

# NETCOO

Next Economy Magazine

**Geschäftsideen und Geld verdienen**

*Für Gründer, Selbständige, Unternehmer  
und für alle, die ihr eigenes Ding  
durchziehen wollen*

Sonderdruck



**PM-International  
Gründer Rolf Sorg  
Aus dem Hinterhof zum  
Milliardenkonzern**

# PM-INTERNATIONAL GRÜNDER ROLF SORG

## Aus dem Hinterhof zum Milliardenkonzern und in die Weltspitze des Network Marketing

*Im Veranstaltungskalender von PM-International ist der Europäische Kongress jedes Jahr eine der wichtigsten Veranstaltungen. Hier präsentiert Gründer & Geschäftsführer Rolf Sorg den Vertriebspartnern in Europa und via Streaming weltweit die neuesten Geschäftszahlen, Innovationen und Unternehmensneuheiten. In diesem Jahr waren 400 geladene Führungskräfte von PM-International vor Ort sowie mehr als 40.000 Online-Zuschauer im Live-Stream über PM TV.*



*1993 gründete Rolf Sorg PM-International*



## Das Marktpotenzial ausschöpfen

Zu Beginn seines Vortrags gab Rolf Sorg dem Publikum einen kurzen Ausblick darauf, was in Zukunft möglich sein könnte, wenn es um das globale Marktpotenzial des Unternehmens geht: „Für Europa sprechen wir von 3 Millionen Kernkunden mit einem Umsatz von über 7 Milliarden US-Dollar! Mit mehr als 18 Millionen potenziellen Kernkunden weltweit streben wir einen Umsatz von rund 42 Milliarden US-Dollar an. Es gibt also noch viel Potenzial für weiteres Wachstum!“ Rolf Sorg ist zuversichtlich: In den ersten 8 Monaten des Jahres 2021 sind die Umsatzzahlen des Unternehmens alleine im Vergleich zu 2020 um fast 43 Prozent gestiegen. **„In Deutschland sind wir im Vergleich zu 2020 bereits jetzt um 35 Prozent gewachsen“**, so Rolf Sorg, **„all das zeigt, dass wir auf dem richtigen Weg sind.“**

Hinter diesem Wachstum stehen mehrere hunderttausend unabhängige PM-International Vertriebspartnern auf der ganzen Welt, die mit ihrem Commitment die Werte von PM-International teilen. Rolf Sorg dankte ihnen für ihren Einsatz und ihr Vertrauen: „Vielen Dank für die tolle Arbeit, die Ihr leistet! Dank Euch sind wir ganz klar auf Kurs zur zweiten Umsatzmilliarde. Ich bin wirklich stolz mit Euch gemeinsam unser großes Ziel zu verfolgen, die Welt jeden Tag ein bisschen besser zu machen!“

## Neue Markteröffnungen und weltweite Expansion

Entscheidend für das starke Wachstum im Vorjahr der Pandemie war, dass PM-International sein digitales Angebot

**„Für Europa sprechen wir von 3 Millionen Kernkunden mit einem Umsatz von über 7 Milliarden US-Dollar! Mit mehr als 18 Millionen potenziellen Kernkunden weltweit streben wir einen Umsatz von rund 42 Milliarden US-Dollar an. Es gibt also noch viel Potenzial für weiteres Wachstum!“**



Gemeinschaft wird bei PM groß geschrieben (das Bild ist vor Corona entstanden)

schnell und flexibel ausweitete. Dank innovativer Tools und Dienstleistungen konnten die Vertriebspartner ihr Geschäft erfolgreich online weiterführen und so das Momentum aufrechterhalten. Diese Entwicklung setzte PM-International 2021 konsequent fort. Strategisch und wirtschaftlich hat PM-International schon früh die Weichen gestellt, um noch in diesem Jahr die Umsatzmarke von über zwei Milliarden US-Dollar zu knacken. Sollte PM dieses Ziel tatsächlich erreichen, dann würde das Familienunternehmen bereits die Spitzenposition der europäischen Network Marketing Unternehmen einnehmen.

Und so expandiert PM-International auch im Jahr 2021 weiter. Nach der Eröffnung einer neuen Niederlassung in Großbritannien im Sommer stehen als nächstes Markteröffnungen in China,

Ungarn, Portugal, Belgien, Indonesien, Serbien, Bolivien, Marokko und der Elfenbeinküste auf dem Programm. Darüber hinaus investierte das Unternehmen stark in die Expansion in Mittel- und Südamerika mit zusätzlichen Lagerhallen und Verwaltungsgebäuden. „Auch unser Hauptsitz in Luxemburg wird größer werden“, erklärte Sorg. „Der Bau unseres zweiten Verwaltungsgebäudes in Schengen steht als Nächstes an und wir sind stolz darauf, dass auch unser Hauptsitz das globale Wachstum von PM spiegelt!“

## PM-International gehört heute schon zu den Top 10 Network Marketing Unternehmen weltweit

Die PM-International AG belegt Platz 10 in der aktuellen Rangliste „DSN Global 100“ der umsatzstärksten Direktvertriebsunternehmen weltweit. Die Liste wird einmal jährlich vom US-Fachmagazin „Direct Selling News“ veröffentlicht. 2010 hat PM-International es erstmals in die Auswahl geschafft und wurde seitdem durchgehend gelistet, zuletzt auf Platz 13.

Entscheidend für den erstmaligen Einzug in die TOP 10 sind die Vorjahresumsätze. 2020 konnte PM den konzernweiten Jahresumsatz um mehr als 50% auf 1,7 Milliarden US-Dollar steigern. Für sein Umsatzwachstum wurde PM-International in diesem Jahr



zusätzlich mit dem Bravo International Growth Award der Direct Selling News ausgezeichnet.

In seiner Dankesrede betonte Rolf Sorg, Gründer und Vorstand von PM-International, die Teamleistung hinter der Auszeichnung: „Die Platzierung unter den TOP 10 ist eine große Ehre und ein Ziel, auf das wir bei PM-International seit über 25 Jahren hinarbeiten. Mein Dank gilt unseren Teampartnern, Führungskräften und Mitarbeitern weltweit für die herausragende Arbeit, die sie tagtäglich leisten. Ein großer Dank gilt auch meiner Familie, Freunden und allen, die an unsere Vision glauben.“

Die Verkündung der weltweiten Top-Performer im Direktvertrieb wird stets mit Spannung erwartet. Die „DSN Global 100“-Liste gibt einen Überblick über die globale Entwicklung der Branche und welche Unternehmen sich im Aufwind befinden – nicht nur für die Unternehmen selbst, sondern auch für Forscher, Investoren und nicht zuletzt alle, die nach Geschäftsmöglichkeiten im Direktvertrieb suchen.

Die Netcoo Redaktion hat bereits eine Wachstumsprognose für die kommen-

## **Sollte PM sein Umsatzziel dieses Jahr erreichen, dann würde das Familienunternehmen bereits die Spitzenposition der europäischen Network Marketing Unternehmen einnehmen.**

den 4 bzw. 9 Jahre erstellt: 2025 könnte PM-International bei den bisherigen Wachstumsraten bereits 5 Mrd. US-Dollar erzielen und 2030 bereits 10 Mrd. US-Dollar. Demnach könnte PM also bei weiteren stark ansteigenden Wachstumsraten (über 30%) bereits zwischen den Jahren 2025 und 2030 dem bisherigen Platzhirschen Amway den Rang ablaufen. Amway liegt derzeit bei 8,5 Mrd. US-Dollar (in seinen Spitzenzeiten bei über 12 Mrd. US-Dollar) Jahresumsatz. Unabhängig davon, ist PM-International bereits Deutschlands größtes Network Marketing Unternehmen. Und alles hat seinen Ursprung aus einem Hinterhof in Limburgerhof im Jahr 1993, denn hier legte Rolf Sorg mit bescheidenen Mitteln den Grundstein für seinen heute international agierenden Konzern. Was für eine beeindruckende Leistung ...



# PRODUKTINNOVATION: FITLINE C-BALANCE

*Auf dem Europa-Kongress stellte Rolf Sorg ein neues und revolutionäres Produkt der Marke FitLine vor: FitLine C-Balance. „Dieses Produkt wird das Leben von Millionen von Menschen massiv beeinflussen! Es ist das erste Mal, dass wir ein Produkt komplett von A bis Z selbst federführend entwickelt haben. Von der wissenschaftlichen Grundlagenforschung bis zum fertigen Produkt!“, erklärte Rolf Sorg stolz. PM-International investierte 9 Jahre und mehr als 3 Millionen Euro in die Entwicklung dieses einzigartigen Produkts in Zusammenarbeit mit mehreren Universitäten und Laboren.*

**„FitLine C-Balance wurde geschaffen, um das Leben in vollen Zügen zu genießen“**, so Rolf Sorg. „Es unterstützt den Kohlenhydratstoffwechsel und gleicht den Blutzuckerspiegel aus. Es wird euch bei euren täglichen Herausforderungen begleiten“, fügte er hinzu.

Dr. Tobias Kühne, Chief Scientific Officer von PM-International, sowie die weltweit führenden Experten FH-Prof. Priv.-Doz. Dr. Julian Weghuber (Professor für molekulare Zellphysiologie) sowie Prof. Dr. Manfred Eggersdorfer (Professor für Healthy Ageing) sprachen auf der Bühne über die Entwicklungs-

phasen und die wissenschaftliche Forschung, die in das Produkt eingeflossen sind.

Dr. Tobias Kühne wies in seiner Einführung auf die Auswirkungen der Produkte auf das tägliche Leben von Millionen von Menschen hin: „Wir alle wollen uns in der Welt bewegen und ein aktives Leben führen. Wir können sehen, dass unser Alltag davon beeinflusst wird, was wir essen, einschließlich Kohlenhydraten. Wir alle waren schon mindestens einmal von der Abnahme unserer Leistungsfähigkeit nach einer Mahlzeit betroffen. Dieser Anstieg des Blutzuckerspiegels nach einem Essen

könnte der Grund sein, warum man sich müde fühlt. FitLine C-Balance gleicht den Blutzuckerspiegel aus und unterstützt den Kohlenhydratstoffwechsel.“

„Wir haben mehrere Hundert Pflanzenextrakte und Bestandteile mit einem speziellen in-vitro Zellsystem getestet. Der Extrakt der Guavepflanze war hierbei der effektivste. Diese bahnbrechenden Ergebnisse wurden in mehreren wissenschaftlichen Fachzeitschriften, unter anderem der NUTRIENTS and MOLECULAR NUTRITION AND FOOD RESEARCH, veröffentlicht. Unsere gemeinsamen Forschungsergebnisse waren eine wichtige Grundlage für diese Veröffentlichungen, welche die Basis für mehrere Patente bildeten“, ergänzte Prof. Priv.-Doz. Dr. Julian Weghuber.

**„Bioverfügbarkeit ist unsere Kernkompetenz“**, so Dr. Tobias Kühne, „und FitLine C-Balance ist da keine Ausnahme.“ Das einzigartige Nährstoff-Transportkonzept (NTC) bringt die Nährstoffe genau dann, wenn sie gebraucht werden, genau dorthin, wo sie gebraucht werden – auf die Zellebene von innen und außen. „All diese wissenschaftlichen Vorteile haben wir mit einem frischen Guavengeschmack kombiniert, den unsere Anwender lieben“, erwähnt Dr. Kühne abschließend mit Stolz in seiner Stimme.



*PM-International Chief Scientific Officer Dr. Tobias Kühne*

## **„PM-International, die Marke FitLine und Sport gehen einfach Hand in Hand.“**

(Rolf Sorg)

PM-International forscht seit über 20 Jahren im Bereich Bioverfügbarkeit, sowohl mit einem eigenen Team von Wissenschaftlern aus den Bereichen Ernährungswissenschaften, Zellforschung und Lebensmitteltechnologie, als auch im Rahmen von Forschungs-kooperationen mit der Fachhochschule Oberösterreich, der Technischen Universität Wien und dem Luxembourg Institute of Science and Technology.

### **Neue Sportpartner:**

„PM-International, die Marke FitLine und Sport gehen einfach Hand in Hand“, so Rolf Sorg in seinem Vortrag. Bei den jüngsten Sommer- und Para-Spielen in Tokio gewannen 83 Athleten, die von FitLine Produkten unterstützt wurden, 15 Gold, 5 Silber und 33 Bronze-Medaillen. „Sportler vertrauen auf FitLine, weil die Produkte sicher in der Anwendung sind und sie mit ihnen tolle Ergebnisse erzielen“, erklärte Sorg. Alle FitLine Nahrungsergänzungsmittel stehen auf der renommierten Kölner Liste®. Diese Liste veröffentlicht Produkte, die von einem der weltweit führenden Labore zur Analyse von Nahrungsergänzungsmitteln auf Dopingsubstanzen getestet wurden. Die Kölner Liste bietet Sportlern und Verbänden eine unabhängige Serviceplattform, um Informationen transparent zu veröffentlichen und so die Sicherheit für beide Seiten zu erhöhen.

„Wir freuen uns, dass immer mehr Sportorganisationen und Sportler auf FitLine vertrauen – und wir sind stolz, den Erfolg dieser Kooperationen zu sehen“, so Sorg. Seit Mitte 2021 ist FitLine zusätzlich offizieller Ausstatter der Stiftung Schweizer Sporthilfe, dem koreanischen Paralympischen Komitee sowie zahlreichen weiteren Einzelsportlern.

**„FitLine C-Balance –  
dieses Produkt wird das  
Leben von Millionen  
von Menschen massiv  
beeinflussen!“**

(Rolf Sorg)



# PM-INTERNATIONAL

## EIN AUSGEZEICHNETES UNTERNEHMEN

### Top Network Marketing-Unternehmen 2021

Als erstes Unternehmen hat die Netcoo Redaktion PM-International aus Speyer als „TOP Network Marketing-Unternehmen 2021“ ausgezeichnet. Mit der Auszeichnung „TOP Direktvertriebsunternehmen“ und „TOP Network Marketing-Unternehmen“ bewertet die Netcoo Redaktion nicht nur erfolgreiche, wertebasierende und innovative Unternehmen, sondern auch die, die nachhaltig am Markt agieren und insbesondere dazu beitragen, dass sich das Leben von Menschen und das Image der Branche verbessert.

Bereits für die Jahre 2009/2010 sowie 2013 /2014 und 2018/2019 hatte Netcoo PM-International mit dem COMPANY OF THE YEAR Award ausgezeichnet. PM-International ist außerdem das erste Unternehmen, dass in die HALL OF FAME aufgenommen wurde.



### PM-International zählt bereits zum 19. Mal zu den Top-Innovatoren

PM-International hat 2021 erneut das TOP 100 Siegel verliehen bekommen. Mit dieser Auszeichnung werden besonders innovative mittelständische Unternehmen geehrt, die sich vorab in einem wissenschaftlichen Auswahlverfahren beweisen. Die PM-International zählt bereits zum 19. Mal zu den Top-Innovatoren und ist damit offiziell Rekordhalter bei TOP 100. Im wissenschaftlichen Auswahlverfahren überzeugte das von Rolf Sorg gegründete Unternehmen unter anderem mit seiner Kernkompetenz, dem Nährstoff-Transportkonzept (NTC). Dieses bringt Nährstoffe immer genau dann, wenn sie gebraucht werden, immer genau dorthin, wo sie gebraucht werden – auf die Zellebene. Im Rahmen des Innovationsmanagements von PM-International wird es laufend weiterentwickelt.

### Bravo International Growth Award

Für sein Umsatzwachstum wurde PM-International in diesem Jahr zusätzlich mit dem Bravo International Growth Award der Direct Selling News ausgezeichnet.





## Rolf Sorg wurde mit dem Le Fonti Award 2021 als CEO des Jahres ausgezeichnet

PM-International Gründer & Vorstand Rolf Sorg wurde mit dem Le Fonti Award 2021 als CEO des Jahres für Innovation in den Bereichen Beauty & Healthcare ausgezeichnet. Die 11. jährliche Preisverleihungsgala fand am 23. September im exklusiven Principe di Savoia Hotel in Mailand, Italien, statt. Im Rahmen der Veranstaltung erhielten die erfolgreichsten Unternehmen aus über 125 Ländern die renommierte Auszeichnung.

Rolf Sorg: „**Diese Auszeichnung ist eine große Ehre und Anerkennung unserer Innovationsstrategie. Als Direktvertriebsunternehmen entsteht unser Erfolg durch die Innovation, die Führungsstärke und das Engagement aller unserer Vertriebspartner. Diese Auszeichnung geht an sie alle.**“

Die Jury bezeichnete das „kontinuierliche globale Wachstum von PM-International als Anbieter von Premium-Nahrungsergänzungsmitteln und Kosmetikprodukten“, sowie „die starken Führungsqualitäten von Rolf Sorg, der stets auf Qualität und Innovation setzt“ als Hauptmotivation für ihre Entscheidung.



## PM-International AG mit BDD Unternehmenspreis ausgezeichnet

Auf dem Jahreskongress des Bundesverband Direktvertrieb Deutschland e.V. (BDD) am 20./21. September wurde die PM-International AG zum fünften Mal in Folge mit dem BDD Unternehmenspreis in der Kategorie große Unternehmen, ab einem Jahresumsatz von 50 Millionen Euro, ausgezeichnet. Die Unternehmenspreise orientieren sich am jährlichen deutschen Umsatzwachstum des Vorjahres. CSO und COO Patrick Bacher, der die Auszeichnung stellvertretend für PM-International entgegennahm, freute sich besonders über diese Anerkennung: „**In der 54-jährigen Geschichte des BDD ist PM-International das erste Unternehmen, welches bereits das fünfte Jahr in Folge mit diesem Preis ausgezeichnet wurde. Das macht mich als Vertriebsvorstand natürlich besonders stolz, denn diese Auszeichnung steht für ein gesundes und starkes Wachstum, gerade in Zeiten der Pandemie. Mein besonderer Dank geht hierbei an alle Vertriebspartner, Kunden und Mitarbeiter ohne deren Loyalität und Engagement eine solche Auszeichnung undenkbar wäre.**“

## BDD Nachhaltigkeits-Preis: Heute handeln für die Zukunft von morgen

Im Rahmen des Kongresses wurde ebenfalls zum ersten Mal in der Geschichte des BDD der Nachhaltigkeits-Preis verliehen, welchen die PM-International AG für sich gewinnen konnte. Mit dieser Auszeichnung werden Direktvertriebe honoriert, die nachhaltig wirtschaften, produzieren und gesellschaftliche Verantwortung übernehmen. „**Diese Werte nehmen eine wichtige Rolle in unserem Unternehmen ein, weshalb wir uns seit fast 20 Jahren für eine bessere Welt engagieren. Nicht nur bei unseren Premium Produkten setzen wir auf ganzheitliche Konzepte, auch bei den Themen Umweltschutz und Nachhaltigkeit. Von umweltschonenden Verpackungen, veganen Produktalternativen, klimaneutralem Versand, bis hin zu 3.000 Kinderpatenschaften mit World Vision, wir haben unsere Vision, Positives zu bewirken, stets vor Augen**“, so Patrick Bacher, der auch diese Auszeichnung im Namen des Unternehmens entgegennahm.



# DIE ERFOLGSSTORY HINTER PM-INTERNATIONAL

*Es klingt vielleicht unwahrscheinlich, ist aber wahr:  
1993, als PM-International auf den knapp 150 Quadrat-  
metern Büro- und Lagerfläche der alten Konserven-  
fabrik von Rolf Sorgs Großvater seine ersten und doch  
sehr bescheidenen Schritte tat, hatte der Firmengründer  
schon ein sehr klares Bild vor Augen, wie groß PM  
einmal werden, wie groß er es machen würde.*

**PM-International  
ist eine wahre  
Erfolgsstory  
„Made in Germany“.**





Schon damals hatte Rolf Sorg seine Vision jenes bereits zitierten „Erfolges, der im Kopf beginnt und ein Unternehmen groß denkt“. „Diese Vision hat mir unendlich dabei geholfen, Probleme zu lösen, Hürden zu überwinden und Rückschläge zu verkraften – und meine Ziele nie aus den Augen zu verlieren. Ihr habe ich es zu verdanken, dass ich jenen gedachten Erfolg tatsächlich auf den Weg bringen, nur drei Monate nach der PM-Gründung diese unglaublich beengten Verhältnisse in Limburgerhof verlassen und mit meiner Mannschaft nach Frankenthal umziehen konnte, um die Firmen-Expansion von dort aus mit aller Kraft voranzutreiben!“

Think global! Das war von Anfang an das Ding des Pfälzers. Ein mit unglaublicher Energie und klarer Zielorientierung umgesetztes Denken, für das nicht nur er, sondern das gesamte PM-Team bereits Ende 1994 mit einem Umsatz belohnt wurde, der an der 10 Millionen DM-Grenze kratzte. Von nun an ging es – wohlgermerkt mit Produkten, die bei weitem noch nicht so innovativ waren wie die heutigen, teilweise patentierten Artikeln – steil bergauf: Von 1994 bis 1998 wuchs das Unternehmen um unglaubliche 665 Prozent, erzielte 1996 einen Umsatz von 32 Millionen DM, den es nur zwei Jahre später mehr als verdoppelte. 2018 steht PM bei 632 Mio. US-Dollar.

2019 wird die erste Umsatzmilliarde erreicht. **„Mit dem Erreichen der Umsatzmilliarde wird ein Traum**

**wahr. Mein größter Dank und Respekt gilt unseren Teampartnern. Ihr unermüdlicher Einsatz und ihre hervorragende Arbeit haben diesen Meilenstein möglich gemacht.** Sie haben immer an PM-International geglaubt und sind mit uns gewachsen. Der Weg zur Umsatzmilliarde steht für hunderttausende von zusätzlichen Verdienstmöglichkeiten und für Millionen Menschen auf der ganzen Welt, deren Leben wir positiv beeinflussen konnten“, so Rolf Sorg.

Doch dabei sollte es nicht bleiben, bereits ein Jahr später, wir schreiben das Jahr 2020 erreicht PM mit 1,72 Mrd. US-Dollar einen neuen Rekordumsatz. Werden es 2021 weit über 2 Milliarden US-Dollar? Egal, auf jeden Fall ist PM-International eine wahre Erfolgs-

story „Made in Germany“. Was ist das Erfolgsgeheimnis?

Bei PM-International spielen verschiedene Faktoren eine große Rolle für das Wachstum des Unternehmens. Die treibende Kraft dahinter ist Rolf Sorg. PM-International würde es heute vermutlich gar nicht geben, wäre Rolf Sorg nur mit ganz „normalem“ Ehrgeiz ausgestattet, hätte er nicht immer schon mit sich selbst im Wettbewerb gestanden – und als Student des Wirtschaftsingenieurwesens nicht bereits nach wenigen Wochen Uni festgestellt, dass „am Ende des Geldes noch so viel Monat übrig ist“. Mit einem Wort: Sein höchst ambitioniertes Wesen nahm die knappe Kasse zum Anlass, aktiv zu werden und sich eine zusätzliche Einkommensmöglichkeit zu suchen. Er hatte nicht nur das Abitur, sondern auch eine abgeschlossene Berufsausbildung als Automechaniker in der Tasche und sah seinen finanziellen Engpass nicht als Problem, sondern als Chance – und stieß dabei auf die Möglichkeit, für ein Network Marketing-Unternehmen einen Parfum-Tester zu vertreiben. Und wie das Leben so spielt – genau dann, als der Aufstieg des dynamischen Jung-Netzworkers unauffhaltsam schien, kam die erste gravierende Zäsur. 1993 meldete sein Partnerkonzern Konkurs an – ganz plötzlich, völlig unvorhersehbar. Damit hatte der damals 30-jährige Rolf Sorg von heute auf morgen seine Existenz verloren – nicht aber seinen Mut und seine Tatkraft. Seine hoch motivierte Vertriebsgruppe, der er sich im positiven Sinne verpflichtet fühlte, stand immer noch hinter ihm, außerdem hatte



Das PM Headquarter in Speyer



Nr. 1 Teampartner weltweit Joachim Heberlein bei einer Ehrung mit Rolf und Vicki Sorg

er sich nach zähen Verhandlungen mit dem nun bankrotten Partnerunternehmen die Lagerbestände – Parfums der Marke Pierre Martin – sichern können, und über etwas Eigenkapital verfügte er auch. Letzteres bestand aus seinem gesamten Privatvermögen und einem Kredit und war dennoch eigentlich fast zu wenig für den Start eines Unternehmens – aber Rolf Sorgs Risikobereitschaft dominierte, der stets positiv denkende Pfälzer entschloss sich zum Kickstart für sein eigenes Unternehmen. Damit war PM geboren, erhielt zunächst den Firmennamen PM-Cosmetics GmbH. Von Deutschland aus streckte PM seine Fühler zunächst in den Rest Europas aus, um dann US-amerikanisches und anschließend

auch asiatisches Terrain zu erobern. Deutschland ist Schlüsselmarkt, aber auch andere Länder haben in den vergangenen Jahren mächtig aufgeholt. Korea z.B. hat sich zu einem Boommarkt entwickelt. PM-Korea entwickelt sich seit dem offiziellen Start 2019 prächtig. Das Eröffnungsereignis fand im prestigeträchtigen Grand Ballroom des Grand Hilton Seoul statt. 1.800 Gäste, Teampartner und Führungskräfte aus der ganzen Welt nahmen an den Feierlichkeiten teil. Dabei generierten die FitLine-Produktpromotions einen Gesamtumsatz von 1.7 Millionen Punkten. Heute schreibt Korea Multi-millionen Umsätze für PM. Das zeigt mit welcher brachialen Kraft das Unternehmen wächst.

## Zigtausend Ehrungen weltweit

Hinter dem Erfolg stecken auch zahlreiche Erfolgsgeschichten von PM-VertriebspartnerInnen aus aller Welt. Alleine im Sommer dieses Jahres gab es fast 3.000 Ehrungen der erfolgreichsten Führungskräfte von PM-International, darunter zwölf Ehrungen in den Top-Vertriebsstufen Champions League und höher.

Das war ein absoluter Rekord in der Unternehmensgeschichte und nach fast 1,5 Pandemie-Jahren mit reinen Online-Veranstaltungen ein hochemotionales Moment. Sichtlich gerührt sagte Rolf Sorg auf dem World Management Congress: „Unglaublich, genau das gibt mir jeden Tag Energie: Wir verhelfen Menschen zur mehr Lebensqualität. Überall auf der Welt, mit ganz unterschiedlichen persönlichen Geschichten: Ihr alle habt diese Chance ergriffen, um euch eigenständig, flexibel und ohne Risiko ein zusätzliches Einkommen aufzubauen. Das ist das Schöne an unserem Geschäft: Jeder kann es tun!“

**Genau das gibt mir jeden Tag Energie:  
Wir verhelfen Menschen zur mehr Lebensqualität.  
Überall auf der Welt, mit ganz unterschiedlichen  
persönlichen Geschichten.**

(Rolf Sorg)

## Ein Familienunternehmen, in dem der Mensch im Vordergrund steht

Qualität und Wirkung, Seriosität und Sicherheit stehen bei PM-International eindeutig im Mittelpunkt. Und damit auch der Mensch – denn jene vier Features ergeben eben nur Sinn, weil sie dem Menschen zugutekommen, ihn unabhängig und glücklich, sein Leben schöner und reicher machen. Trotz des gewaltigen Wachstums ist PM-International immer noch ein Familienunternehmen. Zwar wurde die PM-International GmbH 2005 in eine AG umgewandelt, denn Rolf Sorg war und ist es immens wichtig, die Potenziale seiner Mitarbeiter und Vertriebspartner zu fördern, sie zu Mitunternehmern zu machen und so am Erfolg zu beteiligen – den Gang an die Börse schließt der Firmengründer jedoch kategorisch aus. „Ich bin mir der Stärken eines familiengeführten Unternehmens vollends bewusst. Wir möchten und werden unabhängig von Shareholder Value bleiben, ohne jeden Druck und völlig unabhängig unsere eigenen Entscheidungen treffen, die sich an unserer langfristigen Unternehmens-Strategie orientieren. Wir wollen auch in der Zukunft flexibel sein,

uns immer wieder „erneuern“ und weiter expandieren können, unsere flachen Hierarchien und kurzen Entscheidungswege beibehalten, die uns schnell agieren und reagieren lassen – nämlich so, wie es für PM-International und jeden im Unternehmen Arbeitenden und am Unternehmen Beteiligten gut und richtig ist – genau so, wie es dem langfristigen Erfolg von PM und dem Erfolg der dahinter stehenden Menschen dienlich ist.“



## Das Nährstofftransport-Konzept (NTC) – die FitLine Produkte

Ein System von äußerst hochwertigen und effektiven Nahrungsergänzungs- und Kosmetikprodukten, die in der Serie FitLine zusammengefasst sind und dabei einem ganzheitlichen und modularen Programm folgen, welches Ernährungslücken schließt, die Gesundheit fördert und zudem nicht nur den Alterungsprozess der Haut, sondern auch den des gesamten Körpers verzögert, so dass Leistungsfähigkeit wie auch jugendliches Aussehen bis ins hohe Alter erhalten bleiben. Denn alle FitLine-Artikel basieren auf wissenschaftlich fundierten Erkenntnissen und dem vom Unternehmen selbst entwickelten Nährstofftransport-Konzept (NTC), welches die Vitalstoffe von innen und außen genau dorthin bringt, wo sie

gebraucht werden – nämlich auf die Zellebene. Ein inzwischen langjährig erprobtes Konzept, welches für die optimale Bioverfügbarkeit der wertvollen Ingredienzien sorgt – und damit für eine optimierte Nährstoff-Aufnahme, die die Zellen voller Energie „pumpt“ und den Organismus fit und gesund, den Körper jung und schön erhält.

Ein patentiertes Konzept, welches von PM-International nach dem strengen GMP-Standard der pharmazeutischen Industrie unter Beachtung höchster Qualitäts-, Reinheits- und Sicherheitslinien mit Hilfe modernster Technologien umgesetzt wird und damit einen Standard gewährleistet, der in der Branche seinesgleichen sucht.



## PM We Care: Hilfe für 1.000 weitere Patenkinder

Für PM-International bedeutet Erfolg auch etwas zurückzugeben. „Wir sind mittlerweile ein Global Player und damit in der besten Position, um die Welt jeden Tag ein bisschen besser zu machen“, so Rolf Sorg. Gemeinsam mit der Kinderhilfsorganisation World Vision Deutschland e.V. macht sich das Familienunternehmen mit der Stiftung PM We Care seit über 15 Jahren für Kinder rund um den Globus stark. Mit aktuell 3.000 Patenkindern, unter anderem in Indien, Peru und Simbabwe, ist PM-International der größte Unternehmenspaten von World Vision. Auf dem World Management Congress verkündete Charity-

Botschafterin Vicki Sorg das Ziel, Ende des Jahres 1.000 weitere Patenkinderpatenschaften sowie die Patenschaft für zwei regionale Entwicklungsprojekte in Kambodscha und

Bangladesch zu übernehmen. „Je mehr wir wachsen, desto mehr können wir helfen“, so Charity-Botschafterin Vicki Sorg ergriffen, „und Ihr alle seid ein Teil davon. Denn wie Ihr wisst, schenkt jedes verkaufte FitLine-Produkt Kindern ‘eine Stunde Leben’. Wenn ich daran denke, wie vielen Kindern und ihren Familien wir noch gemeinsam eine Chance auf eine bessere Zukunft geben können, bin ich unglaublich dankbar.“



# GIB JEDEN TAG DEIN BESTES

## PM-International Gründer und Vorstand Rolf Sorg im Netcoo Interview

### **Herr Sorg, herzlichen Glückwunsch zum Le Fonti Award 2021. Wie wichtig sind Innovationen in der Network Marketing Branche?**

Vielen Dank! Innovationen sind in unserer Branche, wie in jeder anderen Branche auch, essentiell, um den Erfolg eines Unternehmens langfristig zu sichern. Sie sind die Grundlage der Wettbewerbsfähigkeit und es gilt die Nase vorne zu haben. Daran arbeiten wir täglich. Wir haben das sehr früh erkannt und haben uns schon vor langer Zeit strategisch dazu entschlossen, uns immer wieder die Frage zu stellen: Wie können wir noch besser werden? Aus diesem Grund wurden wir bereits 19-mal mit dem "Top-Innovator" Preis beim TOP100 Innovationswettbewerb ausgezeichnet und gehören zu den weltweit führenden Unternehmen unserer Branche in diesem Bereich.

### **2020 und 2021 waren aufgrund des Corona Virus ganz besondere Jahre. PM-International ist in diesen Jahren rasant gewachsen. Hat Corona Ihr Wachstum beschleunigt, oder waren die Weichen schon vorher gestellt?**

Sie haben vollkommen Recht, PM-International ist in den letzten 2 Jahren auch stark gewachsen; das direkt mit dem Pandemiegeschehen in Verbindung zu setzen ist meiner Meinung nach zu kurz gegriffen. Es ist klar zu sagen, dass das weltweite Interesse an Produkten aus dem Bereich Wellness, Fitness und Schönheit immer schon da war und wir sehen, dass die Nachfrage immer stärker wird. Unser Umsatzwachstum ist seit der Gründung 1993 immer weiter exponentiell gestiegen. Wir haben uns schon lange vor 2019 darauf verständigt, unsere Services und Tools zu digitalisieren und Innovationen voranzutreiben, um einen großen Schritt nach vorne zu machen. Hier

ganz klar zu nennen sind der Ausbau unseres Angebotes an Online-Veranstaltungen und Trainings über unseren eigenen PM-TV Channel, sowie PM DirectCash, mit dem wir Vertriebspartnern Online-Verkaufseinnahmen in Echtzeit auszahlen. Natürlich wurden diese Anstrengungen in den letzten 2 Jahren noch verstärkt, um unseren Vertriebspartnern die bestmögliche digitale Infrastruktur bieten zu können. Ich bin stolz auf meine vielen motivierten und ambitionierten Mitarbeiter und Vertriebspartner, denn sie alle machen diesen Erfolg erst möglich. Der Wille jeder einzelnen Person, alles zu geben und jedes Jahr erfolgreicher zu machen als das letzte und unsere stetige Weiterentwicklung, das ist es was PM so erfolgreich macht.

**„Habe keine Angst Du selbst zu sein! Setze Dir ein klares Ziel, für das Du ein brennendes Verlangen entwickeln kannst. Behalte Deinen Fokus, und stecke mit Deiner Begeisterung andere an. Deine Beständigkeit und Dein Wille bringen dich zum Ziel.“**

### **Blicken wir einmal zurück in die Historie: Welche Momente in der PM-International Geschichte waren für Sie ganz besondere?**

Es gibt viele schöne Momente, an die ich mich gerne erinnere:

- › Gründung 1993
- › Einführung unseres „Company Car“ Programms 1999
- › Meine Großmutter auf der Bühne unseres 10. Firmenjubiläums
- › Das 1. Patent 2005
- › Die Kooperation mit Larry Thompson
- › Die Einführung unseres Headquarter-Konzeptes und die Eröffnung der HQs in Luxembourg (International) und Singapur (APAC)
- › Unser 25. Jubiläum 2018 mit über 13.000 Teilnehmern
- › Als wir 2019 unsere 1. Umsatzmilliarde erreicht haben
- › 2021: Die Einführung unseres 1. Produktes aus der Grundlagenforschung (FitLine C-Balance) im Rahmen von Forschungsk Kooperationen mit der Fachhochschule Oberösterreich, der Technischen Universität Wien und dem Luxembourg Institute of Science and Technology
- › Jeden Tag motivierende Geschichten von Vertriebspartnern zu hören, die diese Chance nutzen, um ihre Lebensqualität zu verbessern

### **Sie sind 1993 aus einem Hinterhof gestartet. War es schon immer Ihre Vision, aus PM ein Milliardenunternehmen zu machen oder kam Ihnen diese Vision erst im Laufe der Zeit, als sie merkten, dass es funktioniert?**

Die Vision für PM-International war tatsächlich von Anfang an klar: Die weltweite Marktführerschaft im Vertrieb hochwertiger Produkte für Gesundheit, Fitness und Schönheit. Neben dem unbedingten Willen, alles zu geben, braucht man einfach diesen Fokus auf



ein Ziel hinzuarbeiten. Wir haben seit unserer Gründung immer alles gegeben und haben uns natürlich auch weiterentwickelt. Mit der Zeit kamen neue Abteilungen, neue Aufgaben und neue Ziele hinzu. Aus diesem Grund haben wir unsere Vision dann um den Punkt „Entwicklung“ ergänzt. Ein kleines Wort mit großen Auswirkungen, was auch unserem verstärkten Fokus auf den Bereich Forschung & Entwicklung mit unserem internen Team aus Wissenschaftlern, als auch unseren Forschungsk Kooperationen mit Instituten und Hochschulen wie dem Luxembourg Institute of Science and Technology, der Fachhochschule Oberösterreich sowie der TU Wien. Das war sehr wichtig für PM-International: niemals den Fokus verlieren, aber auch immer offen für Optimierungen zu sein! Daraus sind heute bereits über 70 Patente weltweit resultiert.

**Welchen Teil hat Larry Thompson dazu beigetragen?**

Larry Thompson hat als einer meiner Mentoren auch einen relevanten Teil zum Erfolg von PM-International beigetragen. Ich habe vieles gelernt, durfte einem der Besten, wenn nicht sogar DEM besten Promoter und Vertriebsstrategen, über die Schulter schauen

und mit ihm über Strategien und Herangehensweisen sprechen.

**In einem Satz: Was ist das Erfolgsgeheimnis von PM-International?**

Unser Prinzip „Einfach. Erfolgreich.“ und allen voran das brennende Verlangen unserer motivierten Vertriebspartner, jeden Tag besser zu machen, als den davor und ihr Leben und das Leben anderer positiv zu verändern.

**Ist es eigentlich leichter einen Milliardenkonzern zu führen als einen Millionenkonzern, weil die Strukturen gefestigter und das Team vorhanden ist?**

Ich glaube „leichter“ ist es nie. Wir müssen immer dazu bereit sein unser Bestes zu geben, jeden Tag 100% bei der Sache zu sein und sich nicht ablenken zu lassen. Das ist einer der Schlüssel zum Erfolg, egal in welcher Größenordnung. Natürlich unterscheidet sich mein Arbeitsalltag, nicht aber meine Einstellung. Das Team um mich herum wächst stetig und mit dem Team wächst auch die Erfahrung. Die Fähigkeit entsteht durch den Prozess. Wer bereit ist weiter zu lernen und akzeptiert, dass das Leben eine Entwicklung ist, kann in diese Herausforderung hineinwachsen.

**PM-International ist in den letzten Jahren rasant gewachsen, Umsatzsprünge von über 600 Mio. US-Dollar. Was hat das Wachstum ausgemacht?**

Das ist ganz klar eine riesige Leistung unserer Vertriebspartner! Sie haben in den letzten Jahren maßgeblich zu unserem Erfolg beigetragen. Die Motivation und Ausdauer, die jede und jeder Einzelne täglich gezeigt hat, ist beeindruckend. Unsere Vertriebspartner haben sich den Herausforderungen gestellt und entschieden flexibel agiert. Natürlich haben wir intern alles daran gesetzt unsere Teampartner mit vollem Einsatz zu unterstützen. Wir sind mit der Zeit gegangen, haben schnelle und flexible Lösungen im Bereich der Digitalisierung unserer Services gefunden und investieren dauerhaft in unsere Logistik und unsere Standorte. Wir sind ein Familienunternehmen und stolz darauf, dass es uns erlaubt, flexibel zu sein und immer nach unseren Werten zu agieren. Als Unternehmen planen und entscheiden wir langfristig und nicht nur für den nächsten Quartalsbericht. Genau so haben wir auch gehandelt: Der entstandene Erfolg ist ein gemeinsamer Erfolg. Ohne die enge Zusammenarbeit, Hand in Hand, unserer Partner im Vertrieb und internen Mitarbeiter wäre dieses Ergebnis nicht möglich. Ich >

bin stolz darauf, dass wir gemeinsam dieses zukunftsfähige Geschäftsmodell entwickeln konnten.

**Für Europa sprechen Sie von 3 Millionen Kernkunden mit einem Umsatz von über 7 Milliarden US-Dollar! Mit mehr als 18 Millionen potenziellen Kernkunden weltweit streben Sie einen Umsatz von rund 42 Milliarden US-Dollar an. Wann wollen Sie so weit sein?**

Natürlich ist das unser langfristiges Ziel. Uns ist klar, dass hier eine ganze Menge Arbeit auf uns wartet, wir sehen auch, dass wir in den letzten Jahren Zahlen geschrieben haben, die unseren Anspruch auf die Marktführung untermauern. Ganz wichtig: wir möchten ein nachhaltiges, stabiles Umsatzwachstum erzeugen, das auch für zukünftige Generationen Sicherheit bietet. Wir wachsen stetig und sicher und ermöglichen es so Menschen weltweit, sich eigenständig und ohne Risiko ein zusätzliches Einkommen aufzubauen, mit flexibler Zeiteinteilung und Spaß an der Arbeit. In diesem Jahr planen wir die 2. Umsatzmilliarde zu erreichen, in den nächsten 5 Jahren sollen es 5 Milliarden werden.

**Wenn Sie heute zurückblicken, hätten Sie irgendetwas anders gemacht? Was würden Sie nicht mehr machen? Was würden Sie heute dem Rolf Sorg von 1993 mit auf dem Weg geben?**

Ich habe PM-International als begeisterter Vertriebler gegründet, weil ich anderen die Chance geben wollte, die der Direktvertrieb mir gegeben hat. In den ersten Jahren musste ich lernen, dass noch mehr dazu gehört ein erfolgreicher Unternehmer zu sein. Da waren einige harte Lektionen dabei. Vor allem im kaufmännischen Bereich hat mein Vater, selbst Unternehmer, mir wichtige Impulse gegeben. Rückblickend hat jede Erfahrung mich etwas gelehrt und mich näher zu meinem Ziel gebracht und ich bin froh zu sagen, dass ich im Großen und Ganzen nichts anders machen würde.

**Wie wird sich Network Marketing in den kommenden Jahren verändern?**

Ich gehe davon aus, dass insbesondere im Bereich Digitalisierung für die



Branche kein Weg vorbeiführt. Die letzten zwei Jahre haben gezeigt, wie wichtig digitale Lösungen für flexibles und ortsunabhängiges Arbeiten sind. Ich gehe davon aus, dass Hybrid-Veranstaltungen ein fester Bestandteil bleiben. Bei uns haben die Vertriebspartner schon jetzt – wie bei großen Sportereignissen – die Wahl, ob sie eine Veranstaltung live vor Ort oder im Rahmen eines Public Viewings in ihrer lokalen Niederlassung oder als Online-Streaming auf PM TV bequem von zu Hause aus verfolgen wollen. Der digitale Vertrieb wird meiner Ansicht nach jedoch niemals das persönliche Miteinander von Kunden und Partnern vollständig ersetzen. Der Direktvertrieb ist und bleibt ein „People's Business“. Dennoch bietet die Digitalisierung unseren Vertriebspartnern die Möglichkeit im

**„Der Direktvertrieb ist und bleibt ein „People's Business“. Dennoch bietet die Digitalisierung unseren Vertriebspartnern die Möglichkeit im wahrsten Sinne des Wortes grenzenlos zu agieren.“**

wahrsten Sinne des Wortes grenzenlos zu agieren. Sie können internationale Teams aufbauen und sich über Sprach- und Raumgrenzen hinwegsetzen.

**PM-International ist ein Familienunternehmen. Wie werden Sie die nächste Generation auf das Unternehmen vorbereiten? Welche Werte sind Ihnen wichtig und welche Werte vermitteln Sie Ihren Kindern?**

Ich bin stolz und glücklich, dass meine beiden Kinder großes Interesse am Unternehmen gezeigt haben. Schon jetzt sind sie neben dem Studium als Ferienjobber immer wieder bei PM tätig. Beide haben sich für ein Business-Studium entschieden – wo es hingehen werden die nächsten Jahre zeigen. Ich finde es ist wichtig, nie zu vergessen, wo man herkommt. Ich selbst habe in jungen Jahren eine Ausbildung zum Automechaniker gemacht und gelernt, dass sich harte, ehrliche Arbeit auszahlt. Ich trage eine Kette mit einer Zündkerze daran um meinen Hals, um jeden Tag daran erinnert zu werden. Ich lebe das meinen Kindern jeden Tag vor, denn es ist wichtig mit gutem Beispiel voran zu gehen. Es ist wichtig, immer bodenständig zu sein, nicht abzuheben, und einfach „Du selbst“ zu bleiben. Man sollte nie denken, dass man besser als jemand anderes ist! Auch wenn meine Kinder mal frustriert sind, weil irgendwas nicht so funktioniert wie sie es sich vorgestellt haben, sage ich ihnen immer, dass es nicht schlimm ist Fehler zu machen! Wichtig ist es, daraus zu lernen! Man kann nie alles beherrschen und Fehler



helfen uns, besser zu werden. Daran glaube ich ganz fest.

### **Was ist Ihr persönliches Erfolgsgeheimnis?**

Für mich ist Erfolg kein Geheimnis, sondern eine Kombination aus verschiedenen Dingen: Zunächst ist es wichtig zu wissen, was dich antreibt; wofür du Motivation und ein brennendes Verlangen entwickeln kannst. Dann heißt es beständig auf dieses Ziel hinzuarbeiten! Das verlangt harte Arbeit, denn zum Erfolg gibt es keine Abkürzung. Außerdem ist es entscheidend, einen klaren Fokus zu behalten und Ablenkungen zu vermeiden ... und mein vielleicht größter Tipp: Immer lösungsorientiert denken! Es gibt keine „Probleme“, das sind alles Herausforderungen, mit denen du und dein Business wachsen können!

### **Sind Sie selbst schon einmal an Ihre persönliche Grenze gestoßen?**

Selbstverständlich! Jeder hat schon einmal den Punkt erreicht, an dem man denkt „Ich weiß nicht, wie es weiter geht“. Ich habe gelernt, dass jeder mit seinen Aufgaben wächst und damit auch die eigenen Grenzen überschreiten kann. Gerade der Schritt heraus aus der Komfortzone ist entscheidend, um sich weiterzuentwickeln, Neues zu lernen und noch erfolgreicher zu werden.

### **Gibt es noch weitere Expansionspläne für den Standort Deutschland/Speyer?**

Der Standort Speyer ist als unser europäischer Hauptsitz und Logistikzentrum immens wichtig. Wir investieren dauerhaft, damit der Standort unserem Wachstum gerecht wird. Ende 2020 haben wir mit einer vierten Lagerhalle unsere bestehende Lagerkapazität nahezu verdoppelt. Aktuell modernisieren wir unsere Kleinkommissionierung komplett, womit wir die Versandkapazitäten im Einzelpaketversand an Kunden und Vertriebspartner verdreifachen. Die Fertigstellung des 3. Verwaltungsgebäudes ist im 1. Quartal 2023 geplant. Damit entstehen dort 100 weitere Arbeitsplätze in der Verwaltung.

## **„Unserer Vertriebspartner haben in den letzten Jahren maßgeblich zu unserem Erfolg beigetragen. Die Motivation und Ausdauer, die jede und jeder Einzelne täglich gezeigt hat, ist beeindruckend. Unsere Vertriebspartner haben sich den Herausforderungen gestellt und entschieden flexibel agiert.“**

### **Korea entwickelt sich seit dem Markteinstieg 2018 mit einem Rekordumsatz. Haben Sie erwartet, dass sich dieser Markt derart entwickelt?**

Marktanalysen und unsere Testphasen vor der Eröffnung des Marktes haben das riesige Potenzial deutlich gezeigt. Generell ist Südkorea der drittgrößte Markt weltweit für den Direktvertrieb, er liegt sogar knapp vor Deutschland (laut den WFDSA Zahlen <https://wfdsa.org/wp-content/uploads/2021/04/WFDSA-Annual-Report-2020.pdf>).

Wir wissen, dass immer mehr Koreaner auf ihre Gesundheit und ihr Wohlbefinden achten. Mit dem Lebensstandard und Wohlstand steigt auch die Nachfrage nach qualitativ hochwertigen, innovativen Produkten für Gesundheit und Schönheit. Zudem genießt Deutschland in Südkorea ein sehr positives Image in Bezug auf die Produktqualität „Made in Germany“. Wir arbeiten täglich daran, bald Marktführer in diesem Schlüsselmarkt zu werden. Gerade unsere Premiumprodukte, „Made in Germany“ und regelmäßige, unabhängige Produktanalysen durch den TÜV SÜD ELAB erfüllen sämtliche Bedürfnisse koreanischer Konsumenten.

Natürlich war der Senkrechtstart von PM-International in Südkorea ohne den unermüdlichen Einsatz, den Unternehmern und die Leidenschaft tausender Teampartner nicht möglich. Sie schätzen, dass unser Unternehmen auf Sicherheit und langfristiges Wach-

tum setzt. Ich bin stolz und dankbar zu sehen, was wir gemeinsam aufgebaut haben. Mittlerweile hat PM-International verstärkt in den Markt investiert und neben der Niederlassung mehrere Kundencenter eröffnet, sowie den massiven Ausbau in der Logistik realisiert. Unser neues Logistikzentrum erstreckt sich über eine Fläche von mehr als 4,780m<sup>2</sup> und ist mit der neuesten Technik – beispielsweise einem Deep-Learning basierten Inspektionssystem – ausgestattet. Korea ist einer unserer wichtigsten Märkte und auch hier wollen wir unserem Premium-Anspruch vollends gerecht werden!

### **Wie wird sich PM-International in den nächsten Jahren entwickeln, welche Länder stehen zur Eröffnung an?**

Das Thema internationale Expansion hat entscheidend zu unserem Wachstum beigetragen. Wir haben früh auf das Thema neue Märkte gesetzt und unser weltweites Netzwerk über unser Headquarter- und Niederlassungskonzept zunächst in Europa, dann im Asien-Pazifikraum und seit kurzem auch auf dem amerikanischen Kontinent strategisch aufgebaut. Inzwischen sind wir mit über 40 Niederlassungen auf allen Kontinenten vertreten. Als nächstes stehen die Markteröffnungen in Ungarn, Portugal, Belgien, China, Indonesien, Bolivien, sowie in den ersten Märkten Afrikas an.

### **Die Welt soll nachhaltiger und die Unternehmen grüner werden. Welchen Weg schlägt PM hier ein?**

Wir engagieren uns dafür, die Menschen zu ermutigen und Chancen für heutige und künftige Generationen zu schaffen. Das ist der Anspruch, den wir täglich an unsere Arbeit und unser Unternehmen stellen. Mit unserer Wohltätigkeitsstiftung PM We Care leisten wir schon seit Jahrzehnten einen entscheidenden Beitrag dazu, die Lebensumstände bedürftiger Kinder auf der ganzen Welt zu verbessern. Mit unserem Partner, dem Kinderhilfswerk World Vision, liegt der Fokus auf einer langfristigen Verbesserung der Lebensumstände, durch nachhaltige und langanhaltende Lösungen. Wir arbeiten daran, Herausforderungen zu erkennen und Maßnahmen zu entwickeln, die

## **„Wir müssen immer dazu bereit sein unser Bestes zu geben, jeden Tag 100% bei der Sache zu sein und sich nicht ablenken zu lassen. Das ist einer der Schlüssel zum Erfolg, egal in welcher Größenordnung.“**

den Kindern und ihren Familien Hilfe zur Selbsthilfe liefern. Mit mehr als 3000 Kinder-Patenschaften sind wir der größte Firmensponsor von World Vision. Bis Ende dieses Jahres sind 1000 weitere Patenschaften in 2 großen Projekten geplant. Wir begleiten die Kinder bis ins Erwachsenenalter und unterstützen jedes Kind in der Regel durchschnittlich für 15 Jahre. Es macht mich sehr stolz zu sehen, dass wir das Leben von so vielen Kindern, ihren Familien, und Dorfgemeinschaften verbessern konnten. Wir sehen uns auch als Teil der Gemeinschaft, daher ist es wichtig auch in Zeiten der Not etwas zurückzugeben. Unsere Soforthilfen für Krisengebiete, beispielsweise nach den Überflutungen in Deutschland diesen Sommer, werden über unsere Logistikketten schnell, unkompliziert und zielgerichtet dorthin gebracht, wo sie benötigt werden. Denn nichts ist wichtiger, als unsere Mitmenschen zu unterstützen. Wir arbeiten außerdem konstant daran, durch Innovationen nachhaltigere Lösungen zu schaffen. Der Großteil unserer Verpackungen ist bereits zu 100% recyclebar. Unser nächstes Ziel ist es, bis 2022 100% recyclebare Produktverpackungen für alle unsere Produkte einzuführen. Das ist nur möglich, weil wir mit den Verpackungsherstellern gemeinsam Konzepte entwickeln und auch immer daran arbeiten diese zu verbessern. Auch hier nehmen wir eine Vorreiterrolle in unserer Branche ein, denn andere Firmen sind hier weit abgeschlagen und geben nur vage Zeiträume an. Auch bin ich sehr stolz darauf, dass wir vor kurzem unser erstes Produkt aus dem „Farm to Fork“-Ansatz – das FitLine C-Balance – präsentieren konnten. Das bedeutet, dass wir hier größtes Augenmerk darauf gelegt haben alle Bestandteile des Produktes in kontrolliertem Anbau zu erzeugen und den gesamten Fertigungsprozess nachhaltig gestalten können. Bei dem Thema Nachhaltigkeit geht es um unsere Kinder und deren Kinder. Es geht darum, die Welt jeden Tag ein bisschen besser für sie zu machen. Dafür stehen wir als Unternehmen ein.

### **Ein Blick in die Zukunft: Wo steht PM-International im Jahr 2030? Und wo steht das Unternehmen 2050?**

Die letzten Jahre haben uns gezeigt wie wichtig es ist, immer flexibel zu bleiben und sich an die Gegebenheiten anzupassen. PM-International ist als Familienunternehmen und mit dem Fokus gegründet worden, auch in Zukunft stabiles und nachhaltiges Wachstum zu schaffen. Unsere langfristige Vision ist es, Marktführer unserer Branche zu werden. Wir arbeiten jetzt schon entschieden darauf hin unter die Top 5 der DSN Global 100 Liste zu gelangen, aktuell sind wir auf Platz 10. Allgemein ist es uns einfach wichtig gemeinsam mit unseren Vertriebspartnern und den Aufgaben, die vor uns liegen zu wachsen und unsere Werte in die Zukunft zu tragen.

### **Worauf dürfen sich PM-International VertriebspartnerInnen in der Zukunft am meisten freuen?**

Innovation wird bei PM-International groß geschrieben, sowohl in der Produktentwicklung, als auch in der Digitalisierung unserer Business-Solutions. Diese unseren Vertriebspartnern vorzustellen und zu sehen, wie

sie damit ihren persönlichen Erfolg kreieren ist für mich persönlich einer der schönsten Teile meines Jobs. Natürlich ist auf unserem Weg ins „new normal“ wieder mehr möglich. Gerade bei Veranstaltungen wie unserem Europa Kongress vor einigen Tagen zeigt sich, dass persönliche Begegnungen wichtig sind. Der Direktvertrieb lebt vom persönlichen Miteinander und wir freuen uns, dass wir wieder mehr gemeinsame Aktivitäten planen können, beispielsweise Veranstaltungen oder gemeinsame Reisen mit unseren Vertriebspartnern.

### **Haben Sie zum Schluss noch einen Erfolgstipp für unsere LeserInnen?**

Habe keine Angst du selbst zu sein! Setze dir ein klares Ziel, für das du ein brennendes Verlangen entwickeln kannst. Behalte deinen Fokus, und stecke mit deiner Begeisterung andere an. Deine Beständigkeit und dein Wille bringen dich zum Ziel. Es ist okay auf deiner Reise zum Erfolg auch mal Rückschläge zu erleben, wichtig ist, dass du daraus lernst! Denn Erfolg ist ein Marathon und kein Sprint; gib dir Zeit und wachse mit deinen Aufgaben. Und dann, auf gut Deutsch: Einfach machen!



FitLine®



FitLine Optimal-Set Family

## Hol dir die Nährstoffe, die du brauchst – jeden Tag.

FitLine Optimal-Set versorgt deine Familie jeden Tag mit Vitaminen und nahrhaften Mineralstoffen.  
FitLine bietet Dir ein umfassendes Produktsortiment in den Bereichen Gesundheit, Fitness und Schönheit.

Kontakt:  
Patrick Bacher - Vorstand Vertrieb

Tel.: 06232 296306  
Patrick.Bacher@pm-international.de



### FitLine IB<sup>5</sup>

Der tägliche Begleiter  
für deine Abwehrkräfte<sup>1</sup>.



### FitLine Generation 50+

Nährstoffe für die speziellen  
Bedürfnisse der Generation 50+.

<sup>1</sup> Vitamin A, Vitamin D und Vitamin B12 tragen zur normalen Funktion des Immunsystems bei.



PM-International

Einfach. Erfolgreich.



PM-International  
#10



PM-International mit dem Bravo International Growth Award...

## ...für das international schnellst-wachsende Direktvertriebsunternehmen 2020 ausgezeichnet!

Vielen Dank an unsere Kunden, Partner, Mitarbeiter und alle, die dies möglich gemacht haben!

„Rolf Sorg ist eine Persönlichkeit, der stets Erfolg und soziale Verantwortung gleichermaßen wichtig waren und die das bis heute unter Beweis stellt.“

### Wolfgang Franken

Generalsekretär h.c.  
Europäischer Wirtschaftssenat

„Erfolg ist, wenn man 27 Jahre alles gibt! Ich bin sehr stolz und da geht noch was – nämlich die TOP5!“

### Achim Heukemes

Weltmeister 10fach Ironman M55

„Herzlichen Glückwunsch! Jetzt sind es nur noch 9 Plätze bis an die Spitze!“

### Joachim Heberlein

Nr. 1 PM-International  
Platin Champion's League

„Ich freue mich sehr über den Erfolg von PM-International. Gleichzeitig bin ich sehr vorsichtig in Bezug auf COVID-19. Ich benutze jeden Tag FitLine-Produkte, um gesund zu bleiben.“

### Seine Kaiserliche Hohheit

Prinz Fushimi, Japan

„PM-International beweist Tag für Tag sehr nachhaltig, dass ihre Philosophie, mit Kunden in engem und direktem Kontakt zu kommunizieren, ein echtes Erfolgsrezept ist – der Faktor Mensch gewinnt!“

### Laura Gersch

Vorständin der Allianz  
Lebensversicherung-AG

„Platz 10 der DSN Global 100 der umsatzstärksten Direktvertriebe, stärkstes Umsatzwachstum unter allen internationalen DSN Global 100 – und das bei einem organischen und gesunden Wachstum. Meinen allerhöchsten Respekt und Anerkennung und weiterhin viel Erfolg!“

### Hans Röben

Aufsichtsratsvorsitzender

PM-International AG

Kontakt: Patrick Bacher (Vorstand Vertrieb) | Tel: +49 (0) 6232 296-306 | E-Mail: Patrick.Bacher@pm-international.de

www.pm-international.com