



Europæisk politik for trænings- og uddannelsesmateriale og kvalitetsstandarder



Europæisk politik for trænings- og uddannelsesmateriale og kvalitetsstandarder

Denne politik skal anvendes og fortolkes i henhold til de kontraktlige forpligtelser mellem ABOer og individuelle Amway-selskaber i Europa (i denne politik "Amways selskaber"). Denne politik gælder pr. 1. december 2018, på alle de europæiske markeder, hvor Amway-selskaberne driver Amways salgs- og marketingplan, med undtagelse af Ukraine, og Storbritannien/Irland. Formålet med politikken er, at den supplerer og ikke erstatter Amways forretningspolitikker og andre officielle politikker, standarder og kontraktlige bestemmelser mellem ABOerne og Amway-selskaberne i forbindelse med politikkens indhold. Amway forbeholder sig ret til at modificere, ændre eller revidere ethvert vilkår for denne politik for trænings- og uddannelsesmateriale og kvalitetsstandarder på et hvilket som helst tidspunkt i henhold til regel nr.1.3 i Amways forretningspolitikker.

Definitionen på trænings- og uddannelsesmateriale (FSM) som fortolket i nærværende politik betyder, alle produkter og tjenesteydelser, (herunder for eksempel, men ikke begrænset til forretningshjælpemidler, bøger, blade, flipover, og andre tryksager, reklame, lyd, video eller digital medier, såsom hjemmesider, onlinelitteratur, applikationer til mobil og andre enheder; stævner, møder og begivenheder, og uddannelsesseminarer og andre typer af materialer og tjenesteydelser), som (er) a) designet til at sponsorere og/eller uddanne potentielle ABOer, kunder, eller potentielle kunder om Amway produkter eller tjenesteydelser, eller til at støtte, uddanne, motivere, og/eller uddanne ABOer, eller b) indarbejdes eller bruger en eller flere af Amways mærker eller ophavsretligt beskyttet Amway-værker eller, c) tilbydes med et ellers udtrykkeligt eller stiltiende tilhørsforhold, forbindelse eller tilknytning til Amway

Amway mener, at brugen af FSM kan være et effektivt værktøj til at hjælpe med at opbygge en Amway-forretning. Brug af værktøjer og undervisning udviklet og/eller stillet til rådighed af succesfulde (ABO) ledere og ABO-støtteorganisationer bør påvirke Amway-forretningen på en meningsfyldt og positiv måde. For at understøtte dette mål, har Amway skabt denne FSM-politik, som opstiller de krav og standarder, der gælder for alt FSM, og alle ABOer i gennemførelsen af deres Amway-forretning. Politikken indeholder følgende:

1. Programstandarder, som indeholder de obligatoriske processer og krav til FSM, og
2. Indholdsstandarder, som beskriver de standarder og krav vedrørende emnet, budskabet, indholdet og materialet inden for FSMet.

ABOer, der er involveret, i hvilken som helst aktiviteter beslægtet til FSM (fx. produktion, markedsføring, salg og distribution), skal sikre, at disse aktiviteter er i overensstemmelse med denne politik (programstandarder og indholdsstandarder), samt alle gældende love og regler, og at alle godkendelser og tilladelser, der kræves, er indhentet, før påbegyndelse og gennemførelse af sådanne aktiviteter.

A. PROGRAMSTANDARDER

I. GENERELLE BESTEMMELSER FOR FSM

1. **Garanti for succes.** ABOer, der nyder gavn af/ tjener på, bruger, markedsfører, sælger eller distribuerer FSM, må ikke påstå eller antyde, at brug af FSM er en garanti for succes. Alt FSM skal som et minimum være forsynet med en ansvarsfraskrivelse, der siger, at:
 - a. Det er frivilligt at bruge og købe materialet,
 - b. At brug af materialet ikke er en garanti for succes, og
 - c. At materialet er udgivet uafhængigt af Amway.

2. **Rimelige udgifter, anvendelse af FSM og deltagelse i enhver form for møde/ event.** Hver ABO skal træffe beslutninger om at købe FSM baseret på hvad han/hun opfatter som nødvendigt for at opbygge sin individuelle Amway-forretning. Ikke desto mindre skal salg og markedsføring af FSM til andre ABOer altid være rimelig.

Amway mener, at markedsføring af FSM-udgifter i et omfang, der ikke er rimeligt og ikke står i et fornuftigt forhold til de enkelte ABOers personlige mål, dokumenteret økonomisk og forretningsmæssigpotentiale og rimelige forventninger om fortjeneste i Amway-forretningen, er i strid med deres interesse og er skadelig for Amways omdømme og den almene opfattelse af Amway forretningens bæreevne på lang sigt.

2.1 Der må ikke sælges FSM til potentielle ABOer (prospects).

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

2.3 Maksimale samlede ABO FSM-udgifter efter registrering

| Marked | I den for de første 2 uger | Hver af de første 3 måneder | Maksimal samlede udgifter inden for de første 3 måneder |
|---|----------------------------|-----------------------------|---|
| Østrig; Belgien Danmark; Finland; Frankrig; Tyskland; Italien; Holland; Norge; Sverige; Schweiz | DKK 373 | DKK 635 | DKK 1903 |
| Tjekkiet; Estland; Ungarn; Letland; Litauen Polen; Portugal; Slovenien; Slovakiet; Spanien | DKK 187 | DKK 373 | DKK 1120 |
| Bulgarien; Kroatien; Grækenland; Rumænien; Tyrkiet | DKK 175 | DKK 350 | DKK 1050 |

Deltagelse i abonnementsordninger på FSM inden for de første tre måneder er ikke tilladt. ABOer må godt deltage i stående ordre-programmer, hvor de frit kan vælge at standse deres deltagelse.

Abonnement: er retten til at modtage hyppige og/eller periodiske FSM mod betaling.

Stående ordre: indkøbsordre der dækker gentagne leverancer af FSM i bestemte mængder, priser og tidsplan.

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

4. **Retur-/refusion til slutkøbere:** ABOer, der sælge FSM, skal tydeligt angive deres refusionsvilkår til slutkøbere inden salg af materialet. De vilkår og betingelser, der gælder for refusionen, skal være i overensstemmelse med alle gældende lovkrav og nærværende FSM-politik.

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

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

- FSM, med undtagelse af billetter, skal indeholde en refundering på kommercielt rimelige vilkår på op til 30 dage efter salg af FSM, under den betingelse af det respektive FSM er i ubrugt/forseglet tilstand.
- Billetter, der er købt til et møde/ event, skal kunne refunderes op til 4 uger før eventet/ mødet.**
Udgifter til billetter til møder/events, der ikke har fundet sted, skal kunne refunderes til enhver tid.
- Refusionen skal dække udgiften til deltagelse i mødet/eventet.** Refusionen dækker ikke yderligere omkostninger (fx rejse, måltider, hotel). Omkostningerne bør være klart angivet og opdelt i tilfælde af overnatning med dertil forbundne tjenesteydelser.

d. Abonnementer: ABOer, der køber abonnementer, er berettiget til at få refunderet ubrugte hele måneder af forudbetalte abonnementer.

e. Digitalt indhold: Slutkøbere, har ret til refusion, eller ret til at modtage tilsvarende erstatning for ubrugt digitalt indhold iht.lokale love og regler. Arrangøren af mødet/ eventet skal have en tvistbilæggelsesprocedure, samt en ansvarlig person for håndtering af refusion og returvarer. Ved refusion kan køber blive bedt om at fremlægge bevis for købet.

4.3 **Gennemgang af refusionspolitik:** ABOen skal på fremsat begæring fra Amway indsende refusionspolitikken til gennemgang hos Amway sammen med bevis på, at politikken er blevet implementeret og konsekvent kommunikeret.

5. **Markedsføring af og godtgørelse for FSM. En ABO må ikke:**
- Markedsføre, yde godtgørelse til en anden ABO eller modtage godtgørelse eller anden fordel i forbindelse med salg eller markedsføring af FSM, der ikke er i overensstemmelse med Amways forretningspolitikker, og øvrige Amway politikker.
 - Beskæftige sig med systemer til markedsføring, godtgørelse eller betaling for FSM, 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.
 - Anføre eller antyde, at en sådan aktivitet er en del af Amway-forretningen eller at den indkomst eller de andre fordele, der opnås fra en sådan aktivitet, blev opnået via Amway-forretningen eller Amways salgs- og marketingplan.

II FSM-INDSENDELSE OG GENNEMGANG

(Bemærk venligst: gælder ikke møder/events. For møder og events henvises til punkt III i nærværende politik. For digitale medier henvises til de digitale kommunikationsstandarder (på www.amway.dk).

1. **Indsendelsesproces.** Alt FSM skal registreres, ved at indsende det til Amway enten i digital- eller papirformat

før markedsføring, salg, distribution eller enhver anden anvendelse i Amway-forretningen.

Normalt kan kun autoriserede ABOer, der har kvalificeret sig som Executive Diamond eller derover, indsende FSM til gennemgang og godkendelse. Amway kan imidlertid selv bestemme, hvem der kan indsende FSM til gennemgang og godkendelse. ABOen/ ABO-støtteorganisationen skal indsende en liste til Amway over alt det FSM, den pågældende har til hensigt at tjene på, markedsføre, bruge, sælge eller distribuere. Amway beskriver i sin anmodning, hvilke oplysninger der skal indsendes. Amway kan alene vælge at begrænse antallet af godkendelser i sine markeder.

2. Gennemsynsprocessen. FSM gennemses og godkendes af Amway som følger:

- a. Alt FSM beregnet til brug med potentielle ABOer.
- b. Alt FSM som skal fremme Amway-produkter, inkl. produkt demonstrationer og produkt påstande.
- c. Alt FSM som skal præsentere Amway-forretningen og/eller Amway salgs- og marketingplan.

Amway forbeholder sig ret fra sag til sag, til at gennemse alt andet materiale, der er defineret som FSM i nærværende politik.

3. Godkendelse Efter indsendelse, vil Amway i tide informere den indsendende ABO/ABO-støtteorganisation om det materiale, der bliver gennemset og godkendt, og hvilket materiale der kan anvendes uden gennemgang og godkendelse.

3.1 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 FSM i forbindelse med Amways navn eller mærker.

Medmindre det er specifikt skriftligt anført, er en sådan godkendelse og tilladelse kun gældende i de(t) land(e), og den varighed som angivet i godkendelsen.

3.2 Efter godkendelse fra Amway skal en tydelig tekst på FSMet vise, at indholdet er gennemgået og godkendt, efterfulgt af Amways unikke godkendelsesnummer, (på et sted eller i et format, der er specielt bestemt af Amway i godkendelsesbekræftelsen). Amway kan tilbagekalde godkendelsen på grund af vigtige årsager, fx tilfælde af en produkt påstand, ikke længere må anvendes. Amway vil så fald informere den pågældende ABO/ ABO-støtteorganisation og forklare beslutningen.

3.3 Amways gennemgang og godkendelse af FSM er betinget af overholdelse af, Amways forretningspolitikker, den Europæiske politik for trænings- og uddannelsesmateriale og kvalitetsstandarder (FSM - politik). FSM der indsendes, men som ikke gennemses og godkendes kan bruges uden godkendelsesnummer.

Amway forbeholder sig ret til at gennemgå disse emner/ dette FSM, samt at bede om ændringer og/ eller at de tilbagekaldes på grund af vigtige årsager, fx tilfælde af en produkt påstand, ikke længere må anvendes. Amway vil så fald informere

den pågældende ABO/ ABO-støtteorganisation og forklare beslutningen. ABOere har ansvaret for at sikre, at det FSM, de markedsfører eller sælger, overholder nærværende politik, samt alle gældende love og regler.

III. MØDER OG EVENTS

1. Mødeplan og deltagelse af Amway-repræsentanter:

Amway kan til enhver tid anmode om at modtage en kopi af ABOens forretningsmødeplan, og en Amway-repræsentant har lov til at deltage i ethvert møde på listen.

2. ABOer samt andre talere, som deltager i møder, events og på et europæisk marked skal deltage/medvirke på en måde, der er i overensstemmelse med gældende love, forskrifter, regler (og regelsæt), politikker og procedurer for det respektive Amway-marked, især iht. (afsnittet) "Indholdsstandarder" af nærværende politik, uanset om de er registrerede ABOer på det(te) marked.

ABOer, der arrangerer møder/events, skal sikre, at alle de ABOer, der taler ved de pågældende møder/events, får udleveret en kopi af disse "Indholdsstandarder". Alle ABOer, der taler ved disse møder eller events, skal til enhver tid overholde disse standarder.

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

4. Vigtige møder/ events: Et vigtigt møde/ event er enhver funktion for ABOer, der har til formål at støtte Amway-forretningen og som regelmæssigt arrangeres og afholdes hvert kvartal eller sjældnere, og som varer mindst to dage. Ethvert møde/event betragtes som værende vigtigt hvis billetprisen er større end EURO 100, eksklusiv moms.

a. Alle vigtige møder/events kan kræve forudgodkendelse af Amway.

b. **Fællesbranding (co-branding):** Alle møder skal afspejle en fællesbranding af Amway og den organiserende gruppe, Denne fællesbranding skal være tydeligt afspejlet i indholdet af taler, udstilling af produkter, skiltning og andre medier.

5. Særlige krav digitale møder og events. I tilfælde af møder og/eller præsentationer afholdes ved hjælp af digitale teknologier, skal følgende specifikke krav følges:

- Alt indhold der bruges, skal være i overensstemmelse med Amways forretningspolitikker og øvrige regelsæt, især (afsnittet) "Indholdsstandarder" af nærværende politik.
- Alt materiale og indhold skal være gældende på deltagerens markeder.
- Deltagerne må kun blive opkrævet et rimeligt gebyr for deltagelse.

B. INDHOLDSSTANDARDE

Disse standarder er beregnet til brug af ABOer og talere der repræsenterer Amway-forretningen. Derudover er hensigten at støtte ABOer, og ABO-støtteorganisationer i udarbejdelsen og fremstillingen af FSM. Mens disse standarder dækker en bred vifte af emner, er det umuligt at illustrere og rådgive om alle mulige scenarier. Mange faktorer afgør overholdelse, herunder visuelle, kontekst, målgruppen, lovgivningsmæssige begrænsninger og det overordnede indtryk hos en potentiel ABO eller en ABO.

FSM i enhver form må ikke indeholde falske, usande, misvisende, unøjagtige, eller bedrageriske udtalelser.

I. FREMSTILLING AF AMWAYS FORRETNINGSMULIGHED

Hvordan Amways forretningsmulighed præsenteres til potential ABO, har en afgørende indvirkning på den præsenterendes ABO og forretningsomdømme og troværdighed i sin helhed.

Det er vigtigt, at potentielle ABOer, ABOer har en klar og præcis forståelse om rollerne Amway, ABO og ABO-støtteorganisation imellem. ABOen må ikke fremsætte usande, misvisende, unøjagtige eller bedrageriske udtalelser overfor potentielle ABOer.

ABOen skal anspore til opførsel, der resulterer i, at ABOen 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, (læs også Amways forretningspolitikker, Afsnit 8: Præsentation af Amways forretningsmulighed og Amways salgs- og marketingplan.)

1. Beskrivelse af Amways forretningsmulighed. Amway-forretningen skal præsenteres, som en mulighed for at opnå en indtjening via salg af produkter, og sponsoring af andre, der gør det samme, (læs også Amways forretningspolitikker, Afsnit 8.1 Invitationer og præsentationer.)

- Amways salgs- og marketingplan må ikke præsenteres/ kaldes, andet end det den er, Amways salgs- og marketingplan.
- Brug af bedrageriske synonyme for Amway er ikke tilladt, som fx: beskæftigelsesmulighed, social begivenhed, markedsundersøgelse, skatteseminar, investeringsseminar.
- Præsenterer forretningen som et program til personlig udvikling i stedet for et forretningsmæssigt foretagende, som 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.
- Angive eller antyde, at Amways salgs- og marketing plan og/ eller forretning, er en måde at opnå skattefritagelse, eller skattelettelse er ikke tilladt.

- Det skal være klart, for den potentielle ABO, at Amway er den principielle kontrahent, og at ABO-støtteorganisationer ikke tilbyder forretningsmuligheden, men tilbyder frivillig træning, samt undervisningsmaterialer, og fællesskabsstøtte.

2. Præsenter forretningen/ forretningsopbygning. Amway salgs- og marketingplan omfatter: Kompensation(spakker) (og dets administration); belønninger (og dets administration); anerkendelse (og dets administration); Amway-produkter; produktuddannelse, produktstøtte; distribution. Når Amways salgs- og marketing plan beskrives, skal en velafbalanceret Amway-forretningsbestanddele, forklares præcist og i overensstemmelse med alle Amways retningslinjer, procedurer og politikker. En velafbalanceret forretning består af:

a. ABO produktsalg. Salg til slutkunder skal angives, som en måde at opnå omgående indtjening på, gennem detailsalgsavance, og som et krav, for at tjene ekstra bonusser.

b. Personligt forbrug. Personligt forbrug skal forklares, som en måde at lære om produkterne på, samt udvikle personlige erfaringer, som kan være nyttige, til at sælge produkterne. Penge, der spares gennem personligt forbrug, er ikke en indtjening og må ikke være præsenteres som sådan. At antyde at forretningen, er en engrosindkøbsforretning er ikke tilladt. At antyde, at en vellykket Amway-forretning, kan være bygget udelukkende på eget forbrug, er i strid Amways forretningspolitikker, da det at have en kundebase, er en væsentlig bestanddel af Amways salgs- og marketing plan.

c. Sponsoring. Det skal understreges, at sponsoring tillader, en maksimering af mulighederne i Amways salgs- og marketing plan, men en indtjening opnås ikke, for at sponsere andre. Angiver eller antyde, at antyde, at en ABO kan få succes eller opnå en indtjening udelukkende ved at rekruttere og sponsere andre., er ukorrekt og er ikke tilladt. Når man beskriver sponsoring, skal betydningen af, at der eksisterer en forudgående personlig kontakt mellem sponsor og den potentielle ABO understreges.

3. Tid og indsats. At antyde at succes er garanteret, er ikke tilladt. Den enkelte ABO bestemmer selv hvor meget tid, og hvor stor en indsats, der bruges i at opbygge en forretning. Obligatoriske kvoter for aftaler, opkald, osv., er ikke tilladt.

4. Fakta og tal. Generelt skal fakta være gældende for det tilsigtede marked og kildeangivet.

a. Virksomhedsoplysninger. Virksomhedsstatistikker, ranglister og historiske oplysninger bør være i overensstemmelse med, og ikke varierer fra, hvad der for nærværende præsenteres af Amway eller Altacor Inc. Anvendelse af proprietære og/eller fortrolige Amway eller Altacor Inc. oplysninger i en hvilken som helst form eller medie er ikke tilladt; Alt, inklusive udtalelser, statistisk materiale, direkte citater og anden information,

der anvendes til at markedsføre forretningen eller Amways produkter, skal altid være sandfærdigt, nøjagtigt og ikke-vildledende, og skal kunne dokumenteres. Desuden, med undtagelse af taler og lydoptagelser, skal alt FSM med statistikker i FSMet, på brugsstedet/ tidspunktet, citere både kilden og datoen for statistikken.

b. Henvvisninger 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.

c. Statistiske oplysninger: Diagrammer, billeder, citater og referencer til statistiske data skal dokumenteres med en troværdig-, aktuel- og identificerbarkilde og dato. De skal desuden være opdaterede (ikke mere end tre år gamle), med mindre disse er historiske.

5. Kvaliteten af materialet. Alt FSM skal medføre en professionel, behagelig visuel, taktil og/eller lydoplevelse for brugeren.

6. Amway-producerede materialer. Alt Amway-produceret materialet er ophavsretligt beskyttet og må ikke anvendes eller gengives helt eller delvist uden Amways (skriftlige) tilladelse. Hvis Amway-produceret materialer indgår i FSM, skal en meddelelse være inkluderet i FSMet, efter det Amway-produceret materiale, der angiver fremstillingsåret, og navnet på Amway-fremstillingsmarkedet.

7. Partner Stores. Før du bruger Partner Storelogoer eller produktbilleder, skal tilladelse (til den tilsigtede brug) indhentes fra Partner Stores gennem Amway.

8. Produktbeskrivelser. Produktbeskrivelser om Amway-produkter skal være taget ordret fra officielle Amway-kilder, og må ikke ændres på nogen måde. Udsagn/ beskrivelser om Amway-produkter må kun tages ordret fra officielt Amway-litteratur og officielle Amway-hjemmesider beregnet og godkendt til brug på det pågældende marked, (der henvises også punkt 4.4 i Amways forretningspolitikker).

9. Endorsements og testimonials (anbefalinger og anmeldelser/ udsagn) skal afspejle den ærlige mening, tro eller oplevelse af anbefaleren. De kan ikke bruges som (produkt)påstand, hvis ikke Amway lovligt kunne gøre det. Vederlag/ betaling i en hvilken som helt form, må ikke ydes til gengæld for en anbefaling, eller positiv anmeldelse/ udsagn, med undtagelse af vareprøver. Hvis en væsentlig forbindelse findes mellem personen, som anmelder eller anbefaler/ kommer med udsagn og Amway, og denne væsentlige forbindelse, ikke er kendt eller forventet af publikum, skal forbindelsen oplyses. En væsentlig forbindelse kan omfatte,

at personen modtager gratis produkter til gengæld for anbefalinger og anmeldelser/ udsagn, eller at personen er en ABO. Disse oplysninger skal være klare, iøjnefaldende, fremtrædende, let læselige, og tæt på påstanden.

10. Diskutere indtjening

a. Indtjening. Præsentationen af det direkte eller indirekte indtjeningspotentiale skal være sandfærdig, nøjagtig og må ikke være vildledende. Præsentationer til potentielle ABOer og ABOer må kun afspejle den indtjening, der kan opnås via Amways salgs- og marketingplan, og programmer der tilbydes af Amway.

- Enhver form for gengivelse at indtjening er garanteret eller sikret er ikke tilladt:

Afhængigt af konteksten kan følgende udtryk være uacceptable: "økonomisk sikkerhed", "rigdom", "velhavende", og "millionær."

Acceptable udtryk er bl.a.: "opnå økonomiske mål", "økonomisk fleksibilitet", eller "økonomisk vækst".

- At beskrive eller antyde, at indtjeningen kan fortsætte uendeligt, eller som vedvarende (eller et synonym deraf), uden yderligere indsats/ og eller uden af kvalificere sig, er ikke tilladt. Uacceptable udtryk er bl.a.: "fast indkomst/ indtjening", "regelmæssig indkomst/ indtjening," "passiv indkomst/ indtjening," "indkomst/ indtjening fra royalties eller "royalties."

Acceptable udtryk er bl.a.: "løbende" og "fortsat."

b. Pensionering. ABOer kan opbygge deres forretning til et niveau, der kan tillade dem at forlade deres traditionelle erhverv for, at drive deres Amway-forretning fuldtid. Det skal være klart at generere en indtjening, gennem Amways salgs- og marketing plan kræver tid og indsats. Amways forretningsmulighed tilbyder ikke en garanteret livsvarig indtjening. Amway-forretningen tilbyder ikke "pensionering" i traditionel forstand, da det kræver kvalifikationer at opretholde en indtjening. Forretningen producerer kun indtjening, så længe der er omsætning (af produkter.)

c. Arv. Én af fordelene ved Amways salgs- og marketingplan er, at den gør det muligt for ABOen at opbygge og etablere en succesfuld forretning, der kan videreføres af dennes arvinger.

11. ABO-støtteorganisationens deltagelse og køb af FSM.

Deltagelse i et FSM-program og køb af FSM skal fremlægges som frivilligt, og som en ikke-nødvendigt for at bygge en Amway-forretning. En sådan deltagelse kan medvirke til at opbygge en succesrig forretning, men det er ikke en garanti. At antyde, at noget materiale, andet end det officielle Amway-materiale, som er beregnet til brug med ny-sponserede ABOers registrering, (som ABO), skal købes, er ikke tilladt.

12. Andre forretningsmuligheder. FSM må ikke anvendes til at markedsføre andre forretningsmuligheder end Amway-forretningen.

II. AMWAY FORRETNINGSMILJØET

Oplægsholdere/ 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.

- 1. Religiøse udtalelser.** Oplægsholdere/ 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. Moralske/socialt udtalelser.** Nedsættende udtalelser om Amway, Altacor Inc., deres afdelinger/ datterselskaber, ansatte, ABO'er, eller andre ABO-støtteorganisationer er ikke tilladt. At anvende forretningen, som afsæt for at udtrykke personlige overbevisninger/ holdninger, der er nedsættende overfor andres overbevisninger/ holdninger, er ikke tilladt. At tilskynde en ABO til, at begrænse kontakten med, eller kappe båndene til familie og/eller venner ikke tilladt.
- 3. Politiske udtalelser.** Oplægsholdere/ talerne må ikke:
 - Bruge talerstolen som platform til at fremme politiske holdninger.
 - Omtale præferencer vedrørende bestemte politiske holdninger, partier, kandidater eller valgte embedsmænd.

III. IMMATERIALRET

Immaterielret er et kreativt værk, som man har rettigheder til, og for hvilken der kan ansøges om et patent, copyright, varemærke, osv. En ABO, ABO-støtteorganisation kan kun bruge Amways eller andens immaterielret, hvis de har sikret sig brugsrettighederne. Immaterielret kan omfatte indeholde musik, billeder, lyd, video, tekst, varemærker, logoer eller andre værker.

- 1. Brug af ophavsretligt beskyttet materiale.** Ophavsretligt beskyttet materiale, omfatter uden begrænsning, musik, bøger, tidsskrifter, artikler og andre skrifter, herunder uddrag og oversættelser, taler, fotografier, illustrationer, herunder online billeder, hjemmesider, blogs og andre sociale medieopslag, videoer, film, skuespil, skulpturer, bygninger, og 3D-former og computersoftware.
 - a. Brug af materialer lavet af Amway.** Ophavsretligt beskyttet materiale produceret af Amway kan ikke bruges uden forudgående (skriftlig) tilladelse, medmindre de stammer fra godkendte kilder, som angivet af Amway.
 - b. Brug af materialer lavet af tredjemand.** Ophavsretligt beskyttet materiale produceret af en tredjepart, kan

ikke bruges uden først at have indhentet en ordentlig skriftlig overdragelse, licens eller anden tilladelse fra ophavsretsindehaveren eller medmindre anvendelsen ellers tilladt iht. gældende lovgivning. Den skriftlig tilladelse til brugen af det ophavsretligt beskyttede materiale, skal opbevares og fremvises til Amway efter anmodning.

- c. En særlig bemærkning om musik.** Musik gengivet, ændret, afspillet, udført, optaget, udsendt eller streamet via internettet kan ikke bruges i forbindelse med FSM uden ordentlig skriftlig overdragelse, licens eller anden tilladelse fra ophavsretsindehaveren eller medmindre anvendelsen ellers tilladt iht. gældende lovgivning. MERE END EN LICENS ER OFTE PÅKRÆVET, VED ANVENDELSEN AF OPTAGET MUSIK. Enhver skriftlig tilladelse som er indhentet skal opbevares og fremvises til Amway efter anmodning.

En ophavsretsindehaver kan give en begrænset ret/ begrænsede rettigheder, til at bruge det ophavsretligt beskyttet materiale. Den begrænset ret/ disse begrænsede rettigheder kan begrænses på flere måder, herunder ved tiden, brugsform, område eller medier. Derfor kan en licens til at bruge ophavsretligt beskyttet materiale i en situation muligvis ikke tillade brug af det samme materiale i en anden situation. ABO'en/ ABO-støtteorganisation er ansvarlig for at bekræfte, at brugen af det ophavsretligt beskyttede materiale, er omfattet af tilladelsen fra ophavsretsindehaveren.

- 2. Retten til offentliggørelse (rights of publicity).** En persons ret til offentliggørelse, er pågældende persons ret til at kontrollere og drage fordel af kommerciel brug af deres egen lighed, herunder hans/hendes navn, billede, stemme eller andre aspekter af deres identitet. En ABO/ ABO-støtteorganisation forventes at respektere andres ret til offentliggørelse, og overholde alle gældende love og enkeltpersoners anmodninger om ikke at bruge, eller holde op med at bruge deres lighed, fx billeder, tegninger eller modeller af en person mv. En ABO/ABO-støtteorganisation, må ikke bruge en anden persons ret til offentliggørelse, til at fremme deres forretning, uden først at indhente skriftlig tilladelse fra den pågældende person. Enhver skriftlig tilladelse som er indhentet skal opbevares og fremvises til Amway efter anmodning
- 3. Korrekt brug af varemærker.** ABO/ABO-støtteorganisation skal ikke kopiere, distribuere eller på anden måde bruge varemærker tilhørende en tredjepart eller Amway eller Altacor Inc. uden først at have indhentet en ordentlig skriftlig overdragelse, licens eller anden tilladelse fra ophavsretsindehaveren. Enhver skriftlig tilladelse som er indhentet skal opbevares og fremvises til Amway efter anmodning. Amway eller Altacor-virksomhedsejede varemærker og logo illustrationer, produktbilleder og virksomhedsrelaterede billeder, skal kun fås fra godkendte virksomhedskilder som specificeret af Amway.

C. DIVERSE

1. På Amways anmodning skal en ABO fremlægge den relevante dokumentation, som Amway afgør er nødvendig for at kontrollere overholdelsen af disse regler, herunder oplysninger om leverandører, udgivere, producenter og distributører, som ABOen bruger som en kilde eller til at fremme FSM.
2. Ingen person, som denne politik gælder for, skal støtte eller hjælpe andre personer med at omgå denne politik. ABOer må ikke direkte eller indirekte gennem andre producere, fremme, sælge eller drage fordel af salg af FSM til andre ABOer, i strid med denne politik eller gældende lovgivning.
3. Amway vil undersøge omstændighederne eller klagerne, der tyder på, at en overtrædelse af denne politik eventuelt har fundet sted i henhold til afsnit 11 Amways forretningspolitikker afsnit 11, og de SKANDINAVISKE REGELSÆT NUMMER 1 - 5, REGELSÆT nummer 5.