



Digitale Kommunikationsstandards für Europa

Amway

Digitale Kommunikationsstandards für Europa

DIGITALE KOMMUNIKATION BEZEICHNET ELEKTRONISCHE ÜBERTRAGUNGEN (IN DER REGEL PER COMPUTER ODER MOBILGERÄT) VON TEXTDATEN, BILDERN, VIDEO, AUDIO UND ANDEREN INFORMATIONEN, EINSCHLIESSLICH INSBESONDERE JEDLICHE BEITRÄGE ODER VERÖFFENTLICHUNGEN, DIE IM DIGITALEN RAUM VERFÜGBAR GEMACHT WERDEN. DAMIT UMFASST WERDEN AUCH E-MAILS, VIDEOS, LIVESTREAMING, DIGITALE EVENTS, PODCASTS, BLOGPOSTS, MOBILE ANWENDUNGEN (APPS), WERBUNG, FOREN, WEBSEITEN ODER ÜBER SOZIALE NETZWERKE BZW. MESSAGING-PLATTFORMEN WIE Z. B. FACEBOOK®, YOUTUBE®, INSTAGRAM®, TWITTER®, WECHAT®, VK®, LINE®, LINKEDIN®, WHATSAPP® ODER SNAPCHAT® („DIGITALE KOMMUNIKATION“).

EINHALTUNG DER AMWAY GESCHÄFTSBEDINGUNGEN UND ANDERER REGELUNGEN

Geschäftspartner müssen sich an die Amway Geschäftsbedingungen, Standards und Richtlinien halten, besonders die europäischen Standards und Richtlinien für BSM (Business Support Material) und diese Standards für die digitale Kommunikation, wenn es um jede Form der digitalen Kommunikation zur Amway Geschäftsmöglichkeit, zu Amway Produkten oder zu Amway Dienstleistungen (direkt oder indirekt) geht, oder wenn die digitale Kommunikation BSM ist, wie in den Geschäftsbedingungen dargelegt.

Geschäftspartner müssen zudem stets alle geltenden Gesetze sowie die Nutzungsbedingungen der digitalen Plattform, die sie verwenden, beachten und befolgen.

Geschäftspartner müssen sich ehrlich und wahrheitsgetreu verhalten und sie dürfen keine irreführenden Informationen verbreiten. Amway kann von Geschäftspartnern verlangen, dass sie digitale Kommunikationen entfernen, zurückrufen, widerrufen, löschen oder ändern oder dass sie andere Maßnahmen ergreifen, wie von Amway angewiesen.

Beachten Sie, dass die Beispiele in diesem Dokument nur Beispiele sind und dass sie nicht alle Situationen erfassen, die erlaubt oder nicht erlaubt sind.

VERBOTENE KOMMUNIKATION – SPAM / SPAMMING

Geschäftspartner dürfen nicht „spammen“.

„Spam“ (oder Spamming) ist definiert als digitale Kommunikation mit Personen, zu denen der Geschäftspartner keine persönliche, bereits bestehende Amway Geschäftsbeziehung hat (d.h. gegenseitige und direkte geschäftliche Interaktionen zwischen dem Geschäftspartner und der Person, vor der Vorstellung der Amway Geschäftsmöglichkeit oder der Amway Produkte). Spam umfasst auch die Zusendung von Kommunikation an Personen, die sich nicht einverstanden erklärt haben, diese zu erhalten („Opt-in“), und an Personen, die ausdrücklich dazu angefordert haben, aus zukünftigen Kommunikationen ausgeschlossen zu werden („Opt-out“).

„Opt-in“ bedeutet, dass sich jemand willentlich dazu entscheidet, digitaler Kommunikation zu folgen, diese zu bewerten, zu beantworten oder zu abonnieren oder anderweitig den Willen zeigt, sie zu erhalten.

AUFBAU VON ONLINE-COMMUNITYS

Online-Communitys sind Gruppen von Personen, die digitale Kommunikation verwenden, um Interessen oder bestimmte Themen zu diskutieren.

Geschäftspartner können Push- oder Pull-Kommunikation verwenden, um Online-Communitys aufzubauen, in denen die Amway Geschäftsmöglichkeit besprochen wird.

Der Gebrauch von Push- und Pull-Kommunikationsansätzen wie unten gezeigt, kann Geschäftspartnern helfen, Spam zu vermeiden.

Unter keinen Umständen dürfen Geschäftspartner andere Geschäftspartner innerhalb oder außerhalb ihrer Community dazu auffordern (weder direkt noch indirekt), ermutigen, verleiten bzw. sie dabei unterstützen, die Sponsorenlinie zu wechseln

Aufbau einer Online-Community mit Pull-Kommunikation

Geschäftspartner dürfen Inhalte in einer öffentlichen oder privaten Umgebung veröffentlichen und damit für Einzelpersonen die Möglichkeit schaffen, die Inhalte zu finden und sich für ein Opt-in zu entscheiden. Dies wird als Pull-Kommunikation bezeichnet.

Pull-Kommunikationsansatz bedeutet, dass Geschäftspartner Inhalte in einer digitalen Umgebung, die sie alleine besitzen oder kontrollieren, erstellen oder verwenden, so dass andere diese suchen müssen und sich dann willentlich dazu entscheiden können, den Inhalten zu folgen, sie zu bewerten, zu beantworten oder zu abonnieren oder anderweitig den Wunsch zeigen, digitale Kommunikation zu erhalten (Opt-in). Bei einem solchen Aufbau einer Community wird also sichergestellt, dass diejenigen, die die Inhalte sehen, eine Entscheidung getroffen haben, sich mit dem Geschäftspartner zu verbinden und kein Spam erhalten.

Beispiele für Pull-Kommunikation:

- Jemand findet den Blog eines Geschäftspartners über das Amway Geschäft und gibt einen Kommentar dazu ab. Der Geschäftspartner **darf** mit dieser Person kommunizieren, weil er diese digitale Einrichtung (den Blog) besitzt oder kontrolliert, weil die Person die Inhalte gefunden und sich dann durch Abgeben eines Kommentars in dem Blog für ein Opt-in in die Community entschieden hat.
- Eine Geschäftspartnerin erstellt eine öffentliche Facebook Seite für ihr Amway Geschäft. Dies ist **erlaubt**, da die Geschäftspartnerin die digitale Einrichtung besitzt oder kontrolliert und da man sich über Opt-in in ihre Community entscheiden müsste, um weitere Beiträge sehen zu können.
- Ein Geschäftspartner erstellt den Hashtag #LebenmitAmway und eine Person findet den Geschäftspartner über eine Suche auf Instagram. Dies ist **erlaubt**, da der Geschäftspartner die digitale Einrichtung besitzt oder kontrolliert, auf der das Hashtag gepostet wurde, und da die Person sie gefunden und an der Community des Geschäftspartners auf Instagram Interesse gezeigt hat (Opt-in).
- Eine Geschäftspartnerin tweetet auf ihrem öffentlichen Twitter-Profil über den Artistry Lippengloss. Eine Person sucht auf Twitter, findet den Tweet und wählt „Gefällt mir“. Die Geschäftspartnerin tritt mit dieser Person in Kontakt, indem sie ihr einen Tweet sendet. Dies ist **erlaubt**, da die Person durch ihre Wahl von „Gefällt mir“ Interesse an der Community des Geschäftspartners gezeigt hat (Opt-in).
- Ein Geschäftspartner postet einen Link zu seiner Amway Website in den Kommentaren zu einem öffentlichen YouTube-Video. Dies ist **nicht erlaubt**, da der Geschäftspartner die digitale Einrichtung (den YouTube-Kanal), den er kommentiert, nicht besitzt oder kontrolliert.

Aufbau einer Online-Community mit Push-Kommunikation

Bei einem Push-Kommunikationsansatz kontaktiert ein Geschäftspartner Personen direkt oder er übermittelt Inhalte per „Push“-Verfahren auf digitale Einrichtungen. Beim Aufbau einer Community gibt es zwei verschiedene Arten von „Push“-Kommunikation: eine ist erlaubt und die andere nicht.

Push-Kommunikation – erlaubt: Geschäftspartner dürfen digitale Inhalte an Personen senden, zu denen sie eine persönliche und bereits bestehende Geschäftsbeziehung haben, weil die Personen in diesem Fall bereits zu der Community des Geschäftspartners gehören.

Darüber hinaus dürfen Geschäftspartner digitale Kommunikationen an Personen senden, die sich für ein Opt-in entschieden und damit Interesse an der Community des Geschäftspartners ausgedrückt haben.

Push – Beispiele für erlaubte Kommunikation

- Ein Geschäftspartner sendet eine direkte, persönliche Nachricht zu Nutrilite Produkten an eine Person, die ihm auf Instagram folgt. Dies ist **erlaubt**, da die Person dem Geschäftspartner bereits in seiner Instagram-Community folgt (Opt-in).
- Eine Geschäftspartnerin postet Schönheitstipps auf ihrer geschäftlichen Facebook Seite. Eine Person findet die Seite und wählt „Gefällt mir“ für den Beitrag. Daraufhin sendet die Geschäftspartnerin direkte, persönliche Nachrichten an die Person, um über die Produkte zu sprechen. Dies ist **erlaubt**, da die Person „Gefällt mir“ für den Facebook Post gewählt hat (Opt-in).

- Ein Geschäftspartner trifft eine Person bei einer Wohltätigkeitsveranstaltung und er hakt wie vereinbart mit einer privaten WhatsApp-Nachricht über die Amway Geschäftsmöglichkeit nach. Dies ist **erlaubt**, da die Person den Geschäftspartner auf der Veranstaltung gebeten hat, sie in Bezug auf die Amway Geschäftsmöglichkeit zu kontaktieren.
- Ein Geschäftspartner ist alleiniger Eigentümer einer Facebook Gruppe, in der es um Boote geht. Er postet hier Inhalte zu Amway Produkten für die Reinigung von Booten. Sofern kein Verstoß gegen die Geschäftsbedingungen der digitalen Einrichtung vorliegt, ist dies **erlaubt**.
- Eine Person in einer Onlinegruppe bittet um Empfehlungen durch Posten eines Beitrags mit dem Titel „Amway Vertriebspartner gesucht“. Ein Mitglied der Gruppe nennt den Namen eines Amway Geschäftspartners und dieser fasst dann mit einer privaten Nachricht nach. Dies ist **erlaubt**, da die Bitte um Empfehlungen ein Opt-in seitens der Person darstellt. Der Geschäftspartner darf die Person daher kontaktieren.

Push-Kommunikation – nicht erlaubt: Geschäftspartner dürfen keine digitale Kommunikation an Personen senden, zu denen sie keine persönliche und bereits bestehende Geschäftsbeziehung haben, oder bei denen kein Opt-in für den Empfang von Kommunikationen vorliegt. Dies würde als Spam angesehen und ist nicht erlaubt, da diese Personen nicht zu der Community des Geschäftspartners gehören.

Push – Beispiele für nicht erlaubte Kommunikation

- Ein Geschäftspartner sendet eine Nachricht an eine Person, die er in einem Diskussionsforum gefunden hat. Dies ist **nicht erlaubt**, da der Geschäftspartner keine persönliche und bereits bestehende Beziehung zu der Person hat und da kein Opt-in seitens der Person in die Community des Geschäftspartners vorliegt.
- Ein Geschäftspartner, der Mitglied einer großen Berufsorganisation für Ingenieure ist, erhält eine E-Mail-Liste der Organisationsmitglieder und lädt diese alle per E-Mail zu einer Veranstaltung für Interessenten ein. Dies ist **nicht erlaubt**, da die Mitgliedschaft in einer Berufsorganisation und der Besitz einer E-Mail-Liste keine persönliche und bestehende Beziehung darstellt und da seitens der Empfänger kein Opt-in in die Community des Geschäftspartners vorliegt.
- Eine Geschäftspartnerin sendet über LinkedIn eine direkte, persönliche Nachricht zur Amway Geschäftsmöglichkeit an ein Mitglied einer Alumni Gruppe, das sie nicht persönlich kennt. Dies ist **nicht erlaubt**, da die Geschäftspartnerin die LinkedIn-Gruppe weder besitzt noch kontrolliert und da sie keine persönliche und bereits bestehende Beziehung zu der Person hat. Die Person gehört daher nicht zur Community der Geschäftspartnerin.

Inhalte für eine private, geschlossene Umgebung (nur für Geschäftspartner), mit Ausnahme von Livestreaming:

Geschäftspartner dürfen die folgenden Inhalte privat an Geschäftspartner-Communitys senden oder posten:

- Listen der verfügbaren und registrierten/autorisierten BSM.
- Informationen zur Geschäftspartner-Schulungsorganisation, einschließlich Veranstaltungstermine und Ticketpreise.

Verbotene Inhalte für alle Communitys

Geschäftspartner dürfen folgende Inhalte weder in geschlossenen noch in öffentlichen Communitys posten:

- Informationen zur Sponsorlinie
- Vertrauliche und/oder geschäftlich sensible Inhalte, einschließlich, aber nicht nur, Pre-Launch-Produktinformationen, Änderungen in der Geschäftsleitung, Werkschließungen, Akquisitionen usw.

Kommunikation innerhalb einer Community

Nachdem eine Person Opt-in in eine Community gewählt hat, sind alle Formen der Kommunikation mit dieser Person erlaubt (Push und Pull), solange sie den geltenden Geschäftsbedingungen, Richtlinien und Standards entsprechen.

Push- oder Pull-Kommunikation zum Aufbau einer Geschäftspartner-Community müssen jedoch die in den nachfolgenden Abschnitten aufgeführten Anforderungen erfüllen.

VORSTELLUNG DER AMWAY GESCHÄFTSMÖGLICHKEIT

Geschäftspartner dürfen Kunden und potenzielle neue Geschäftspartner ansprechen und ihnen die Amway Geschäftsmöglichkeit vorstellen. Dies umfasst auch den Aufruf zu Aktivitäten auf digitalen Einrichtungen, die der Geschäftspartner besitzt oder kontrolliert, sofern für die betreffende Person ein Opt-in vorliegt (Pull-Kommunikation). Daneben dürfen Geschäftspartner Personen ansprechen, mit denen sie eine bereits bestehende Geschäftsbeziehung haben (Push-Kommunikation).

Selbst erstellte Inhalte

Geschäftspartner dürfen die Amway Geschäftsmöglichkeit und Produkte vorstellen, indem sie selbst erstellte Inhalte posten, einschließlich Videos, Audio, Bilder (Produkte, Personen und anderes) und Bilder von sich selbst (Selfies) mit oder ohne Amway Produkt, sofern der begleitende Text wahrheitsgemäß, korrekt und nicht irreführend ist.

Selbst erstellte Inhalte dürfen allerdings nicht als Profilbild, Coverbild oder in ähnlicher, relevanter Form in der digitalen Umgebung genutzt werden, wenn darauf ausschließlich Amway Marken und Markenzeichen (Produkt oder Markennamen und Logos), oder Amway Produkte gezeigt werden.

Beispiele für die Vorstellung der Geschäftsmöglichkeit

- Ein Geschäftspartner postet ein Selfie auf seinem Instagram-Konto, in dem er ein Amway Produkt in der Hand hält, und er fügt den Aufruf „Senden Sie mir eine persönliche Nachricht für mehr Informationen zu der Amway Geschäftsmöglichkeit“ hinzu. Dies ist **erlaubt**, weil der Geschäftspartner die digitale Einrichtung besitzt oder kontrolliert und weil Empfänger der Nachricht aktiv um nähere Informationen bitten müssen (Opt-in).
- Eine Geschäftspartnerin retweetet einen Beitrag vom offiziellen Amway Twitter-Konto, der beschreibt, wie man Amway Geschäftspartner werden kann. In dem Retweet erwähnt die Geschäftspartnerin die Vorteile, die für Geschäftspartner entstehen, und fordert ihre Twitter-Follower auf, sie zu kontaktieren, um sich zu registrieren. Dies ist **erlaubt**, da Empfänger, die auf den Tweet reagieren, aktiv um nähere Informationen zu dem Geschäft bitten müssen (Opt-in).
- Ein Geschäftspartner postet ein Video über das Sponsern für sein Amway Geschäft auf dem Blog eines Freundes. Dies ist **nicht erlaubt**, da der Geschäftspartner die digitale Einrichtung nicht besitzt oder kontrolliert und da für die Leser des Blogs daher kein Opt-in gegeben ist.

ANBIETEN VON PRODUKTEN / VERTRIEB

Geschäftspartner dürfen Kunden und Interessenten gegenüber Produkte bewerben. Dies umfasst auch die Aufforderung, etwas zu tun, auf digitalen Einrichtungen, die der Geschäftspartner besitzt oder kontrolliert, sofern für die betreffende Person ein Opt-in vorliegt.

Der Geschäftspartner kann den Verkauf über die folgenden Methoden abwickeln:

- Persönliche Geschäftspartnerseite auf Amway Online
- Die autorisierte Amway Website des Geschäftspartners

Der Geschäftspartner kann den Verkauf auch immer auf herkömmliche Art und Weise (Offline) abschließen.

Preisangaben

Geschäftspartner dürfen auf digitalen Plattformen und in digitaler Kommunikation keinerlei Informationen zu Preisen hinzufügen (Produktpreise, oder irgendwelche Rabatte), mit Ausnahme von

- Privater, persönlicher digitaler Kommunikation, wie Textnachrichten, Direkte Nachrichten, E-Mails, etc.
- in einem direkten Link oder Post, der von offiziellen Amway digitalen Seiten geteilt wird.
- Geschäftspartner dürfen Preise auf jeder digitalen Plattform, die dem Vertrieb von Amway Produkten dient, angeben, das sind
- Die Persönliche Seite auf Amway Online
- Der genehmigte Amway Online Shop.

Selbst erstellte Inhalte/Produktplatzierungen

Geschäftspartner dürfen Produkte entsprechend dieser Standards vertreiben, indem sie von selbst erstellte Inhalte posten, einschließlich Videos, Audio, Bilder (Produkte, Personen und anderes), Bilder von sich selbst (Selfies) mit oder ohne Amway Produkt, sofern der begleitende Text wahrheitsgemäß, korrekt und nicht irreführend ist.

Selbst erstellte Inhalte dürfen allerdings nicht als Profilbild, Coverbild oder in ähnlicher, relevanter Form in der digitalen Umgebung genutzt werden, wenn darauf ausschließlich Amway Marken und Markenzeichen (Produkt oder Markennamen und Logos), oder Amway Produkte gezeigt werden.

Geschäftspartner dürfen Nicht-Geschäftspartner (wie Influencer oder Kunden, Wiederverkäufer, etc.) weder nutzen noch autorisieren, Amway Produkte und Dienstleistungen in ihrem Auftrag zu vertreiben oder zu vermarkten. Dies umfasst auch die Verwendung von irreführenden Taktiken, um ihren Umsatz oder die Beliebtheit ihrer digitalen Einrichtungen zu steigern.

Beispiele für Anbieten von Produkten / Vertrieb

- Eine Geschäftspartnerin postet einen Aufruf auf der Facebook-Seite der Amway Unternehmenszentrale, die Besucher dazu anhält, Produkte über sie zu erwerben. Dies ist **nicht erlaubt**, weil die Geschäftspartnerin die Facebook-Seite der Amway Unternehmenszentrale nicht besitzt oder kontrolliert.
- Ein Geschäftspartner setzt einen YouTube-Vlogger ein, um Amway Produkte zu vertreiben und für sein Geschäft zu werben. Der Vlogger darf für die Amway Produkte werben und den Geschäftspartner erwähnen, sofern er keine Entschädigung für die Werbung und die Empfehlung erhält. Dem Vlogger ist es jedoch **nicht erlaubt** Amway Produkte zu verkaufen, weil er ein Dritter ist, der im Namen des Geschäftspartners handelt. Er ist daher nicht zum Verkauf von Amway Produkten berechtigt.

MIT ANDEREN COMMUNITYS/GESCHÄFTEN MISCHEN UND DIESE NUTZEN

Eine gemischte digitale Seite verbindet mehrere persönliche Interessen oder Geschäfte auf der persönlichen digitalen Einrichtung eines Geschäftspartners. Geschäftspartner dürfen ihr Amway Geschäft mit ihren anderen sozialen Communitys und Geschäften vermischen.

Dies bedeutet, dass Geschäftspartner auf gemischten digitalen Einrichtungen, die sie besitzen oder kontrollieren, ihre Nicht-Amway Communitys und Geschäfte nutzen dürfen, um Amway Produkte an Kontakte aus diesen Geschäften bzw. Communitys zu verkaufen oder diesen Kontakten die Geschäftsmöglichkeit vorzustellen.

Es bedeutet auch, dass Geschäftspartner auf den gleichen gemischten digitalen Einrichtungen ihre Amway Community nutzen können, um Nicht-Amway Produkte zu verkaufen und Kontakte aus dieser Community zu sponsern, solange der Geschäftspartner nicht seinen Einfluß auf die Downline Geschäftsgruppe missbraucht*.

* Missbrauch bedeutet, dass ein Amway Geschäftspartner direkt oder indirekt Zwang zum Kauf eines Nicht-Amway Produktes ausübt, um ein erfolgreiches Amway Geschäft zu führen. Upline Geschäftspartner (Sponsor / Upline) dürfen ihre Downline Geschäftspartner nicht zum Kauf von Nicht-Amway Produkten ermutigen, sie unter Druck setzen oder verpflichten, damit sie beim Aufbau ihres Amway Geschäftes Unterstützung zu erhalten.

Die gemischte digitale Einrichtung des Geschäftspartners darf nicht auf ein einziges kommerzielles Unternehmen gerichtet sein oder dem Onlinehandel dienen, wie z. B. eine E-Commerce-Plattform. Geschäftspartner dürfen keine offiziellen digitalen Einrichtungen von Amway oder keine ihrer eigenen, für ihr Amway Geschäft bestimmten digitalen Einrichtungen verwenden, um Geschäftspartner oder Kunden für Mitgliedschaft, Dienstleistungen oder Produkte in ihrem Nicht-Amway Geschäft anzuwerben.

Auch umgekehrt dürfen Geschäftspartner ihre Einrichtungen, die für das Amway Geschäft bestimmt sind nicht nutzen Amway Produkte und Dienstleistungen anzubieten oder zu vertreiben, oder die Amway Geschäftsmöglichkeit vorzustellen. Eine gemischte digitale Einrichtung muss den allgemeinen Geschäftsbedingungen der Einrichtung, der Community oder des Geschäftes entsprechen.

Geschäftspartner dürfen digitale Einrichtungen nicht mit den folgenden Unternehmen und Communitys vermischen:

- Produkte oder konkurrierende Geschäftsmöglichkeiten, aus dem Direktvertrieb oder dem Multi-Level-Marketing (MLM) Geschäfte.
- Produkte oder Dienstleistungen, deren Online-Verkauf verboten ist oder für die Lizenzen oder Verkaufsgenehmigungen erforderlich sind, Kredite, Finanzinvestitionen, juristische oder medizinische Dienstleistungen usw.
- Umstrittene Geschäfte oder Lebensweisen, wie z.B. Pornographie, Tabak, Politik, alternative Medizin, Religion, Glücksspiele oder Kapitalanlagen, usw.
- Dienstleistungen, die lediglich als Vorwand dienen, Interessenten anzusprechen um ihnen die Amway Produkte und die Amway Geschäftsmöglichkeit vorzustellen.

Darüber hinaus können Geschäftspartner Produkte mischen, die mit Produkten aus dem Amway Portfolio in Konkurrenz stehen oder statt ihrer verwendet werden können. Allerdings dürfen Geschäftspartner diese Produkte weder über diese gemischte Community verkaufen noch dürfen sie einen finanziellen Ausgleich dafür erhalten, dass sie auf der Einrichtung diese Produkte zeigen.

In gemischten Communities muss der Verkauf von Amway Produkten unabhängig von dem Verkauf von Nicht-Amway-Produkten erfolgen. Amway Geschäftspartner dürfen Amway Produkte im Rahmen eines Werbe- oder Verkaufsangebots nicht gemeinsam mit Nicht-Amway-Produkten anbieten.

Beispiele für das Mischen und Nutzen anderer Communitys oder Geschäfte

- Eine Geschäftspartnerin ist ein Radrenn-Enthusiast und sie nutzt ihre persönliche digitale Einrichtung, um mit anderen Enthusiasten zu diskutieren und Ideen mit ihnen auszutauschen. Sie verwendet die digitale Einrichtung außerdem, um eine gesunde Lebensweise mit Nutrilite Produkten darzustellen und Fahrradzubehör zu verkaufen. Dies ist **erlaubt**, weil sie die digitale Einrichtung besitzt oder kontrolliert, und diese nicht ausschließlich dem Onlinehandel dient und weil bei Besuchern, die die Inhalte ansehen, ein Opt-in gegeben wäre.
- Eine Amway Geschäftspartnerin postet auf ihrem Blog eine Liste ihrer fünf beliebtesten Lippenstifte, darunter einen von Artistry. Dies ist **erlaubt**, weil sie die Einrichtung besitzt oder nutzt. Sie kann andere Produkte dort zeigen, oder empfehlen, auch wenn diese mit Amway Produkten konkurrieren, solange sie diese auf diesen Einrichtungen nicht verkauft oder eine finanzielle Leistung dafür erhält, dass sie diese Produkte postet.
- Ein Amway Geschäftspartner veröffentlicht auf dem Instagram-Konto seines Restaurants Informationen zu seinem Unternehmen. Dies ist **nicht erlaubt**, weil die digitale Einrichtung ausschließlich für das Restaurant, d. h. ein einziges kommerzielles Unternehmen, genutzt wird.
- Eine Geschäftspartnerin, die Musikerin ist, hat eine Website, um ihre Musik zu verkaufen und für sie zu werben. Die Geschäftspartnerin verwendet ihre Amway bezogene Facebook-Seite, um Live-Informationen über ihre bevorstehenden Tour-Termine zu streamen und Geschäftspartner dazu anzuhalten, Tickets zu kaufen. Dies ist **nicht erlaubt** weil die Geschäftspartnerin ihre Amway-spezifische digitale Einrichtung verwendet, um für ihr Nicht-Amway Geschäft zu werben.
- Ein Amway Geschäftspartner richtet eine Website für ein Lifestyle Coaching Unternehmen ein. Eine Person findet die Website und trifft sich mit dem Amway Geschäftspartner, nur um herauszufinden, dass der Amway Geschäftspartner diese Website nutzt, um Interessenten für Amway zu sponsern. Dies ist **nicht erlaubt**, weil es sich um ein vorgetäushtes Unternehmen handelt und weil die bereitgestellten Informationen irreführend waren.

WERBUNG UND EMPFEHLUNGEN

Geschäftspartner dürfen über nicht-bezahlte Suchmaschineneinträge werben. Dies umfasst auch den Gebrauch eines Aufrufs über eine von Amway genehmigte Vorlage.

Für andere Formate ist eine vorherige Genehmigung von Amway erforderlich, um unter anderem zu gewährleisten, dass das geistige Eigentum von Amway korrekt verwendet wird, und einer potenziellen Verwechslung von Marken vorzubeugen.

Beispiele für Werbung:

- Ein Geschäftspartner erstellt einen Eintrag in Google My Business, um für sein Amway Geschäft zu werben. Dies ist **erlaubt**, weil es sich um eine nicht-kostenpflichtige Geschäfts-Suchmaschine handelt. Es muss dabei jedoch eine von Amway genehmigten Vorlage verwendet werden.
- Eine Geschäftspartnerin erstellt eine gesponserte Anzeige für Artistry Crème LX™ auf Facebook. Dies ist **nicht erlaubt**, da es Verwechslung in Bezug auf Amway geben könnte.

VIDEO, AUDIO, UND LIVE STREAMING

Video, Audio und Livestreaming (welches Video und/oder Audio enthält [„Livestreaming“]) bedürfen im Rahmen der digitalen Kommunikation in der Regel keiner vorherigen schriftlichen Genehmigung von Amway, wenn sie sich auf Einrichtungen befinden, die der Geschäftspartner besitzt oder kontrolliert. Geschäftspartner haben immer die Möglichkeit, Video- und Audio-Clips vor ihrer Veröffentlichung Amway zur Beratung und zur Prüfung vorzulegen (s. „Einreichen zur Genehmigung“ am Ende dieser Standards).

Alle Inhalte müssen den Amway Geschäftsbedingungen, Standards und Richtlinien entsprechen.

Video, Audio und Livestreaming dürfen Folgendes nicht enthalten:

- Inhalte, die von BSM Anbietern und Geschäftspartner- Organisationen entwickelt wurden.
- Informationen zur Sponsorlinie.
- Nicht autorisierte Aussagen.
- Listen verfügbarer BSM und deren Preise.
- Vertrauliche und/oder geschäftlich sensible Informationen über, einschließlich und ohne Einschränkung Pre-Launch-Produktinformationen, Änderungen der Geschäftsleitung, Werkschließungen, Akquisitionen usw.
- Jegliches sonstige Material, das gegen die Amway Geschäftsbedingungen, Standards und Richtlinien verstößt.

Livestreaming darf, sofern es nicht gespeichert wird, folgende Inhalte enthalten:

- Amway Core Plan Information, mit den erforderlichen Disclaimern, einschließlich Informationen dazu, wie man mit Amway Geld verdient, Qualifikationen sowie Auszeichnungen und Boni/Provisionen erhält.
- Genehmigte BSM für Interessenten.
- Werbung für die Geschäftspartnerorganisation, einschließlich Daten für Veranstaltungen und Ticketpreise.

Eine vorherige schriftliche Genehmigung ist jedoch für Video- und Audiomaterial erforderlich (einschließlich gespeichertes Livestreaming), das zum Vertrieb, zum Verkauf oder für den Gebrauch in Offline-Veranstaltungen zur Verfügung gestellt wird.

Darüber müssen Geschäftspartner für Video, Audio und gespeichertes Livestreaming mit folgenden Inhalten eine vorherige schriftliche Genehmigung von Amway einholen:

- Plan: Informationen zum Amway Sales- und Marketingplan, einschließlich und ohne Einschränkung, wie Geschäftspartner über Amway Geld verdienen und Qualifikationen, Anerkennungen und Provisionen erhalten können, entweder für den Einsatz mit Interessenten oder für die Schulung von Geschäftspartnern in Bezug auf den Sales- und Marketingplan.
- Produktaussagen: Inhalte, die von den zugelassenen Amway Produktbehauptungen abweichen.
- Sponsern: Schulungsinhalte in Bezug auf Sponsern, und Anwerbung, sowie Sponsermethoden.
- Darstellungen von Einkommen.
- Geistiges Eigentum Dritter, einschließlich und ohne Einschränkung Musik, Zeichen, Logos, Grafiken und Bilder (erfordern auch die Zustimmung Dritter).

Geschäftspartner müssen Websites, mobile Apps, Podcasts und Blogkonzepte Amway zur vorherigen Überprüfung und Genehmigung vorlegen.

URLs dürfen nicht irreführend sein oder gegen die Amway Geschäftsbedingungen verstoßen (z. B. Ezmoney.com, sofortrente@EU.com, leichtesgeld.com).

Geschäftspartner-Websites

Wenn Geschäftspartner eine Website zur Unterstützung ihres Amway Geschäfts erstellen, muss diese nicht nur den Amway Geschäftsbedingungen sondern vor allem auch den vorliegenden Digitalen Kommunikationsstandards entsprechen.

Geschäftspartner-Websites sind alle Websites, die zur Unterstützung und Entwicklung eines Amway Geschäfts erstellt wurden, unabhängig davon, wer die Website erstellt oder hostet.

Alle Websites müssen Amway zur Prüfung und Genehmigung vorgelegt werden, bevor sie live geschaltet werden. Dies gilt auch für etwaige Änderungen an einer genehmigten Website. Amway behält sich das Recht vor, Geschäftspartner-Websites auf Richtigkeit und genehmigte Inhalte zu überprüfen und angemessene Maßnahmen gegen Geschäftspartner zu ergreifen, deren Website nicht diesen Richtlinien oder anderen geltenden Vorschriften entspricht.

Amways Überprüfung und Autorisierung basiert auf der Einhaltung der Amway Geschäftsbedingungen, Richtlinien und Standards. Amway darf die Zustimmung zu einer Website und zu Änderungen daran nicht aus unbilligen Gründen vorenthalten.

Geschäftspartner sind allein verantwortlich für die Einhaltung aller geltenden Gesetze und Vorschriften in Bezug auf ihre Websites. Die Überprüfung und Genehmigung von Websites durch Amway ist auf bestimmte Aspekte ihrer Inhalte beschränkt, insbesondere in Bezug auf die Amway Geschäftsbedingungen, Richtlinien und Standards sowie die zugehörigen Dokumente. Sie zielen jedoch nicht darauf ab und können nicht darauf abzielen, die Einhaltung aller Gesetze und Vorschriften zu behandeln, denen die Website unterliegt, und daher entbinden sie Geschäftspartner nicht von deren eigener Verantwortung diesbezüglich.

Amway fremde Produkte, Dienstleistungen oder Geschäftsmöglichkeiten: Es dürfen keine Produkte oder Dienstleistungen auf Geschäftspartner-Websites angeboten, präsentiert oder verkauft werden, die nicht zu Amway gehören, weder direkt noch indirekt über Werbebanner, Links oder Frames.

Informationen zu Kunden, Geschäftsgruppe und Websitebenutzern: Geschäftspartner müssen eine angemessene Datenschutzerklärung auf ihren Websites posten, die der Amway Datenschutzrichtlinie und geltenden Gesetzen und Verordnungen entspricht. Dabei kann es für Geschäftspartner erforderlich sein, juristischen Beistand in Anspruch zu nehmen, um sicherzustellen, dass ihre Datenschutzrichtlinien mit geltendem Recht übereinstimmen. Websites sollten personenbezogene Informationen zu Besuchern nur in dem Maß erfassen, wie erforderlich ist, um Besuchern die Möglichkeit zu geben, eine E-Mail an den Betreiber der Seite zu senden. Wenn Websites Besuchern die Möglichkeit geben, die Eigentümer der Website per E-Mail zu kontaktieren, muss die Website klar angeben, dass der Gebrauch dieser E-Mail-Funktion automatisch die Absenderadresse des Besuchers für den Geschäftspartner bereitstellt und dass diese E-Mail-Adresse ohne die Zustimmung des Besuchers nur zum Beantworten seiner Frage und für keine anderen Zwecke eingesetzt wird.

Geltendes Recht und Gerichtsstand: Geschäftspartner müssen das geltende Recht und den Gerichtsstand für ihre Websites und für über ihre Websites entstehende Transaktionen klar angeben. Ein Impressum muss auf der Website enthalten und von Kunden leicht zu finden sein.

Aktualisieren der Website: Geschäftspartner-Websites müssen regelmäßig oder wie von Ereignissen bedingt aktualisiert werden und sie müssen eine Angabe zum letzten Aktualisierungsdatum enthalten.

Jegliche Änderungen müssen Amway vor ihrer Veröffentlichung zur Prüfung und Genehmigung vorgelegt werden.

Spezielle Qualitätsvorgaben für Geschäftspartner-Websites

Die Amway Qualitätsstandards sollen gewährleisten, dass Amway Produkte professionell und angemessen präsentiert werden, sowie die Glaubwürdigkeit der Marke Amway und der Amway Produktmarken.

Um den Qualitätsstandards für offizielle Amway Websites in Bezug auf Präsentation und Verkauf von Amway Produkten zu entsprechen, müssen die nachfolgend ausgeführten Qualitätsvorgaben erfüllt werden, wenn Geschäftspartner eine Website zu Amway, der Amway Geschäftsmöglichkeit und Amway Produkten und

Dienstleistungen erstellen. Diese Vorgaben spiegeln die Qualitätsstandards wider, die Amway bei der Erstellung einer offiziellen Amway Website anlegt.

1. Persönliche Informationen zu Geschäftspartnern sollten sich auf ihr Amway Geschäft und ihre persönlichen Leistungen in diesem Amway Geschäft beziehen.
2. Persönliche Fotos und jegliche Video/Audio-Begrüßungen sollten professionell und auf das Amway Geschäft bezogen sein.
3. Erstellen Sie eine klare und übersichtliche Internetpräsenz mit professionellem und angemessenem Layout, Stil und Erscheinungsbild, vergleichbar mit dem professionellen Stil offizieller Amway Websites.
4. Für die Präsentation der Amway Geschäftsmöglichkeit gelten die folgenden Qualitätsvorgaben:
 - Informationen über Amway und die Amway Geschäftsmöglichkeit müssen wahrheitsgemäß und genau sein und auf aktuellen Fakten basieren.
 - Statistische und Hintergrundinformationen zu wirtschaftlichen Trends und dem allgemeinen wirtschaftlichen Umfeld oder zukünftige Projektionen müssen erkennbar und genau belegt sein.
 - Websites mit Informationen zur Geschäftsmöglichkeit müssen passwortgeschützt sein.
5. Für das öffentliche Anbieten von Amway Produkten gelten die folgenden Qualitätsvorgaben:
 - Um falsche, irreführende oder unangemessene Behauptungen zu Amway Produkten oder andere Verstöße gegen geltende Gesetze zu vermeiden, dürfen Geschäftspartner:
 - (a) nur offizielle Bilder von Amway Produkten verwenden, die von Amway für diesen spezifischen Zweck lizenziert wurden, oder Bilder, die in Stil und Qualität vergleichbar sind,
 - (b) nur Produktaussagen und Ausführungen verwenden, die in der aktuellen Amway Literatur oder auf offiziellen Amway Websites für die Verwendung mit Kunden auf dem jeweiligen Markt veröffentlicht wurden. **Alle Bilder von Amway Produkten, die auf der Website angezeigt werden, müssen von Amway ausdrücklich genehmigt und lizenziert sein.**
 - Alle erforderlichen und angemessenen Marken und Urheberrechtsbezeichnungen müssen auf der Website deutlich sichtbar sein.
 - Die Website muss allen gesetzlichen Anforderungen entsprechen, wie nachfolgend beispielhaft aufgelistet: Vor einem Verkauf über das Internet sind auf deutliche und leicht zugängliche Weise konkrete und genaue Informationen für Kunden verfügbar zu machen. Diese kann (beispielhaft) Folgendes umfassen:
 - (a) Alle Angaben müssen in der Sprache des Zielmarkts für die Website gemacht werden.
 - (b) Die Identität des Geschäftspartners als Lieferant der Produkte sowie seine Geschäftsadresse, an die Kunden eventuelle Beanstandungen senden können;
 - (c) Eine Beschreibung der Waren/Dienstleistungen, die auf der Website zum Verkauf angeboten werden;
 - (d) Der Preis der Waren oder Dienstleistungen einschließlich aller anfallenden Steuern (z. B. MwSt);
 - (e) Liefer- und Versandkosten, sofern zutreffend, sowie die Art der Zustellung;
 - (f) Eine Beschreibung der Art und Weise, wie die Zahlung erfolgen sollte;
 - (g) Eine Benachrichtigung, dass Kunden innerhalb von zwei Wochen ohne Vertragsstrafe von ihrem Kauf zurücktreten können, wobei sie in einigen Fällen nur die unmittelbaren Kosten für die Rücksendung der Waren an den Verkäufer tragen müssen („das Widerrufsrecht“);
 - (h) Informationen dazu, von Kunden ihrem Widerrufsrecht Gebrauch machen können;
 - (i) Informationen über jegliche Dienstleistungen und Garantien, die nach dem Kauf anfallen.Nationale Regelungen, die die Bestimmungen der EU-Fernabsatzrichtlinie umsetzen, oder vergleichbare nationale Rechtsvorschriften können genauer definieren, welche Informationen für Kunden zur Verfügung gestellt werden müssen.

Geschäftspartner sollten rechtliche Beratung einholen, um sicherzustellen, dass ihre Websites alle erforderlichen Informationen anzeigt, die von nationalen Gesetzen vorgeschrieben sind.

- Qualität im Sinne von allgemeinen Qualitätsstandards, wie z. B.
 - (a) Grundsätzliche Nutzbarkeit in Bezug auf eine klare visuelle Hierarchie, leicht zu unterscheidende Überschriftsebenen, einfach zu verstehende und einheitliche Navigation
 - (b) Angemessene Sprache
 - (c) Leistung, Struktur und Layout der Website
 - (d) Eingabehilfen für Nutzer
 - (e) Verwendbarkeit mit verschiedenen Geräten – funktioniert die Website korrekt mit unterschiedlichen Browsern, wenn sie gedruckt wird oder mit Mobilgeräten.
 - (f) Verwendung eines sicheren Shop-Systems, um die Sicherheit von Datenübertragungen und Zahlungen zu gewährleisten

6. Weitere geeignete Inhalte:

- Online-Formulare und Online-Bestellverarbeitung, die den geltenden nationalen Gesetzen und Verordnungen entsprechen und bei denen Käufer eventuelle Fehler identifizieren und korrigieren oder die Reihenfolge ändern können. Kunden müssen außerdem in der Lage sein, eine bewusste und informierte Einwilligung zum Kauf zu geben und vollständige und genaue Aufzeichnungen zu ihrer Transaktion erhalten.
- Benutzerfreundliche, sichere Zahlungsmechanismen und Informationen zur Sicherheitsebene solcher Mechanismen, alle in Übereinstimmung mit geltenden Datenschutzgesetzen und Verordnungen.

DIGITALE EVENTS

Geschäftspartner dürfen digitale oder virtuelle Events in Zusammenhang mit ihrem Geschäft abhalten, solange die Amway Geschäftsbedingungen, Standards und Richtlinien eingehalten werden und die digitalen Events auf Einrichtungen stattfindet, die der Geschäftspartner besitzt oder kontrolliert.

Digitale Events sind Veranstaltungen, die innerhalb eines bestimmten Zeitraums in einer virtuellen Umgebung abgehalten werden, die ein gemeinsames Thema haben und die auf eine bestimmte Gruppe oder Community abzielen („digitale Events“).

Digitale Events auf Einrichtungen, die Geschäftspartner nicht besitzen oder kontrollieren, dürfen mit vorheriger schriftlicher Genehmigung von Amway und der Erlaubnis des Veranstalters abgehalten werden.

Alle digitalen Events müssen die folgenden Kriterien erfüllen:

- Wenn Produkte angeboten werden, müssen diese zum Thema der Veranstaltung passen.
- Jegliche Online-Verkäufe, die während der Veranstaltung erfolgen, müssen über die persönliche Seite des Geschäftspartners auf Amway Online oder über seine autorisierte Amway Website abgewickelt werden. Verkäufe können auch offline erfolgen.
- Amway muss alle Materialien, die verwendet oder anderweitig zur Verfügung gestellt werden, vorab genehmigen.
- Listen verfügbarer und registrierter/genehmigter BSM und Informationen zu Schulungsorganisationen für Geschäftspartner dürfen nur auf reinen Geschäftspartnerevents gezeigt werden. Wenn Informationen zum Amway Sales- und Marketingplan in einer Community gezeigt werden, in der Nicht- Geschäftspartner sind, müssen diese Amway zur Genehmigung vorgelegt werden.
- Inhalte Dritter dürfen nur mit deren vorheriger schriftlicher Zustimmung und der Genehmigung von Amway verwendet werden.

Beispiele für digitale Events

- Eine Geschäftspartnerin hält eine virtuelle Artistry Party auf Facebook ab. Dies ist **erlaubt**, weil die Veranstaltung auf einer Einrichtung stattfindet, die die Geschäftspartnerin besitzt oder kontrolliert.
- Ein Geschäftspartner erstellt eine öffentliche Facebook Einladung zu einer bevorstehenden Amway Kochveranstaltung. Dies ist **erlaubt** da der Geschäftspartner die digitale Einrichtung besitzt oder kontrolliert.
- Eine Geschäftspartnerin wird zu einem Interview in einem Podcast eingeladen, um über ihre Erfahrungen mit dem Amway Geschäft und mit Amway Produkten zu sprechen. Dies ist mit vorheriger schriftlicher Genehmigung von Amway **erlaubt**, weil die Veranstaltung nicht auf einer Einrichtung stattfindet, die die Geschäftspartnerin besitzt oder kontrolliert.
- Eine Geschäftspartnerin nimmt an einer virtuellen Kosmetikparty auf Facebook teil, die eine Freundin veranstaltet, und beginnt dort, für ihr Amway Geschäft zu werben. Dies ist **nicht erlaubt**, weil die Geschäftspartnerin keine vorherige schriftliche Genehmigung von Amway und vom Veranstalter eingeholt hat und die Veranstaltung auf einer Einrichtung abgehalten wird, die die Geschäftspartnerin nicht besitzt oder kontrolliert.

AUSSAGEN ZU AMWAY

Aussagen zum Amway Sales- und Marketingplan, zur Amway Geschäftsmöglichkeit und zu Produkten oder Dienstleistungen, die von oder über Amway angeboten werden, müssen wahrheitsgemäß, genau und nicht irreführend sein und dem geltenden nationalen Recht in Bezug auf Werbung entsprechen.

Aussagen zu Amway Produkten und Dienstleistungen müssen ausdrücklich von Amway genehmigt sein und dürfen nicht verändert werden.

Einkommen und Lifestyle

Alle direkten und indirekten Einkommensdarstellungen müssen realistische und nicht übertriebene Einkommensmöglichkeiten und Lifestyle Erwartungen beschreiben.

Für Materialien zu Einkommen, Lifestyle und dem Amway Sales- und Marketingplan können angemessene Disclaimer erforderlich sein.

Einkommen und Lifestyle Beispiel:

Ein Geschäftspartner posted auf Instagram das Foto eines Schecks, den er von Amway erhalten hat, und schreibt dazu, dass er eines seiner Ziele für dieses Jahr erreicht hat und sich darüber freut, dass seine harte Arbeit anerkannt wurde. Es ist erlaubt, dass der Geschäftspartner über seine persönliche Erfahrung posten darf, sofern die Aussagen wahrheitsgemäß, richtig und nicht irreführend sind.

Empfehlungen und Referenzen

Empfehlungen und Referenzen müssen die ehrliche Meinung, Ansicht oder Erfahrung des Empfehlenden widerspiegeln. Eine Empfehlung oder Referenz darf nicht verwendet werden, um Aussagen zu treffen, die Amway aus rechtlichen Gründen nicht machen kann.

Mit Ausnahme von Produktproben dürfen Geschäftspartner keine Art von Entschädigung für Empfehlungen, Referenzen oder positive Bewertungen geben. Geschäftspartner dürfen keine Art von Entschädigung für den Kauf von Followern oder Likes („Gefällt mir“) leisten.

Wenn eine materielle Verbindung zwischen der Person, die die Empfehlung oder Referenz abgibt, und Amway besteht und diese materielle Verbindung dem Publikum nicht bekannt ist oder vom Publikum nicht erwartet werden kann, muss diese offengelegt werden.

Eine materielle Verbindung kann beispielsweise die Tatsache sein, dass die Person ein kostenloses Produkt als Gegenleistung für eine Empfehlung oder Referenz erhalten hat, oder dass die Person, die die Empfehlung oder Referenz abgibt, ein Amway Geschäftspartner ist. Disclaimer müssen eindeutig, auffällig und gut lesbar sein und in der Nähe der Behauptung erscheinen.

Beispiele für Empfehlungen und Referenzen

- Eine Geschäftspartnerin retweetet den Kommentar eines Kunden, wie gut sein Haar aussieht, nachdem er eine kostenlose Probe von Satinique™ Shampoo verwendet hat. Dies ist **erlaubt**, weil Offenlegung der kostenlosen Probe im Tweet enthalten ist und weil der Kunde keine weitere Entschädigung erhalten hat.
- Ein Geschäftspartner stellt einem Vlogger als Gegenleistung für positive Besprechungen in ihrem Vlog zwei Kartons von SA8™ bereit. Dies ist **nicht erlaubt**, da es sich bei dieser Menge von Produkt nicht mehr um eine Probe handelt.

„Vorher/Nachher“-Bilder und -Videos

„Vorher/Nachher“-Bilder oder -Videos sind eine Form von Referenz, unabhängig davon, ob die Bilder oder Videos den Geschäftspartner oder jemand anders zeigen. Eine solche Referenz darf keine Behauptungen enthalten, die Amway aus rechtlichen Gründen nicht machen kann. Geschäftspartner müssen für „Vorher/Nachher“-Bilder und -Videos zu Amway Produkten und deren Verwendung eine vorherige schriftliche Genehmigung von Amway einholen. Für die folgenden „Vorher/Nachher“-Bilder oder -Videos ist dies jedoch nicht erforderlich:

- Von Amway bereitgestellte „Vorher/Nachher“-Bilder oder -Videos, einschließlich die erforderlichen Disclaimer.
- Die Anwendung von dekorativer Amway Kosmetik (Make-up; dies gilt nicht für Hautpflegeprodukte). Das Bild oder Video darf keine Titel, keinen Text und kein Audio enthalten, welche den Umfang der Produktaussagen von Amway übersteigen. Das Bild oder Video darf keine Produkte von Drittanbietern vorstellen, zeigen oder erwähnen.

Wenn eine materielle Verbindung zwischen der Person, die die Empfehlung oder Referenz abgibt, und Amway besteht und diese materielle Verbindung dem Publikum nicht bekannt ist oder vom Publikum nicht erwartet werden kann, muss diese offengelegt werden.

Disclaimer müssen eindeutig, auffällig und gut lesbar sein und in der Nähe der Behauptung erscheinen.

Produktdemonstrationen

Produktdemonstrationen sind Präsentationen von Amway Produkten, bei denen das Produkt tatsächlich angewendet wird, um seine Funktion oder die Ergebnisse der Anwendung zu zeigen.

Geschäftspartner müssen für Demonstrationen zu Amway Produkten eine vorherige schriftliche Genehmigung von Amway einholen. Für die folgenden Produktdemonstrationen ist dies jedoch nicht erforderlich:

- Demonstrationen, in denen von Amway veröffentlichte Anweisungen genau befolgt werden.
- Von Amway bereitgestellte Produktdemonstrationen.
- Demonstrationen, welche die Anwendung von dekorativer Amway Kosmetik zeigen (Make-up; dies gilt nicht für Hautpflegeprodukte).
- Demonstrationen, bei denen Geschäftspartner das Amway Kochgeschirr entsprechend des Verwendungszwecks nutzen (d. h. um Mahlzeiten zu kochen).

Produktdemonstrationen dürfen keine Titel, keinen Text und kein Audio enthalten, welche den Umfang der Behauptungen übersteigen, die Amway für das Produkt macht. Produktdemonstrationen dürfen keine Produkte von Drittanbietern vorstellen, zeigen oder erwähnen..

GEISTIGES EIGENTUM

Geistiges Eigentum ist eine kreative Arbeit, für die man Rechte geltend machen kann und für die man ein Patent, ein Urheberrecht, eine Marke usw. beantragen kann. Geschäftspartner dürfen nur geistiges Eigentum von Amway und von anderen Personen verwenden, wenn sie sich die Nutzungsrechte dafür gesichert haben. Geistiges Eigentum kann Musik, Bilder, Audio, Video, Text, Marken, Logos oder andere Arbeiten umfassen.

Urheberrechtlich geschützte Materialien

Urheberrechtlich geschützte Materialien umfassen ohne Einschränkung Musik, Bücher, Zeitschriften, Artikel und anderen Schriften, auch in Auszügen und Übersetzungen, Reden, Fotografien, Kunstwerke, einschließlich Onlinebilder, Websites, Blogs und andere Beiträge auf sozialen Netzwerken, Videos, Filme, Theaterstücke, Skulpturen, Gebäude und 3D-Formen sowie Computersoftware.

Verwendung von Materialien, die von Amway erstellt wurden

Geschäftspartner dürfen von Amway erstellte, urheberrechtlich geschützte Materialien nur mit vorheriger Genehmigung verwenden, es sei denn, der Geschäftspartner hat sie, wie von Amway angegeben, aus genehmigten Quellen erhalten (siehe dazu www.amway.de oder www.amway.at). Eine Ausnahme sind Materialien, die dem Amway Geschäftspartner genehmigt wurden und die Verwendung von zugelassenen Amway Quellen, auf den eigenen digitalen Einrichtungen des Amway Geschäftspartners um eigene Beiträge zu erstellen. Das verwenden von geistigen ist nur erlaubt, wenn die Nutzungsrechte gegeben sind. Geistiges Eigentum könnte sein, Musik, Bilder, Video Texte, GIFs oder Logos. Geschäftspartner benötigen keine Genehmigung um Inhalte aus digitalen Einrichtungen von Amway zu teilen oder dorthin zu verlinken.

Beispiele für von Amway erstellte Materialien

- Ein Geschäftspartner teilt ein Bild von der offiziellen Amway Facebook Seite, um auf seiner eigenen Seite für die Marke L.O.C. zu werben. Er darf den Post teilen, weil keine Genehmigung erforderlich ist, um Inhalte von offiziellen digitalen Einrichtungen von Amway zu teilen.
- Eine Geschäftspartnerin klickt mit der rechten Maustaste auf ein Bild im Produktbereich von www.amway.com und speichert (oder erfasst ein Screenshot davon) und postet dieses dann auf ihrem Twitter-Profil. Dies ist **nicht erlaubt**, weil die Rechte zu dem Bild möglicherweise nur für die offizielle Unternehmenswebsite gelten (z. B. Modelle auf den Fotos der Website) und sich nicht auf die Nutzung durch Geschäftspartner erstrecken. Darüber hinaus kann dies auch zu eingeschränkter Bildqualität führen. Die Geschäftspartnerin sollte das Bild aus einer autorisierten Amway Quelle beziehen, um sicherzustellen, dass sie ein hochwertiges, genehmigtes Bild verwendet.
- Eine Amway Geschäftspartnerin erhält ein Artistry Bild aus einer offiziellen Amway Quelle. Sie fügt dem Bild einen Sticker hinzu, sowie einen eigenen Text, um die Marke Artistry zusammen mit ihrem Amway Geschäft zu bewerben, und veröffentlicht Beiträge in ihrer Instagram-Story. Dadurch verändert sie das Bild nicht, sondern behält es grundsätzlich bei, die Integrität bleibt erhalten. Dies ist **zulässig**, da Amway Geschäftspartner diese Art von Amway Material ohne vorherige Genehmigung bearbeiten dürfen, wenn Stories zur digitalen Verwendung erstellt werden, die dem Amway Geschäftspartner gehören.

Verwendung von Materialien, die von Dritten erstellt wurden

Geschäftspartner dürfen urheberrechtlich geschützte Materialien von Dritten nicht verwenden, ohne zuvor eine schriftliche Abtretung, Lizenz oder sonstige Genehmigung vom Rechteinhaber einzuholen, es sei denn, die freie Verwendung der Materialien ist unter geltendem Recht gestattet. Geschäftspartner müssen die schriftliche Genehmigung für die Verwendung von urheberrechtlich geschütztem Material aufbewahren und Amway auf Anfrage vorlegen. Geschäftspartner müssen in ihrer digitalen Kommunikation alle Urheberrechte beachten.

Das Teilen eines Links oder die Verwendung des "Share Button" für einen Artikel, einen Blogbeitrag oder einen Post in sozialen Netzwerken, der von einem Dritten geschrieben wurde, ist zulässig, sofern in Kommentaren oder anderen Inhalten zu dem geposteten Link keine Verweise auf Amway Produkte oder die Amway Geschäftsmöglichkeit hinzugefügt werden.

Beispiele für die Verwendung von Materialien, die von Dritten erstellt wurden

- Eine Geschäftspartnerin liest einen Onlineartikel über einen möglichen Zusammenhang zwischen Fischöl und einem verminderten Risiko von Herzerkrankungen. Die Geschäftspartnerin teilt den Artikel auf ihrer Facebook-Seite mit dem folgenden Text: „Sehr interessanter Artikel über einen möglichen Zusammenhang zwischen Fischöl und dem Risiko von Herzkrankheiten“. Dies ist **erlaubt**, weil der Kommentar des Geschäftspartners keine Verweise auf Amway Produkte enthält.
- Forbes® postet auf seiner offiziellen Facebook-Seite einen Link zu einem Artikel auf der Website des Unternehmens. Ein Geschäftspartner teilt den Artikel mit seinen Facebook-Followern. Wenn der ursprüngliche Forbes-Bertrag eine „Teilen“ Funktion enthält, gestattet Amway dem Geschäftspartner das Teilen des Posts. Dies ist **erlaubt**, solange jegliche Kommentare, die der Geschäftspartner hinzufügt, diesen Standards entsprechen. Beispielsweise darf der Kommentar nicht andeuten, dass Forbes in irgendeiner Weise mit dem Geschäftspartner oder mit Amway verbunden ist oder für diese wirbt.
- Eine Geschäftspartnerin teilt einen Artikel eines Dritten, in dem Amway Produkte erwähnt werden, auf ihrem Twitter-Konto und kommentiert dies mit: „Interessanter Artikel“. Dies ist **erlaubt**, solange der Kommentar der Geschäftspartnerin keine Verweise auf Amway Produkte oder das Amway Geschäft enthält.
- Ein Geschäftspartner abonniert das Forbes Magazin, und sieht dort einen Artikel über die Amway Geschäftsmöglichkeit. Er teilt daraufhin Fotos der Titelseite und von Seiten aus dem Artikel auf seinem Instagram-Konto. Dies ist **nicht erlaubt**, es sei denn, der Geschäftspartner holt zuvor eine schriftliche Genehmigung von Forbes ein.

- Eine Geschäftspartnerin sieht ein Video auf YouTube, das von einem anderen Geschäftspartner erstellt wurde. Sie lädt das Video herunter und dann auf Facebook hoch, so dass es mit allen ihren Followern geteilt wird. Dies ist **nicht erlaubt**, es sei denn die Geschäftspartnerin hat zuvor eine schriftliche Genehmigung vom Inhaber des Urheberrechts eingeholt.
- Eine Geschäftspartnerin teilt einen Onlineartikel aus der New York Times® auf ihrem Facebook-Konto mit dem folgenden Kommentar: „Sehr interessanter Artikel über einen möglichen Zusammenhang zwischen Vitamin D und Depression. Kontaktieren Sie mich, wenn Sie weitere Informationen über das neuen Nutrilite Vitamin D wünschen“. Dies ist **nicht erlaubt**, weil der Kommentar einen Verweis auf ein Amway Produkt enthält und die implizite Behauptung aufstellt, dass Nutrilite Vitamin D das Risiko von Depressionen reduzieren könnte. Amway hat keine fundierten Nachweise für eine solche Behauptung.
- Eine Geschäftspartnerin kopiert ein Bild von der Titelseite eines Bestsellers aus Google-Bildern und postet dies in einem sozialen Netzwerk. Dies ist **nicht erlaubt**, weil der Geschäftspartner kein Urheberrecht für das Bild hat.

Musik

Musik, die über das Internet reproduziert, verändert, abgespielt, aufgeführt, aufgezeichnet, gesendet oder gestreamt wird, darf nicht ohne eine schriftliche Abtretung, Lizenz oder sonstige Genehmigung des Eigentümers verwendet werden, es sei denn, dass geltende Gesetze die freie Verwendung gestatten.

IN VIELEN FÄLLEN IST MEHR ALS EINE LIZENZ ERFORDERLICH, WENN AUFGEZEICHNETE MUSIK VERWENDET WERDEN SOLL.

Geschäftspartner müssen die schriftliche Genehmigung aufbewahren und Amway auf Anfrage vorlegen.

Beispiele für Musik

- Eine Geschäftspartnerin zeichnet eine 20-sekündige Make-up-Demonstration mit Artistry Produkten auf. Bevor sie das Video auf Facebook postet, fügt sie 20 Sekunden eines populären Hits als Hintergrundmusik hinzu. Sofern die Geschäftspartnerin nicht die entsprechende(n) Lizenz(en) für die Musik erworben hat, ist der Post **nicht erlaubt**.
- Ein Geschäftspartner nimmt ein 30-sekündiges Video von einem Live-Musikauftritt bei einer Amway Veranstaltung auf und postet es auf Facebook. Wenn die Veranstalter dies nicht ausdrücklich genehmigt haben oder der Geschäftspartner sich nicht unabhängig davon die Rechte zu dieser Nutzung des Auftritts gesichert hat, ist dies **nicht erlaubt**.

Öffentlichkeitsrecht (Recht am Bild in der Öffentlichkeit)

Öffentlichkeitsrechte einer Person sind ihre Rechte, die kommerzielle Nutzung ihres Abbilds zu kontrollieren und daraus Nutzen zu ziehen, dies umfasst auch den Namen, Bilder, die Stimme und andere Aspekte ihrer Identität. Von Geschäftspartnern wird erwartet, dass sie die Öffentlichkeitsrechte anderer Personen respektieren, dass sie sich in ihrer digitalen Kommunikation an alle geltenden Gesetze halten und dass sie Anfragen von Personen folgen, die verlangen, dass ihr Abbild nicht verwendet wird.

Geschäftspartner dürfen nicht das Abbild anderer Personen nutzen, um für ihr Geschäft zu werben, wenn sie nicht eine vorherige schriftliche Genehmigung der betreffenden Person eingeholt haben.

Amway verbietet Geschäftspartnern das Posten von Inhalten mit dem Abbild einer anderen Person oder prominenter Positionierung eines Dritten, es sei denn, der Geschäftspartner hat die schriftliche Genehmigung der betreffenden Person(en) eingeholt oder Amway hat die Inhalte anderweitig genehmigt.

Beispiele für Öffentlichkeitsrechte

- Ein Geschäftspartner ist am Strand und nimmt ein Selfie mit einer Dose XS Power Drink auf. Eine Gruppe von Personen ist im Hintergrund sichtbar, aber die Kamera ist auf den Geschäftspartner fokussiert und die Identität der Menschen im Hintergrund ist nicht leicht zu ermitteln. Der Geschäftspartner postet das Foto mit der Unterschrift „Toller Tag am Strand, mit Hilfe von XS! Nähere Infos dazu, wie ihr XS Produkte beziehen könnt, findet ihr über den Link in meiner Biografie“. Dies ist **erlaubt**, aber Amway geht davon aus, dass der Geschäftspartner den Beitrag entfernen würde, wenn die anderen Menschen im Foto erkennbar wären und sie darum bitten, den Beitrag zu löschen.
- Eine Geschäftspartnerin nimmt auf einer Amway Veranstaltung ein Selfie auf, bei dem ein bekannter Autor, der für einen Vortrag und eine Buchsignierung bezahlt wird, im Hintergrund hervorgehoben erscheint. Dies ist **erlaubt**, sofern die Regeln für die Veranstaltung es zulassen, den Autor zu fotografieren. Selbst wenn es erlaubt ist, darf der Geschäftspartner allerdings nicht den Eindruck erwecken, dass der Autor Amway

unterstützt oder mit Amway in Verbindung steht.

- Ein Geschäftspartner retweetet ein Foto eines berühmten Snowboarders, als er einen XS Power Drink trinkt, mit dem Kommentar „Sieh mal an! Spitzensportler schwören auf die Marke XS™!“ Dies ist **nicht erlaubt**, es sei denn der Geschäftspartner hat zuvor eine schriftliche Genehmigung des Snowboarders eingeholt.
- Ein Geschäftspartner ist am Strand und nimmt ein Selfie mit einer Dose XS Power Drink auf. Zwei Menschen kommen zufällig ins Bild und zeigen dem Geschäftspartner das „Daumen hoch“-Symbol. Der Geschäftspartner postet das Foto mit der Unterschrift „Toller Tag am Strand! Alle lieben XS™ Power Drinks! Nähere Infos dazu, wie ihr XS™ Produkte beziehen könnt, findet ihr über den Link in meiner Biografie“. Wenn diese beiden Personen dem Geschäftspartner keine Genehmigung erteilt haben, ist dies **nicht erlaubt**, da der Eindruck vermittelt wird, dass diese Menschen für XS werben.

Gebrauch von Markenzeichen

Geschäftspartner dürfen Markenzeichen von Amway oder Altacor Inc. (Altacor) ohne die vorherige schriftliche Genehmigung von Amway weder kopieren, verteilen noch anderweitig verwenden. Markenzeichen und Logos von Amway oder Altacor, Produktfotos und unternehmensbezogene Bilder dürfen nur aus zugelassenen Quellen, wie von Amway angegeben, bezogen werden.

Geschäftspartner dürfen Markenzeichen von Dritten ohne eine ordnungsgemäße schriftliche Abtretung, Lizenz oder sonstige Genehmigung der Markeninhaber weder kopieren, verteilen noch anderweitig verwenden.

Amway Markenzeichen

Die Amway Markenzeichen – einschließlich Amway™, Nutrilite™, Artistry™, XS™ und andere Marken, Logos oder Namen, die Amway gegenwärtig verwendet oder in Zukunft verwenden könnte – sind für Amway sehr wertvoll.

Es wird von Geschäftspartnern erwartet, dass sie die Rechte von Amway respektieren, indem sie nur Markenzeichen und Logos, Produktfotos und unternehmensbezogene Bilder aus zugelassenen Quellen verwenden, wie von Amway angegeben. Geschäftspartner dürfen diese nicht bearbeiteten Quellen verwenden, ohne vorherige Genehmigung von Amway einzuholen.

Beim Erstellen einer digitalen Einrichtung (wie z. B. einer Facebook Seite oder einem Instagram-Konto) dürfen Geschäftspartner Amway Markennamen (nur Text) in Bereichen wie „Über mich“ oder „Biografie“ ohne vorherige Genehmigung verwenden.

Eine Amway Geschäftspartnerin erhält ein Artistry Bild aus einer offiziellen Amway Quelle. Sie fügt dem Bild einen Sticker hinzu, sowie einen eigenen Text, um die Marke Artistry zusammen mit ihrem Amway Geschäft zu bewerben, und veröffentlicht Beiträge in ihrer Instagram-Story. Dadurch behält verändert sie das Bild nicht sondern behält es grundsätzlich bei, die Integrität bleibt erhalten. Dies ist **zulässig**, da Amway Geschäftspartner diese Art von Amway Material ohne vorherige Genehmigung bearbeiten dürfen wenn Stories zur digitalen Verwendung erstellt werden, die dem Amway Geschäftspartner gehören.

Mit Ausnahme von Materialien aus zugelassenen Quellen und wie sonst in diesem Abschnitt beschrieben, dürfen Geschäftspartner Amway Markenzeichen ohne vorherige schriftliche Genehmigung von Amway weder kopieren, verteilen noch anderweitig verwenden.

Beispiele für Amway Markenzeichen

- Eine Geschäftspartnerin erstellt eine Facebook-Seite und macht im Abschnitt „Biografie“ die Angabe „Amway Geschäftspartnerin. Besonders an BodyKey und Gewichtskontrolle interessiert. Senden Sie mir eine persönliche Nachricht für weitere Informationen“. Dies ist **erlaubt**, weil die Marke Amway in der Biografie verwendet werden darf.
- Ein Geschäftspartner erstellt ein Instagram-Konto unter dem Namen mustermann@amwaykönig. Dies ist **nicht erlaubt**, weil der Geschäftspartner den Namen „Amway“ in seinem Benutzernamen verwendet.
- Eine Geschäftspartnerin richtet ein Twitter-Konto ein, das „Mein Nutrilite Konto“ als Anzeigenname verwendet. Dies ist **nicht erlaubt**, weil die Geschäftspartnerin eine Amway Marke (Nutrilite) in ihrem Anzeigenamen verwendet.

Markenzeichen von Dritten

Geschäftspartner sind dafür verantwortlich, in ihrer digitalen Kommunikation nicht gegen die Markenrechte Dritter zu verstoßen. Geschäftspartner dürfen Marken von Dritten nicht auf eine Art und Weise präsentieren oder verwenden, die fälschlicherweise den Eindruck einer Zugehörigkeit oder Sponsorbeziehung zwischen dem Geschäftspartner oder Amway und dem Dritten erweckt.

Beispiele für Markenzeichen von Dritten

- Eine Geschäftspartnerin postet ein Bild des Organisationslogos der Amway Geschäftspartnerorganisation auf ihrem Instagram-Konto. Dies ist **erlaubt**, sofern die Organisation den Gebrauch des Markenlogos genehmigt.
- Ein Geschäftspartner postet ein Video auf Facebook, das (unter Einhaltung der Regeln zu Produktaussagen) zeigt, wie Amway Produkte in der Küche eingesetzt werden. Der Geschäftspartner hat ein Kochbuch eines prominenten Fernsehkochs auf der Arbeitsfläche aufgeschlagen neben den Amway Produkten liegen und er trägt ein T-Shirt mit dem Logo des Fernsehkochs. Dies ist **nicht erlaubt**, weil es so ausgelegt werden könnte, dass eine Verbindung zwischen dem Geschäftspartner und dem Koch und/oder zwischen Amway und dem Koch besteht.

EINREICHEN ZUR GENEHMIGUNG

Als BSM gelten oft Bücher, Broschüren, CDs usw., die zur Unterstützung, Schulung und Motivation von Geschäftspartnern, Interessenten und Kunden eingesetzt werden (siehe Regel 7 der Amway Geschäftsbedingungen und die BSM Richtlinie). Zu BSM können jedoch auch digitale Ressourcen wie Apps, Websites, Podcasts und Videos gehören. Alle digitalen BSM müssen den Amway Geschäftsbedingungen und der BSM Richtlinie entsprechen.

Nach diesen Bestimmungen müssen BSM vor der Verwendung Amway zur Prüfung und Genehmigung vorgelegt werden. Für digitale BSM, die spontaner Natur sind, ist keine vorherige Genehmigung erforderlich, sofern in diesen digitalen Kommunikationsstandards nicht ausdrücklich anders festgelegt.

Vor der Verwendung folgender digitaler Kommunikationen, wird eine schriftliche Genehmigung von Amway benötigt:

- Geistiges Eigentum von Amway, Alticor oder Dritten
- Selbsterstellte „Vorher/Nachher“-Bilder oder -Videos (mit Ausnahme von dekorativer Kosmetik)
- Blogkonzepte
- Digitale Events die geistiges Eigentum Dritter verwenden
- Digitale Events auf Einrichtungen, die der Geschäftspartner nicht besitzt oder kontrolliert
- Digitale Events, bei denen der Amway Sales- und Marketingplan für Nicht Geschäftspartner verwendet wird
- Mobile Apps
- Podcasts
- Selbsterstellte Produktdemos (außer für dekorative Kosmetik, Kochgeschirr und Kochen)
- Video, Audio und gespeicherte Livestreams mit: Plan, Produktaussagen, Sponsoren, Darstellungen von Einkommen oder geistigem Eigentum Dritter.
- Websites

Geschäftspartner müssen alle Anfragen, mit Angabe von Namen und Geschäftspartnernummer sowie Inhalt und Art und Weise der Nutzung, zur Überprüfung und Genehmigung an die Abteilung Business Conduct and Rules senden.

Facebook® ist ein eingetragenes Markenzeichen von Facebook, Inc.; YouTube ist ein eingetragenes Markenzeichen von Google Inc.; Instagram® ist ein eingetragenes Markenzeichen von Instagram, LLC; Twitter® ist ein eingetragenes Markenzeichen von Twitter, Inc.; Wechat® ist ein eingetragenes Markenzeichen von Tencent Holdings Ltd.; VK® ist ein eingetragenes Markenzeichen von Limited Liability Company "V Kontakte"; Line® ist ein eingetragenes Markenzeichen von Line Corporation; WhatsApp® ist ein eingetragenes Markenzeichen von WHATSAPP INC.; SnapChat® ist ein eingetragenes Markenzeichen von SNAP INC.

LinkedIn® ist ein eingetragenes Markenzeichen von LinkedIn Corporation

Forbes® ist ein eingetragenes Markenzeichen von Forbes LLC; The New York Times® ist ein eingetragenes Markenzeichen der The New York Times Company.