

MEHR WISSEN. DAS THEMEN-DOSSIER VOM ERFOLG MAGAZIN

ERFOLG

magazin

DOSSIER



10 PRAXISTIPPS FÜR
NACHHALTIGEN ERFOLG IM
EMPFEHLUNGSMARKETING

EXPERTE IN
DIESER AUSGABE

**MARTIN
RYF**

Empfehlungsmarketing
als Wachstumssystem:
Warum **Vertrauen** die
stärkste Währung der Wirtschaft ist



4 190872 505003

Bild: Rainer Häckl, rainerhaeckl.com

E-PAPER AUSGABE 46 · 2026

DEUTSCHLAND | ÖSTERREICH | SCHWEIZ



Bild: Rainer Häckl, rainerhaeckl.com

INHALT

Interview

»Sicherheit ist eine Illusion!« 4

Titelthema

Empfehlungsmarketing als Wachstumssystem:
Warum Vertrauen die stärkste Währung der
Wirtschaft ist 6

Erfolg

10 Praxistipps für nachhaltigen Erfolg
im Empfehlungsmarketing 8

Angebote

Das Netzwerk der Exzellenz
– Kooperationen & Perspektiven 10

Impressum

ERFOLG Magazin Dossier

Redaktion/Verlag

BACKHAUS Verlag GmbH
ist ein Unternehmen der Backhaus Medien-
gruppe Holding GmbH, Geschäftsführender
Gesellschafter Julien Backhaus

E-Mail: info@backhausverlag.de
Chefredakteur (V. i. S. d. P.) Julien Backhaus

Redaktion / Grafik

Anna Seifert, Laura Cecere, Stefanie Klief
E-Mail: redaktion@backhausverlag.de
Objektleitung: Judith Iben

Layout und Gestaltung: Christina Meyer,
Judith Iben
E-Mail: magazine@backhausverlag.de

Onlineredaktion

E-Mail: info@backhausverlag.de

Herausgeber, Verleger:

Julien Backhaus

Anschrift

Zum Flugplatz 44 | D-27356 Rotenburg
Telefon: (0 42 68) 9 53 04 91
E-Mail: info@backhausverlag.de
www.backhausverlag.de

Vervielfältigung oder Verbreitung
nicht ohne Genehmigung.

Alle Rechte vorbehalten.

Autoren (V. i. S. d. P.)

Die Autoren der Artikel und Kommentare
im ERFOLG Magazin sind im Sinne des
Presserechts selbstverantwortlich. Die Mei-
nung der Autoren spiegelt nicht unbedingt
die Meinung der Redaktion wider. Trotz
sorgfältiger Prüfung durch die Redaktion
wird in keiner Weise Haftung für Richtig-
keit geschwiege denn für Empfehlungen
übernommen. Für den Inhalt der Anzeigen
sind die Unternehmen verantwortlich.

Folgen Sie uns auch auf





Empfehlungsmarketing:

Wenn Vertrauen zur Währung wird

Der Vertrieb befindet sich im Wandel. Wo Kaufentscheidungen früher häufig im persönlichen Gespräch getroffen wurden, entscheiden heute zunehmend Algorithmen über Sichtbarkeit und Reichweite. Nahezu alles dreht sich um Aufmerksamkeit und Abschlüsse. Doch während die Branche immer stärker auf automatisierte Prozesse setzt, wächst gleichzeitig die Sehnsucht nach Orientierung, Glaubwürdigkeit und echten Erfahrungen. Vielleicht ist das einer der Gründe, warum Empfehlungsmarketing heute wieder an Bedeutung gewinnt, schließlich basiert das Konzept auf einem einfachen Prinzip: Menschen vertrauen den Erfahrungen anderer Menschen oft mehr als klassischer Werbung. Über die gelegentliche Weitergabe eines Tipps geht diese Form des Vertriebs allerdings hinaus; aus einem einfachen Konzept hat sich längst ein ebenso professionelles wie komplexes Geschäftsmodell mit hohem Wachstumspotenzial entwickelt. Solche Systeme funktionieren jedoch nur dauerhaft, wenn ihre Produkte und Dienstleistungen echten Mehrwert bieten und ihre Strukturen

auf starken Netzwerken basieren. Kurz gesagt: Vertrauen lässt sich nicht kaufen – es muss verdient werden.

Umso mehr freuen wir uns, Martin Ryf als Experten für diese Ausgabe gewonnen zu haben. Der Schweizer Unternehmer erkannte schon früh, dass vermeintliche Sicherheit allein kein erfülltes Leben garantiert – und dass absolute Sicherheit letztlich eine Illusion ist. Deshalb entschied er sich, seinen eigenen Weg zu gehen und zählt mittlerweile seit mehreren Jahrzehnten zu den bekanntesten Persönlichkeiten des Vertriebs im DACH-Raum. Im aktuellen Erfolg Magazin Dossier zeigt er, welche Kriterien für ihn bei der Produktauswahl entscheidend sind und wie Menschenkenntnis zu einem der wichtigsten Erfolgsfaktoren werden kann. Wir wünschen Ihnen spannende Einblicke in eine Branche, deren wichtigste Ressource nicht das Kapital, sondern die Glaubwürdigkeit ist.

Viel Vergnügen beim Lesen
Ihr Julien Backhaus

Alle Dossiers
kostenlos
herunterladen

erfolg-magazin.de/erfolg-dossier/



Martin Ryf ist als Speaker und Mentor sowie als langjähriger Unternehmer im Empfehlungsmarketing bekannt. Der frühere Beamte begleitet Menschen beim Aufbau nachhaltiger Geschäftsmodelle.



»Sicherheit ist eine Illusion!«

Martin Ryf über die Limits klassischer Karrieren und die Freiheit im Empfehlungsmarketing

Eine Behördenlaufbahn war ihm sicher, doch Martin Ryf entschied sich anders und wagte den Schritt ins Empfehlungsmarketing. Ein radikaler Schritt, doch er zahlte sich aus: Heute zählt Ryf zu den erfolgreichsten, deutschsprachigen Persönlichkeiten in seiner Branche. Mit uns hat er über die Grundlagen seines Erfolgs gesprochen – und über die Zukunft dieses Geschäftsmodells.

Herr Ryf, Sie haben eine angesehene Position im Konkursamt hinter sich gelassen, um ins Empfehlungsmarketing zu wechseln. Wie sicher waren Sie sich, dass dieser Weg erfolgreich sein würde? Als Konkursbeamter habe ich gesehen, woran Unternehmen und Menschen scheitern. Oftmals wollten sie etwas aufbauen und Erfolg haben, waren aber in starren Systemen gefangen oder unfähig angemessen zu skalieren. Eine absolute Sicherheit gibt es nie. Ich habe die

größten Firmen gesehen, die auf einmal verschwunden sind. Die Swissair zum Beispiel: Wer hätte gedacht, dass diese Schweizer Marke jemals in Konkurs gehen könnte? Das war völlig unvorstellbar – aber möglich. Beim Empfehlungsmarketing haben Sie hingegen praktisch kein Risiko, denn es gibt keine Fixkosten und kein Gläubiger-Risiko wie in anderen Branchen. Vor allem aber haben Sie eine unbegrenzte Skalierbarkeit. Natürlich war ich mir nicht sicher, ob das Konzept für

mich persönlich funktionieren würde. Sicher war ich mir jedoch, dass das System funktioniert. »Skalierbarkeit« bedeutet, dass Sie ein unbegrenztes Potenzial an Wachstum haben. Das bedeutet auch Einkommensmöglichkeiten ohne Limit.

Glauben Sie, dass das ein Grund ist, weshalb das Empfehlungsmarketing für viele so attraktiv erscheint?

Ich denke, dass die Skalierbarkeit und die damit verbundenen, unbegrenzten Möglichkeiten ein wichtiger Faktor sind. Es gibt aber auch andere Gründe, zum Beispiel, dass man nicht an einen Arbeitsort gebunden ist. Man kann dieses Geschäft überall betreiben. Viele möchten nicht unbegrenzt skalieren, sondern sich einfach etwas zusätzlich aufbauen. Wenn Menschen 500 oder 1.000 Euro mehr im Monat haben, bedeutet das für die meisten einen riesigen Unterschied. Das Attraktive ist, dass sie sich in absoluter Freiheit etwas Zusätzliches aufbauen können. Ich habe gelernt, dass Sicherheit eine Illusion ist. Erfolg definiere ich heute über Freiheit und Eigenverantwortung.

Worin sehen Sie die entscheidenden Erfolgsfaktoren?

An erster Stelle steht die Disziplin. Ich sehe Empfehlungsmarketing zunächst wie einen Beruf, den man erlernen muss, nicht wie ein Hobby: Ab und zu etwas zu empfehlen, ist eine Gefälligkeit. Um sich jedoch systematisch etwas aufzubauen, braucht es Struktur und Ausbildung. Verschiedene Mechanismen müssen ineinandergreifen. Zweitens geht es um Konstanz: Man muss kontinuierlich an seinem Geschäft arbeiten. Drittens braucht es Durchhaltevermögen. Viele bauen heute ein Geschäft im Empfehlungsmarketing auf, ohne vorher Geschäftserfahrung gemacht zu haben. Sie müssen lernen, mit Ablehnung umzugehen.

Für mich persönlich spielt auch Empathie eine Rolle. In meiner früheren Position habe ich gelernt, Situationen und Sorgen der Menschen gut zu erkennen. Ich kann gut zuhören, die Sorgen herausspüren und darauf eingehen. Entscheidend ist außerdem, dass das Ganze übertragbar ist. Man muss nicht selbst der große Held oder der beste Verkäufer sein. Man sollte vielmehr dafür sorgen, dass andere erfolgreich werden. Man muss ein guter Coach, Begleiter und Ausbilder sein.

Was wären für Sie die ersten drei Schritte, wenn man sich ein Business im Empfehlungsmarketing aufbauen möchte?

Der erste Schritt ist die Entscheidung, dass man es wirklich will und sich mindestens ein Jahr lang Zeit gibt. Der zweite Schritt ist, an die Arbeit zu gehen. Man

»Der größte Vorteil des Empfehlungsmarketings ist die Mensch-zu-Mensch-Beziehung. Diese darf unabhängig vom Kommunikationsweg niemals verloren gehen.«

– Martin Ryf

sollte bereit sein zu lernen, sich einzusetzen und überall dabei zu sein, wo man etwas lernen kann – bei Trainings, Zoom-Meetings und Live-Events. Der dritte Schritt ist, sofort in Aktion zu treten. Man sollte die Menschen im eigenen Umfeld darüber informieren, was man macht: »Ich habe ein neues Geschäft« oder: »Ich habe tolle Produkte«. Es geht darum, die Information weiterzugeben und direkt aktiv zu werden. Das sind aus meiner Sicht die drei wichtigsten Schritte.

Worauf sollten Menschen achten, die ins Empfehlungsmarketing einsteigen möchten?

Ich denke, das Entscheidende ist, dass man ein Produkt hat, das einzigartig ist. Wenn Ihnen eines vorliegt, dass es bereits in verschiedenen Varianten und Qualitäten gibt, wird es schwierig. Wenn Sie jedoch eine Weltneuheit haben, die tatsächlich Resultate liefert, dann haben Sie etwas sehr Wertvolles.

Wenn Menschen einen echten Mehrwert erleben und die Ergebnisse selbst spüren, wird die Weiterempfehlung zu einem ganz natürlichen Vorgang. Das ist nicht aufgesetzt, sondern ergibt sich aus den positiven Ergebnissen. Ich arbeite beispielsweise mit dem einzigen wasserlöslichen CBD-Produkt weltweit, das einen sehr hohen Anteil an CBD und zahlreichen weiteren Wirkstoffen hat. Das ist ein Beispiel aus dem Gesundheits- und Anti-Aging-Bereich. Es gibt auch andere vielversprechende Bereiche.

Mir persönlich liegt dieser Bereich besonders am Herzen, weil ich Menschen gerne helfe und mich seit jeher für Ernährung und Gesundheit interessiere. Eine Faustregel besagt weiterhin, dass man zunächst abwarten sollte, ob sich eine Firma über mehrere Jahre am Markt behaupten kann. Wichtig ist, wer hinter der Firma steht und welche Menschen sie führen. Ebenso wichtig ist die Stabilität des Unternehmens. Wir haben viele Firmen gesehen, die zwar gute Produkte hatten, als Unternehmen aber nicht erfolgreich genug waren. Dann wurden beispielsweise die Vergütungspläne verändert. Das führt oft dazu, dass weniger ausbezahlt wird und die Partner weniger

verdienen. Ein gewisses Risiko bleibt immer bestehen. Durch sorgfältige Recherche und eine bewusste Auswahl des Unternehmens kann man dieses Risiko jedoch deutlich reduzieren.

Sie sind seit rund 30 Jahren im Empfehlungsmarketing tätig. Können Sie sich noch an Ihre Anfänge erinnern? Wie hat sich die Branche verändert?

Der Unterschied ist enorm. Als ich angefangen habe, hatte ich nicht einmal einen Computer. Das erste Gerät, das ich mir gekauft habe, war ein Faxgerät, damit ich die Informationen der Firma erhalten konnte. Damals fand das Geschäft in Wohnzimmern und Hotelsälen statt. In den ersten acht Jahren meiner Karriere habe ich praktisch alle zwei Wochen an einem zweitägigen Seminar teilgenommen. Ich habe dafür viele Wochenenden geopfert. Das war eine völlig andere Welt.

Was für mich jedoch feststeht: Auch in Zukunft werden diejenigen erfolgreich sein, die echte Resultate liefern. Die Zukunft gehört technologisch überlegenen und hochwirksamen Lösungen. Gleichzeitig haben sich die Möglichkeiten durch Computer, Social Media und digitale Kommunikation enorm erweitert. Man kann heute viel schneller und mit deutlich mehr Menschen in Kontakt treten. Trotzdem bleibt eines unverändert: Der Mensch steht im Mittelpunkt. Menschen gewinnen andere Menschen, nicht Technologien. Vor 30 Jahren war es ein Mensch-zu-Mensch-Geschäft und trotz Digitalisierung und internationaler Vernetzung ist es das bis heute geblieben. Mein wichtigstes Kommunikationsmittel ist das Telefon. Natürlich treffe ich Menschen auch persönlich.

Darüber hinaus veranstalte ich Meetings für feste Partner und Mitglieder. Dort kann man Erfahrungen austauschen, voneinander lernen und sich gegenseitig unterstützen. Ein vollständig automatisiertes System, bei dem der Mensch keine Rolle mehr spielt, gibt es bei mir nicht. Der größte Vorteil des Empfehlungsmarketings ist die Mensch-zu-Mensch-Beziehung. Diese darf unabhängig vom Kommunikationsweg niemals verloren gehen. ♦



Empfehlungsmarketing als **Wachstumssystem:**

Warum **Vertrauen** die stärkste Währung
der Wirtschaft ist

EIN FACHBEITRAG VON MARTIN RYF

In einer Welt, die von digitalem Rauschen und anonymen Werbebotschaften überflutet wird, kehrt die Wirtschaft zu ihrem ehrlichsten Ursprung zurück: der persönlichen Empfehlung. Doch Empfehlungsmarketing ist weit mehr als das bloße Weitergeben eines Tipps unter Freunden. Richtig verstanden und konsequent angewandt, ist es ein hochpräzises Wachstumssystem, das Türen öffnet, die für klassisches Marketing verschlossen bleiben.

Vom Verwalten des Scheiterns zum Gestalten von Erfolg

In meiner früheren Laufbahn als Konkursbeamter habe ich jahrelang analysiert, warum Unternehmen scheitern. Oft lag es an den immensen Akquisitionskosten und der Kurzlebigkeit von Kundenbeziehungen. Als ich die Seiten wechselte und ins Network Marketing einstieg, erkannte ich das Potenzial eines Systems, das auf Vertrauen statt auf Werbebudgets basiert. Hier wird nicht gegen den Markt gekämpft, sondern mit der Kraft bestehender Netzwerke Wachstum generiert.

Der Mechanismus: Qualität mal Duplikation

Damit aus einer Empfehlung ein skalierbares System wird, müssen zwei Faktoren ineinandergreifen:

1. Die technologische Überlegenheit: Ohne ein Produkt, das einen echten Durchbruch darstellt – wie etwa wasserlösliche Wirkstoffe mit maximaler Bioverfügbarkeit (fast 100 Prozent Absorption) –, bleibt jede Empfehlung kurzfristig. Substanz ist das Fundament der Glaubwürdigkeit. Letztlich ist das Kundenresultat der entscheidende Motor: Wenn Anwender durch eine solche Weltneuheit spürbare Ergebnisse erleben, werden sie oft sogar von ihrem Umfeld auf ihre positive Veränderung angesprochen. So wird aus einem zufriedenen Kunden ein natürlicher Botschafter, der das Produkt organisch und authentisch weiterempfiehlt.

2. Die Hebelwirkung (Leverage): Im Network Marketing nutzen wir ein System der Duplikation. Wir bilden Menschen aus, die wiederum ihr Wissen weitergeben. So entsteht ein organisches Wachstum, das nicht an die eigene Zeit gekoppelt ist.

Die »Türöffner«-Funktion: Wenn Empfehlungen Welten verbinden

Der wohl faszinierendste Aspekt des Empfehlungsmarketings ist der Zugang zu außergewöhnlichen Menschen. Klassische Kaltakquise scheitert im geschäftlichen Alltag oft an Vorzimmern, Filtern und digitaler Reizüberflutung. Eine persönliche Empfehlung hingegen wirkt wie ein Generalschlüssel zu Elite-Netzwerken und etabliert von

»Wer im Empfehlungsmarketing ein sauberes System pflegt, öffnet Türen zu Netzwerken, die der klassische Markt nicht kaufen kann.«

– Martin Ryf

der ersten Sekunde an ein stabiles Fundament aus Vertrauen. Wie ein solcher Beziehungsbeschleuniger in der Praxis funktioniert, zeigen drei prägnante Beispiele aus meiner eigenen Organisation: Ein Paradebeispiel für den langfristigen Wert von Empfehlungsnetzwerken ist meine Zusammenarbeit mit der Trainerlegende Michael Strachowitz. Wir lernten uns vor fast 30 Jahren kennen. In der heutigen Fülle an Business-Coaches habe ich aufgrund meines eigenen, über Jahrzehnte gewachsenen Vertrauens gezielt wieder auf seine Expertise zurückgegriffen, anstatt mich auf dem unübersichtlichen Markt neu zu orientieren. Heute pflegen wir eine fantastische Kooperation: Er coacht mittlerweile exklusiv die Mitglieder meines »Club 500« und bringt so jahrzehntelanges Spitzenwissen direkt in mein Team ein.

Ein weiteres Beispiel für die enorme Hebelwirkung dieses Systems ist der Kontakt zu Olympiasieger Donghua Li. Eine solche Persönlichkeit lässt sich durch herkömmliche Werbemethoden oder klassische Akquise praktisch nicht gewinnen. Unsere Wege kreuzten sich stattdessen über eine gezielte Empfehlung über drei Ecken. Daraus hat sich eine hervorragende, langfristige Zusammenarbeit entwickelt, von der beide Seiten massiv profitieren. Es ist eine klassische Win-Win-Situation, in der wir uns gegenseitig dabei unterstützen, unsere jeweiligen Geschäfte erfolgreich voranzutreiben.

Dass ein starkes Empfehlungsnetzwerk nicht nur neue Partner, sondern auch eine immense mediale Positionierung mit sich bringt, zeigt die Kooperation mit Sabine Oswald und Tina Zimmerle vom Your Golden Business Verlag. Aufgrund meiner langjährigen Expertise und meines Rufs in der Branche kamen die Verlegerinnen über eine persönliche Empfehlung direkt auf mich zu. Sie gewannen mich als Co-Autor für ein geplantes Buch über Network Marketing, welches die besten Praxis-hacks der erfahrensten Köpfe bündelt. Aus dieser Anfrage ist eine langfristige und strategisch wertvolle Kooperation entstanden.

Diese drei völlig unterschiedlichen Verbindungen – von hochkarätiger Business-Expertise über internationalen Spitzensport bis hin zu etablierten Fachmedien – wären durch traditionelle

Werbebudgets niemals zustande gekommen. Sie beweisen: Wer im Empfehlungsmarketing ein sauberes System pflegt, öffnet Türen zu Netzwerken, die der klassische Markt nicht kaufen kann.

Transfer für die Praxis: Was klassische Unternehmer lernen können

Das Prinzip des Empfehlungsmarketings ist nicht auf eine Branche beschränkt. Auch klassische Unternehmer können massiv davon profitieren, wenn sie ihre Kunden und Partner als aktive Botschafter verstehen:

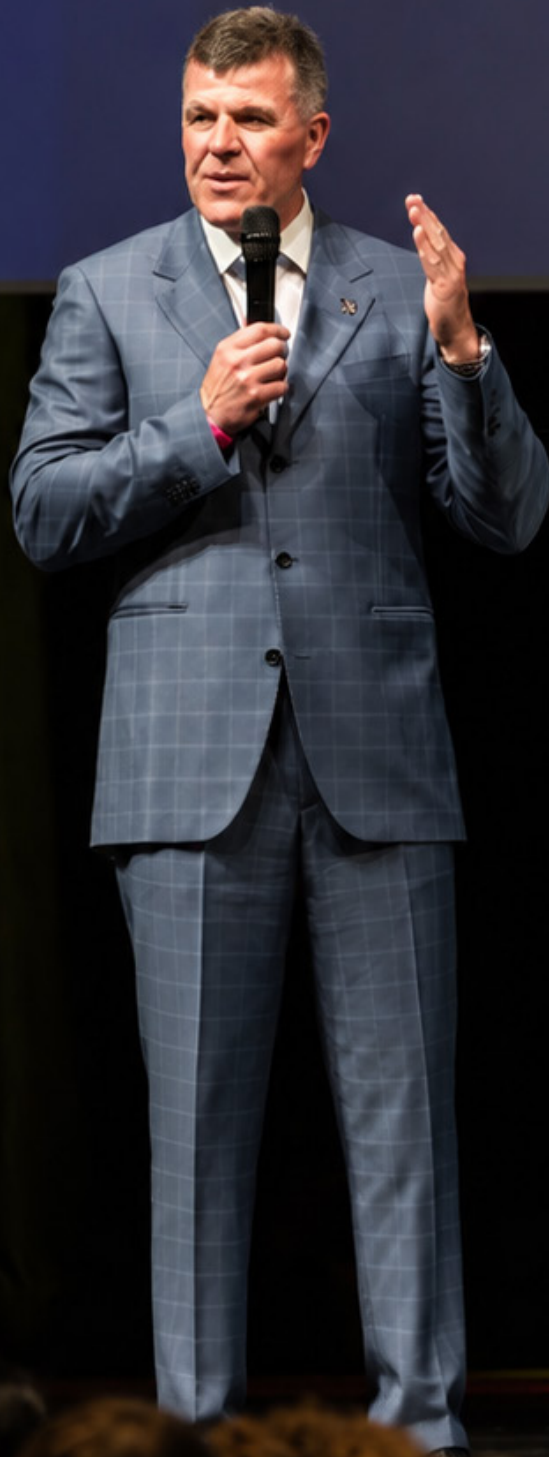
- 1. Senkung der Akquisitionskosten:** Vertrauen verkürzt den Verkaufszyklus drastisch. Ein empfohlener Kunde kommt bereits mit einer positiven Grundhaltung und ist weniger preissensibel.
- 2. Qualitätssicherung durch soziale Kontrolle:** Empfehlungen funktionieren nur, wenn die Leistung stimmt. Ein System, das auf Empfehlungen basiert, zwingt Unternehmen zu technologischer und serviceorientierter Exzellenz.
- 3. Krisenresistenz:** Während Werbealgorithmen sich täglich ändern können, bleibt ein Netzwerk aus echten Beziehungen stabil. Ein »Social Asset« ist oft wertvoller als ein teures Marketing-Asset.
- 4. Skalierung durch Multiplikatoren:** Wer lernt, nicht nur Produkte, sondern Geschäftsmöglichkeiten zu »verkaufen«, verwandelt Kunden in Partner und schafft ein exponentielles Wachstum.

Fazit: Das stabilste Wachstum der Zukunft

Wer Empfehlungsmarketing als Wachstumssystem versteht, baut kein kurzfristiges Geschäft auf, sondern ein krisenfestes Asset. Es ist die Symbiose aus menschlicher Nähe und systematischer Skalierung. Für mich als ehemaligen Beamten ist klar: Es gibt kein sichereres Modell für den Aufbau von Wohlstand als die Kombination aus einer technologischen Weltneuheit und der unschlagbaren Kraft eines vertrauensvollen Netzwerks. Wer heute nicht beginnt, in Empfehlungsstrukturen zu denken, wird morgen hohe Preise für die Aufmerksamkeit seiner Kunden zahlen. ♦

10

Praxistipps für nachhaltigen Erfolg im Empfehlungsmarketing



1. Prüfen Sie die Substanz wie ein Analytiker: Bevor Sie eine Empfehlung aussprechen, müssen Sie das Produkt verstehen. Eine Weltneuheit mit echter technologischer Überlegenheit (wie maximale Bioverfügbarkeit) ist das Fundament für langfristiges Vertrauen.

2. Verkaufen Sie Resultate, keine Produkte: Menschen suchen Lösungen für ihre Probleme. Wenn das Kundenresultat überzeugt, entstehen Empfehlungen von ganz allein.

3. Bauen Sie ein »Social Asset« auf: Im Gegensatz zu Werbealgorithmen sind echte Beziehungen krisenfest. Behandeln Sie Ihr Netzwerk als Ihr wertvollstes Kapital.

4. Setzen Sie auf Duplikation statt auf Eigenleistung: Erfolg im System entsteht nicht durch das, was Sie können, sondern durch das, was viele einfach kopieren können.

5. Nutzen Sie den »Türöffner-Effekt«: Eine persönliche Empfehlung überspringt Hierarchien. Nutzen Sie Ihr Netzwerk gezielt, um Zugang zu Experten, Prominenten oder Medienpartnern zu erhalten.

6. Integrität ist nicht verhandelbar: Ein guter Ruf, den man über 30 Jahre aufgebaut hat, kann in Sekunden zerstört werden. Bleiben Sie bei der Wahrheit – echte »Hacks« schlagen leere Versprechen immer.

7. Professionalität statt Hobby-Mentalität: Behandeln Sie Ihr Empfehlungsgeschäft von Tag eins an wie ein seriöses Unternehmen mit festen Strukturen und Zielen.

8. Hören Sie auf die Signale des Marktes: Achten Sie darauf, wenn Kunden von sich aus auf Produkte angesprochen werden. Das ist das sicherste Zeichen für ein funktionierendes Wachstumssystem.

9. Investieren Sie in Ausbildung: Ein System braucht Führung. Kooperationen mit Top-Trainern heben die Qualität des gesamten Netzwerks.

10. Schaffen Sie Win-Win-Situationen: Wahres Wachstum entsteht, wenn alle Beteiligten profitieren – vom Kunden über den Partner bis hin zum externen Kooperationspartner. ♦

»Menschen suchen Lösungen für ihre Probleme. Wenn das Kundenresultat überzeugt, entstehen Empfehlungen von ganz allein.«

– Martin Ryf



Das Netzwerk der Exzellenz – Kooperationen & Perspektiven



Hier präsentieren wir einige der externen Kooperationspartner hinter dem Erfolgssystem und zeigen Ihnen Wege auf, wie auch Sie Teil dieser Bewegung werden können.

Ihre Chance: Werden Sie Teil eines globalen Wachstumssystems

Wir glauben nicht an Einzelkämpfertum, sondern an die Kraft der Gemeinschaft. Hinter Martin Ryf Golden Wave int. steht eine wachsende Organisation von engagierten Partnern, die Menschen dabei helfen, ihre finanziellen und persönlichen Ziele zu erreichen – basierend auf einer technologischen Weltneuheit im Bereich maximale Bioverfügbarkeit.

So starten Sie: Statt auf anonyme Prozesse setzen wir auf das Prinzip der persönlichen Nähe. *»Suchen Sie den Dialog mit dem Partner in Ihrer Region, der Ihnen dieses Magazin überreicht hat. Er ist Ihr direkter Mentor und Wegbegleiter in unserem System.«*

Sollten Sie das Magazin ohne persönlichen Kontakt erhalten haben oder eine spezifische Beratung wünschen: *»Melden Sie sich bei mir, und ich vermittele Ihnen den passenden Ansprechpartner in Ihrer Nähe.«*

Unsere strategischen Partner:

Michael Strachowitz Consulting Experte für Aufbau und Training von B2C-Vertriebsorganisationen:

Profitieren Sie von der Expertise einer der erfahrensten Trainerpersönlichkeiten im deutschsprachigen Raum, der exklusiv die Führungskräfte in unserem System schult.



Michael Strachowitz hilft Unternehmen, Organisationen und Einzel-Entrepreneuren beim Aufbau von umsatzstarken Organisationen in den Bereichen

- Direct Selling
- Strukturvertrieb
- Social Selling
- Empfehlungsmarketing

Leistungsangebot

- Inhouse-Seminare
- Online-Training
- Public Speaking
- Coaching
- Unternehmensberatung
- Konzeption und Erstellung von Tools zur Vertriebsunterstützung

Ich freue mich auf Ihre Kontaktaufnahme!

Web: www.strachowitz.com
Mail: michael@strachowitz.com
FB: facebook.com/Strachowitz
Tel.: +49 (0) 7937 – 80 33 151

Your Golden Business Verlag:

Entdecken Sie praxiserprobte »Hacks« für Ihr Business im neuen Fachbuch der Expertinnen Sabine Oswald und Tina Zimmerle.



YGB
your golden business
VERLAG

AUTORITÄT WERDEN.

Wir bauen mit dir ein System, das deinen **Expertenstatus** sichtbar macht.

77 GOLDENE HACKS
IM NETWORK MARKETING

VORWORT VON
FRAZER BROOKES

SABINE OSWALD MBA &
TINA K. SIMMERLE

Wir sind kein Verlag wie jeder andere.

Wir entwickeln

- WIRKUNG.
- STRATEGISCH.
- PERSÖNLICH.
- NACHHALTIG.

YGB
your golden business
VERLAG

www.ygb-verlag.de
www.your-golden-business.de
bewerbung@ygb-verlag.de



Donghua Li (Performance & Motivation):

Erfahren Sie, wie olympische Disziplin und mentale Stärke auf das moderne Business übertragen werden können.

Alexander Michel:

Professionelle Imagefilme, Werbefilme & Webvideos für Ihr Unternehmen.



ALEXANDER MICHEL

Wir drehen Wachstum.

25+ Jahre Erfahrung
500+ Filmprojekte

Content der wirkt - für Marken
und Unternehmen.

Filmproduktion24.de

Bilder: Rainer Häckl, rainerhaeckl.com



Rainer Häckl Photography:

Professionelles Branding beginnt beim ersten Eindruck – setzen Sie auf visuelle Exzellenz für Ihren geschäftlichen Auftritt.



ERFOLG wird bei uns großgeschrieben. **Umwelt** aber auch: Das **ePaper**

Auch als ePaper-Abo.

Jetzt downloaden und lesen, was erfolgreich macht.

Besuche uns auf www.erfolg-magazin.de/shop
oder scanne den Code.

