



EUROPÆISK POLITIK FOR TRÆNINGS- OG UDDANNELSESMATERIALE

Europæisk politik for trænings- og uddannelsesmateriale

Denne politik skal anvendes og fortolkes i henhold til de kontraktlige forpligtelser mellem ABO'er og individuelle Amway-selskaber i Europa (i denne politik 'Amways europæiske selskaber'). Denne politik gælder pr. 1 maj 2011, på alle de europæiske markeder, hvor Amway-selskaberne driver Amways salgs- og marketingplan, med undtagelse af Ukraine, Rusland og Storbritannien/Irland. Formålet med politikken er, at den supplerer og ikke erstatter Amways kommercielle principper og andre officielle politikker og kontraktlige bestemmelser mellem ABO'erne og Amway-selskaberne i forbindelse med politikkens indhold.

Definitionen på trænings- og uddannelsesmateriale (TEM) skal fortolkes bredt og omfatter fx: Trykt materiale, audiovisuelle og multimedieproduktioner, internet-baserede produkter og tjenester, ekstra Amway-ankendelses- og belønningssystemer, møder og andre events og andet materiale eller udstyr, der anvendes til at understøtte information omkring eller salg af Amways produkter og serviceydelser, samt kuponer, tilgodehavendebeviser, billetter eller stående ordre-/abonnementsprogrammer i relation til det foregående.

I henhold til Amways salgs- og marketingplan har alle ABO'er som en del af deres kontraktlige forpligtelser over for Amway ansvar for at træne og motivere de ABO'er, de sponsorerer til at sælge Amway-produkter og -serviceydelser. ABO'erne kan beslutte, at TEM kan være gavnligt for at opbygge en lønsom Amway-forretning.

Som en del af det løbende arbejde for at sikre kvaliteten af det TEM, der associeres med AMWAY-varemærket og Amways goodwill, samt materialets relevans for Amway-forretningen, har Amways europæiske selskaber fastlagt nogle kvalitetskontrolprocedurer, der omhandler ABO'ernes markedsføring og salg af TEM til andre ABO'er ("kvalitetskontrol") for at beskytte Amways omdømme og Amways salgs- og marketingplan og for at sikre, at dette TEM markedsføres korrekt i forbindelse med Amway-virksomheden.

Amways standarder for kvalitetskontrol er opřidset i de kommercielle principper, andre Amway-politikker og denne politik for trænings- og uddannelsesmateriale.

Formålet er at opnå følgende: Bevare AMWAY-varemærkernes gode omdømme og særlige karakteristika, beskytte forbrugerne og offentligheden generelt mod bedrag og forvirring, angive en minimumsstandard for kvalitet, der svarer til kvaliteten af Amways produkter og serviceydelser, sikre Amway-virksomhedens integritet og beskytte Amways navn, omdømme og goodwill.

Det er op til hver ABO at træffe beslutning om at købe TEM ud fra, hvad den pågældende ABO anser som nødvendigt for at opbygge sin egen Amway-forretning. ABO'ernes salg og markedsføring af TEM til andre ABO'er skal dog altid være rimeligt. Amway anser det for at være i modstrid med virksomhedens omdømme,

ABO'ernes interesser og Amway-virksomhedens grundlæggende principper, hvis ABO'erne markedsfører eller sælger TEM til andre ABO'er i mængder eller til priser, der overstiger et fornuftigt niveau.

ABO'erne må ikke direkte eller indirekte gennem andre producere, markedsføre, sælge eller tjene på salg af TEM til andre ABO'er, såfremt et sådant salg er i strid med dette kvalitetskontroldokument eller gældende ret.

Der findes ikke nogen politik eller regel, der kan tage højde for alle tænkelige situationer, der kan føre til misbrug af TEM, og derfor forbeholder Amway sig ret til at behandle sager om misbrug af TEM, efterhånden som de opstår, som beskrevet i afsnit 11 i Amways forretningspolitikker.

Amway forbeholder sig ret til at modificere, ændre eller revidere ethvert vilkår for denne politik for trænings- og uddannelsesmateriale på et hvilket som helst tidspunkt i henhold til regel nr. 1.3 i Amways forretningspolitikker.

SPECIFIKKE KVALITETSKONTROLBESTEMMELSER

I. GENERELLE BESTEMMELSER FOR TEM

- 1. Garanti for succes:** ABO'er, der nyder gavn af, bruger, markedsfører, sælger eller distribuerer TEM, må ikke påstå eller antyde, at brug af TEM er en garanti for succes. Alt TEM skal som et minimum være forsynet med en ansvarsfraskrivelse, der siger, at (1) det er frivilligt at bruge og købe materialet, (2) at brug af materialet ikke er en garanti for succes, og (3) at materialet er udgivet uafhængigt af Amway.
- 2. Rimelige udgifter, anvendelse af TEM og deltagelse i events:** Amway mener, at markedsføring af TEM i et omfang, der ikke er rimeligt og ikke står i et fornuftigt forhold til de enkelte ABO'ers personlige mål, dokumenteret økonomisk og forretningsmæssig potentiale og rimelige forventninger om fortjeneste i Amway-forretningen, er i strid med enhver ABO's individuelle interesser og er skadelig for Amways omdømme og den almene opfattelse af Amway-virksomhedens bæreevne på lang sigt.

2.1 Betingelser for markedsføring af TEM til nye ABO'er:

De følgende betingelser gælder for alt TEM, bortset fra vigtige events. ABO'er må ikke sælge eller opfordre nye ABO'er til at købe TEM i urimelige mængder. Amway anser overskridelse af de følgende beløb pr. ABO-forretning for at være urimelige:

- I Vesteuropa: DKK 373,- inden for de første 2 uger efter åbning af en Amway-forretning.
- I Vesteuropa: DKK 635,- i hver af de første 3 måneder efter åbning af en Amway-forretning med maksimale samlede udgifter på DKK 1.903,- inden for de første 3 måneder.
- I Centraleuropa: DKK 187,- inden for de første 2 uger efter åbning af en Amway-forretning.
- I Centraleuropa: DKK 373,- i hver af de første 3 måneder efter åbning af en Amway-forretning med maksimale samlede udgifter på DKK 1.120,- inden for de første 3 måneder.

I denne politik defineres Centraleuropa som Rumænien, Polen, Tjekkiet, Slovenien, Kroatien, Slovakiet, Ungarn og Tyrkiet.

Det er ikke tilladt at lade en ABO deltage i abonnementsordninger på TEM inden for de første tre måneder. ABO'erne må godt deltage i stående ordre-programmer, hvor de frit kan vælge at standse deres deltagelse.

3. **Kvittering:** ABO'er, der sælger TEM, skal udstede en kvittering til den ABO, der køber materialet, med oplysning om (a) sælger, (b) en beskrivelse af det solgte produkt, (c) det købte antal, (d) prisen (inkl. moms) og (e) yderligere lovpligtig information (som fx oplysning om fortrydelsesret og og fortrydelsesfristen ved aftaler indgået uden for fast forretningssted)

4. **Retur-/refusionspolitik for TEM til slutkøbere:** ABO'er, der vælger at sælge TEM, skal tydeligt angive deres refusionspolitikvilkår til slutkøbere inden salg af materialet. De vilkår og betingelser, der gælder for refusionspolitikken, skal være i overensstemmelse med alle gældende lovkrav og reglerne vedrørende TEM ABO'er, der vælger at sælge TEM og har et varelager ud over til personligt brug, skal overholde den refusionspolitik, der er aftalt med den person, de har købt deres TEM fra.

4.1 Amways 100% kundetilfredshedsgaranti og Amways tilbagekøbspolitik GÆLDER IKKE for TEM.

4.2 Refusionspolitikker for slutkøbere må i alle tilfælde ikke stille køberen dårligere end følgende:

- a. TEM, med undtagelse af billetter, skal indeholde en refundering på kommercielt rimelige vilkår på op til 30 dage efter salg af TEM, under den betingelse af det respektive TEM er i ubrugt/forseglet tilstand.
- b. Billetter, der er købt til en event, skal kunne refunderes op til 4 uger før eventen.
- c. Udgifter til billetter til events, der ikke har fundet sted, skal kunne refunderes til enhver tid.

d. Refusionen skal dække udgiften til deltagelse i mødet / eventen. Refusionen dækker ikke yderligere omkostninger (rejse, måltider, hotel).

e. Abonnementer: ABO'er, der køber abonnementer, er berettiget til at få refunderet ubrugte hele måneder af forudbetalte abonnementer.

f. Downloading af e-filer: Købere, der er utilfredse med downloadede e-filer, har ret til at modtage en ny downloading med samme værdi inden for 30 dage. Arrangøren af mødet/ eventen skal etablere en procedure for tvisteløsning samt udpege en ansvarlig person for håndtering af returnering og refundering. Ved refundering kan køber blive bedt om at fremlægge bevis for købet.

4.3 **Gennemgang af refusionspolitik:** ABO'en skal på fremsat begæring fra Amway indsende en eventuel refusionspolitik til gennemgang hos Amway sammen med bevis på, at politikken er blevet implementeret og konsekvent kommunikeret, samt at refusionspolitikken er blevet understøttet i henhold til denne regel.

5. **ABO'ens pligter:** ABO'erne har ansvaret for at sikre, at det TEM, de markedsfører eller sælger, overholder gældende love og regler samt Amways kvalitetskontrol. Amways kvalitetskontrol er ikke nogen erstatning for ABO'ernes egen juridiske kontrol. ABO'er, der producerer, markedsfører, sælger eller tjener på produktion, markedsføring eller salg af TEM, skal sikre, at disse aktiviteter er i overensstemmelse med gældende love og regler, og at alle godkendelser og tilladelser, der kræves for at drive denne virksomhed og produktion, import og distribuering af dette TEM, er indhentet, før en sådan virksomhed påbegyndes. Amwayforhandlere der er Platinum er ansvarlige for at uddanne og træne ABO'er i deres grupper i kvalitetskontrol med hensyn til TEM, og sponsorer er ansvarlige for at uddanne og træne deres direkte personligt sponserede ABO'er. Ingen af de personer, der er omfattet af nærværende politik, må støtte andre i eller hjælpe andre med at omgå kvalitetskontrollen.

6. **Markedsføring af og godtgørelse for TEM:** ABO'en må ikke markedsføre, yde godtgørelse til en anden ABO eller modtage godtgørelse eller anden fordel i forbindelse med salg eller markedsføring af TEM, der ikke er i overensstemmelse med Amways kommercielle principper, den europæiske politik for TEM, de europæiske standarder for gennemgang af TEM, Amways forretningspolitikker og andre kvalitetskontrolforanstaltninger, der til enhver tid fastsættes af Amway.

ABO'en må ikke beskæftige sig med systemer til markedsføring, godtgørelse eller betaling for TEM, der ikke er i overensstemmelse med gældende ret, eller som kan skade eller undergrave det omdømme og den værdifulde goodwill, der forbindes med Amways navn og immaterielle rettigheder. En ABO, der beskæftiger sig – det være sig direkte eller indirekte – med salg eller markedsføring af TEM, må ikke anføre eller antyde, at en sådan aktivitet er en del af Amway-forretningen (eller

omvendt), eller anføre eller antyde, at den indkomst eller de andre fordele, der opnås fra en sådan aktivitet, blev opnået via Amway-forretningen eller Amways salgs- og marketingplan.

- 7. Samarbejde og verifikation:** ABO'en skal på Amways anmodning udlevere relevant dokumentation, der efter Amways mening er nødvendig for at verificere overholdelse af disse regler, herunder oplysninger om sælgere, forlag, producenter og forhandlere, der ikke er ABO'er, og som ABO'en samarbejder med i forbindelse med levering og markedsføring af TEM.

II. SPECIELLE BESTEMMELSER FOR TEM (GÆLDER IKKE MØDER/EVENTS)

- 1. Autorisation påkrævet:** For at sikre kvaliteten i det TEM, der benyttes i forbindelse med Amway, Amways forretningsmulighed og Amways produkter og serviceydelser, skal alt TEM gennemgås og godkendes af Amway, før ABO'en markedsfører, bruger, sælger eller distribuerer det. **Der må ikke sælges TEM til potentielle ABO'er. (Prospects)**
 - 1.1 Godkendelse fra Amway skal ske skriftligt.** Godkendelse udgør en begrænset, ikke-eksklusiv tilladelse, der ikke kan overdrages, til at anvende inkorporerede immaterielle rettigheder fra Amway og/ eller markedsføre TEM i forbindelse med Amways navn eller mærker. Amway kan kun tilbagekalde godkendelsen på grund af vigtige årsager, f.eks. i tilfælde af et udsagn om et produkt, ikke længere må anvendes. Amway vil så fald informere den pågældende ABO/organisation og forklare beslutningen. Medmindre det er specifikt skriftligt anført, er en sådan godkendelse og tilladelse kun gældende i det land, hvor det Amway-kontor, der har godkendt TEM, ligger og driver forretning.
 - 1.2 Gennemgået indhold:** ABO'er, der direkte eller indirekte tjener på, markedsfører, bruger, sælger eller distribuerer TEM, skal sikre, at en tydelig tekst på TEM viser, at indholdet er gennemgået og godkendt, efterfulgt af Amways unikke godkendelsesnummer (på et sted eller i et format, der er specielt bestemt af Amway).
 - 1.3 Amways gennemgang og godkendelse af TEM er betinget af, at Amways kommercielle principper, den europæiske politik for trænings- og uddannelsesmateriale, de europæiske standarder for gennemgang af TEM, Amways forretningspolitikker og andre kvalitetskontrolforanstaltninger, som til enhver tid fastsættes af Amway, er overholdt.**
 - 1.4 ABO'erne har ansvar for at overholde alle lovkrav vedrørende indhold, produktion, distribuering og markedsføring af det TEM, de sælger, bruger eller markedsfører, eller som de tjener på, samt for overholdelse af lovkrav, hvad angår salg eller anden brug af TEM.**

- 2. Indsendelse og begrænsninger af godkendelse:**

2.1 Amway kan alene vælge at begrænse antallet af godkendelser i sine selskaber.

2.2 Normalt kan kun autoriserede ABO'er, der har kvalificeret sig som Executive Diamond eller derover, indsende TEM til gennemgang og godkendelse. Amway kan imidlertid selv bestemme, hvem der kan indsende TEM til gennemgang og godkendelse.

2.3 Indsendelse af liste over TEM: ABO'en skal på fremsat begæring indsende en liste til Amway over alt det TEM, den pågældende har til hensigt at tjene på, markedsføre, bruge, sælge eller distribuere. Amway beskriver i sin anmodning, hvilke oplysninger der skal indsendes.

III. SPECIELLE BESTEMMELSER FOR MØDER/EVENTS

1.1 Mødeplan og deltagelse af Amway-repræsentanter:

Amway kan til enhver tid anmode om at modtage en kopi af ABO'ens forretningsmødeplan, og en Amway-repræsentant har lov til at deltage i møderne på listen.

1.2 Optagelse ved events: ABO'en kan optage præsentationer, der foretages af Amways medarbejdere på events, såfremt en sådan optagelse er til personligt brug. Hvis ABO'en ønsker at distribuere optagelserne, skal de gennemgås og godkendes af Amway.

1.2.1 Optagelse af talere, der ikke er fra Amway,

ved Amway-events: ABO'en kan optage præsentationer, der foretages af talere, der ikke er fra Amway, ved Amway-events, medmindre andet er anført af Amway, og såfremt optagelsen er til personligt brug. Reproduktion af optagelserne er strengt forbudt.

1.2.2 Optagelse af talere ved ABO-events: Distribution af optagelser af præsentationer ved ABO-events kræver gennemgang og godkendelse samt samtykke fra den person, der optages.

1.3 Yderligere krav for markedsføring af vigtige events:

En vigtig event er enhver funktion for ABO'er, der har til formål at støtte Amway-virksomheden, og som regelmæssigt arrangeres og afholdes hvert kvartal eller sjældnere, og som varer mindst to dage. Nogle 1-dags-events kan betragtes som vigtige events, hvis de opfylder kravene i godkendelsesproceduren.

1.3.1 Godkendelse: Alle vigtige events skal godkendes af Amway i overensstemmelse med kravene i den godkendelsesprocedure, der meddeles til Amway-lederne.

1.3.2 Fælles markedsføring: Alle møder skal afspejle en fælles markedsføring af Amway og den gruppe, der organiserer eventen. Denne fælles markedsføring skal være tydeligt afspejlet i indholdet af taler, udstilling af produkter, skiltning og andre medier.

1.3.3 Et større møde/event betegnes som:

- Enhver funktion for ABO'er
- Designet til at støtte Amway-forretningen
- Planlagte og kvartalsvise eller sjældnere afholdte
- To eller flere dages varighed

Ethvert møde/event betragtes som værende stort, hvis billetprisen er større end 100 Euro eksklusiv moms.

1.4 Enhver event, der ikke overholder dette krav (medmindre en sådan event er blevet kontrolleret og godkendt af Amway efter de fastlagte procedurer), er et brud på nærværende politik.

Enhver Platinum eller højere, der organiserer, taler ved eller markedsfører en vigtig event, der ikke overholder denne politik, overtræder muligvis denne politik.

IV. STANDARDER FOR PRÆSENTATIONSINDHOLD

Disse standarder beskriver de kriterier, der anvendes i undersøgelsesproceduren for trænings- og uddannelsesmateriale, og kan anvendes af ABO'erne som en vejledning, når de udarbejder taler til ABO-møder/-events, eller inden de fremstiller trykt og audiovisuelt materiale til støtte for Amway-forretningen.

ABO'er, der arrangerer møder/events, skal sikre, at alle de ABO'er, der taler ved de pågældende møder/events, får udleveret en kopi af disse standarder for præsentationsindhold. Alle ABO'er, der taler ved disse møder eller events, skal til enhver tid overholde disse standarder.

AFSNIT 1 – GODKENDELSE

1. Religiøse udtalelser

Talerne må ikke:

- bruge talerstolen som platform for at fremme religiøse og/eller personlige samfundsmæssige holdninger
- argumentere for, at succes afhænger af bestemte holdninger
- anbefale bestemte religiøse eller spirituelle skrifter eller skikke
- foretage religiøse lovprisninger

2. Politiske udtalelser

Talerne må ikke:

- bruge talerstolen som platform for at fremme politiske holdninger (med undtagelse af de emner, der har direkte betydning for Amway-virksomheden eller driften af en selvstændig forretning)
- omtale præferencer vedrørende bestemte politiske holdninger, partier, kandidater eller valgte embedsmænd

3. En forretning med lige muligheder

Talerne skal omtale Amway-forretningen som en forretning med lige muligheder – det er en forretning for alle. Det, at forretningen er for alle, betyder, at man skal acceptere andre mennesker, uanset personlig overbevisning, politisk holdning, nationalitet, etnisk oprindelse og race.

4. Moralske/sociale udtalelser

Det er tilladt at fremsætte positive udtalelser, der relaterer sig til værdier som fx pålidelighed, ærlighed, integritet, ansvarlighed, engagement, familie, individuelt initiativ mv.

Det er ikke tilladt at fremsætte nedværdigende udtalelser angående personlig livsstil, etnisk oprindelse eller mænds og/eller kvinders roller.

Det er ikke tilladt at bruge talerstolen som en platform for at fremsætte personlige samfundsmæssige holdninger eller at fremme samfundsmæssige og kulturelle emner.

AFSNIT 2 – NØJAGTIGHED

Præsentationen af Amway-forretningen har stor betydning for omdømmet og troværdigheden for den ABO, der foretager præsentationen, sponsoren/sponsorlinjen (LOS), Amway og forretningen generelt.

Generelt er det godt at 'love for lidt', så forretningen kan 'levere mere end forventet'. Målet er at sikre, at potentielle ABO'er og ABO'er får realistiske forventninger til forretningen, forstår, hvordan der opnås en indtjening, og bliver klar over den tid og de kræfter, der skal til for at opnå en indtjening som ABO.

1. Amways rolle

Amway-forretningen skal præsenteres som en mulighed for at opnå indtjening via salg af produkter og sponsering af andre, der gør det samme. Det er en forretning, der omfatter produkter og produktuddannelse, distribuering, vederlag, kundeservice og salgs- og marketingplanen. ABO'en må ikke give et forkert indtryk af ABO'ens forhold til Amway ved fx at påstå eller antyde, at Amway 'kun er en leverandør', at ABO'en repræsenterer en forretningsmulighed, som 'Amway er en del af', at ABO'en er en Amway-forhandler af e-commerce, eller at ABO'en "outsourcer" sine administrative opgaver til Amway mv.

2. ABO'ens rolle

ABO'en må ikke fremsætte usande, misvisende, unøjagtige eller bedrageriske udtalelser over for potentielle ABO'er eller andre ABO'er. ABO'en skal ansøre til opførsel, der resulterer i, at ABO'en så hurtigt som muligt fortæller, at vedkommende er Amway-forretningsindehaver. Det er vigtigt at identificere formålet med kontakten – dvs. salg af Amway-produkter og/eller at præsentere den potentielle ABO for forretningen. Det er ikke tilladt at tilsløre invitationen til præsentationen.

3. Supportsystemets rolle

ABO'erne skal være informeret om, at det er frivilligt at deltage i ABO-organisationen, og at deltagelse ikke er en garanti for succes. Det er i orden at give eksempler på, hvordan systemet bidrager til vækst i en succesfuld forretning. En ABO's primære forretningsforbindelse er med Amway og ikke et supportsystem eller en organisation. At antyde andet er i modstrid med de kommercielle principper.

4. Trænings- og uddannelsesmaterialeets rolle

Amway mener, at brug af TEM og deltagelse i møder kan være et effektivt redskab til at støtte opbygningen af en ABO's forretning. Amway mener dog, at formålet med TEM ikke kun skal være at motivere andre. Det er Amways holdning, at det at bruge værktøjer og undervisning, der er udviklet af succesfulde organisationer og deres ledere, skal have en

meningsfyldt og mærkbar indflydelse på Amway-forretningen. I sidste ende må ABO'en selv bestemme, om han/hun ønsker at købe TEM og/ eller deltage i events. Det er helt frivilligt og skal præsenteres i overensstemmelse hermed. Muligheden for, at en ABO kan modtage støtte fra sin sponsor eller upline-Platinum, må ikke afhænge af, om den pågældende køber TEM.

Bemærk, at ABO'er kun må markedsføre TEM, der er blevet officielt godkendt af Amway til brug på markedet.

5. Åben og nøjagtig præsentation af salgs- og marketingplanen

Salgs- og marketingplanen må ikke præsenteres som andet end det, den er: En ramme for, hvordan den individuelle Amway-forretning skal drives, og hvordan der opnås en indtjening. Den potentielle ABO skal informeres om dette samt det faktum, at den pågældende indgår en kontrakt med Amway, der omfatter de rettigheder og pligter, der er forbundet med at være ABO.

Planen må ikke præsenteres som en mulighed for at opnå hurtig rigdom. ABO'er må ikke yde nogen form for garanti for succes eller nedtone den tid og de kræfter, der skal til for at opbygge en Amway-forretning.

6. Personligt forbrug

En velafbalanceret forretning omfatter registrering, salg og personligt forbrug. Ifølge de kommercielle principper er det forbudt at antyde, at man kan opbygge en succesfuld Amway-forretning ved udelukkende at købe produkter til personligt forbrug. At have kunder er en vigtig del af salgs- og marketingplanen og en af grundene til, at Amway-forretningen ikke er et ulovligt pyramideselskab. Potentielle ABO'er og ABO'er skal være klar over, hvordan det at have en kundebase bidrager til at få succes med sin Amway-forretning.

7. Program til personlig udvikling

Det anses for vildledende primært at præsentere forretningen som et program til personlig udvikling i stedet for et forretningsmæssigt foretagende. Hvis man fx præsenterer forretningen som en måde til at opnå personlig udvikling, redde sit ægteskab eller forbedre forholdet til sin familie eller andre, antyder man dermed, at den primære aktivitet i forretningen er noget andet end at opnå en fortjeneste. Forretningens element af personlig udvikling er et immaterielt gode, der skal præsenteres i den kontekst.

8. Kun sponsoring

En Amway-forretning bygger på en balance mellem at sælge produkter og sponsere andre, der gør det samme. Amways salgs- og marketingplan betaler ikke ABO'er for udelukkende at sponsere andre. Der kan opnås et vederlag, når der sælges produkter til kunderne. Det anses for at være ukorrekt præsentation af forretningsmuligheden at antyde, at en ABO kan få succes eller opnå en indtjening udelukkende ved at rekruttere og sponsere andre.

9. Præsentation af indtjeningspotentiale

Præsentationen af det direkte eller indirekte indtjeningspotentiale skal være sandfærdig, nøjagtig og må ikke være vildledende. Præsentationer til potentielle ABO'er og ABO'er må kun afspejle den indtjening, der kan opnås via Amways salgs- og marketingplan, og må ikke omfatte andre indtjeningskilder.

ABO'en må kun bruge eksempler på indkomst og/ eller bonusser, der er baseret på egne erfaringer, såfremt den pågældende samtidig oplyser om gennemsnitstal for indkomst og de salgstal og -procenter, der er offentliggjort af Amway. De må kun oplyse om andre aktuelle økonomiske tal om Amway, der er offentliggjort af Amway.

Brug af udtryk som 'økonomisk sikkerhed', 'rigdom', 'velhavende' og 'millionær' kan overdrive og antyde et indtjeningsniveau, der ikke er typisk, og kan være uacceptabelt, afhængig af konteksten. Acceptable udtryk er bl.a.: 'opnå økonomiske mål', 'økonomisk fleksibilitet' eller 'økonomisk vækst'.

At bruge udtrykkene 'fast indkomst', 'regelmæssig indtjening', 'passiv indkomst', 'indkomst fra royalties' eller 'royalties' er en vildledende beskrivelse af den indtjening, man kan opnå via salgs- og marketingplanen. Disse udtryk antyder, at indtjeningen kan fortsætte uendeligt uden yderligere indsats. De kommercielle principper kræver, at ABO'en overholder visse forpligtelser. 'Løbende' og 'fortsat' er acceptable udtryk.

10. Garanti for resultater

Amway tilbyder en mulighed, ikke en garanti. Sprogbrug, der antyder garanti for succes, anses for at være vildledende for den forretning, der tilbydes. ABO'en skal undgå at bruge udtryk som 'risikofri' eller andre udtryk, der antyder en form for garanti for opnåelse af resultater.

Den enkelte ABO bestemmer selv, hvor meget tid og hvor mange kræfter, han/hun ønsker at bruge på at opbygge en selvstændig Amway-forretning. Der er ingen garanti for, at man kan opnå et bestemt niveau inden for en bestemt tids-horisont, da resultaterne er individuelle og kan variere meget fra person til person.

11. Sponsorernes pligter

Den enkelte ABO skal personligt træne og motivere de andre ABO'er, den pågældende sponsorer.

12. Pensionering og arv

Amway-forretningen tilbyder ikke 'pensionering' i traditionel forstand, da det kræver kvalifikationer at opretholde en indtjening. Forretningen producerer kun indtjening, så længe den er aktiv.

Én af fordelene ved Amways salgs- og marketingplan er, at den gør det muligt for ABO'en at opbygge og etablere en succesfuld forretning, der kan videreføres af hans eller hendes arvinger.

Udtryk vedrørende "pensionering" – herunder "aldrig at skulle arbejde igen", "altid på ferie", "at rejse hele tiden", eller at ABO'er har "frihed fra arbejde" – antyder, at der ikke læn-

gere kræves en arbejdsindsats, når man har opbygget en Amway-forretning til et bestemt niveau, og må derfor ikke anvendes. At bruge udtrykkene 'fast indkomst', 'regelmæssig indtjening', 'passiv indkomst', 'indkomst fra royalties' eller 'royalties' er også uacceptabelt, da de udgør en vildledende beskrivelse af den indtjening, man kan opnå via salgs- og marketingplanen.

13. Selvstændig forretningsdrivende

ABO'er ejer deres forretning og fungerer som selvstændige forretningsdrivende. Den enkelte ABO har et kontraktuelt forhold med Amway og er personligt ansvarlig for driften af sin Amway-forretning. En ABO er ikke ansat af eller fungerer som agent eller juridisk repræsentant for Amway eller andre ABO'er.

14. Fakta og tal

Alt, inklusive udtalelser, statistisk materiale, direkte citater og anden information, der anvendes til at markedsføre forretningen eller Amways produkter, skal altid være korrekt og skal kunne dokumenteres. Det kan være vildledende og skadeligt for Amways troværdighed, den ABO, der foretager præsentationen, forretningen og ABO-organisationerne at fremsætte udokumenterede oplysninger. Udtalelser, der ikke kan dokumenteres, må aldrig anvendes i træning- og uddannelsesmateriale.

Henvisninger til familierne DeVos og Van Andel må udelukkende forekomme i forbindelse med ejerskab af Amway Corporation og gruppen af Amway-selskaber, herunder Amway. Henvisninger til familierne Van Andels og DeVos' private projekter, forretninger og filantropiske gøremål skal altid være nøjagtige og tydeligt skelne mellem dem og Amway og gruppen af Alticor-selskaber.

Diagrammer, billeder, citater og referencer til statistiske data skal dokumenteres med kilde og dato. De skal desuden være opdaterede (ikke mere end tre år gamle). Hvis ABO'en henviser til materiale fra copyright-beskyttet arbejde og anvender enten en betydelig del af dette arbejde eller et uddrag, der repræsenterer essensen af arbejdet, skal der desuden indhentes skriftlig tilladelse fra kilden, før der kan opnås godkendelse fra Amway.

Materiale fra tredjepart, fx artikler eller bøger, vil, når det anvendes til at understøtte eller markedsføre Amways forretningsmodel, mulighed eller produkter, kunne blive defineret som reklame- eller mærkningsinformation af myndighederne. Disse materialer skal gennemgås og tillades før brug.

15. Andre forretningsmuligheder

- ABO'en må ikke markedsføre andre forretningsmuligheder end Amway-forretningen, og vedkommende må heller ikke fra talerstolen opfordre deltagerne til at deltage i møder med det formål at præsentere en anden forretningsmulighed på et senere tidspunkt.

- ABO'en må ikke referere til gruppen eller en anden organisatorisk identitet end Amway i stedet for Amway-forretningen.

V. MANGLENDE OVERHOLDELSE

Amway undersøger omstændigheder eller klager, der tyder på en potentiel overtrædelse af denne politik i henhold til afsnit 11 og 12 i Amways forretningspolitikker.