direkt auf eine Webseite von ELAB Analytics GmbH und kann die Analysen einsehen.

Über 900 Millionen FitLine® Produkte wurden bisher weltweit verkauft. Weit mehr als 1.000 Spitzensportler aus mehr als 85 Disziplinen und 40 Nationen vertrauen den FitLine® Nahrungsergänzungsmitteln und FitLine® ist offizieller Ausrüster zahlreicher Sportverbände und Nationalmannschaften, wie dem Deutschen, Österreichischen, Polnischen und Kanadischen Skiverband (DSV, ÖSV, PZN, ACA), dem Deutschen Eishockey-Bund (DEB), dem Bund Deutscher Radfahrer (BDR), der Deutschen Leichtathletik-Verband (DLV), dem Olympiastützpunkt Hamburg/Schleswig-Holstein (OSP), der Österreichischen und Schweizer Sporthilfe, dem Schweizerischen und dem Luxemburgischen Handballverband (SHV, FHL), dem Schweizer Squashverband, dem Luxemburgischen Basketballverband (FLBB), dem Koreanischen Ringerverband (KWF) und vielen anderen.

PM-International vertreibt seine Premium Produkte weltweit aus über 45 Niederlassungen.

www.pm-international.de



▲ Rolf Sorg schneidet den Kuchen zur Einweihung des APAC-Headquarters an

▼ Aufgeregte Gäste bei der Eröffnungsfeier

Selling
Associations
(WFDSA) machen

Produkte für Wellness, Kosmetik
und Körperpflege 56% der Direktver-

triebsumsätze in der APAC-Region aus – das ist der mit Abstand größte Produktanteil in der Region. Die hochwertigen FitLine® Nahrungsergänzungsmittel und Kosmetikprodukte von PM-International sind einzigartig positioniert, um den Bedürfnissen zunehmend gesundheitsbewusster Verbraucher gerecht zu werden, die Wert auf Qualität, Innovation und Transparenz legen.

Umfangreiche globale Investitionen zur Unterstützung des weiteren Wachstums

Das neue APAC-Headquarter in Singapur ist Teil einer breitgefächerten, globalen Investmentstrategie von PM-International. Ziel ist es, Vertriebspartnern die Infrastruktur und Werkzeuge zur Verfügung zu stellen, die für einen langfristigen Erfolg erforderlich sind. Bis Juni 2024 hatte das Unternehmen bereits weltweit

mehr als 40 Millionen Euro in Infrastrukturprojekte investiert und seitdem sind weitere bedeutende Investitionen gefolgt. Im Januar 2025 gab PM-International Investitionen in Höhe von 22 Millionen US-Dollar bekannt, die für die erste Bauphase seines neuen Headquarters Amerikas, inklusive Grundstückserwerb, eingesetzt wurden. Weitere 28 Millionen US-Dollar sind für die zweite und dritte Phase der Expansion geplant. Zusammen unterstreichen diese Investitionen die Vision von PM-International, Marktführer in der Entwicklung und im Vertrieb hochwertiger Produkte für Gesundheit, Fitness und Schönheit zu werden, und demonstrieren das Engagement des Unternehmens für nachhaltiges, langfristiges Wachstum.

▲ Der große Moment, die feierliche Eröffnung

▼ Eröffnung des Headquarters von PM-International APAC





JUBILÄUMSKONGRESS DER PM-INTERNATIONAL ÖSTERREICH IN WIEN

1400 Teilnehmerinnen und Teilnehmer verwandelten das Austria Center Vienna in einen Ort voller Energie, Emotion und Inspiration. Schon der Auftakt ließ erkennen, dass dieser Tag ein ganz besonderer werden würde: Mit einem feierlichen

Ein absolutes Highlight war der Auftritt von Firmengründer und Vorstand Rolf Sorg, der mit seiner Vision, Leidenschaft und unvergleichlichen Ausstrahlung das Publikum fesselte. Er teilte mit den Teilnehmern auch viele spannende Geschichten aus den Anfangszeiten von PM in Österreich und hat es sich auch nicht nehmen lassen, wichti-

gen Wegbegleitern persönlich für ihre langjährige Loyalität zu danken. Ergänzt wurde das Programm durch hochkarätige Sprecher wie CSOO Europe Sascha Gamper, Director Cosmetics Anja Wunder und Prof. Dr. Julian Weghuber aus dem wissenschaftlichen Expertenteam, die spannende Einblicke, fundier-

tes Wissen und motivierende Impulse lieferten. Vor allem die Einführung von Ultimate Young 4ever durch Anja Wunder war ein weiteres Highlight an diesem Tag.

Für einen emotionalen Höhepunkt sorgte der Special Act der Dance Industry aus Kärnten, deren Performance das Publikum von den Sitzen

Fahneneinlauf aller österreichischen Bundesländer und deren Top-Management wurde die Bühne eindrucksvoll eröffnet – ein Moment, der Gänsehaut versprach und den Zusammenhalt der großen PM-Familie sichtbar machte.

riss. Abgerundet wurde das Event durch exklusive Promotionen, neue Merchandise Ware und die Möglichkeit, Neues hautnah zu erleben.

Die Begeisterung und Freude waren in jedem Moment spürbar: strahlende Gesichter, unzählige Begegnungen und die gemeinsame Energie machten diesen 30-jährigen

Jubiläumskongress zu einem unvergesslichen Erlebnis. Ein Tag, der eindrucksvoll gezeigt hat, was möglich ist, wenn Menschen mit Leidenschaft, Teamgeist und Vision zusammenkommen und Entscheidungen treffen.



▲ PM-International Gründer & CEO Rolf Sorg

▲ PM-International CEO Patrick Bacher

▲ Director Cosmetics Anja Wunder

▲ CSOO Europe Sascha Gamper

▲ Center of Excellence Food Technology and Nutrition Prof. Dr. Julian Weghuber



DER SCHWARZ-ROTE GRIFF IN DIE TRICKKISTE WIRD IMMER TIEFER

BdSt warnt vor neuem Finanztrick:
Zinslasten für Verteidigungsausgaben dürfen nicht auf Pump finanziert werden!

Die schwarz-rote Bundesregierung setzt die unsolide Haushaltspolitik der Ampel nahtlos fort und will dabei immer tiefer in die finanzpolitische

Trickkiste greifen. Trotz riesiger Verschuldungsmöglichkeiten klapft im Bundeshaushalt bis 2029 ein Loch von 170 Milliarden Euro. Doch an-

statt den Staatshaushalt zu konsolidieren, erfindet die Koalition immer neue Rechenkunststücke, um dem Spandruck auszuweichen. Der jüngste Vorschlag: Zinslasten für Kredite, die zur Finanzierung von Verteidigungsausgaben aufgenommen wurden, sollen künftig ebenfalls durch neue Schulden bezahlt werden. Für den Bund der Steuerzahler (BdSt) ist das ein gefährlicher Tabubruch. Dazu BdSt-Präsident Reiner Holznagel: „Wer Zinsen auf Schulden wiederum mit Schulden bezahlt, begeht finanzpolitischen Selbstbetrug. Das ist keine Strategie, sondern ein risikanter Verschuldungskreislauf, der Deutschland auf Dauer handlungsunfähig macht. So erodiert das Fundament solider Staatsfinanzen weiter.“

Sondervermögen werden zum Verschiebebahnhof

Der BdSt erinnert: Der Sonderfonds für „Infrastruktur und Klimaneutralität“ sollte eigentlich zusätzlich Investitionen ermöglichen. Stattdessen erleben wir massive Umschichtungen aus dem Bundeshaushalt in kreditfinanzierte Sondervermögen und eine Schönrechnerei der Investitionsquote. Das Ergebnis ist ein gigantischer Verschiebebahnhof, der kaum Wert schafft und die Schulden weiter auftürmt. „Die Bundesregierung täuscht mit Zahlen, statt Verantwortung zu übernehmen“, kritisiert Holznagel. „So wird Vertrauen verspielt – bei den Bürgern, den Märkten und künftigen Generationen.“

Schuldenbremse unter Dauerbeschuss

In diesem Zuge warnt der BdSt vor weiteren Versuchen, die Schuldenbremse auszuhöhlen. Laut Koalitionsvertrag ist nämlich eine weitere „Modernisierung“ der Schuldenregel angekündigt – ein gefährliches Einfallstor für noch mehr Kreditfinanzierung und einen noch höheren Schuldenberg. In der politischen Debatte sind ebenfalls Stimmen zu vernehmen, die die Tilgungspflicht von Notlagenschulden abschaffen wollen. Holznagel betont aber: „Die Schuldenbremse ist kein Schönwetterinstrument, sondern ein Schutz gegen politische Bequemlichkeit. Wer sie immer weiter aufweicht, spielt mit der Zukunftsfähigkeit des deutschen Staatshaushalts.“

BdSt-Forderung: Ehrlichkeit statt Haushaltstricks

Der Bund der Steuerzahler fordert die Bundesregierung auf, zur finanzpolitischen Vernunft zurückzukehren. Notwendig sind echte Einsparungen und

keine neuen Schuldenverstecke. Konkret fordert der BdSt:

■ Verzicht auf die Schuldenfinanzierung von Zinslasten, insbesondere im Verteidigungsbereich

■ Stopp rentenpolitischer Mehrausgaben (z. B. Mütterrente, fixes Rentenniveau von 48 Prozent)

■ Abbau überbordender Personal- und Verwaltungskosten

■ Reduzierung der Subventionen, die mit fast 80 Milliarden Euro ein historisches Rekordniveau erreicht haben

BdSt-Präsident Reiner Holznagel appelliert deshalb an die Bundesregierung: „Die Regierung muss endlich liefern, was sie versprochen hat – einen ehrlichen, soliden Haushalt! Statt neuer Tricks braucht es Mut zum Sparen – das wäre eine echte Zeitenwende in der Finanzpolitik!“

Quelle:
www.steuerzahler.de

Bund der Steuerzahler

Der Bund der Steuerzahler ist ein gemeinnütziger, unabhängiger und parteipolitisch neutraler eingetragener Verein. Unsere Arbeit wird durch Mitgliedsbeiträge unserer freiwilligen Mitglieder und über zahlreiche Spenden aus der Bevölkerung finanziert. Rund 200.000 Mitglieder und Spender unterstützen den Bund der Steuerzahler. Der Verband, der 1949 gegründet wurde, ist in 15 eigenständigen Landesverbänden organisiert, die gemeinsam den Bund der Steuerzahler Deutschland tragen.

www.steuerzahler.de

IMPRESSUM

NETWORK-KARRIERE

EUROPAS GRÖSSTE WIRTSCHAFTSZEITUNG FÜR DEN DIREKTVERTRIEB

Seitz-Mediengruppe GmbH

Dorfstraße 76
72074 Tübingen
Tel.: 07031/744-140
www.network-karriere.com

Verlagsleiterin: Petra Seitz
E-Mail: verlagsleitung@network-karriere.com

Herausgeber: Bernd Seitz
Chefredakteur: Bernd Seitz V.i.S.d.P.
E-Mail: herausgeber@network-karriere.com

Gastautoren:

Michael Altstadt SBS Tax
Ulvi I. Aydin
Bund der Steuerzahler e.V.
Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht
Deutsches Gesundheitsportal
Prof. Dr. Gunter Dueck
Dr. Johannes Fiala PhD, MBA, MM
Finanztip
Marc Friedrich
Gaston Geilenkoten
Matrin Limbeck
Markus Miller
Finn Niklas Nitz SBS Legal Rechtsanwälte
Andre Schenck SBS Legal Rechtsanwälte
Sparkassen-Personalberatung
Peter Verdegem Ph.D. MBA

Titelbild: ©PM-International

Anzeigenabteilung:
E-Mail: verlag@network-karriere.com
Tel.: 07031/744-140

Social Media:
E-Mail: social-media@network-karriere.com

Satz: Atelier Lehnmacher / Friedberg (Bay.)
E-Mail: satz@network-karriere.com

Redaktion: Bernd Seitz
E-Mail: redaktion@network-karriere.com

Lektorat: Bernd Wagner

Druck: Hamberger Offsetdruck
Gottlieb-Daimler-Straße 4
71093 Weil im Schönbuch

Copyright: Alle Inhalte der Network-Karriere sind urheberrechtlich geschützt. Die Rechte für Konzeption und Layout liegen bei der Seitz-Mediengruppe GmbH. Vervielfältigungen jeglicher Art sind nur mit ausdrücklicher Genehmigung des Verlags erlaubt.

Erscheinung:
Printausgabe und kostenlose Onlineausgabe ist jeweils ab dem 1. des Monats erhältlich.

Genderhinweis:
Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.





© Adobe Stock | by-studio

WEGZUG INS AUSLAND

Steuerliche Risiken für Unternehmer und Kryptoinvestoren

Ein Wegzug ins Ausland gilt häufig als Aufbruch in ein freieres, steuerlich leichteres Leben. Besonders die Schweiz zieht mit stabilen Strukturen, hoher Lebensqualität und in vielen Kantonen ohne Erbschaftsteuer auf Zuwendungen an Ehepartner oder Kinder zahlreiche Deutsche an. Andere wiederum zieht es als Kryptoinvestoren in Länder mit geringen oder gar keinen Steuern auf digitale Vermögenswerte. Doch ein solcher Schritt will rechtlich durchdacht sein. Wer ohne sorgfältige steuerliche Planung aus Deutschland wegzieht, riskiert, dass der vermeintliche Neustart in ein finanzielles Desaster führt.

Doppelbesteuerungsabkommen und die überdachende Besteuerung

Zwischen Deutschland und der Schweiz besteht ein Doppelbesteuerungsabkommen (DBA). Dieses regelt, welchem Staat das Besteuerungsrecht zusteht, wenn eine Person in beiden Ländern Ansässigkeitsmerkmale erfüllt. Nach dem Abkommen ist in der Regel der Staat zuständig, in dem sich die ständige Wohnstätte oder der Mittelpunkt der Lebensinteressen befindet.

Problematisch wird es, wenn nach den nationalen Gesetzen beider Staaten eine unbeschränkte Steuerpflicht vorliegt, weil etwa in beiden Ländern Wohnungen bestehen. In solchen Fällen greift die sogenannte überdachende Besteuerung. Danach darf Deutschland den Steuerpflichtigen weiterhin so behandeln, als sei er hierzulande unbeschränkt steuerpflichtig geblieben. Die in der Schweiz erhobene Steuer wird lediglich angerechnet. Die wirtschaftliche Folge ist meist ernüchternd, denn die Steuerbelastung steigt faktisch auf deutsches Niveau, obwohl der Lebensmittelpunkt längst im Ausland liegt.

Mit dieser Regelung soll verhindert werden, dass bei Fortbestehen einer wirtschaftlichen Verbindung zu Deutschland, Einkünfte ins Ausland verlagert werden. Hierbei stellt man auf die tatsächlichen Lebensumstände ab, das heißt, dass, wenn man in Deutschland eine Wohnung unterhält oder Einkünfte in Deutschland erzielt, die deutsche Besteuerung weiterhin bestehen bleibt.

Wann das DBA die Entlastung gewährt

Das DBA sieht Ausnahmen vor, die insbesondere bei familiären oder beruflichen Gründen greifen. Die überdachende Besteuerung entfällt, wenn der Steuerpflichtige die Schweizer Staatsangehörigkeit besitzt oder wenn der Umzug ausschließlich zur Eheschließung mit einem Schweizer Staatsangehörigen oder zur Aufnahme einer Berufstätigkeit in der Schweiz erfolgt. In diesen Fällen wird das Besteuerungsrecht vollständig der Schweiz überlassen.

In allen anderen Fällen bleibt Vorsicht geboten. Selbst wer seinen deutschen Wohnsitz offiziell aufgibt, kann weiterhin steuerpflichtig bleiben, wenn er hier eine Wohnung behält oder wesentliche wirtschaftliche Interessen fortführt.

Steuerpflicht nach dem vollständigen Wegzug

Die Aufgabe des deutschen Wohnsitzes beendet die unbeschränkte Steuerpflicht nach dem Einkommensteuergesetz (EStG) grundsätzlich. Gleichwohl behält Deutschland in bestimmten Fällen ein erweitertes Besteuerungsrecht. Nach dem Gesetz über die Besteuerung bei Auslandsbeziehungen (Außensteuergesetz, AStG) kann Deutschland im Jahr des Wegzugs und in den folgenden fünf Jahren weiterhin Einkünfte und Vermögenswerte besteuern, die aus deutschen Quellen stammen. Diese sogenannte erweiterte beschränkte Steuerpflicht greift selbst dann, wenn der Steuerpflichtige dauerhaft im Ausland lebt.

Eine Anrechnung der im Ausland gezahlten Steuer erfolgt nur, soweit dies das DBA ausdrücklich vorsieht. Im Ergebnis bleibt ein erheblicher Teil der Einkünfte steuerlich an Deutschland gebunden, ein Umstand, den viele Wegziehende erst im Nachhinein erkennen.

Die Wegzugssteuer: Stille Reserven werden fiktiv realisiert

Besonders einschneidend ist die sogenannte Wegzugssteuer. Sie ist in § 6 AStG geregelt und betrifft Personen, die wesentliche Beteiligungen



an Kapitalgesellschaften halten. Wer mehr als ein Prozent der Anteile an einer Gesellschaft besitzt und seinen Wohnsitz ins Ausland verlegt, muss die in diesen Anteilen enthaltenen stillen Reserven versteuern, als hätte er die Beteiligung verkauft.

Für Betroffene kann dies zu erheblichen Liquiditätsengpässen führen, da keine tatsächlichen Einnahmen fließen. Das Gesetz sieht zwar die Möglichkeit einer Stundung vor, diese ist jedoch an strenge Voraussetzungen geknüpft und wird von den Finanzbehörden regelmäßig überprüft.

Entstrickungsbesteuerung bei Betriebsvermögen

Ähnliche Wirkungen entfaltet die sogenannte Entstrickungsbesteuerung nach § 4 Absatz 1 Satz 3 EStG. Sie betrifft insbesondere Unternehmer, die Betriebsvermögen ins Ausland verlagern. Auch hier fingiert das Gesetz einen Verkauf der betreffenden Wirtschaftsgüter im Zeitpunkt der Verlagerung. Damit werden stille Reserven steuerpflichtig, obwohl kein tatsächlicher Veräußerungsvorgang vorliegt.

Gerade bei Unternehmensbeteiligungen oder Produktionsgütern kann dies zu hohen Steuerforderungen führen. Wer eine Betriebsstätte ins Ausland verlegt oder Anteile an einer deutschen Gesellschaft in eine ausländische Holding einbringt, sollte diese Folgen zwingend in die Planung einbeziehen.

Erbschaftsteuer trotz Wegzug: Das lange Nachwirken des deutschen Steuerrechts

Auch nach dem vollständigen Wegzug bleibt Deutschland bei Erbfällen häufig beteiligt. Nach dem DBA kann Deutschland noch bis zu sechs Jahre nach dem Wegzug Erbschaften besteuern, wenn der Erblasser in den letzten zehn Jahren vor seinem Tod mindestens fünf Jahre in Deutschland gewohnt hat. Stirbt der Erblasser in dieser Zeit, wird sein Nachlass trotz Auswanderung in Deutschland erfasst.

Eine weitere, wenig bekannte Regelung sieht vor, dass Deutschland das Besteuerungsrecht dauerhaft behält, wenn der Erblasser im Zeitpunkt seines Todes über eine ständige Wohnstätte in Deutschland verfügte. Nur wenn sowohl Erblasser als auch Erwerber Schweizer Staatsangehörige sind, entfällt dieses Recht.

Wer also in die Schweiz umzieht, sollte auch seine Nachlassplanung anpassen. Das betrifft insbesondere Testamente, Erbverträge und die Wahl des anwendbaren Rechts.

Kryptoinvestoren und die erweiterte beschränkte Steuerpflicht

Neben klassischen Unternehmern geraten zunehmend auch Kryptoinvestoren in den Fokus der Finanzver-



waltung. Viele von ihnen ziehen in Länder mit geringer oder keiner Besteuerung digitaler Gewinne. Doch das AStG sieht in § 2 eine erweiterte beschränkte Steuerpflicht vor, die auch nach dem Wegzug fortwirken kann.

Diese Vorschrift greift, wenn der Steuerpflichtige deutscher Staatsangehöriger ist, in mindestens fünf der letzten zehn Jahre unbeschränkt steuerpflichtig war, in ein Niedrigsteuerland umzieht und weiterhin wesentliche wirtschaftliche Interessen in Deutschland behält. Zusätzlich müssen Einkünfte vorliegen, die nicht ausländisch im Sinne des § 34d EStG sind.

Als Niedrigsteuerland gilt ein Staat, in dem die Einkommensteuerbelastung bei einem fiktiven Jahreseinkommen von 77.000 Euro um mehr als ein Drittel niedriger ist als in Deutschland. Typische Beispiele sind Dubai, Panama oder die Bahamas.

Kryptogewinne: Wo liegen digitale Werte steuerlich?

Die zentrale Frage lautet, ob Gewinne aus Kryptowährungen als ausländische oder inländische Einkünfte gelten. Die Blockchain ist global und damit eigentlich keinem Staat eindeutig zuzuordnen. Würde man sie als überall belegen ansehen, wären Kryptowerte gleichzeitig auch in Deutschland belegen. Dann fielen sämtliche Gewinne unter die erweiterte be-

schränkte Steuerpflicht, also ein Ergebnis, das weder sachgerecht noch praktikabel wäre.

Die überwiegende Meinung in der steuerrechtlichen Literatur stellt daher auf den Wohnsitz des Steuerpflichtigen ab. Befindet sich dieser nach dem Wegzug tatsächlich im Ausland, sind auch seine Kryptowerte dort belegen. Gewinne daraus gelten somit als ausländische Einkünfte und fallen nicht unter die erweiterte beschränkte Steuerpflicht.

Eine verbindliche behördliche oder gerichtliche Klärung gibt es bisher nicht. Daher ist es ratsam, vor dem Wegzug eine verbindliche Auskunft beim zuständigen Finanzamt einzuholen. Alternativ kann ein Umzug in ein Land mit DBA gewählt werden, da dort vielfach abweichende Regelungen gelten, die eine Doppelbesteuerung verhindern.

Schweiz, Kryptogewinne und Steuerflucht - warum Planung entscheidend ist

Die Schweiz bleibt aus vielerlei Gründen ein attraktives Ziel für deutsche Steuerpflichtige. Die Abwesenheit ei-

ner bundesweiten Erbschaftsteuer, ein moderates Einkommensteuersystem und die politische Stabilität sprechen für sich. Gleichwohl ist Vorsicht geboten. Das AStG, das EStG und auch das Zivilrecht wirken häufig weiter, selbst wenn der neue Wohnsitz längst im Ausland liegt.

In der Praxis sind Fälle bekannt, in denen Steuerpflichtige ihre wirtschaftlichen Verbindungen zu Deutschland unterschätzt haben, beispielsweise durch fortbestehende Immobilien oder Beteiligungen. Auch Kryptoinvestoren, die ihre digitalen Werte auf inländischen Plattformen handeln oder verwalten lassen, riskieren eine fortwährende Besteuerung.

SBS LEGAL-Tipp:

Wer seine steuerliche Bindung zu Deutschland tatsächlich lösen möchte, sollte konsequent handeln. Das bedeutet: keine wesentlichen wirtschaftlichen Interessen im Inland behalten, Konten und Beteiligungen verlagern und den gewöhnlichen Aufenthalt eindeutig ins Ausland verlegen. Nur dann entfällt die erweiterte beschränkte Steuerpflicht sicher.

FAQs zum Thema Wegzug und Steuern

Die wichtigsten Fragen und Antworten hat SBS Legal, Anwalt für Steuerrecht und internationales Steuerrecht, hier aufgelistet: <https://www.sbs-legal.de/blog/wegzug-in-die-schweiz-oder-ins-ausland>

SBS Legal: Anwalt für Steuerrecht und internationales Steuerrecht

Ein Wegzug ins Ausland erfordert mehr als eine Adressänderung. Unsere Rechtsanwälte beraten Privatpersonen, Unternehmer und Investoren zu allen Fragen der Wegzugssteuer, der erweiterten Steuerpflicht und der internationalen Besteuerung. Wir begleiten Sie bei der Abstimmung mit den Finanzbehörden und entwickeln rechtssichere Lösungen, um steuerliche Risiken zu vermeiden.

Sie planen einen Wegzug ins Ausland und benötigen steuerrechtliche Beratung?

Ob DBA, AStG oder Kryptovermögen, wir analysieren Ihre Situation individuell und schaffen Klarheit, bevor Sie den Schritt ins Ausland wagen.

Der Erstkontakt zu SBS Legal ist immer kostenlos.



André Schenk, LL.M. Eur.
Rechtsanwalt & Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz



Finn Niklas Nitz
Rechtsanwalt & Spezialist für Kryptorecht & KI-Recht, Zertifizierter Geldwäschefachberater (TÜV)



Michael Altstädt
Steuerberater beim Kooperationspartner SBS Tax



MARGIN CALL: IST DAS DAS ENDE DER IMMOBILIENBLASE?

Auswirkungen gestiegener Zinsen und aktueller Inflation: Herzklopfen, Träume und die Aussicht auf ein eigenes Zuhause – So beginnt oft die aufregende Reise eines Immobilienbesitzers. Doch in den Tiefen dieses Abenteuers lauert eine Herausforderung, die das finanzielle Wohl und die Existenz der Besitzer erschüttern kann: Der Margin Call.

Stellen Sie sich vor, Sie haben jahrelang hart gearbeitet, um Ihr Traumhaus zu finden – Ein Zuhause, in dem Ihre Familie aufwächst und Erinnerungen geschaffen werden. Doch dann steigen die Zinsen durch die EZB, die Inflation zieht an, nagt an Ihrem monatlichen Budget und die Sorge um die Rückzahlung Ihres Immobilienkredits wird überwältigend. Gestiegene Zinsen bedeuten höhere Ratenzahlungen und finanzielle Belastungen. Zusätzlich droht der Wert Ihrer Immobilie auf dem überfüllten Immobilienmarkt zu sinken und die Kreditgeber lösen den Margin Call aus, denn sie wollen nun mehr Sicherheiten für Ihren Kredit.

In diesem Artikel werden wir uns der Bedeutung eines Margin Calls für Immobilienbesitzer stellen und Ihnen zeigen, wie Sie Ihre finanzielle Stabilität bewahren können. Lesen Sie, wie Sie dem Margin Call trotzen

und die Sicherheit in Ihrem Eigenheim finden können.

Was ist ein Margin Call im Kontext von Immobilienfinanzierungen?

Für Immobilienbesitzer mit Kredit werden die steigenden Zinsen im Zusammenspiel mit der stetig steigenden Inflation zu einer immer ernsthafter werdenden Bedrohung. Wenn die EZB beschließt, die Zinsen zu erhöhen, hat dies unmittelbare Auswirkungen auf die Kreditkonditionen, einschließlich der Zinsen für Immobilienkredite. Ein Anstieg der Zinssätze bedeutet, dass Privatpersonen höhere Zinsen ggfs. für ihre laufenden Immobilienkredite zahlen müssen. Dies kann zu einer zusätzlichen finanziellen Belastung führen und die monatlichen Ratenzahlungen erhöhen. Außerdem sinken auch die Kaufkraft und das verfügbare Einkommen der Privatpersonen durch allgemein steigende Lebenshaltungskosten. Dadurch können einige Immobilienbesitzer die finanziellen Verpflichtungen eines Immobilienkredits nicht mehr erfüllen und es gelangen immer mehr Immobilien zurück auf den Markt. Durch das so entstehende Überangebot sinkt der Wert der eigenen Immobilie. In einem solchen Szenario kommt der Margin Call auf den Plan: Wenn

der Wert der Immobilie aufgrund des Immobilienmarktes oder anderer Faktoren sinkt und die sogenannte Margin (Wertgrenze) nicht mehr erfüllt wird. Das Eigentum kann nicht mehr unter denselben Bedingungen wie zuvor weiterfinanziert werden.

Was kann ich als Immobilienbesitzer bei einem drohenden Margin Call tun?

Um sich auf einen möglichen Margin Call vorzubereiten und finanzielle Stabilität zu bewahren, können Immobilienbesitzer verschiedene Maßnahmen im Vorfeld ergreifen.

Hier sind einige wichtige Schritte, die Sie vorab in Erwägung ziehen sollten:

1. Gründliche Budgetplanung:

Erstellen Sie einen detaillierten Haushaltsplan, der Ihre monatlichen Einnahmen und Ausgaben genau aufliest. So behalten Sie einen klaren Überblick über Ihre finanzielle Situation und können frühzeitig potenzielle Engpässe erkennen.

2. Aufbau eines finanziellen Puffers:

Schaffen Sie eine Notfallreserve, um unvorhergesehene finanzielle Herausforderungen bewältigen zu können. Idealerweise sollten Sie drei bis sechs Monate an Lebenshaltungskosten als Rücklage vorhalten.

3. Überprüfung der Immobilienbewertung:

Es kann sinnvoll sein, die Immobilie in regelmäßigen Abständen neu bewerten zu lassen. Steigende Immobilienpreise und Sanierungen am Haus können dazu beitragen, dass die Margin-Anforderungen besser erfüllt werden.



4.

Kommunikation mit den Kreditgebern:

Suchen Sie das Gespräch mit Ihren Kreditgebern, wenn Sie finanzielle Schwierigkeiten antizipieren oder bereits feststellen. Offene Kommunikation kann dabei helfen, alternative Lösungen zu finden oder mögliche Maßnahmen rechtzeitig abzustimmen.

5. Reduzierung anderer Schulden:

Versuchen Sie, Ihre anderen Schulden zu reduzieren, wie zum Beispiel Kreditkartenschulden oder Verbraucherkredite. Eine geringere Gesamtverschuldung verbessert Ihre finanzielle Situation und verringert das Risiko eines Margin Calls.

6. Finanzberatung in Anspruch nehmen:

GASPREISE AUF TIEFSTAND: GASKUNDEN KÖNNEN FAST TAUSEND EURO DURCH ANBIETERWECHSEL SPAREN

Beim Wechsel von der teuren Gas-Grundversorgung in einen günstigen Tarif können Bewohner eines Einfamilienhauses rund 900 Euro sparen. Das geht aus aktuellen Berechnungen des unabhängigen Geldratgebers Finanztip hervor. Jetzt ist zudem ein guter Zeitpunkt zum Wechseln, da die Gaspreise so

niedrig sind wie zuletzt vor einem Jahr. Wer jetzt wechselt, profitiert den ganzen Winter von günstigen Preisen. Auch vor dem Hintergrund der ab 2026 steigenden Netzentgelte sollten Gaskunden einen Anbieterwechsel vor dem Jahreswechsel in Betracht ziehen.

Wer seinen Gasvertrag noch nie gewechselt hat, steckt vermutlich in der Grundversorgung – die ist in der Regel die teuerste Option. Im Schnitt kostet Gas dort nach Daten von Finanztip rund 14,3 Cent je Kilowattstunde (kWh). Verbraucherfreundliche Gas tarife kosten dagegen aktuell nur 9,53 Cent/kWh (Stand: 20.10.2025). „So günstig waren die Gaspreise zuletzt vor genau einem Jahr“, sagt Benjamin Weigl, Energieexperte bei Finanztip. „Eine Familie mit einem Jahresverbrauch von 18.750 kWh kann aufs Jahr betrachtet rund 900 Euro sparen, wenn sie sich jetzt um ihren Gastarif kümmert“, rechnet Weigl vor. Auch Kunden, die ihren Vertrag noch während der Energiekrise 2022 und 2023 abgeschlossen haben, empfiehlt der Finanztip-Experte einen Vertragscheck.

Netzentgelte steigen 2026

Die Gasnetzentgelte werden auch im kommenden Jahr wieder steigen, da immer weniger Kunden das Netz nutzen. Die ersten Netzbetreiber haben ihre vorläufigen Gasnetzentgelte für

2026 veröffentlicht. Im Schnitt geht es laut dem Energiedienstleister eine nochmal um mehr als zehn Prozent nach oben, nachdem es schon 2025 ein Plus von 22 Prozent gab. Einzelne Regionen trifft es besonders – so etwa Pforzheim (plus 48,7 Prozent) und Teile von Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern (plus 38 Prozent).

Wechsel innerhalb weniger Wochen möglich

Wer jetzt schnell ist, schafft den Wechsel vor den kalten Tagen und profitiert über den ganzen Winter vom neuen, günstigen Preis. Die Grundversorgung kann man dank einer Kündigungsfrist von nur zwei Wochen jederzeit verlassen. Bei anderen Gasverträgen ist die Frist gesetzlich auf einen Monat festgelegt, nachdem die Mindestvertragslaufzeit abgelaufen ist.

Gute und günstige Gasanbieter finden Verbraucherinnen und Verbraucher innerhalb von wenigen Minuten über den Gasrechner von Finanztip. Dieser fragt die Angebote der Vergleichsporte-

tale Verivox und Check24 ab und filtert die Ergebnisse nach den verbraucherfreundlichen Finanztip-Kriterien. „Schwarze Schafe unter den Gasanbietern sortieren wir aus“, erklärt Weigl. „Anbieter, die uns negativ auffallen, werden in unserem Rechner nicht angezeigt. Das ist beispielsweise der Fall, wenn sie von den Verbraucherzentralen verklagt werden, gegen sie ein Verfahren der Bundesnetzagentur läuft oder wir entsprechende Hinweise unserer Leser erhalten.“ Der Experte rät dazu, jährlich die Angebote zu vergleichen und ggf. zu einem günstigeren Anbieter zu wechseln.

So hat Finanztip gerechnet

Für die Berechnung des durchschnittlichen Einfamilienhauses (Energieeffizienzklasse D) nehmen die Finanztip-Experten 150 qm beheizte Wohnfläche und einen Gasverbrauch von 18.750 Kilowattstunden pro Jahr an. In der Grundversorgung kostet der Gasvertrag 2.688,75 Euro (14,34 Cent/kWh), bei den günstigsten Finanztip-Empfehlungen sind es im Schnitt lediglich 1.786,88 Euro (9,53

Cent/kWh) bei einer zwölfmonatigen Preisgarantie. Die Daten stammen aus dem Finanztip-Gasrechner (Stand: 20.10.2025). Da sich die Gas tarife je nach Region unterscheiden, erheben die Finanztip-Experten für mehr als 100 Orte in ganz Deutschland die Top 3 der günstigen Gastarife, die die verbraucherfreundlichen Kriterien von Finanztip erfüllen. Aus die-

sen bilden sie einen Mittelwert und rechnen den jährlichen Grundpreis der Tarife in den Preis pro Kilowatt stunde hinein. Neukundenboni werden nicht mitgerechnet.

Die genannten Gaspreise entsprechen dem Stand 14. Oktober 2025

Quelle: Finanztip

Über Finanztip

Finanztip ist Deutschlands führender Geldratgeber. Finanztip zeigt, wie man seine Finanzen einfach selbst machen kann. Dafür recherchiert eine unabhängige Redaktion aus Expertinnen und Experten rund um die Chefredakteure Hermann-Josef Tenhagen und Saidi Sulilatu für ihr Publikum relevante Finanzthemen: von Geldanlage, Versicherung und Kredit über Energie, Medien und Mobilität bis hin zu Reise, Recht und Steuern. Die Redaktion arbeitet nach einem strengen Redaktionskodex. Das Angebot von Finanztip ist kostenlos und umfasst einen wöchentlichen Newsletter sowie eine Website mit mehr als 1.000 fundierten Ratgebern mit konkreten Empfehlungen. Darüber hinaus bietet Finanztip einen YouTube-Kanal sowie die Podcasts „Auf Geldreise“ (der sich speziell an Frauen richtet) und „Geld ganz einfach“. Jede Woche nutzen Millionen von Menschen die digitalen Angebote und Informationen von Finanztip. Finanztip ist Teil der gemeinnützigen Finanztip-Stiftung, deren Stiftungszweck die Finanzbildung von Verbrauchern ist.

www.finanztip.de



DIE MACHT DER DUPLIKATION – WIE MAN SIE IM NETWORK-MARKETING-GESCHÄFT ERSCHAFFT

Duplikation ist das Herzstück des Network-Marketings. Sie verwandelt einen kleinen Funken in ein Lauffeuer – sie ist der Unterschied zwischen dem Aufbau eines Teams und dem Aufbau einer Bewegung. Und doch ist sie einer der am meisten missverstandenen Aspekte dieses Geschäfts. Menschen hören

das Wort Duplikation so oft, dass es fast wie ein Klischee klingt. Aber täusche dich nicht: Duplikation zu meistern ist das Wichtigste überhaupt, wenn du möchtest, dass dein Geschäft über deine eigenen Bemühungen hinauswächst. Und hier ist die Wahrheit: Alles beginnt bei dir.

Duplikation beginnt im Spiegel

Viele Menschen starten im Network-Marketing mit der Vorstellung, es sei ein schneller Weg zum Erfolg. Sie melden sich an, teilen ihren Link und warten darauf, dass die Massen kommen. Doch dieses Geschäft ist kein Lottoschein – es ist eine Reise der Führung. Duplikation geschieht nicht, weil du anderen sagst, was sie tun sollen. Sie geschieht, weil du es ihnen zeigst. Wenn du dein Team aufforderst, auf Facebook live zu gehen, es aber selbst nie getan hast – das ist keine Duplikation. Wenn du sie einlädst, an einem Firmen-Webinar teilzunehmen, dich selbst aber nicht registriert hast – das ist keine Führung. Dein Team wird nicht tun, was du sagst. Es wird tun, was du tust. Das ist die Grundlage. Und genau dort stolpern die meisten.

Führe durch Handeln

Sieh Duplikation als Spiegelung. Die Energie, Disziplin und Aktivität, die du zeigst, wird von deinem Team wiedergespiegelt. Du kannst keinen Schwung erwarten, wenn du stillstehst. Als ich anfing, lernte ich eine einfache Wahrheit: Dein anfängliches Einkommen kommt aus deinen eigenen Handlungen. Wenn dein Team wächst, kommt dein langfristiges Einkommen aus den Handlungen, zu denen du andere inspiriert hast. Also: Wenn du Aufbauer willst – sei einer. Wenn du Beständigkeit willst – zeige

sie. Wenn du Führung willst – sei das Vorbild.

Das ist die Macht der Duplikation: dein Verhalten multipliziert durch andere.

Schritt 1:

Menschen richtig starten lassen

Eine harte Wahrheit: Die meisten Menschen, die in diese Branche einsteigen, erreichen nie ihr Potenzial. Sie hören zu früh auf – meist, weil sie nicht richtig gestartet sind. Deine Aufgabe als Führungskraft ist es, diese Geschichte zu ändern. Wenn jemand deinem Team beitritt, entscheiden die ersten Tage über alles. Gib ihnen Orientierung, Struktur und Klarheit. Hilf ihnen, Ziele zu setzen. Binde sie in ein System ein. Gehe mit ihnen die ersten einfachen Schritte durch. Menschen sind Gewohnheitstiere. Wenn du ihnen hilfst, frühzeitig einen kleinen Erfolg zu erleben, stärkt das ihren Glauben. Und Glaube schafft Schwung. Duplikation beginnt, wenn dein neuer Partner genau weiß, was zu tun ist – und sich dabei sicher fühlt.

Schritt 2:

Habe ein System

Du musst das Rad nicht neu erfinden. Im Gegenteil – bitte tu es nicht. Ein solides System verwandelt eine Ansammlung von Individuen in ein Team. Es kann so einfach sein wie

eine Checkliste für neue Mitglieder, ein wöchentlicher Call, eine Teamchat-Gruppe oder ein Drei-Wege-Einführungssystem. Die Form ist nicht entscheidend – die Beständigkeit ist es. Wenn es einen klaren und bewährten Weg gibt, folgen die Menschen ihm. Und wenn sie ihm folgen, geschieht Duplikation.

Wenn du dein Geschäft online aufbauen möchtest, lerne auch die Systeme, die dort funktionieren – Attraction Marketing, Social-Media-Inhalte, Beziehungsaufbau. Die Wahrheit ist, dass viele Unternehmen noch nicht mit der digitalen Realität Schritt gehalten haben – aber genau das ist deine Chance, den Weg zu weisen. Welche Methode du auch wählst – meistere sie und lehre sie dann weiter.

Schritt 3:

Kultur und Zusammenhalt aufbauen

Hier liegt der Punkt, den viele übersehen: Duplikation geht nicht nur um Systeme. Sie geht um Kultur. Menschen kommen wegen der Gelegenheit, aber sie bleiben wegen der Gemeinschaft. Sie bleiben, weil sie sich als Teil von etwas fühlen – eines Teams, das unterstützt, stärkt und gemeinsam feiert. Deine Events, deine Teamchats, deine Anerkennung – das ist Kultur. Die Abendessen nach einem langen Tag voller Meetings, die Reisen zu Firmenkonferenzen, die gemeinsame Begeisterung nach einem

starken Call – dort entstehen Bindungen. Und denke daran: Du kannst nicht erwarten, dass dein Team bei Events erscheint, wenn du es nicht tust. Du gibst den Ton an. Wenn du da bist, werden sie auch da sein. Kultur ist der Klebstoff, der die Duplikation lebendig hält.

Die goldene Regel der Duplikation

Dein Team wird immer tun, was du tust – nicht, was du sagst. Deshalb beginnt Duplikation in dem Moment, in dem du handelst. Sei der Erste, der führt, der Erste, der auftaucht, der Erste, der wächst. Wenn dein Team

diese Energie sieht, wird es sie widerspiegeln. Und wenn es sie widerspiegelt, wird es sie weitergeben. Network-Marketing geht nicht darum, Anhänger zu schaffen. Es geht darum, neue Führungskräfte zu schaffen – Menschen, die den Weg gesehen haben und ihn nun anderen zeigen. Bilde also früh Duplikation auf, führe beständig und erschaffe eine Kultur, auf die die Menschen stolz sind. So entwickelst du dich vom Teammanager zum Bewegungsführer.

Denn, wenn du mit gutem Beispiel vorangehst, summiert sich dein Erfolg nicht nur – er vervielfacht sich.



Peter J.E. Verdegem, Ph.D., MBA

Dr. Peter Verdegem ist eine bekannte Führungskraft im Direktvertrieb. Er hat in verschiedenen Rollen und Ländern gearbeitet und hat den Antrieb, den Direktvertrieb untermensunabhängig insgesamt voranzubringen. Dr. Verdegem bringt unternehmerische und strategische Einblicke und ist ein Förderer individueller Erfolgsgeschichten von Vertriebspartnern.

Email: peter@peterverdegem.com
Phone USA: +1 561 450 4145

Phone EU: +358 44 236 5701

30 JAHRE PROWIN – 30 JAHRE GEMEINSAMER ERFOLG



▲ Die Nahrungsergänzungsmittellinie YOURDAY ist eine neue, weitere Chance für Vertriebspartner*innen mit proWIN erfolgreich zu werden!

Vor drei Jahrzehnten wurde im Herzen des Saarlandes der Grundstein für eine Erfolgsgeschichte gelegt. Mit einer klaren Vision, einem kleinen Team und dem Mut, neue Wege zu gehen, startete die proWIN Winter GmbH im Jahr 1995 in Illingen-Uchtelfangen als mittelständisches Direktvertriebsunternehmen mit dem Produktschwerpunkt Reinigung. Gründer Ingolf Winter – seines Zeichens Vertriebsvisionär und Umweltenthusiast – verlieh mit Frau Gabi und Schwager Stefan Schäfer einer schon lange gehegten Idee Leben: Die Gründung eines eigenen Direktvertriebs, der nicht nur wirtschaftlich erfolgreich ist, sondern auch fair, nachhaltig und menschenzentriert.

Der Blick auf die Umwelt war von Beginn an Ingolf Winters großes Thema und bildete das Fundament für die heutige Ausrichtung. Die Sparten new wellness (Kosmetik) und best friends (Tiernahrung) flankierten zunächst beiläufig das Produkt-Portfolio – aber bereits mit Blick auf zukünftige Chancen.

30 Jahre später, ist daraus eines der erfolgreichsten Direktvertriebsunter-

nehmen Europas geworden – mit einem Produktsortiment für die ganze Familie und einem Jahresumsatz von 260 Millionen Euro* (*Umsatz 2024 nach Endpreisen). proWIN ist mittlerweile in neun europäischen Ländern vertretlich aktiv. Mit der Reinigungs- sparte Symbiotische Reinigung hält das Unternehmen einen Marktanteil von 3 Prozent in Deutschland.

Vom Familienunternehmen zur etablierten Marke

Seit 2023 steht Michael Winter dem inhabergeführten Direktvertrieb als Geschäftsführer vor und steuert ihn in die Zukunft. Neben der Unterstützung seiner Familie (Gabi und Ingolf Winter sowie Bruder Sascha Winter sind Mitglieder des proWIN Aufsichtsrats, Onkel Stefan Schäfer fungiert als Berater) kann er auf die Unterstützung der Prokuristen Stephan Kropf und Medeni Sisamci sowie auf ein über 200 Mitarbeiter*innen starkes Team von Festangestellten und mehr als 100.000 proWIN-Vertriebspartner*innen in Deutschland, Österreich, der Schweiz, Frankreich, den Niederlanden, Belgien, Luxemburg, Italien und Polen zählen.

Statement Michael Winter:

„30 Jahre proWIN – das ist nicht nur ein Unternehmensjubiläum, sondern eine grenzenlose Erfolgsgeschichte. Wir können mit Stolz sagen, dass sich proWIN in die richtige Richtung entwickelt. Dieser Weg war nur möglich durch die Menschen, die uns begleitet haben – unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, unsere Vertriebspartnerinnen und Vertriebspartner sowie unsere Kundinnen und Kunden und Geschäftspartner. Ihnen allen gilt unser tiefster Dank.“

Nachhaltigkeit und Verantwortung – kein Trend, sondern Haltung

Bereits Mitte der 1990er-Jahre stellte proWIN die Weichen für ein Geschäftsmodell, das ökologische, soziale und wirtschaftliche Ziele miteinander in Einklang bringt. Damals noch in vielen Branchen Zukunftsmusik, bei proWIN bereits gelebte Praxis: Nachhaltigkeit als strategisches Leitmotiv.

Das Unternehmen praktiziert eine unternehmensweite Nachhaltigkeitsstrategie, die von der ressourcenschonenden Beschaffung über energieoptimierte Logistikprozesse bis hin zu ressourcenschonenden Ausrichtung interner Abläufe reicht. Es handelt sich um ganzheitliche Entscheidungen, mit dem Ziel, Prozesse zu verbessern, Umweltauswirkungen wie Emissionen zu reduzieren und Energie nicht nur wirkungsvoll, sondern sinnvoll einzusetzen.

Die Unternehmensprozesse orientieren sich an nachhaltigen Standards: Recycelte Materialien bei Verpackungen, Behältnissen und Werbemitteln

- Ressourcenschonung wo möglich
- Zertifizierungen im ökologischen Bereich
- Konzentriert im Reinigungssegment – für zielgerichtete Dosierung, sparsamen Verbrauch und Einsparungen bei Transport u. Verpackung

Gesellschaftliches, ökologisches und soziales Engagement ist bei proWIN Teil der Identität. Ein bedeutender Teil dieses Engagements wird über zwei unternehmenseigene Stiftungen ge- managt: Über die proWIN Kinderstiftung (seit 2010) und die proWIN pro nature Stiftung (seit 2016). Sie stehen für das, was proWIN ausmacht: Verantwortung übernehmen und Zukunft gestalten. Bis heute wurden über die beiden wohltätigen Organisationen 14,5 Millionen Euro weltweit im Rahmen der jeweiligen Förderziele ausgeschüttet* (*Stand August 2025).

Starke Partner – starkes Fundament

Schlüsselement des Erfolgs ist das faire Vertriebskonzept. Zu diesem gehört die Ausbildung der selbständigen Vertriebspartner*innen an mittlerweile fünf proWIN Akademie- Standorten in Deutschland und der Schweiz, ihre flexible Betreuung und individuelle Förderung. Es bestehen keine Mindestumsatzvorgaben oder Abnahmeverpflichtungen.

Blick nach vorn

Drei Jahrzehnte proWIN – das bedeutet 30 Jahre Innovationskraft, Gemeinschaft und Verantwortung. Gemeinsam mit den Mitarbeiter*innen, Vertriebspartner*innen, Kund*innen und Geschäftspartner*innen will proWIN-CEO Michael Winter das nächste Kapitel der Erfolgsgeschichte schreiben. www.prowin.net

proWIN – Drei starke Produktsparten – ein klares Profil

Was mit Reinigung begann, hat sich zu einem Erfolgsmodell mit drei Säulen entwickelt:

- **Symbiotische Reinigung:** Reinigungsmittel- und Zubehör – bis heute das Kerngeschäft, in dem proWIN Marktführer unter Deutschlands Direktvertrieben ist.
- **new wellness:** eine stetig wachsende Beauty- und Wellness-Sparte mit hochwertigen Produkten für die ganze Familie
- **best friends Premium-Tiernahrung und Zubehör** – aus Überzeugung entwickelt für das Wohl von Hunden und Katzen

Unter der Führung von CEO Michael Winter hat proWIN im September 2025 den Weg für neue Absatzmärkte und wachsende Umsatzchancen geebnet. Die bestehende new wellness-Produktlinie YOURDAY wurde einem Relaunch unterzogen und das Artikelangebot im Bereich Nahrungsergänzungsmittelkonzept erweitert.

YOURDAY komplementiert die etablierte Markenwelt der proWIN-Sparte new wellness gemäß dem vorhandenen ganzheitlichen Ansatz: Schönheit von innen und außen. Das neue YOURDAY-Konzept besteht aus ausgewählten, hochwertigen Nahrungsergänzungsmitteln im Baukastenprinzip und bietet eine Basis- und Aufbauversorgung für Frauen und Männer. Der Bezug der YOURDAY-Produkte ist über die proWIN Vertriebspartner*innen oder über das Shop-System www.yourday.de möglich. (Bestellung via Code der proWIN-Beratung.)

ZINZINO



DER NEUE, REVOLUTIONÄRE DARMGESUNDHEITSTEST VON ZINZINO

Der weltweit erste Trockenbluttest für zu Hause, der Aufschluss über eine gesunde Darmflora und einen gesunden Körper gibt – mit nur einem Tropfen Blut.

Zinzino, das im Jahr 2007 gegründete skandinavische Gesundheits- und Wellness-Unternehmen für personalisierte Ernährung, hat den Verkaufsstart seines weltweit einzigartigen Darmgesundheitstests bekannt gegeben. Dieser weltweit erste, einfache Trockenbluttest für zu Hause, misst mit nur einem schnellen Stich in den Finger und einem Tropfen Blut die funktionelle Leistung der Darmbakterien, und zeigt, wie diese und Ihr Körper zusammenarbeiten, um gesundheitsfördernde Metaboliten, die mit der Darm-, Immun- und Stoffwechselgesundheit in Verbindung stehen, zu produzieren. Das liefert neue Erkenntnisse darüber, wie sich Ernährung und Lebensstil auf unsere Immunabwehr und die allgemeine Gesundheit auswirken.

Da keine Stuhlproben erforderlich sind, macht der Test präventive Routinen für die Darmgesundheit und personalisierte Ernährungsempfehlungen einfacher und zugänglicher.

Untersuchungen zeigen, dass der gesamte Körper von einem ausgeglichenen Darm profitiert. Mehr als 70 % des Immunsystems befinden sich im Darm, und jedes Darmmikrobiom ist anders. [1]

Was bietet der neue Darmgesundheitstest: Eine vorbeugende Gesundheits- und Lebensstilmessung mit nur einem Tropfen Blut, ohne dass Stuhlproben wie bei herkömmlichen Tests, erforderlich sind. Und verwertbare Erkenntnisse über das Darm-Stoffwechsel-Gleichgewicht anhand von fünf verschiedenen Gesundheitsmarkern.

Begrenzung des Konsums ultraverarbeiteter Lebensmittel und zu einer höheren Aufnahme von Ballaststoffen.

„Bei meinen Forschungen auf diesem Gebiet habe ich entdeckt, dass Tryptophan und seine Metaboliten einen einzigartigen Einblick in den Darm gewähren und uns helfen zu verstehen, wie Ernährung und Lebensstil sowohl die Darmfunktion als auch das Gleichgewicht des gesamten Körpers beeinflussen.“

Dr. Martina Torrisen, Spezialistin für Forschung und Entwicklung

„Unser Ziel ist es, weltweit einen positiven Beitrag zur Gesundheitsvorsorge zu leisten“, sagt Dag Bergheim Pettersen, CEO von Zinzino. „Erkenntnisse über den Zustand unseres Körpers sind heutzutage eine harte Währung, und wir sind sehr stolz darauf, Menschen Werkzeuge an die Hand zu geben, die ihnen helfen, fundierte Entscheidungen für ihre langfristige Gesundheit zu treffen.“

So funktioniert der Test:

- Mit einem einfachen Stich in die Fingerkuppe hinterlässt man ein paar Blutstropfen auf einem Filterpapier.
- Diese Probe wird an ein unabhängiges Chemielabor in Oslo, Norwegen, versendet, welches zuverlässige Analysen und objektive Ergebnisse garantiert. Jede Probe wird anonym bearbeitet und ausgewertet.
- Innerhalb von 2-3 Wochen erhält man einen personalisierten Testbericht auf zinziptest.com.
- Nach 120 Tagen wird ein Folgetest durchgeführt, um nachzuverfolgen, wie der Körper auf die Anpassungen bei Ernährung und Lebensstil reagiert.

Zinzino zeigt den Weg in eine gesündere Zukunft auf und ermöglicht es Menschen, ihr persönliches Wohlbefinden und ihre langfristige Gesundheit selbst in die Hand zu nehmen. So erhält man Einblicke in seinen Körper auf zellulärer Ebene und Zugang zu Nahrungsergänzungsmitteln, für die wissenschaftlich nachgewiesen ist, dass sie die individuellen gesundheitlichen Bedürfnisse erfüllen.

Der Test ist ab sofort online im Zinzino Shop oder bei den Zinzino Vertriebspartnern erhältlich.

Jetzt die Gesundheitsreise mit persönlichen Richtlinien und nachgewiesener Wirksamkeit starten – mehr erfahren auf <https://www.zinzino.com>

Literaturnachweis:

[1] Vernocchi, P., Del Chierico, F., & Putignani, L. (2016). Gut microbiota profiling: metabolomics based approach to unravel compounds affecting human health. *Frontiers in microbiology*, 7, 1144.

[2] S., Van Treuren, W., Fischer, C. R., Merrill, B. D., DeFelice, B. C., Sanchez, J. M., ... & Sonnenburg, J. L. (2021). A metabolomics pipeline for the mechanistic interrogation of the gut microbiome. *Nature*, 595(7867), 415-420.

►Dag Bergheim Pettersen, CEO von Zinzino



▲ Dr. Colin Robertson, Chief Product Officer bei Zinzino



▲ Dr. Martina Torrisen, Spezialistin für Forschung und Entwicklung bei Zinzino





GELDWÄSCHEPRÄVENTION IM NETWORK MARKETING: EIN LEITFÄDEN FÜR DIE GESCHÄFTSLEITUNG

2025 ist ein Thema in den Fokus gerückt, das Network-Marketing-Unternehmen nicht ignorieren dürfen: Geldwäscheprävention. Die Europäische Union hat ehrgeizige neue Regelungen beschlossen, die ab 2027 gelten und die bisherige Praxis grundlegend verändern. Jetzt ist der richtige Zeitpunkt, sich vorzubereiten und die eigene Organisation rechtskonform auszurichten.

Die EU setzt auf strengere Kontrollen

Im Mai 2024 verabschiedete die Europäische Union ein bedeutsames Reformpaket im Kampf gegen Geldwäsche und Terrorfinanzierung. Die neuen Regeln treten am 10. Juli 2027 in Kraft. Im Zentrum steht eine neue EU-Geldwäscheverordnung (GW-VO), auch AML-Verordnung genannt, die deutschlandweit große Teile des bisherigen Geldwäschegegesetzes ablöst.

Begleitend entstehen zwei weitere Instrumente: eine neue Aufsichtsbehörde namens AMLA sowie eine 6. Geldwäscherechtlinie. Das Ziel ist eine europäische Harmonisierung. Von 2027 an gelten in sämtlichen EU-Ländern vergleichbare AML-Standards. Die Anforderungen an Unternehmen wachsen dabei deutlich: Risikomanagement, Kontrollmechanismen, Kundenverifizierung und Ver-

dachtsanzeigen werden strenger reguliert und standardisiert. Nationale Unterschiede, die bisher für Unschärfe sorgten, werden eliminiert.

Unterschiedliche Auswirkungen je nach Produktkategorie

Der Warenhandel steht besonders im Fokus der neuen Bestimmungen. Bislang waren in Deutschland alle, die gewerblich Güter verkauften und Barzahlungen entgegennahmen, automatisch als „Verpflichtete“ klassifiziert. Das ändert sich grund-

legend. Die EU-Verordnung verengt den Kreis erheblich: Nur noch Branchen mit besonderem Risiko fallen unter die Verpflichtungen. Dazu gehören Edelmetall- und Edelsteinhändler sowie Verkäufer von Luxusgütern – konkret Schmuck und Uhren ab 10.000 €, PKWs über 250.000 € oder Flugzeuge und Schiffe ab 7,5 Millionen Euro.

Das ist eine gute Nachricht für den Vertrieb: Typische MLM-Produkte wie Kosmetiklinien, Supplements oder Haushaltswaren zählen nicht zu diesen Risikokategorien. Die EU hat sich bewusst gegen eine pauschale Regulierung aller Warenhändler entschieden. Stattdessen konzentriert man sich auf echte Hochrisiko-Segmente.

Parallel führt die EU eine entscheidende Maßnahme ein: eine Bargeldobergrenze von 10.000 € europaweit. Kein Unternehmen darf Barzahlungen jenseits dieser Schwelle akzeptieren – das gilt branchen- und länderübergreifend. Für MLM-Organisationen bedeutet das: Großkäufe auf Vorrat oder teure Einzelprodukte sind ab 2027 in bar nicht mehr unbegrenzt möglich. Alles über der Grenze muss per Banküberweisung, Kartenzahlung oder ähnliche Käufe erfolgen.

Das latente Risiko bleibt bestehen

Warnung vor Entwarnung: Nur weil ein MLM-Unternehmen formal nicht als „Verpflichteter“ gelistet wird, heißt das nicht, dass Geldwäsche irrelevant ist. Kriminelle sind erfunderisch. Sie nutzen legale Warenströme, um illegale Geldquellen zu verschleiern – ein Phänomen, das die Financial Action Task Force (FATF) als „handelsbasierte Geldwäsche“ bezeichnet. Es betrifft nicht nur einzelne Industrien, sondern kann überall auftauchen – in Autohandel, Wellness, Textil oder MLM.

Im Kontext von Network-Marketing könnten solche Szenarien so aussehen: Ein Vertriebspartner kauft massiv ein, ohne wirklich verkaufen zu wollen – das Ziel ist nur, Provisionen zu generieren und die Ware später zurückzugeben. Oder jemand teilt größere Zahlungen in viele kleine auf, um offizielle Meldeschwellen zu unterlaufen. Solche Fälle mögen die Ausnahme sein, doch Geschäftsleitungen sollten sie erkennen können.

Compliance als strategische Führungsaufgabe

Im Network-Marketing ist Compliance längst nicht mehr nur eine Compliance-Abteilungsaufgabe. Sie ist Chefsache. Manager und etablierte

Vertriebsführer haben Modelfunktion. Sie prägen, ob Rechtstreue in einer Organisation gelebt wird oder nicht. Die EU-Verordnung fordert ab 2027 von allen Unternehmen konkrete interne Vorkehrungen: Strategien, Prozesse und Kontrollmechanismen gegen Geldwäsche müssen dokumentiert vorliegen. Wer dagegen verstößt, riskiert finanzielle Strafen, Reputationsverlust und im schlimmsten Fall Strafverfolgung.

Insbesondere MLM-Strukturen sind anfällig: Sie sind oft dezentralisiert, arbeiten mit vielen unabhängigen Partnern und bewegen Geldströme, die schwer zu überblicken sind. Die

Geschäftsführung braucht daher einen scharfen Blick: Fließen ungewöhnlich große Summen? Erscheinen neue Partner primär als Investoren, ohne dass ein echter Vertriebsaufbau erkennbar ist? Solche Signale verdienen ernsthafte Aufmerksamkeit.

Die persönliche Haftung ist nicht zu unterschätzen. Wer als Führungs-kraft Geldwäscherisiken ignoriert oder zu lax handhabt, riskiert nicht nur Bußgelder, sondern im Ernstfall auch persönliche strafrechtliche Verantwortung. Proaktives Vorbeugen schützt also nicht nur die Firma – es schützt vor allem die Geschäftsleitenden selbst.

Drei kritische Risikobereiche im täglichen Betrieb

Bargeldtransaktionen: Bargeld ist das anonyme Medium schlechthin – ideales Werkzeug für Geldwäscher. Unter den neuen Regeln wird die Obergrenze bei 10.000 € liegen. Schon heute sollten große Bargeldkäufe reduziert oder streng dokumentiert werden: Wer zahlt da? Warum in bar? Besonders verdächtig sind Kunden oder Partner, die unverhältnismäßig viel bar zahlen möchten, ohne Grund. Empfehlung: Fördern Sie konsequent bargeldlose Zahlungsformen – Überweisung, Kreditkarte, Lastschrift.

Kryptowährungen: Bitcoins und Co. sind im Vertrieb präsent – manche MLM-Unternehmen experimentieren damit. Aber Vorsicht: Digitale Währungen funktionieren pseudonym, was sie für Geldwäscher attraktiv macht. Regulatoren haben reagiert und strenge Dokumentationspflichten verankert. Für MLM bedeutet das: Wer Kryptowährungen akzeptiert oder damit auszahlt, muss hochgradig robuste Kontrollsysteme haben. Für die meisten Unternehmen ist es praktischer und sicherer, auf etablierte Zahlungsmethoden zu setzen.

Verdächtige Geschäftsabläufe: Wachsamkeit ist angebracht, wenn Transaktionen merkwürdig wirken. Jemand möchte große Summen investieren, hat aber offensichtlich kein echtes Produktinteresse. Oder: Ein Partner bittet Sie, Zahlungen für unbekannte

Dritte zu leisten. Oder: Waren wechseln zu bizarren Konditionen. Im Zweifelsfall: Fragen stellen, notfalls ablehnen. Eine vorsichtige Ablehnung ist immer besser als ein Compliance-Problem hinterher.

Schluss: Der Weg nach vorne

Neue Geldwäschereregeln mögen komplex wirken – sie sind es auch. Doch mit strukturiertem Vorgehen und gesundem Geschäftssinn lässt sich vieles bewältigen. Compliance ist am Ende nichts Mystisches: Es ist gelebte Verantwortung. Unternehmen, die heute handeln, schützen ihr Geschäftsmodell, ihre Partner und ihre eigene rechtliche Position. Machen Sie Geldwäscheprävention zur Kernkultur – von der Geschäftsführung bis zur Vertriebsbasis.



André Schenk, LL.M. Eur.
Rechtsanwalt & Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz



Finn Niklas Nitz
Rechtsanwalt & Spezialist für Kryptorecht & KI-Recht, Zertifizierter Geldwäschebeauftragter (TÜV)

SBS Legal Rechtsanwälte PartG | Hans-Henny-Jahnn-Weg 49 | 22085 Hamburg
T (+49) 040 / 7344086-0 | F (+49) 040 / 7344086-29 | mail@sbs-legal.de | www.sbs-legal.de

20 Jahre Infos über Geld, Gesetze und Erfolg

Was gibt's Neues?

© proWIN Winter GmbH



• • • ➡ proWIN CleanUp-Aktion 2025 setzt ein Zeichen für die Umwelt

(ots). Der Einsatz für die Umwelt ist bei der proWIN Winter GmbH selbstverständlicher Teil der Unternehmensstrategie.

Die jüngste Aktion dieser Haltung gab es vom 20.-28. September 2025: Unternehmensweit wurde die Umweltaktion "proWIN CleanUp" ausgerufen. Erklärtes Ziel der Aktion: die umliegende Umgebung von Müll zu befreien.

Die diesjährige proWIN CleanUp-Aktion 2025 war ein voller Erfolg: Insgesamt haben sich 5.000 Vertriebspartner aus Deutschland, der Schweiz, Frankreich und Italien offiziell angemeldet. Es gingen 170 gemeldete proWIN CleanUp-Teams an den Start, um im Kollektiv Müll zu sammeln.

Das größte proWIN CleanUp-Team war in 46483 Wesel am Werk: 250 Teilnehmer beteiligten sich hier zugunsten der Umwelt.

Verantwortungsbewusstsein im Sinne der Natur, ein Thema, das Jung und Alt vereint: Zahlreiche Vertriebspartner haben ihren ortsansässigen Kindergarten und ihre Schulklassen in die Müllsammel-Aktion einbezogen. Die Teilnehmerin mit der größten Lebenserfahrung war 90 Jahre alt.

Auch die Mitarbeiter der proWIN Zentrale rückten für die Aktion aus. Das Team um proWIN Geschäftsführer Michael Winter und die beiden Prokuren Stephan Kropf und Medeni Sisamci durchkämmte das Gelände um die Firmenzentrale in Illingen und konnte eine beträchtliche Menge Müll einsammeln. Sämtliche Abfallfunde wurden einem fachgerechten Entsorgungsverfahren zugeführt.

Mit der Aktion zeigt das proWIN-Team erneut gesellschaftlichen Einsatz, der einer sauberen Umwelt und der Gemeinschaft zugutekommt.



© Adobe Stock | Fotobob

Seit nunmehr 30 Jahren engagiert sich das Direktvertriebsunternehmen proWIN Winter GmbH im Sinne von Mensch und Umwelt und nutzt für entsprechende Aktionen auch immer wieder die Reichweite seines großen Vertriebsteams.

proWIN setzt sich ein: Heute, morgen und auch in Zukunft!

• • • ➡ Hoffnung auf Soli-Rückerstattung: „Das kannst du vergessen!“

Millionen Steuerzahler erhalten keine Soli-Rückerstattung. Eine neue Behörden-Regel beendet alle offenen Einsprüche gegen den Solidaritätszuschlag.

Dortmund – Jahrelang hofften viele Steuerzahler auf eine Rückerstattung beim Solidaritätszuschlag. Diese Hoffnung hat sich nun zerschlagen. Die Finanzbehörden der Bundesländer haben am 4. August alle laufenden Einsprüche gegen den Soli aus den Jahren vor 2020 pauschal abgelehnt. Betroffen sind alle, die Einspruch gegen die umstrittene Abgabe erhoben hatten.

Neue Finanzamt-Regel macht Schluss mit jahrelangen Verfahren zum Solidaritätszuschlag

Die Allgemeinverfügung stützt sich auf mehrere Urteile des Bundesverfassungsgerichts und des Bundesfinanzhofs. Das oberste deutsche Gericht hatte im März entschieden, dass der Solidaritätszuschlag auch nach 2019 verfassungsgemäß bleibt (mehr Finanz-Themen bei RUHR24).

Damit scheiterte eine Verfassungsbeschwerde von sechs FDP-Politikern, die argumentiert hatten, der Soli sei mit dem Ende des Solidarpakts II verfassungswidrig geworden. Trotz der rechtlichen Klarstellung bleibt der Solidaritätszuschlag politisch umstritten. Bundeskanz-

ler Friedrich Merz will den Soli in spätestens vier Jahren abschaffen.

Die neue Regelung bedeutet konkret: Alle Einsprüche gegen den Solidaritätszuschlag, die am 4. August 2025 noch offen waren, werden automatisch zurückgewiesen. Betroffene Steuerzahler können jedoch weiterhin Klage vor den zuständigen Finanzgerichten einreichen.

Solidaritätszuschlag betrifft weiterhin Millionen Steuerzahler

Der Solidaritätszuschlag wurde 1991 zunächst befristet eingeführt und gilt seit 1995 unbefristet. Ursprünglich sollte er die Kosten der deutschen Wiedervereinigung finanzieren. Seit 2021 zahlen nur noch Besserverdiener, Unternehmen und Kapitalanleger den 5,5-prozentigen Zuschlag auf ihre Steuerschuld.

Nach Berechnungen des arbeitgebernahen Instituts der deutschen Wirtschaft zahlten 2023 etwa sechs Millionen Bürger den Solidaritätszuschlag. Befreit sind rund 90 Prozent der Steuerzahler. Erst ab einer Einkommensteuerlast von etwa 19.950 Euro (Ledige) beziehungsweise 39.900 Euro (Verheiratete) greift der Zuschlag – zunächst abgeschwächt in einer Gleitzone, später in voller Höhe von 5,5 Prozent der Einkommensteuer.

Umstrittener Solidaritätszuschlag? Verfassungsgericht stärkt Finanzämtern den Rücken

Das Bundesverfassungsgericht hatte in seinem Urteil vom 26. März klargestellt, dass der Solidaritätszuschlag weiterhin rechtmäßig erhoben werden darf. Die Richter betonten jedoch, dass eine solche Ergänzungsabgabe nicht unbegrenzt gelten könne. Es müsse regelmäßig überprüft werden, ob der ursprüngliche Finanzierungsbedarf noch besteht.

Für den Bundeshaushalt bedeutet das Urteil Planungssicherheit. Der Solidaritätszuschlag

spült jährlich etwa zwölf Milliarden Euro in die Staatskasse. Allein Unternehmen zahlen davon knapp sieben Milliarden Euro – mehr als die Hälfte des gesamten Aufkommens.

Wer seinen Solidaritätszuschlag weiterhin für unrechtmäßig hält, kann Klage einreichen. Die Erfolgsaussichten dürfen dabei allerdings gering sein. Für die meisten Steuerzahler bedeutet die Allgemeinverfügung das Ende jahrelanger Hoffnungen auf eine Rückzahlung.

• • • ➡ Über 16.000 Karriereaufstiege bei PM-International

Beim Nationalen Kongress in der Frankfurter Jahrhunderthalle würdigte PM-International im September 2025 zahlreiche Vertriebspartner für ihre Erfolge. Hunderte erhielten auf der Bühne Auszeichnungen für erreichte Führungspositionen – ein Höhepunkt der ausverkauften Veranstaltung.

Die beeindruckende Bilanz: Allein zwischen Juni und August 2025 erreichten mehr als 16.000 Partner eine höhere Karrierestufe. Diese Dynamik unterstreicht die positive Entwicklung des Unternehmens und das außergewöhnliche Engagement der Vertriebsorganisation.

Neben den Ehrungen präsentierte PM-International neue Produkte und strategische Pläne für die Zukunft. Die Begeisterung im Publikum zeigte deutlich: Der Erfolg des Unternehmens basiert auf der Leistung seiner Partner, die bei PM konsequent anerkannt und belohnt wird.

Ihre Meldungen

zu Unternehmen und neuen Produkten:
redaktion@network-karriere.com

+ + + KURZ & KNAPP + + +

© Adobe Stock | Larry Gibson



• • • **Zinzino expandiert mit Doppel-Akquisition in den USA**

Das schwedische Network-Marketing-Unternehmen Zinzino hat im September 2025 zwei US-amerikanische Gesundheitsanbieter übernommen: Truvy und Bodē Pro. Die strategischen Käufe stärken Zinzinos Position im Bereich personalisierter Ernährungs- und Wellness-Lösungen erheblich.

Zugang zu Schlüsselmärkten

Truvy erwirtschaftet rund 12 Millionen US-Dollar jährlich und ist vor allem in Nordamerika, Lateinamerika und Südkorea präsent. Bodē Pro, gegründet vom ehemaligen Vemma-Gründer BK Boreyko, erzielt etwa 7 Millionen US-Dollar Jahresumsatz – davon 55 Prozent in Japan, einem der wichtigsten Direktvertriebsmärkte weltweit. „Wir investieren nicht nur in Umsatz, sondern vor allem in neue Märkte und Vertriebsstärke“, erklärt CEO Dag Bergheim Pettersen. Zinzino erhält Zugang zu zehntausenden Vertriebspartnern sowie Produktrechten und Lagerbeständen beider Firmen.

Flexible Kaufstruktur

Zinzino nutzt eine Mischung aus Barzahlung und Aktien: Für Bodē Pro zahlt das Unternehmen 2 Millionen US-Dollar sofort (hälftig in Aktien), plus erfolgsabhängige Zahlungen von bis zu 4 Millionen. Truvy kostet 4 Millionen US-Dollar in Aktien, mit möglichen Bonuszahlungen von bis zu 16 Millionen – ebenfalls in Anteilen. Diese Struktur bindet die Verkäufer langfristig an Zinzinos Erfolg.

Synergien und Plattformstrategie

Die Übernahmen fügen sich in Zinzinos Konsolidierungsstrategie ein, die bereits Deals mit VMA Life, Enhanzz, ACN und anderen umfasst. Die Integration der klinisch geprüften Formeln

von Bodē Pro und Truvys Fokus auf Gewichtsmanagement erweitern das Portfolio im Bereich datengestützter Gesundheitslösungen.

• • • **Kobold VK7 in exklusivem Schwarz**

Vorwerk bringt seinen preisgekrönten Akkustaubsauger VK7 nun in einer eleganten schwarzen Ausführung auf den Markt. Das mattschwarze Gehäuse mit silberinem Logo verleiht dem kabellosen Premiumgerät eine moderne, zeitlose Ästhetik. Verfügbar ab 29. September 2025. Elegant und leistungsstark

Die schwarze Edition überzeugt durch ihr skulpturales Design, das sich nahtlos in jedes Wohnambiente integriert. Auch die Elektrobürste EB7 und der Saugwischer-Aufsatz SP7 sind in der dunklen Farbvariante erhältlich und ergänzen das modulare System perfekt.

Intelligente Reinigung

Der in Deutschland entwickelte VK7 reinigt alle Bodenarten kraftvoll und dabei bemerkenswert leise. Die Elektrobürste erkennt den Untergrund automatisch und passt sich an. Mit dem SP7-Aufsatz erfolgen Saugen und Wischen in einem Durchgang. Der austauschbare Akku ermöglicht unterbrechungsfreies Arbeiten.

Verfügbarkeit

Ab 29. September 2025 über Kobold-Berater, im Onlineshop und in Vorwerk Stores erhältlich. Preis ab 1.049 €.

Das System

Zusammen mit dem VR7 Saugroboter bildet der VK7 ein flexibles Reinigungsduo für höchste Ansprüche – komplett akkubetrieben und zukunftsweisend in Design und Funktion.



© Vorwerk



© Adobe Stock | Zerbor

• • • **Ringana startet in den USA – neue Dimension für Partner**

Der österreichische Frischekosmetik-Spezialist Ringana wagt den Sprung über den Atlantik. Gründer Andreas Wilfinger verkündete auf der NEXT-Konferenz in Istanbul die Expansion in den US-Markt – ein Meilenstein in der knapp 30-jährigen Firmengeschichte.

„Diese Reise geht nur gemeinsam mit euch“, erklärte Wilfinger vor der versammelten Partner-Community und machte deutlich: Der US-Launch ist ein Gemeinschaftsprojekt.

Vom Familienunternehmen zum internationalen Akteur

Das 1996 gegründete Unternehmen erzielte 2024 über 228 Millionen Euro Umsatz und etablierte sich als europäischer Marktführer für frische, nachhaltige Kosmetik. Der Eintritt in den USA – dem weltgrößten Kosmetikmarkt – markiert die nächste Wachstumsphase. Die Expansion zeigt: Nachhaltigkeit, Innovation und Network-Marketing bilden ein zukunftsfähiges Wachstumsmodell – getragen von unternehmerischem Mut und einer starken Community.

Europa und GUS	– 11 %
Asien	– 16 %
Lateinamerika	– 24 %
Türkei und Afrika	+ 3 %

• • • **Oliveda inszeniert Olivenbaum-Spektakel in Los Angeles**

Das Kosmetikunternehmen Oliveda International und seine US-Tochter Olive Tree People präsentieren eine außergewöhnliche Installation am Million Dollar Theater in Downtown LA. Hunderte historische Olivenbäume werden mit 432-Hz-Frequenzsendern ausgestattet, um ihre „Schwingungen“ hörbar zu machen.

Event-Details

Die Stadt Los Angeles genehmigt für die Veranstaltung die vollständige Sperrung des South Broadway. Ein roter Teppich wird für die Bäume und Vertreter des „Waterless Beauty“-Konzepts ausgelegt. Grammy-Preisträgerin Colbie Caillat (zweifache Gewinnerin) begleitet das Event musikalisch.

Vision des Gründers

„2015 machten wir Olivenbäume und ihre Frequenzen erstmals zugänglich – damals träumte ich von einem LA-Konzert dieser Art“, erklärt Oliveda-CEO Thomas Lommel. Mit der Installation im ältesten Theater von Los Angeles ehrt Lommel die 7.000-jährige Olivenbaum-Geschichte.

Lommel hebt zudem die 69.000 „Waterless Beauty“-Pioniere hervor, die innerhalb von zwei Jahren die nordamerikanische Bewegung etablierten – mit Ausbreitung nach Europa und weltweit.

Was gibt's Neues?

© Adobe Stock | landreaoberova



• • • ➡ **PM-International weiht Asien-Pazifik-Zentrale in Singapur ein**

Das Direktvertriebsunternehmen eröffnete am 8. Oktober 2025 mit einer Ribbon-Cutting-Zeremonie das neue Headquarter für die Region Asia Pacific & Singapore. Die Standortwahl unterstreicht die strategische Bedeutung Asiens als weltweit wichtigster Markt für Network-Marketing.

Asiens Dominanz im Direct Selling

Nach WFDSC-Daten für 2023 dominiert die Region den globalen Markt:

Umsatzverteilung weltweit:

Gesamtumsatz: 167,69 Mrd. USD

Asien-Anteil: 67,57 Mrd. USD (40,3%)

Vertriebspartner global:

Weltweit: 102 Millionen

Asien: 58,98 Millionen (57,8%)

Weitere bedeutende Märkte: Indonesien (1,3 Mrd. USD), Philippinen (994 Mio.), Vietnam (958 Mio.), Australien (747 Mio.).

Die neue Zentrale positioniert PM-International optimal in der umsatzstärksten Direct-Selling-Region weltweit.

PM-International eröffnet Asien-Zentrale mit hochrangigem Guest

PM-International inaugurierte am 8. Oktober 2025 sein neues Headquarter für Asia Pacific & Singapore. Ehrengast der Ribbon-Cutting-Zeremonie war Prince Hiroaki Fushimi, Oberhaupt der Fushimi-no-miya – der ältesten Nebenlinie der japanischen Kaiserfamilie mit historischem Thronfolgerecht.

Verbindung zu früheren PM-Events

Fushimi unterstützt das Unternehmen bereits seit 2015. Beim PM-International Grand Ope-

ning Japan im September 2015 (Grand Prince Hotel Takanawa, ca. 1.000 Gäste) war er ebenfalls als Ehrengast anwesend.

Prince Hiroaki Fushimi wurde am 26. Januar 1932 in Tokio geboren und führt die Fushimi-no-miya Linie, eines der vier traditionellen shinnōke-Nebenhäuser des japanischen Kaiserhauses.

• • • ➡ **Mary Kay-Mitarbeiter packen Trost-Pakete für Krebspatientinnen**

Mitarbeiter von Mary Kay Inc. stellten bei einer HOPE Kit Packing Party 100 Unterstützungspakete für Frauen mit Brustkrebs zusammen. Jedes Kit enthält praktische Artikel wie Socken, Tagebücher, Stifte, Lotionen sowie handschriebene Ermutigungen von Mary Kay-Angestellten.

Zweck und Verteilung

Die HOPE-Kits richten sich an Frauen mit frischer Diagnose oder in aktiver Behandlung. Sie bieten praktische Hilfe während belastender Nebenwirkungen und sollen den Patientinnen emotionale Unterstützung signalisieren.

Partnerschaft mit Foundation

Die National Breast Cancer Foundation koordiniert die Verteilung. Brooke Adams, Senior Director für Charitable Giving & Strategic Partnerships, erklärt die Bedeutung: "HOPE-Kits sind mehr als Sachspenden – sie symbolisieren Hoffnung, Mitgefühl und Gemeinschaft. Mit Mary Kay erinnern wir Patientinnen daran, dass sie nicht allein sind."

Die Zusammenarbeit unterstreicht beider Organisationen Fokus auf ganzheitliche Unterstützung von Krebsbetroffenen während ihrer Behandlungsphase.

Direktvertriebskongress 2025 – Inspired by you!

Der Direktvertriebskongress 2025 stand ganz im Zeichen von Praxisnähe, Austausch und dem Gefühl, gemeinsam die Branche voranbringen zu wollen. Gleich zu Beginn konnte der BDD drei neue Mitglieder in seinen Reihen begrüßen: ANIfit, Health Notion und die Stadtwerke Duisburg bereichern ab sofort den Bundesverband Direktvertrieb Deutschland e.V.

Am zweiten Kongresstag standen die BDD-Awards im Fokus. Erstmals erfolgte die Wahl der Gewinnerinnen und Gewinner per Live-Voting direkt auf dem Kongress.

Der BDD-InnovationAward 2025 ging an Mary Kay für das KI-Projekt „Foundation Matching Tool – KI trifft Schönheit“.

Der BDD-NachhaltigkeitsAward 2025 ging an RINGANA für das Mobilitätskonzept „Charge & Change“.

Ein wissenschaftliches Highlight bot erneut die Präsentation der Marktstudie „Situation der Direktvertriebsbranche in Deutschland 2025“ durch Prof. Dr. Florian Kraus (Universität Mannheim). Ergänzend brachte Daniel Heinsen (Pampered Chef) die Perspektive der Künstlichen Intelligenz im Unternehmensalltag ein, während Manuela Kunz (Reico) ihre Erfahrungen zum Thema Onboarding teilte – zwei Themenfelder, die auch in der Studie in Zahlen und Trends beleuchtet wurden.

Auch die BDD-Gremien stellten sich auf der Bühne vor. Sie stehen für den praxisnahen, vertraulichen Austausch innerhalb des Verbandes.

Den Abschluss des Kongresses bildete die Keynote des Vertriebsanalysten Winfried Küppers zum Thema „Das neue Normal im Vertrieb“, die den Wandel der Branche eindrucksvoll auf den Punkt brachte.



© Adobe Stock | jacob

Der Direktvertriebskongress 2026 findet am 5. und 6. Oktober 2026 in Potsdam statt.

Quelle: Bundesverband Direktvertrieb Deutschland e.V.

• • • ➡ **dōTERRA Global Convention mit 10.000+ Teilnehmer**

Der Aromatherapie-Spezialist empfing persönlich und virtuell über 10.000 Besucher zur Jahreskonferenz in Salt Lake City. Die unter dem Motto „Empowerment“ stehende Veranstaltung bot Workshops, Produkterlebnisse und einen öffentlichen Tag der offenen Tür im Salt Palace Convention Center.

Keynote und Community-Fokus

Bestsellerautorin Mel Robbins trat als Hauptrednerin auf. Executive Vice President of Marketing Maquel Shaw betont: „Unsere Convention übertrifft reine Produktpäsentation – sie schafft Gemeinschaft und Empowerment. Wir feierten die Wirkung unserer Wellness-Berater und blickten auf die Zukunft des Wellness.“

Tradiascrypto: BaFin warnt vor Angeboten auf der Website tradiascrypto(.)de

Die Finanzaufsicht BaFin warnt vor Angeboten auf der Website tradiascrypto(.)de. Nach Erkenntnissen der BaFin bietet die vermeintlich in Frankfurt ansässige Handelsplattform Tradiascrypto ohne Erlaubnis Finanz- und Kryptowerte-Dienstleistungen an. Die Angebote stammen nicht von der tradias GmbH. Es handelt sich um einen Identitätsdiebstahl. Die unbekannten Betreiber behaupten, von der BaFin beaufsichtigt zu sein. Das ist nicht der Fall.

Quelle: BaFin Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht



BAFIN WARNT VOR DAO1 UND APERTUM!

Die Finanzaufsicht BaFin warnt vor den Angeboten von DAO1 und den damit verbundenen Produkten der Apertum Holding Limited. Nach ihren Erkenntnissen bietet DAO1 Kunden den automatisierten Handel von Kryptowerten mithilfe verschiedener Bots an, die auf künstlicher Intelligenz beruhen sollen.

Seine Angebote bewirbt DAO1 derzeit sowohl in deutschsprachigen Webinaren und Kanälen in den sozialen Medien als auch auf lokalen Veranstaltungen in Deutschland. Die Tatsachen rechtfertigen nach Auffassung der BaFin die Annahme, dass DAO1 Kryptowerte-Dienstleistungen ohne Erlaubnis in Deutschland anbietet.

Wer in Deutschland Kryptowerte-Dienstleistungen anbietet, benötigt dazu die Erlaubnis der BaFin. Einige Unternehmen bieten solche Dienstleistungen jedoch ohne die erforderliche Erlaubnis an. Informationen darüber, ob ein bestimmtes Unternehmen von der BaFin zugelassen ist, finden Sie in der Unternehmensdatenbank der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht. Die Information der BaFin basiert auf § 10 Abs. 7 Kryptomärkteaufsichtsgesetz (KryptoMAFinG).

Apertum beauftragt internationale Anwaltskanzlei Quinn Emanuel nach BaFin-Warnung zur Verteidigung ihrer Interessen

Die Apertum Holding Ltd, ein auf digitale Vermögenswerte spezialisiertes Technologieunternehmen, hat die internationale Wirtschaftskanzlei Quinn Emanuel Urquhart & Sullivan, LLP mit

der Wahrnehmung ihrer Interessen im Zusammenhang mit der Warnung der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) beauftragt. Diese Warnung betrifft die dezentrale Plattform DAO1, die von Apertum entwickelt wurde.

Nach Auffassung der BaFin soll DAO1 ohne erforderliche Zulassung im Sinne der Verordnung (EU) 2023/1114 über Märkte für Kryptowerte (MiCAR) tätig sein. Apertum weist diese Einschätzung entschieden zurück und hält die Warnung für unbegründet. Quinn Emanuel vertritt das Unternehmen gegenüber der Aufsichtsbehörde insbesondere hinsichtlich des Umfangs und der Auslegung des Zulassungserfordernisses nach Maßgabe der MiCAR.

DAO1-Plattform sieht BaFin-Vorwürfe als unbegründet und betont rechtmäßiges Handeln unter MiCAR

Apertum erklärt, sie sei entschlossen, ihre Position zu verteidigen und ihre Technologien im Einklang mit den geltenden rechtlichen Vorgaben anzubieten. Ziel sei es, den Nutzern weiterhin innovative und transformative Lösungen im Bereich der digitalen Vermögenswerte bereitzustellen.

Bereits im Juli konnte Quinn Emanuel im Auftrag von Apertum einen bedeutenden Erfolg erzielen: Die Kanzlei focht erfolgreich eine Unterlassungsverfügung der Wertpapieraufsichtsbehörde des US-Bundesstaates Texas an, was zur vollständigen Zurückweisung des Verfahrens führte.

Mit über 1.200 Anwälten weltweit ist Quinn Emanuel die größte Kanzlei,

sich ausschließlich auf Wirtschaftsrechtsstreitigkeiten und Schiedsverfahren spezialisiert hat. Die Kanzlei wurde mehrfach international ausgezeichnet und gilt laut Umfragen unter Unternehmensjuristen als eine der „gefährtesten“ Kanzleien im Bereich komplexer Wirtschaftsrechtsstreitigkeiten. Ihre Erfolgsbilanz umfasst über 2.500 Verfahren mit einer Gewinnquote von 86 %, darunter zahlreiche Urteile und Vergleiche in Milliardenhöhe.

Apertum betont, dass die Zusammenarbeit mit Quinn Emanuel die Entschlossenheit des Unternehmens unterstreicht, regulatorische Fragen im Sinne der Rechtssicherheit und des Vertrauens der Nutzer zu klären und weiterhin auf Innovation und Compliance zu setzen.

Meine Einschätzung der BaFin-Warnung vor DAO1 und Apertum

Auf Basis meiner laienhaften Einschätzung als Hobbyjurist geht es bei der aktuellen Warnung der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht um die tatsächlichen Aussagen des Vertriebs bzw. einzelner Vertriebler von DAO1, darunter etwa Dennis Loos oder Benni Heimberger. Letzterer war bereits für die Betrugs-Systeme OneCoin und EXW Wallet vertrieblich aktiv. Der BaFin liegen zahlreiche Video-Mitschnitte vor, die der Verfahrensakte zu entnehmen sind. Dabei sind nicht nur die Paragraphen § 1 Abs. 1a KWG (Kreditwesengesetz) und § 10 Abs. 7 Kryptomärkteaufsichtsgesetz zu beachten.

Denn die Unternehmen bzw. Vertriebssysteme werden nach § 8 Abs. 2 UWG für irreführende oder strafrecht-

lich relevante Veröffentlichungen ihrer Vertriebspartner in den sozialen Medien direkt verantwortlich gemacht. Deswegen werden Äußerungen der Vertriebspartner den Network-Marketing-Unternehmen in der Weise zugerechnet, als hätten die Unternehmen diese selbst getätigt.

Diese Äußerungen können daher sowohl wettbewerbsrechtliche als auch aufsichtsrechtliche und strafrechtliche Sanktionen nach sich ziehen. Unternehmen bzw. Vertriebe haften somit für ihre Vertriebler. Dem können die Unternehmen nur entgegenwirken, indem sie klare Regeln (Compliance, Governance) für ihre Vertriebspartner aufstellen, an die sich alle halten müssen.

Ob es derartiges seitens Apertum oder DAO1 gibt, ist mir nicht bekannt; ich werde jedoch die weiteren Entwicklungen mit Argusaugen verfolgen. Selbstverständlich gilt für alle beteiligten Unternehmen wie Privatpersonen, die mit Vorwürfen konfrontiert sind, die Unschuldsvermutung.

In meinem Digitalmagazin KRYPTO-X finden Sie nicht nur fundierte Empfehlungen rund um Kryptowährungen, Blockchain-Technologien, Bitcoin, Ethereum sowie DeFi-, Web3- und DAO-Konzepte, sondern auch regelmäßig klare Warnungen vor fragwürdigen Anbietern und Modellen.



Markus Miller

Markus Miller (1973) ist Gründer des spanischen Medien- und Beratungsunternehmens GEOPOLITICAL.BIZ S.L.U mit Sitz auf der Baleareninsel Mallorca, dem Betreiber der Informations- und Kommunikations- und Consultingplattform www.geopolitical.biz. Er koordiniert als geschäftsführender Gesellschafter ein internationales Informations- und Kommunikations-Netzwerk von Steuerberatern, Rechtsanwälten, Wirtschafts- und Finanzexperten..

www.geopolitical.biz · www.krypto-x.biz

EIGENER STROMTARIF FÜR DIE WÄRMEPUMPE

SPART BIS ZU 400 EURO IM JAHR



Haushalte mit einer Wärmepumpe können diese mit einem speziellen Stromtarif betreiben – und dabei viel Geld sparen. Das zeigt eine Analyse des unabhängigen Geldratgebers Finanztip. Die wichtigste Voraussetzung dafür ist

Eine Kilowattstunde Wärmestrom ist bis zu zehn Cent günstiger als gewöhnlicher Haushaltsstrom. Durch den zweiten Stromzähler und den Betrieb über einen separaten Stromtarif entstehen aber auch zusätzliche Kosten. „Die Wärmepumpe sollte mindestens 3.000 Kilowattstunden verbrauchen, am besten mehr. Erst dann lohnt es sich, über einen Wärmestromtarif nachzudenken“, sagt Benjamin Weigl, Energieexperte bei Finanztip. „Je höher der Strombedarf der Wärmepumpe ist, desto wahrscheinlicher lohnt sich ein solcher Tarif.“

Im Schnitt sparten die von Finanztip analysierten Musterhaushalte durch die Nutzung von Wärmepumpenstrom jährlich 83 Euro – die höchste Ersparnis lag bei 406 Euro. Im schlechtesten Fall zahlten Haushalte aber drauf, vor allem bei niedrigem Strombedarf. „Das Sparpotenzial lässt sich nicht pauschal bestimmen und ist neben dem Verbrauch auch vom Wohnort abhängig“, so Weigl. Finanztip empfiehlt für einen Tarifvergleich die Portale Verivox und Check24.

Durchschnittlich 165 Euro Pauschalrabatt – Alternative bei niedrigem Verbrauch

Bei einem eher niedrigen Verbrauch der Wärmepumpe von rund 3.000 Kilowattstunden im Jahr gibt es eine Alternative: den Pauschalbetrag für steuerbare Verbrauchseinrichtungen, im Durchschnitt 165 Euro im Jahr. In so einem Fall fressen die Kosten für den zweiten Stromzähler die Ersparnis durch den Wärmepumpenstrom auf.

„Für den pauschalen Rabatt benötigten Verbraucher keinen zweiten Zähler, die Wärmepumpe muss nur steuerbar sein“, erklärt Weigl. Die genaue Höhe ist abhängig von den regionalen Netzentgelten und liegt zwischen 120 und 200 Euro im Jahr.

Zusätzlich sparen mit dynamischem Tarif

Verbraucher können die Vergünstigungen auch mit dynamischen Stromtarifen kombinieren. Dabei zahlen sie für den Stromeinkauf immer den aktuellen Börsenstrompreis und können durch geschicktes Verschieben des Verbrauchs in günstige Stunden Kosten sparen – ein Vorteil besonders für Wärmepumpen, die flexibel betrieben werden können. Zusätzlich profitieren Verbraucher von reduzierten Netzentgelten für Wärmestrom: entweder als Pauschale oder pro Kilowattstunde. „Da die Regelungen noch neu sind, funktioniert die Weitergabe der Rabatte durch Anbieter aber nicht immer reibungslos“, warnt Weigl.

So hat Finanztip getestet

Im Herbst 2025 hat der Geldratgeber fünf Vergleichsportale für Wärmepumpenstrom getestet. Herangezogen wurden Portale, über die sich Stromtarife für Wärmepumpen vergleichen ließen und die nicht lediglich die Ergebnisse eines anderen Vergleichsportals auf ihrer Seite spiegelten. Für die Untersuchung wurden 15 Musterhaushalte erstellt, die über ganz Deutschland verteilt waren und

deren Wärmepumpen zwischen 3.000 und 7.000 Kilowattstunden Strom pro Jahr benötigten. Unterschiedliche Präferenzen bei der Tarifsuche, etwa ob Neukundenboni eingerechnet werden sollen oder nicht, wurden einbezogen. Schon im März 2024 hat der Geldratgeber verglichen, ob ein Wärmepumpenstromtarif eine Ersparnis bringt, wenn die zusätzlichen Kosten gegenüber der Abrechnung des gesamten Strombedarfs über nur einen Stromzähler berücksichtigt werden.

So sparen Mieter und Eigentümer mehrere Hundert Euro Heizkosten

Mit einfachen Heitzipps können Verbraucher mehrere Hundert Euro sparen – das geht aus aktuellen Berechnungen des unabhängigen Geldratgebers Finanztip hervor. Der kommende Winter soll laut Deutschem Wetterdienst etwas wärmer werden als in den Vorjahren – bei weiterhin hohen Energiekosten bleibt das Thema Sparen dennoch aktuell. Wer seine Heizkosten senken möchte, spart am meisten mit vier Tipps: Heizkörper entlüften, Thermostate wechseln, Raumtemperatur und Warmwasserverbrauch anpassen.

Heizkörper entlüften: bis zu 400 Euro sparen

Wenn Heizkörper glückern oder nicht gleichmäßig warm werden, ist oft Luft im System. Ein Entlüftungsschlüssel aus dem Baumarkt genügt, um das Ventil zu öffnen und Abhilfe zu schaffen.

ein eigener Stromzähler für die Wärmepumpe. Zusätzlich muss sie für den Netzbetreiber steuerbar sein. Finanztip erklärt, wie Verbraucher den günstigsten Tarif finden und welche Alternative es bei niedrigem Verbrauch gibt.

Richtige Temperatur wählen: bis zu 157 Euro sparen

Schon ein Grad weniger spart rund sechs Prozent Heizenergie – konkret bis zu 157 Euro. „Die Wohlfühltemperatur ist individuell. Wichtig ist, dass man bewusst heizt und nicht übertreibt“, so Duy. Gängige Empfehlung sind 20 Grad Raumtemperatur für das Wohnzimmer, 18 Grad für die Küche und 17 Grad im Schlafzimmer. Elektrische Thermostate helfen, die Temperatur automatisch anzupassen – dadurch können noch einmal bis zu zehn Prozent Heizenergie eingespart werden.

Warmwasserverbrauch senken: bis zu 252 Euro sparen

Auch beim Duschen lässt sich sparen: Ein Sparduschkopf reduziert den Wasserverbrauch deutlich. In einem Zwei-Personen-Haushalt sind laut Berechnungen von Finanztip bis zu 185 Euro im Jahr an Gaskosten oder 252 Euro an Stromkosten drin. „Wer öfter duscht statt badet, spart zusätzlich“, sagt Duy. Durchflussbegrenzer an Waschbecken oder Spüle sorgen für zusätzliche Ersparnis.

Quelle: FINANZTIP.de



EINSICHT IST GUT REGELN SIND BESSER!

© Adobe Stock | ra2 studio

Der Zug aus Köln fährt in Mannheim ein. Einstiegen. Es geht pünktlich los. Sensation! Zehn Minuten später wird durchgesagt, dass die Toilettenspülung ausgefallen ist und der ICE daher seine Fahrt in Karlsruhe beenden muss. „Sie haben folgende Verbindungen ...“ Das ist doch nicht vernünftig? Aber wohl Vorschrift. Die Bahnkunden, die mal müssen, haben nun den Druck auf dem Bahnsteig, nicht im Zug. Das ist erlaubt. Ich fragte noch zum Abreagieren von Aggressionen, ob wir nicht einfacher alle aussteigen lassen, die mal müssen, und dann weiterfahren? Böser Blick.

Oder: Das Frühstück steht auf dem Tisch. Ich bin krank, ich nehme eine Aspirin. Sofort kommt Tadel: „Das nimmt man nach der Mahlzeit.“ – „Wieso?“ – „Alle wissen das, nur du

nicht.“ – „Hör mal, Acetylsalicylsäure und Ascorbinsäure sollen nicht allein im Magen sein, weil es Säuren sind. Das ist der Grund für diese Regel. Wenn ich jetzt aber ein paar Sekunden später etwas esse, löst sich die Tablette nicht allein im Magen auf. Alles gut.“ – „Woher willst du denn das wissen mit der Säure?“ – „Weiß ich. Ist doch aber klar.“ – „Nein, die Regel ist ...“ – „Die Regel wird für Leute gebraucht, die sich nicht auskennen.“

Oder: Das Flugzeug darf nicht starten, weil ein Crew-Klappsitz (für Start und Landung) nicht runterklappt. Reparaturversuche scheitern. Ich schlaue vor, dass sich die Flugbegleiterin neben einen Passagier setzt. Das ist streng verboten! Aha? Einer mit vielen Streifen auf dem Jackett entscheidet, ohne die Flugbegleiterin zu

fliegen. Da aber für je 60 Passagiere immer ein Flugbegleiter dabei sein muss, müssen nun 60 Passagiere aussteigen. Sie wissen aber nicht, nach welchem Verfahren sie das entscheiden. Sie holen sich Rat von einem, was weiß ich, Lufthansavorstand. Alle müssen aussteigen, wieder einchecken. Ich durfte mit, das wusste ich, denn ich hatte einen Koffer aufgegeben. Sie werden doch nicht so dumm gewesen sein, die Koffer neu zu sortieren? So sicher war ich nicht, ich zitterte etwas. Irgendwann flogen wir.

Oder: In eine Super-Mega-*****-Klinik kommen die Hoffnungslosen, die alle normalen Therapien erfolglos hinter sich haben. Ein Super-Star-Arzt findet dort endlich das Problem, stellt die richtige Diagnose und gibt sie in den Computer ein. Der sagt: „Patienten mit diesen Daten haben normalerweise xy. Wollen Sie das überschreiben?“ – „Ja.“ – „Wirklich?“ – „Ja.“ – „Dann schreiben Sie mir ein Gutachten dazu, warum Sie abweichen.“ In diese Kli-

nik kommen diejenigen, an denen alles ausprobiert wurde. Nun bekommen sie fast immer eine Diagnose, die der Computer nicht akzeptiert. Also schreiben die raren ****-Ärzte hauptsächlich Aufsätze.

Das Einengen unserer Entscheidungsmöglichkeiten durch eiserne Vorschriften führt zur Entmenschlichung unserer Arbeit und bereitet deren Automatisierung vor. Wenn es nichts mehr zu entscheiden gibt, braucht's keinen Menschen für Anspruchsvolles mehr. Einsicht schadet dann, weil sie gegen optimierte Prozesse ohnmächtig ist. Gediegenes Wissen macht wütend. Man muss die Regeln einhalten und darf nie abweichen. So managt man eben alle Leute, ohne voraussetzen zu müssen, dass sie auch nur einen Funken Bildung mitbringen.

Der große Philosoph Georg Christoph Lichtenberg „zitierte“:

Der Pfarrer sagt:
„Du sollst nicht stehlen wollen.“
Der Schlosser sagt:
„Du sollst nicht stehlen können.“

Einsicht/Ethik wird durch Zwang ersetzt. Die heutige Bürokratie geht noch weiter. Für den Fall, dass die Schlosser nicht reichen, muss vorgesorgt werden.

Der Bürokrat sagt: „Du musst stets dokumentiert haben, dass du nicht stehlen konntest.“

Ich erinnere an mein visionäres Buch „Lean Brain Management.“ Dringend noch einmal ans Herz gelegt!



Prof. Dr. Gunter Dueck

Prof. Dr. Gunter Dueck beschäftigt sich schon lange leidenschaftlich mit dem Thema der Arbeitsgesellschaft. Seine Fundamentalkritik an dieser endete in der Gründung seiner eigenen Philosophie - der Omnisophie. Der Blog, den er ins Leben rief um über Themen zu schreiben die ihn begeistern, genießt weitgehende Beliebtheit und eine wiederkehrende Leserschaft.





VERSCHULDUNGSRISIKO KREDITKARTE?

Einkaufen, obwohl kein Geld da ist? Wer eine Kreditkarte hat, kann mit Abrechnungsmodalitäten und Teilzahlungsoptionen manövriren. Eine Erhebung der BaFin zeigt: Verbraucher nutzen trotz finanzieller Engpässe Kreditkarten und können so in die Schuldenfalle tappen.

Über die Hälfte der Verbraucher in Deutschland besitzen mindestens eine Charge Card oder eine echte Kreditkarte. Und wer solche Karten hat, nutzt sie in der Regel auch. Knapp ein Fünftel der Verbraucher zahlt unter anderem mit Kreditkarten, um finanzielle Engpässe zu überbrücken. Rund ein Viertel davon hat zumindest hin und wieder Schwierigkeiten, die Kreditkartenehrnung auszugleichen. Das sind einige der wesentlichen Erkenntnisse aus einer repräsentativen Online-Erhebung der BaFin zur Nutzung von Kreditkarten.

Unterschied Charge Cards und echte Kreditkarten

Bei Charge Cards oder echten Kreditkarten hat jeder Kunde einen individuellen Verfügungsrahmen. Umsätze werden gesammelt und zum Ende jeder Abrechnungsperiode zusammengefasst in Rechnung gestellt. Für den dadurch entstehenden faktischen Zahlungsaufschub bis zur Fälligkeit der Rechnung fallen keine Kosten an.

Bei Charge Cards muss der Rechnungsbetrag in einer Summe bezahlt werden. Bei echten Kreditkarten kön-

nen die Rechnungsbeträge in Raten abbezahlt werden. Dafür fallen in der Regel Zinsen an.

Kreditkarten sind beliebte Zahlungsmittel

Charge Cards und echte Kreditkarten sind aus dem Alltag vieler Verbraucher nicht wegzudenken. 1.000 von 1.722 Befragten gaben bei der Erhebung an, eine solche Karte zu besitzen. Die Hälfte davon zahlt mindestens einmal wöchentlich damit. Unter den 18- bis 39-Jährigen sind es sogar knapp zwei Drittel. 40 Prozent der Kreditkartenbesitzer haben Kreditkartendaten in der Bezahl-App ihres Handys hinterlegt. Fast drei Viertel von ihnen nutzen die Funktion mindestens einmal in der Woche.

Viele unterschiedliche Waren und Dienstleistungen werden mit der Kreditkarte bezahlt: Zwei Drittel der Kreditkartennutzer tätigen mit dem Zahlungsmittel Online-Einkäufe. Über 50 Prozent nutzen Kreditkarten für den täglichen Einkauf oder für Reisen. Fast ein Viertel greift bei unerwarteten Ausgaben auf ihre Kreditkarte zurück.

Die Kreditkartennutzung funktioniert offenbar nicht immer reibungslos. Sechs Prozent der Kreditkartenbesitzer berichteten von Problemen beim Zugriff auf ihr Kreditkartenkonto. Fünf Prozent gaben außerdem grundlos abgelehnte Zahlungen an und vier Prozent erlebten plötzliche Kontosperrungen.

Verfügungsrahmen der Kreditkarte wird bewusst genutzt

Bargeldlose Zahlungen per Kreditkarte sind bequem – für 69 Prozent der Kartenbenutzer ist das der Hauptgrund für die Nutzung. Für 35 Prozent steht bei dieser Zahlungsart die Sicherheit im Fokus. Sie fühlen sich mit der Kreditkarte besser vor Betrug geschützt, da sie so Transaktionen leichter reklamieren können. 18 Prozent der Kartenbenutzer gaben an, mit der Karte gezahlt zu haben, weil ihnen im Moment des Kaufs das nötige Geld fehlte. Bei den 18- bis 39-Jährigen gaben sogar 27 Prozent finanzielle Engpässe als Grund an. 38 Prozent der Kreditkartenbesitzer sehen die Kreditkarte manchmal als Hilfe, wenn das Geld knapp wird.

BaFin-Erhebung zu Kreditkarten

Ein Marktforschungsinstitut befragte im Mai 2025 im Auftrag der BaFin in einer repräsentativen Online-Erhebung 1.722 Personen zur Nutzung von Kreditkarten. Ziel war es, zu erfahren, wie die Befragten ihre Kreditkarten nutzen, wie ihre Schuldensituation ist und wie gut sie die Teilzahlungsoption der echten Kreditkarten verstehen. 1.000 der 1.722 Befragten gaben an, mindestens eine Charge Card oder eine echte Kreditkarte zu besitzen. Das entspricht 58 Prozent der Teilnehmenden.

Gefühlter Überblick über die Kreditkartenausgaben

Nach eigener Einschätzung gelingt es den meisten der Kreditkartennut-

zer gut, ihre Kreditkartenausgaben und Fälligkeiten im Blick zu behalten. Zwei Drittel gaben an, Kreditkartenausgaben und Fälligkeiten immer im Griff zu haben. Fünf Prozent gelingt das nur teilweise oder nicht gut.

91 Prozent der Kartenbenutzerinnen und -benutzer prüfen regelmäßig ihre Kreditkartenabrechnungen, sehen also, welche Ausgaben abgerechnet wurden und welche Beträge wann zur Zahlung fällig werden.

Rückzahlung kann zum Problem werden

73 Prozent aller Kreditkartennutzer hatten nach eigenen Angaben nie Probleme, ihre Kreditkartenabrechnung zu zahlen. Zwölf Prozent hatten dabei jedoch häufig oder immer Probleme. Bei weiteren 15 Prozent war der Rechnungsausgleich manchmal bis selten problematisch.

Für manche gehen finanzielle Schwierigkeiten über die Kreditkartenschulden hinaus: 13 Prozent der Kreditkartenbesitzer gaben an, gelegentlich Probleme zu haben, ihre laufenden Kosten zu decken. 14 Prozent empfinden ihre Gesamtschulden als zu hoch.

Risiko durch geringe Finanzkompetenz

Zehn Prozent der Nutzer von Kreditkarten haben in den letzten zwölf Monaten Abrechnungen in Teilen beziehungsweise Raten abbezahlt. Bei 76

Prozent davon wurde die Ratenzahlungsoption durch das Kreditinstitut voreingestellt und nicht aktiv von den Nutzenden ausgewählt. 70 Prozent kennen den jeweiligen Zinssatz für ihre Ratenzahlungen nicht. So ist es kaum möglich, den Überblick über die anfallenden Zinsen für die Teilzahlungen zu behalten.

Das eigene Finanzwissen wird oft überschätzt: 76 Prozent der 1.000 Kreditkartenbesitzer glaubten, ungefähr zu wissen, wie die Zinsen eines Kredits berechnet werden. Bei einer Beispielrechnung kamen allerdings 80 Prozent nicht auf das richtige Ergebnis.

Das Informationsangebot der BaFin

Nur wer die Kreditzinsen kennt und versteht, wie man einen Ratenkredit zurückzahlt, kann die Risiken dieser Bezahlart richtig einschätzen. Die BaFin bietet auf ihrer Website umfangreiche Informationen zu Kreditkarten an, darunter konkrete Tipps, wie Verbraucher bei echten Kreditkarten hohe Zinszahlungen vermeiden können.

Quelle:

© Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht / www.bafin.de

Gender-Hinweis:

Zur besseren Lesbarkeit wird das generische Maskulinum verwendet, wobei sich alle Bezeichnungen auf alle Geschlechter beziehen.

SIEGER WERDEN NICHT GEBOREN, SONDERN GEMACHT

von ERFOLGSSTRATEGIEN, STATUSSYMBOLEN UND NACKTEN MÄNNERWADEN

„Mein Haus, mein Auto, mein Boot.“ Sicher haben Sie diesen legendären Sparkassen-Werbespot noch genau so im Ohr wie ich. „Was für ein schreckliches Schubladendenken!“ schreien die einen. Doch es ist etwas Wahres dran. Wir Männer definieren unseren Erfolg über Dinge, die wir anfassen können. Die wir vorzeigen können. Im Herzen sind wir alle noch die kleinen Jungs im Sandkasten, die um die größte und höchste Sandburg gewetteifert haben.

Ich erinnere mich noch genau an die ersten Tage meiner Trainerkarriere. Mein Chef hatte eine fette Rolex und fuhr, na klar, einen Porsche. Meine Kollegen hechelten alle danach, es auch irgendwann so weit zu bringen. Ich ebenfalls – jedoch ging es mir gar nicht um das Luxusauto oder den auffälligen Chronographen. Ich war nicht hinter dem Status her, der mit dem Geld kam, sondern hinter dem Gefühl, zu gewinnen. Ich wollte es bis ganz nach oben schaffen, auf den höchsten Gipfel des Erfolges! Alles, wirklich alles, trat für mich hinter dem Gefühl zurück, Erster zu sein. Ich wollte, dass alle zu mir aufblicken. Limbeck, die Nummer eins. Und zwar nicht wegen meines Autos, sondern wegen meiner Leistung und des daraus resultierenden Erfolges. Damals habe ich festgestellt, dass nicht viele so tickten.

Einmal fragte mich ein Mädel, ob ich denn auch Porsche fahren würde. Ich antwortete ihr damals wahrheitsgemäß „Nein. Suzuki Swift. Aber dafür die Sportausführung.“ Sie schaute mich nur irritiert an. Das ist etwas, was sich durch mein ganzes Leben gezogen hat. Ich wollte schon immer anders sein. Zu meinen Jugendzeiten in der Mofa-Clique hat das ein Mädel mal treffend auf den Punkt gebracht: „Mensch Martin, wenn alle eine schwarze Jacke haben, dann kaufst

du dir ne grüne. Und wenn alle grüne Jacken haben, hast du ne schwarze!“ So sieht's aus. Ich wollte meinen eigenen Weg gehen, es aus eigener Kraft schaffen.

Um was geht es eigentlich wirklich?

Ich habe rangeklotzt wie ein Besesserer. Ich war morgens der Erste und abends der Letzte auf dem Spielfeld. Ich bin selten Mittagessen gegangen. Und wenn, dann mit Kunden. Ich bekam nichts geschenkt, musste mir jeden einzelnen meiner Abschlüsse hart erarbeiten. Doch das war es mir wert. Für das süße Gefühl des Erfolges war ich bereit, alles zu tun. Dieses geile Gefühl war meine Kompensation, mein Ersatz und meine Strategie, um es dem Leben heimzuzahlen und immer wieder aufzustehen, wenn es mir wieder eines seiner Stoppschilder vor die Birne geknallt hatte. In mir war etwas, das mich besonders machte. Etwas, das ich besser konnte als alle anderen. Glaub mir: So eine Strategie hat jeder erfolgreiche Kerl. Ist wohl so ein Männerding.

Jeder von uns hat Bilder in seinem Kopf eingebrannt, die ihn nicht mehr loslassen. Sei es der größere Kerl in der Schule, der dich auf dem Pausenhof immer verkloppt hat oder der coolere Checker, der dir immer die Mädels vor der Nase weggeschnappt hat. Damit musst du fertigwerden. Dabei geht es nicht um körperliche Schmerzen, sondern um die nackte Angst, kein richtiger Mann zu sein. Die steckt in jedem von uns. Auch wenn wir nach außen einen auf „harter Kerl“ machen. Da kann so ein Porsche als Schutzschild nicht schaden. Oder was meinst du, warum Iron Man diesen supercoolnen High-tech-Anzug hat?

Was macht einen erfolgreichen Mann eigentlich aus? Die meisten von ihnen

haben die drei Cs: Charme, Charakter, Charisma. Und sie haben, wie eine Teilnehmerin im Seminar einmal sagte, meistens auch das vierte C: Creditcard. Natürlich haben solche Typen mehr Chancen bei Frauen. Das mag jetzt gemein klingen, doch welche Frau möchte schon gerne mit einem Loser zusammen sein? Ich weiß, wovon ich spreche. In meiner Teenagerzeit habe ich mehr als einmal erfahren müssen, was es heißt, nicht zu den coolen Jungs zu gehören. Und noch etwas habe ich gelernt: „Mehr Chancen bei Frauen haben“ ist nicht das Gleiche wie „glücklich sein“. Ein volles Bankkonto allein hält deine Beziehung nicht am Laufen.

Du trägst, was du bist

Gerne würde ich noch einen weiteren Punkt ins Spiel bringen: Kleidung. Frauen haben da definitiv einen kleinen Vorteil, denn sie können ihre Weiblichkeit gezielt einsetzen. Bevor jetzt der nächste Shitstorm über mich hereinbricht: Ja, das ist sexistisch. Na und? Sex sells! Egal welchem Job du nachgehst, du bist immer ein Verkäufer. Das Produkt, das du bestmöglich verkaufen sollst, bist du. Und aus meiner Sicht ist es vollkommen in Ordnung, dafür auch mal die Waffen einer Frau einzusetzen – solange das nicht die einzigen Verkaufsargumente bleiben. Hier kommt es auf die richtige Mischung an. Ein super knapper Minirock ist im Business sicher fehl am Platz – deswegen müssen sich Frauen aber nicht in formlose Säcke hüllen. Und Männer sollten genauso auf ihr Aussehen achten! Ich lege viel Wert auf Details.

Glauben Sie mir – jeder Mann sieht den Unterschied zwischen einem richtig top sitzenden, maßgeschneiderten Anzug und einem günstigen Modell von der Stange. Und der Blick deines Gegenübers wird im

mer, egal ob bewusst oder unbewusst, auf deine Schuhe fallen. Wer hier mit dreckigen oder, schlimmer noch, ausgelatschten Tretern auffällt, kann direkt wieder einpacken. Und bitte, liebe Mit-Männer: Tragt zum Anzug immer kniehohe Strümpfe. Warum? Ganz einfach: Wenn du sitzt oder die Beine übereinander schlägst, dann rutschen zwangsläufig die Hosenbeine hoch. Und was kommt zum Vorschein, wenn du eine kurze Socke trägst? Ein tadellos blankgeputzter dunkler Lederhalbschuh. Darüber ein Stück schwarze Socke. Dann ein Stück kalkweißes, stachelhaariges, tiefkühlhühnchenähnliches Männerbein. Dann wieder das dunkle Hosenbein des Anzuges. Geht gar nicht! Dein Anzug und die Schuhe sagen: „Ich hab's gewollt“, doch dein nacktes Stück Bein ist die traurige Erkenntnis: „Ich hab's nicht hinbekommen“. Also: lange Socken zum Anzug tragen.

Heute tauche ich bei jedem Kunden wie aus dem Ei gepellt auf. Ich habe gelernt, wie wichtig das ist, wie viel besser dein Stand im Business ist, wie viel besser deine Ausstrahlung ist. Selbst wenn Sie nur telefonieren und Sie keiner dabei sieht. Man wirkt ganz anders. Zahlreiche Studien belegen, dass schöne Menschen besser verdienen. Das liegt jedoch nicht ausschließlich an der Kleidung. Ausschlaggebend ist das Selbstbewusstsein. Wenn Sie zufrieden mit sich und Ihrem Aussehen sind, strahlen Sie das auch aus. Damit verkaufen Sie sich automatisch besser, als wenn Sie sich hässlich finden. Und ein gesundes Selbstbewusstsein wirkt sich immer positiv auf die kommunikativen Fähigkeiten aus. Damit haben Sie die entscheidenden Weichen für Ihren Erfolg gestellt. Und auch wenn mir Statussymbole gar nicht so wichtig sind: Natürlich fahre ich jetzt auch Porsche. Genau genommen sogar zwei.



Martin Limbeck

Martin Limbeck ist Mehrfachunternehmer, Investor, sechsfacher Bestsellerautor sowie einer der führenden Experten für Sales und Sales Leadership in Europa. Mit seiner Gipfelstürmer Mentoring GmbH unterstützt er nach dem Verkauf der Limbeck Group jetzt Unternehmer in verschiedenen Formaten dabei, ein Sales-Mindset zu entwickeln, in ihrer Firma Vertrieb zur Chefsache zu machen und sie zur Sales Driven Company zu transformieren. Seine Erfahrung aus dem Firmenverkauf setzt er ein, um Unternehmer bei der Gestaltung von Nachfolgeregelungen zu unterstützen

Mehr auf: <https://martinlimbeck.de>



© Adobe Stock | TSV/Photo

UNSER GELD STIRBT! GOLD KENNT KEIN ERBARMEN

Gold hat die Schallmauer von 4.000 US-Dollar durchbrochen. Während uns Mainstream-Ökonomen beschwichtigen, dass alles unter Kontrolle ist, spricht Gold eine andere Sprache. Der Titel meines aktuellen Bestsellers erfüllt sich: Unser Geld stirbt! Wir treten in ein neues monetäres Zeitalter ein. Warum 4.000 Dollar erst der Anfang waren und warum man neben Gold auch digitales Gold haben sollte.

Gold glänzt

Wenn Gold seit Jahresbeginn über 50 Prozent im Plus ist, dann sollte das jeden Anleger hellhörig machen. Gold gilt als sicherer Hafen und als Schutz vor Gelddrucken und Inflation. Kurzum: Das Misstrauensvotum gegen die Zentralbanken könnte kaum lauter sein.

Corona hat die Spielregeln verändert

Seit Corona ist klar, dass die Spielregeln neu geschrieben werden. Staaten verschulden sich in nie dagewesener Geschwindigkeit, Notenbanken müssen Geld drucken, um das Kartenthaus zusammenzuhalten. Wer bitte würde in so einem Umfeld den USA sein Kapital für 30 Jahre anvertrauen, bei 4,7 Prozent Zinsen und einer Inflation, die strukturell weit höher liegt?

Wie der folgende Chart zeigt, erleben langlaufende Staatsanleihen einen historischen Trendwechsel. Nach über drei Jahrzehnten fallender Zinsen sehen wir seit 2020 einen ausgeprägten Aufwärtstrend. Der 40-jährige Anleihen-Bullenmarkt ist am Ende. Das Fiatgeldsystem bröckelt an allen Ecken und Kanten: Staatsausgaben entgleiten der Kontrolle, und das reale Wachstum hängt am seidenen Faden. Die Stärke von Gold ist in diesem Umfeld kein Zufall, sondern die direkte Folge des scheiterns des Systems.

Genau deshalb flüchten institutionelle Investoren massiv in Gold. Kein Zufall, dass wir neue Allzeithöchs über 4.000 Dollar sehen. Und es ist erst der Anfang. Historisch betrachtet stehen wir noch immer ganz am Anfang eines historischen Bullenmarkts, der wie in den 1970ern oder 2000ern eine ganze Dekade laufen kann.

nische Aktienindex S&P 500 knapp über der 14-Prozent-Marke liegt. Wenn Gold Aktien derart übertrumpft, dann ist das ein Warnsignal, dass wir uns in einem neuen monetären Regime befinden.

Und dass das erst der Anfang ist, zeigt das Verhältnis von Gold zum S&P 500 (siehe nächster Chart). Immer dann, wenn das Ratio steigt, fliehen Anleger aus Papierwerten in echte Substanz, ein untrügliches Zeichen für schwindendes Vertrauen in das Finanzsystem, die Geldpolitik oder die Wirtschaft.

Steigt das Ratio, dominieren Angst und Wahrheit – sinkt es, herrschen Gier und die Illusion billigen Wachstums. Jede Bewegung in diesem Chart ist ein Stimmungsbild des globalen Vertrauens: Wenn die Fantasie der Notenbanken endet, kehrt das Kapital dorthin zurück, wo Wert noch Wert ist, zu Gold.

Das digitale Gold zieht nach

Während Gold von Rekordhoch zu Rekordhoch stürmt, zieht Bitcoin allmählich nach. Dieser hat erst vor wenigen Tagen ein neues Allzeithoch von über 125.000 US-Dollar markiert.





Seit Jahresbeginn hat Bitcoin gerade einmal rund 30 Prozent zugelegt. Auch das Gold-Bitcoin-Ratio zeigt, dass sich die beiden Assets noch die Waage halten, nachdem Bitcoin zu Gold stückweit aufholen konnte.

Doch das wird sich ändern. Ich bin überzeugt: Das digitale Gold steht vor dem nächsten großen Sprung. Warum? Ganz einfach: Die Notenbanken sitzen in der Falle.

Die Schuldenberge wachsen, das System ächzt – und die einzige Antwort, die ihnen bleibt, ist dieselbe wie immer: Zinsen runter, Gelddrucker an! Sobald die Zinsen weiter fallen, wird noch mehr Liquidität ins System gespült. Schon jetzt parken über 7,5 Billionen US-Dollar in Geldmarktfonds – Kapital, das nur darauf wartet, wieder Rendite zu jagen. Und wenn die Inflation erneut anzieht, wird dieses Geld mit Macht zurück in die Märkte gedrängt. Bitcoin und Sachwerte werden zu den großen Profiteuren gehören – so wie immer, wenn das Vertrauen ins Papiergegeld schwindet.

Die große Entwertung

Wichtig zu verstehen ist, dass ein steigender Goldpreis und auch ein steigender Bitcoin nur ein Symptom sind. Der folgende Chart zeigt gnadenlos, was viele noch immer verdrängen: Der Dollar verliert seit Jahren massiv an Kaufkraft – und Gold entlarvt diese Entwertung schonungslos. Wäh-

rend die Notenbanken weiter Geld drucken und die Schulden explodieren, bleibt Gold das, was es immer war – der wahre Wertspeicher. Papiergegeld kommt und geht – aber echtes Geld, wie Gold, bleibt bestehen.

Fazit: Willkommen im Zeitalter von Gold und Bitcoin

Wir erleben den größten monetären Umbruch seit Jahrzehnten. Gold über

4.000 Dollar ist kein Zufall, sondern die logische Folge eines Systems, das sich selbst entwertet.

Neues Allzeithoch für Gold – neues Allzeittief für Fiat!

Doch das ist erst der Anfang. Diese Reise geht weiter – mein Ziel für 2026 liegt bei 5.000 US-Dollar, langfristig sehe ich Gold über 10.000 US-Dollar. Und parallel wird auch das digitale

Gold, Bitcoin, seinen Siegeszug fortsetzen.

Während die Notenbanken weiter Geld drucken und Staaten Schulden auftürmen, fließt das Vertrauen dorthin, wo echter Wert bleibt: in begrenzte, reale Werte. Wir stehen am Beginn einer neuen Ära – dem Zeitalter von Gold und Bitcoin.

Ich warne seit Jahren vor genau dieser Entwicklung – und sie läuft jetzt

vor unseren Augen ab. Was wir erleben, ist kein Zufall, sondern der Beginn der größten Revolution aller Zeiten: Das alte Geld stirbt, und ein neues Geldsystem entsteht. Genau darum geht es in meinem aktuellen SPIEGEL-Bestseller „Die größte Revolution aller Zeiten – Warum unser Geld stirbt und wie Sie davon profitieren.“



Marc Friedrich

Marc Friedrich ist Deutschlands erfolgreichster Sachbuchautor (7 SPIEGEL Bestseller in Folge), ausgewiesener Finanzexperte, gefragter Redner, YouTube-Star, bekannt aus Funk und TV, Vordenker, Freigeist und Honorarberater.

Sein aktuelles Buch trägt den Titel „Die größte Revolution aller Zeiten – Warum unser Geld stirbt und wie Sie davon profitieren können“ und wird sich ausschließlich mit dem Thema Bitcoin und Geldgeschichte beschäftigen.

Mehr Informationen: www.friedrich-partner.de; www.marc-friedrich.de und friedrich.report

Twitter und Instagram: @marcfriedrich7



JEDER SIEBTE TODESFALL IST EINE FOLGE DES RAUCHENS

Wo wird in Deutschland am meisten geraucht? Und hängt das Rauchverhalten vom Bildungsstand ab? Welche Altersgruppen greifen am häufigsten zur Kippe und nutzen am intensivsten E-Zigaretten? Mit der Neuauflage des Tabakatlas Deutschland stellen das Deutsche Krebsforschungszentrum (DKFZ)

Auch wenn die Gesundheitsgefahren bekannt sind, raucht in Deutschland mehr als jeder vierte Erwachsene. Der hohe Tabakkonsum hat gravierende Folgen: In Deutschland waren im Jahr 2022 rund 88.000 der Krebsneuerkrankungen auf das Rauchen zurückzuführen, und im Jahr 2023 starben etwa 131.000 Menschen an den Folgen tabakbedingter Erkrankungen. Das entspricht 13,7 Prozent aller Todesfälle in Deutschland.

„Die Tabakprävention hat ein enormes Potenzial für die Krebsprävention, denn Rauchen ist für fast 20 Prozent aller Krebsneuerkrankungen verantwortlich. Damit ist Rauchen nach wie vor der wichtigste vermeidbare Krebsrisikofaktor. Mit dem Tabakatlas liefern wir die Informationen, die politische Entscheidungsträger benötigen, um die Prävention tabakbedingter Erkrankungen in Deutschland voranzubringen“, sagt Michael Baumann, Vorsitzender des DKFZ.

Erhebliche Unterschiede beim Rauchverhalten bestehen zwischen den einzelnen Bundesländern. Tendenziell wird in östlichen Bundesländern mehr geraucht als in westlichen, und in nördlichen Bundesländern mehr als in südlichen. Das Rauchverhalten ist zudem stark sozial geprägt. In allen Altersgruppen ist der

und die Deutsche Krebshilfe zum Start der Nationalen Krebspräventionswoche eine Zusammenfassung aktueller Daten und Fakten rund um den Tabakkonsum sowie der damit verbundenen gesundheitlichen Risiken und gesellschaftlichen Folgen zur Verfügung.

Raucheranteil unter Menschen mit niedrigem Bildungsstand am höchsten. Präventionsmaßnahmen und Hilfsangebote zur Tabakentwöhnung müssen daher insbesondere auf Menschen mit niedrigem sozioökonomischem Status zugeschnitten werden. Bei jungen Menschen ist ein Trend hin zu neuen Nikotinprodukten zu beobachten: Fast acht Prozent der 12- bis 17-Jährigen und rund 15 Prozent der 18- bis 25-Jährigen haben in den letzten 30 Tagen eine E-Zigarette verwendet. Dabei greifen junge Menschen vor allem zu den bunten, billigen und einfach zu bedienenden Einweg-E-Zigaretten.

Hendrik Streeck, Drogenbeauftragter der Bundesregierung, sagt: „Aus medizinischer Sicht ist es eindeutig: Rauchen gehört zu den größten vermeidbaren Gesundheitsrisiken überhaupt. In Deutschland sterben jedes Jahr rund 131.000 Menschen direkt an den Folgen des Tabakkonsums. Zwar sehen wir einen Rückgang der klassischen Tabaknutzung, insbesondere seit den 2000er Jahren – doch dieser Fortschritt verläuft lang-

sam und darf uns nicht in falscher Sicherheit wiegen. Als Arzt finde ich besonders besorgniserregend die Entwicklung bei E-Zigaretten. Immer mehr Jugendliche greifen zu Vapes, die mit fruchtigen Aromen und buntem Design gezielt junge Menschen ansprechen. Produkte, die nach Wassermelone oder Erdbeere schmecken, wirken harmlos, können aber rasch in eine Abhängigkeit führen. Nikotinkonsum ist ganz unabhängig von der Darreichungsform für die Gesundheit gefährlich. Deshalb ist es wichtig, diese Risiken klar zu benennen, aufzuklären und wirksame Maßnahmen zu ergreifen, damit wir junge Menschen besser schützen.“

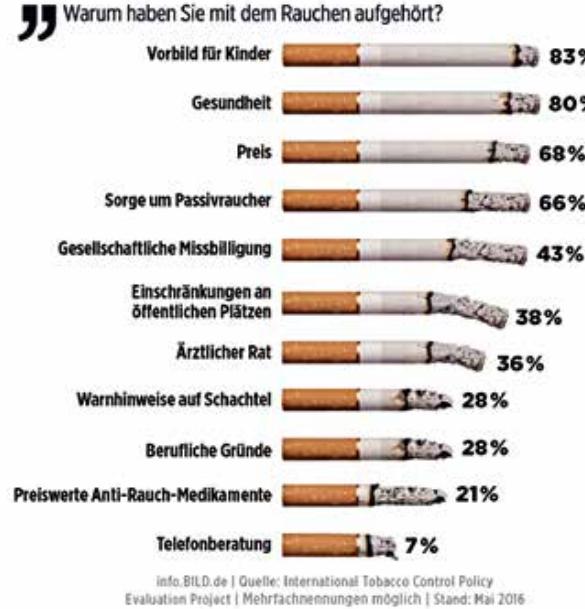
Neben den gesundheitlichen Konsequenzen des Rauchens beleuchtet der Tabakatlas Deutschland auch die immensen Folgen des Rauchens für die Umwelt: Zigarettenkippen gehören zu den häufigsten an Stränden gefundenen Abfallprodukten. Die Giftstoffe aus den Filtern und Tabakresten achtlos weggeworfener Zigarettenkippen gelangen in die Umwelt und schädigen Tiere und Pflanzen. Die weltweite Tabakproduktion hat

zusätzlich auch einen großen ökologischen Fußabdruck: Sie verursacht mit rund 83 Millionen Tonnen CO₂-Äquivalenten ähnlich viele Treibhausgase wie ein kleineres Industrieland.

Der Tabakatlas Deutschland 2025 verdeutlicht das enorme Potenzial der Tabakprävention und präventiver Gesundheitspolitik und zeigt Maßnahmen auf, über die vor allem die Politik dazu beitragen kann, den Tabakkonsum zu senken. Das Nichtrauchen zu stärken, ist ein wichtiges Ziel der Krebsprävention. „Einige Länder – wie die Niederlande oder Finnland – haben bereits verpflichtende Strategien entwickelt, um dem Tabakkonsum entgegenzuwirken. Auch Deutschland sollte sich als strategisches Ziel setzen, bis 2040 rauchfrei zu werden, also den Anteil rauchender Menschen in der Bevölkerung auf unter fünf Prozent zu senken – ein Ziel, das erreicht werden kann, wenn die Politik die entsprechenden Weichen dafür stellt“, sagt Gerd Nettekoven, Vorstand der Deutschen Krebshilfe.

Quelle:
Deutsches Gesundheits Portal

Endlich Nichtraucher!



MLM-Verwalter

Software für Ihren Vertrieb. Folgende Aufgabenbereiche können Sie damit organisieren: verwalten von Vertriebspartner mit Stammbäumen, Karriereplan, Provisionen in mehreren Ebenen, Kunden, Rechnungen, Endkunden- und Mitarbeiter-Shop, Mitgliedsbereich für die Vertriebspartner mit Onlinestatistiken, Interessentenverwaltung, Newsletter, usw.



Telefon: 0911 5979433
info@mlmverwalter.de
www.mlmverwalter.net



NETWORK-KARRIERE

20 JAHRE EUROPAS WIRTSCHAFTSZEITUNG FÜR DEN DIREKTVERTRIEB

Redaktions- und Anzeigenannahmeschluss
für die Print- und kostenlose Online-
ausgabe jeweils bis zum 20. des Monats.
Kontakt: verlag@network-karriere.com

UPLINE®

SOFTWARE FÜR DIREKTVERTRIEBE

Wie bilden Sie Ihr innovatives Geschäftsmodell in einer Unternehmenssoftware ab, die Ihre Mitarbeiter und Vertriebspartner gerne nutzen?

Upline ist in Deutschland eine führende Unternehmenssoftware für Direktvertriebe. Skalierbarkeit, zahlreiche Funktionsmodule und das tiefe Knowhow aus der Direktvertriebsbranche sind nur einige Vorteile, die Ihnen Upline sofort bieten kann.

Weltweit wird Upline bereits auf sechs Kontinenten und in über 200 Ländern eingesetzt.

Unsere etablierten MLM-Programmpakete schneiden wir dem Geschäftsmodell Ihres Direktvertriebs auf den Leib.

Die Upline Korrektheitsgarantie:
Passt unsere Lösung nicht exakt zu Ihrem Vergütungsplan, zahlen Sie nichts!

WWW.UPLINE.DE **089/922 999 8-10**



DER NEWSLETTER: FÜR SIE: AKTUELLE BUSINESS-NEWS

„So bleiben Sie gut informiert“:

Ihr direkter Weg zur
Network-Karriere



... NEWS ... NEWS ...

20 Jahre Network-Karriere: Die Jubiläums-Printausgabe

Hier versandkostenfrei solange Vorrat reicht bestellen: www.network-karriere.shop/

Der Tipp für Dein Team: Die Network-Karriere jeden Monat

kostenlos und ohne Registrierung auf dem Smartphone, Tablet oder PC lesen: <https://acesse.dev/uuE5f>

Stell Dich und Dein Network-Marketing Geschäft bei der Network-Karriere Redaktion auf max. einer DIN A4 Seite kostenfrei vor:

Vielleicht wird daraus eine Network-Karriere Story.

Mail an: social-media@network-karriere.com

Pfeile: AdobeStock/©YummyBuum

NETWORK-KARRIERE

DIE WIRTSCHAFTSFACHZEITUNG FÜR DEN DIREKTVERTRIEB

DAS JAHRES-ABONNEMENT: IHR BESTES TOOL FÜR EIN ERFOLGREICHES BUSINESS

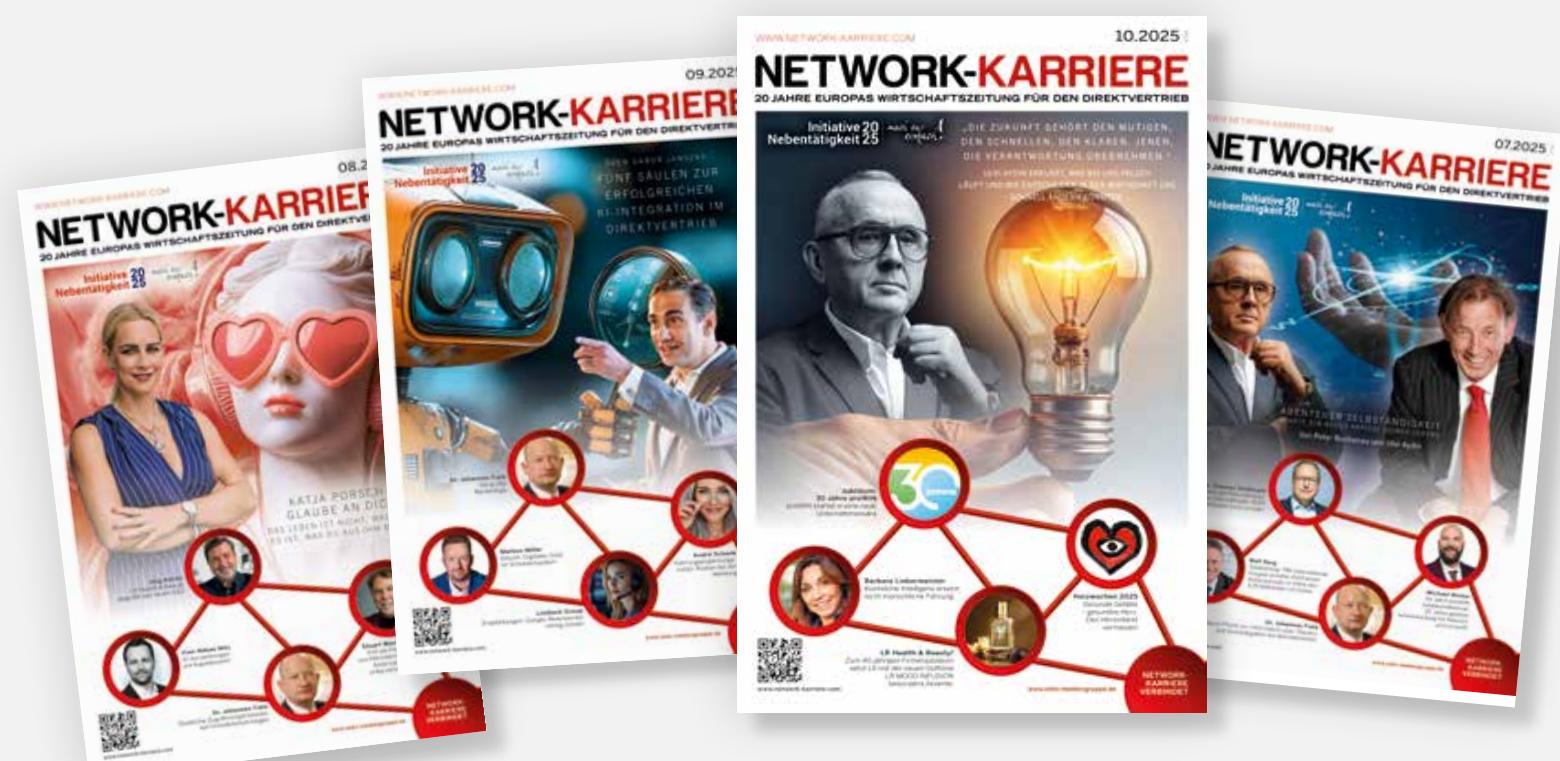
Tun Sie sich was Gutes, lesen Sie was Gutes:
Die Network-Karriere.

Die neuesten Branchen-News national und international, Insiderwissen und Erfolgsstories, Trainingsthemen, Lifestyle und mehr erfahren Sie monatlich durch die Network-Karriere.

Nutzen Sie diese Quelle der Information als Unterstützung für Ihr tägliches Geschäft und unterstreichen Sie die Seriosität dieser Branche durch fundierte journalistische Inhalte und Top-Interviews mit Politikern, Meinungsbildnern und Personen des öffentlichen Lebens.

Mit dem Jahres-Abonnement der Fachzeitung erhalten Sie alle Informationen druckfrisch nach Hause geliefert und profitieren zeitgleich durch Sonder-Aktionen und -Leistungen des Verlages.

- > Keine automatische Verlängerung – keine Kündigungsfristen – solide und fair
- > Jetzt online abonnieren und ab der nächsten Ausgabe immer top-informiert sein:



SEITZ-MEDIENGRUPPE

Professionelle Medienberatung
erhalten Sie unter:
Telefon: 0 70 31/744-110
verlag@network-karriere.com

www.network-karriere.com

MOTTOS – DER UNSICHTBARE KOMPASS ECHTER FÜHRUNG



Warum Unternehmen Orientierung verlieren, wenn Worte nur noch Claims sind

Ein Motto ist kein modischer Zusatz, kein Spruch fürs Whiteboard und keine Zierde im Leitbild. Ein Motto ist Haltung in ihrer konzentriertesten Form, ein inneres Versprechen, das Richtung gibt, wenn kein Handbuch mehr hilft. Es ist das leise „warum“ hinter unseren Entscheidungen.

Ein Claim dagegen ist laut. Er spricht nach außen, will überzeugen, wer-

ben, wirken. Ein Claim sucht Zustimmung, das Motto braucht keine. Wer ein wahres Motto hat, braucht keine täglichen Motivationssprüche, denn es handelt sich weniger um einen Satz, als um eine Richtung. Und wer diese Richtung nicht kennt, treibt erst unmerklich, dann unaufhaltsam, von ihr ab.

Trotz allem haben viele keins. Stattdessen kursieren Kalendersprüche, Worthülsen, austauschbare Phrasen wie „teamfähig“, „lösungsorientiert“, oder gar „optimistisch denkend“.

Worte, die alles sagen, aber nichts bedeuten. Ein Motto darf ruhig einfach sein, aber nie leer, denn im Alltag, in Drucksituationen, in Konflikten, trennt sich Wort von Wahrheit. Da zeigt sich, ob der Satz an der Wand, lebt oder einfach nur da hängt.

Mottos sind das wichtigste Werkzeug der Führung. Sie geben Orientierung, wenn Entscheidungen unangenehm werden, und schaffen Konsistenz in Zeiten des Wandels. Ein klares Motto hilft Teams, Prioritäten zu setzen und Ambiguität zu reduzieren. Es wirkt nach innen, bevor es nach außen wirken kann. Unternehmen, die ihr Motto nicht leben oder gar keins haben, verlieren genau diese Orientierung: sie entscheiden beliebig, kommunizieren widersprüchlich und wundern sich, wenn Engagement erodiert.

So wie Menschen reifen, reifen auch ihre Mottos. Das Motto, das man sich mit 15 Jahren überlegt hat, wird man nicht bis ans Ende mit sich mittragen. Es verändert sich mit uns, passt sich uns an, wie ein Kompass, der sich nach neuen Koordinaten ausrichtet. Deshalb gilt ganz klar: Wer kein Motto hat, hat auch keinen Kompass. Und ohne Kompass wird jede Bewegung Zufall.

Man erkennt in Unternehmen echte Führung daran, dass sie einen solchen Kompass besitzt. Ein Team spürt, ob ein Satz authentisch ist oder bloß entworfen. Man sieht es an der Konsequenz, mit der Entscheidungen getroffen werden, an der Klarheit, mit der Ziele formuliert werden und an der Glaubwürdigkeit, mit der Führungskräfte handeln. Ein Motto, das nur auf Folien existiert, stiftet keine Orientierung, es schafft Misstrauen und ist nichts weiter, als ein Claim.

Am Ende entscheidet nicht, wie ein Motto klingt, sondern wie es gelebt wird. Es ersetzt keine Strategie, aber es gibt ihr Richtung. Es schafft keine Ergebnisse, aber es ermöglicht sie.

Ein gutes Motto ist kein Ornament, sondern ein Orientierungspunkt, denn Führung beginnt nicht mit einem Titel, sondern mit Haltung.

Und Haltung beginnt mit einem Satz, der trägt.



Ulvi I. Aydin

Ulvi Aydin ist Founder und CEO der AYCON Management Consulting GmbH. Aydin (Jahrgang 1960) ist preisgekrönter Premium Executive Interim Manager, Unternehmens- und Unternehmer-Entwickler, zertifizierter Aufsichtsrat & Beirat, Speaker, Markenbotschafter, Buchautor & Dozent an der Steinbeis Augsburg Business School. Er unterstützt mittelständische Unternehmen und Konzerne bei Marken- und Marktentwicklung, Neupositionierung, Re-Strukturierung und Vertriebsexzellenz.



Einfach. Erfolgreich. Seit 1993.

Familienunternehmen auf Wachstumskurs



PM-International ist eines der **weltweit größten Direktvertriebsunternehmen** im Bereich Premiumprodukte für Gesundheit, Fitness und Schönheit.

3
MILLIARDEN
US-DOLLAR

3,25 Milliarden US-Dollar Umsatz weltweit im Jahr 2023



Bravo International Growth Award
für das schnellst wachsende internationale
Direktvertriebsunternehmen in Folge.

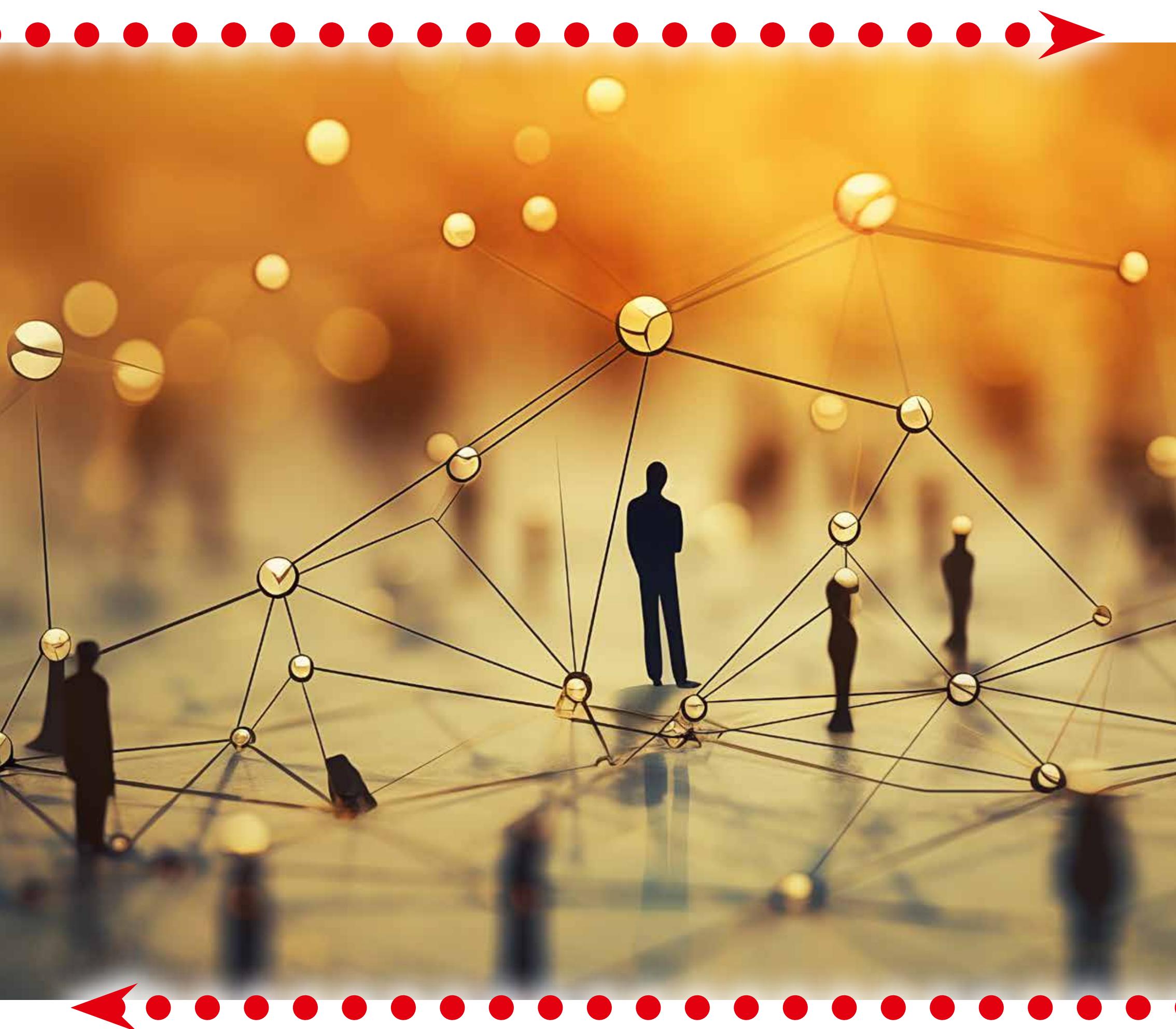


www.pm-international.com

NETWORK-KARRIERE

20 JAHRE EUROPAS WIRTSCHAFTSZEITUNG FÜR DEN DIREKTVERTRIEB

WER MACHT WAS IM DIREKTVERTRIEB?



**Jeden Monat wissen,
was im Direktvertrieb läuft**