

April 07

Amagram

Produkt- und Geschäftsinformation für den
selbständigen Amway Geschäftspartner

NEU: ARTISTRY™ TIME DEFIANCE™
Täglicher Intensiv-Aufbau

Amway

SONNENGEBRÄUNTE SCHÖNHEIT

DIESEN LOOK KANN MAN MIT DEM NEUEN VIELSEITIGEN SONNENTEINT-PUDER BRONZE LUSTRE UND DEM LIPPENGLOSS-STIFT DESTINY AUS DER NEUEN ARTISTRY™ FRÜHJAHRSKOLLEKTION LUSTRE ERZIELEN.



Im ARTISTRY Brand Centre auf www.amway.de bzw. www.amivo.at finden Sie weitere Informationen zur Frühjahrskollektion LUSTRE und den Modetrends für diese Saison.

SCHRITT-FÜR-SCHRITT-ANLEITUNG

AUGEN:

- Die beiden pfirsichfarbenen Farbtöne des ARTISTRY™ Vielseitigen Sonnenteint-Puders **Bronze Lustre** (Best.-Nr. 104110) vermischen und auf das gesamte Lid auftragen, vom Wimpernansatz bis zur Lidfalte und den Übergang zum Brauenbogen hin verwischen.
- Den dunkelsten Ton direkt auf die Lidfalte auftragen. Am inneren Augenwinkel etwas mehr Lidschatten verwenden, um mehr Tiefe zu erzielen.
- Den Brauenbogen mit etwas beigeifarbenem Puder hervorheben.
- Die oberen und unteren Wimpern zweimal mit **ARTISTRY Wimperfertusche 200 (wischfest)** im Farbton **Black** (Best.-Nr. 4920) tuschen.



WANGEN:

- Mit dem **ARTISTRY Kabuki-Pinsel** (Best.-Nr. 104087) Puder in den drei dunkelsten Farbtönen der **Palette Bronze Lustre** aufnehmen und direkt auf die Wangenknochen auftragen.
- Den Übergang zur Schläfe verwischen.



LIPPEN:

- Den Mund mit dem **ARTISTRY Lippengloss-Stift** **Destiny** (Best.-Nr. 104111) betonen
- Den **ARTISTRY Lippengloss-Stift** **Fate** (Best.-Nr. 104113) auf das Herz der Oberlippe und auf den mittleren Teil der Unterlippe auftragen.



Inhalt**Neuigkeiten**

- 3 Editorial
- 7-8 Lokale Founders Qualifikationen – Nachtrag Krone
- 9 Regionale Qualifikationen Perle
- 9-11 Nationale Qualifikationen Platin, Gold, Silber, 18 %, 15 %, 12 %, Top Starter
- 12 Diamanttag von Natalia Dreiling
- 13 Smaragdessen von Swetlana Gaab
- 37-39 Bestellinfos

Unternehmensinfo

- 4 LTS '07-'08: Antalya, Teneriffa oder Sardinien?
- 5 Amway besucht eine UNICEF Grundschule in Kenia
- 6 One by One Kampagne
- 27 Infoseite für neue Geschäftspartner und Sponsoren
- 28 UNICEF: Bühne frei für Unterhaltung und Engagement (A)
- 29 Amway Online (D)
- 30-31 Top Aktiv Erlebnis: Finnland '07
- 32 Amway in der Öffentlichkeit
- 33 Wachstumswettbewerb „Mallorca 2007“
- 34 Amway Travel – Ihr Internetreisebüro
- 35 Amway Firmenläufe 2007 (D)
- 36 Neuheiten und andere Informationen; Amway auf der deGUT in Berlin; Platin Kollektion DVDs

Produktinfo

- 2 ARTISTRY™: Sonnengebräunte Schönheit mit der Fühjahrskollektion LUSTRE
- 6 SATINIQUE™ Kopfhautserum
- 13-16 Programm „Lifestyle Balanced Solutions“: Häufig gestellte Fragen und Zu vermeidende Risiken
- 17 E. FUNKHOUSER™ NEW YORK: Farbkollektion 005
- 18-19 NEU: ARTISTRY TIME DEFIANCE™ Täglicher Intensiv-Aufbau
- 20 AMWAY™ Boutique
- 21 NEU: ARTISTRY Mehrfach-Schutz LSF 30
- 22-23 SATINIQUE: Haartrends Frühling/Sommer 2007
- 24 „The Best of Amway“ L.O.C.™
- 25 SA8™ Flüssigwaschmittel und Wäscheweichspüler
- 26 PETER ISLAND™ Sonnenpflegeprodukte; TOLSOM™ Krawatte
- 40 ARTISTRY

Die Chance des Neuen

Das Wort „**Neu**“ hat etwas Belebendes, Anregendes an sich. Ein neuer Tag. Ein neuer Anfang. Eine neue Gelegenheit.

dernde Welt auf unser Geschäft? Was brauchen wir jetzt? Wie können wir es besser machen?“



Während uns neue, andere Ideen oder der bloße Gedanke, aus dem Gewohnten, Alltäglichen auszubrechen kurzzeitig innehalten lassen, stellt ein neuer Anfang eine Faszination dar, der man sich nur schwer entziehen kann. Man möchte unbedingt wissen, wie sich alles entwickelt.

Bei einem Geschäft ist es genauso. Ein neuer Ansatz, Experimente mit verschiedenen Ideen und ein anderer Blickwinkel auf alte Probleme verleihen dem Geschäft neuen Schwung.

Unsere Geschäftsmöglichkeit hat auch heute nach fast 50 Jahren noch große Bedeutung, und das wird auch in Zukunft so sein. Um dem zeitlichen Wandel gerecht zu werden, müssen wir uns ständig mit folgenden Fragen auseinander setzen: „Welchen Einfluss hat die sich än-

dernde Welt auf unser Geschäft? Was brauchen wir jetzt? Wie können wir es besser machen?“ Der Erfolg von morgen hängt davon ab, ob wir auf neue Stimmen hören, neuen Markttrends folgen und offen dafür sind, uns neu zu erfinden. Manchmal wird ein revolutionäres Konzept wie e-Commerce oder ein bahnbrechendes Wellness-Produkt entwickelt. Häufig allerdings sind die Veränderungen recht klein.

Aber unser Geschäft bleibt stark, weil wir durch neue Konzepte und neue Produkte die Menschen dazu inspirieren, einfach anzufangen.

Wenn Sie bereit sind, sind Sie bei uns an der richtigen Adresse.

Steve Van Andel
Chairman

Doug DeVos
President





Wir möchten Sie zum Lächeln bringen...

Das Führungskräfte Training Seminar* ist eine fantastische Gelegenheit, etwas über neue Initiativen von Amway zu erfahren, neue Produkte zu testen sowie auch andere Geschäftspartner und das Amway Management zu treffen und Kontakte zu knüpfen.

**Würde es Sie reizen, sich in einer luxuriösen Umgebung zu entspannen?
Wie wäre es, Ihren Diamanten zu treffen?**

Drei wunderbare Orte wurden speziell für Sie ausgewählt, um Ihnen – unseren erfolgreichen Geschäftspartnern – eine einmalige Reise zu bieten.

**Qualifikationszeitraum für die Reise im Frühling 2008:
1. September 2006 bis 31. August 2007**

Antalya – Teneriffa – Sardinien

Welches Ziel wird Sie als erstes begrüßen?

* Für detaillierte Informationen bezüglich der Qualifikationskriterien oder über das Führungskräfte Training Seminar wenden Sie sich bitte an Ihren Platin, an Ihre zuständige Amway Niederlassung oder informieren Sie sich auf der Amway Internetseite.



Amway Delegation besucht unicef Grundschule in Kenia

Im November 2006 besuchte eine Delegation von acht Amway Geschäftspartnern und Mitarbeitern die UNICEF Projekte in Kilifi, Kenia. Diese sollen mit Hilfe der von Amway im Jahr 2006 aufgebrachten Spendengelder finanziert werden.

Im Rahmen eines dieser Projekte besuchte die Amway Gruppe eine Grundschule mit etwa 900 Schülern. Die älteren Schüler absolvierten gerade die Prüfungen, die darüber entscheiden, ob sie an einer weiterführenden Schule aufgenommen werden. Daher verbrachten die Delegierten einige Zeit mit den jüngeren Schülern. Die Kinder lernen in der Schule nicht nur lesen und schreiben, sondern auch, wie wichtig Hygiene, sauberes Trinkwasser und Impfungen sind, damit sie keine Krankheiten wie Polio, Diphtherie oder Masern bekommen.



Da das Geld knapp ist, arbeiten die Lehrer in zwei Schichten am Tag, die bis zu zwölf Stunden dauern können. Für Spielzeug ist kein Geld übrig. Die Schüler tragen zwar Uniformen, doch die meisten sind alt und verschlissen. Manche haben nur noch ein paar Knöpfe, und nur wenige Kinder haben Schuhe. Trotzdem umringten sie die Amway Geschäftspartner und

Mitarbeiter fröhlich lachend, wie Kinder eben so sind. Anja Schwarz-Viereck und Sissy-Petra Szuchar verteilten Süßigkeiten an die Kinder, die sich in einer langen Schlange aufgestellt hatten und so lange warteten, bis jeder etwas bekommen hatte. Auch Maria Schleipfer, Rachel Demeter und Rosemarie Steiner-Lang versorgten die Kleinen mit Gummibären, Polaroidfotos oder mischten sich unter die Schüler, um Hände zu schütteln, die Kinder in den Arm zu nehmen oder ihnen zuzuhören, wenn sie von sich erzählten. Die Schüler waren stolz darauf, ihre in der Schule erworbenen Englischkenntnisse ausprobieren zu können. Sie bemühten sich sehr, aufrecht dazustehen und Besuchern formvollendet die Hand zu geben.

Im Jahr 2002 hat Kenia ein Gesetz erlassen, das allen Kindern den kostenlosen Besuch einer Grundschule garantiert. Obwohl es nicht



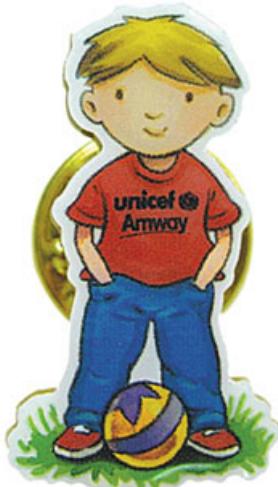
v.l.n.r.: Maria Schleipfer, Founders Kronenbotschafter, Rachel Demeter, Founders Exekutiv Diamant, Anja Schwarz-Viereck, Krone, Rosemarie Steiner-Lang, Doppel Diamant, Sissy-Petra Szuchar, Exekutiv Diamant

mehr Lehrer gibt als früher und die Finanzierung der Schulen nicht gesichert ist, besuchen jetzt im Schnitt fast doppelt so viele Kinder eine Schule als früher. Allerdings setzen nur 31 Prozent der Jungen und Mädchen ihre Ausbildung an einer weiterführenden Schule fort und nur 5 Prozent beginnen ein Studium. Doch trotz der vielen Probleme ist die kostenlose Grundschulausbildung der Kinder ein deutliches Zeichen dafür, wie wichtig dem kenianischen Volk seine Kinder und die Zukunft des Landes sind.



In einer kleinen, strohgedeckten Lehmhütte hinter der Schule füllen einige Frauen Schalen mit Haferbrei für die Kinder, die in einer Unterrichtspause verteilt wird. Die meisten der Kinder müssen damit bis zum nächsten Tag auskommen. Obwohl die Spendengelder für einzelne Programme wie Lebensmittelverteilung, Impfkampagnen oder Ausbildung oft getrennt hereinkommen, versucht UNICEF, alle Angebote zu bündeln. Man weiß, dass man vielleicht nur eine Möglichkeit hat, mit einem Kind oder einer Familie in Kontakt zu kommen, und will diese Chance und die verfügbaren Ressourcen so gut wie möglich nutzen. Deshalb werden Impfaktionen inzwischen verstärkt in den Schulen durchgeführt, damit die Kinder zum Impfen nicht extra ein Gesundheitszentrum aufsuchen müssen. Auch die Verteilung von Lebensmitteln erfolgt während der Schulzeit, und viele der Frauen, die dabei mitarbeiten, sind Mütter von Schülern.

Geschäftspartner, Mitarbeiter und Niederlassungen von Amway in Europa haben für One by One, die weltweite Amway Kampagne für Kinder, gespendet und damit UNICEF unterstützt. Seit 2001 sind auf diese Weise mehr als 2,7 Millionen Euro für Kinder in Not zusammengekommen.



unicef 

One By One ist eine weltweite Kampagne von Amway, um Kindern die Chance auf ein besseres Leben zu ermöglichen. In Europa unterstützt Amway die Kampagne durch die Partnerschaft mit UNICEF, dem Kinderhilfswerk der Vereinten Nationen.

Auch Sie können die unschätzbare Arbeit von UNICEF unterstützen. Leisten Sie Ihren Beitrag, indem Sie die Billy Anstecknadel erwerben oder nutzen Sie einfach eine der folgenden Bestellnummern, um noch heute etwas Gutes zu tun!

**Best.-Nr. 104170
für eine „Billy“ Anstecknadel**

Unterstützen Sie die Impfkampagne von UNICEF und bewahren Sie so Kinder weltweit vor lebensbedrohlichen Krankheiten.

Best.-Nr. 101568 – 1 Euro Beitrag

Best.-Nr. 101569 – 5 Euro Beitrag

Best.-Nr. 101570 – 17 Euro Beitrag

Mit dem Kauf einer „Billy“ Anstecknadel unterstützen Sie die Partnerschaft von Amway und UNICEF und helfen Kindern, ein besseres Leben zu führen.

Eine außergewöhnliche, langfristige Lösung für Haare und Kopfhaut

SATINIQUE™ Kopfhautserum

Haare und Kopfhaut auf den Sommer vorbereiten

DAS HALBJAHRES-PROGRAMM

Wir empfehlen, das 15tägige Revitalisierungsprogramm alle sechs Monate zu wiederholen, zumindest aber einmal im Jahr.

- Wie auch für das 15tägige Revitalisierungsprogramm gilt folgende Anwendung: *Jeden zweiten Tag sollte ein Fläschchen des Kopfhautserums genau nach Gebrauchsanweisung angewendet werden.*

Feuchtigkeitskur – Fortführendes Programm im Anschluss an das Revitalisierungsprogramm

- Man sollte zweimal in der Woche ein Fläschchen des Kopfhautserums genau nach Gebrauchsanweisung anwenden. Da dies regelmäßig geschehen sollte, ist es von Vorteil, wenn man diese Feuchtigkeitskur in sein normales Pflegeprogramm integriert.

Um eine maximale Wirkung zu erzielen, sollte man das halbjährliche Revitalisierungsprogramm am Ende des Sommers und Winters durchführen, nachdem das Haar extremen Umwelteinflüssen ausgesetzt war.

Es genügt, all diese wissenschaftlichen Erkenntnisse, die gesunden Inhaltsstoffe und ein klein wenig Verwöhnprogramm der eigenen Haarpflege hinzuzufügen.



S A T I N I Q U E

Repairs, strengthens and protects in one use.

Qualifikationen

Lokale Founders Qualifikationen im Geschäftsjahr 2004/05 – Nachtrag

Eva & Hans Nusshold
Österreich



FOUNDERS KRONE
AUGUST 2005



Ein Geschäft OHNE Grenzen

Die großartigen Erfolge im letzten Geschäftsjahr führen Eva und Hans Nusshold nicht auf sich selbst zurück, sondern auf einfache Prinzipien und Überzeugungen, z. B. die sechs folgenden:

1: „Finde DEIN WARUM bevor es DICH findet.“

Eigentliches Motiv für den Start in die Selbständigkeit war Tochter Nadine – mit einem Baby war ihr „lustiges Zigeunerleben“ als Skilehrer und Skischulleiter in Australien und den USA nicht mehr so einfach. So legten sie den Grundstein ihrer heutigen Diamant-Organisation in Österreich, wo sie als Diamanten endgültig entschieden, alles auf eine Karte zu setzen und hauptberuflich in diesem Geschäft durchzustarten.



Die junge Familie in Australien, 1986

2: „Verlasse Deine Komfortzone“

Bis zur Doppel Diamant Qualifikation lebten Eva und Hans Nusshold noch in Wagrain/Sbg. Nach Wien zu ziehen, war ein großer privater Schritt – neues Umfeld – neue Schulen – neues Haus – neue Freunde.

Doch geschäftlich war dies das einzige Richtige. Heute, zwölf Jahre später, ist es ihnen gelungen, in Wien ein neues Zuhause zu schaffen und die Wurzeln daheim in Salzburg zu erhalten, wo sie 6 bis 8 Wochen im Jahr mit den Kindern Nadine (23) und Nina (14) in den Bergen verbringen.



Heute zuhause „AM“ Golfplatz



Qualifikationen

Lokale Founders Qualifikationen im Geschäftsjahr 2004/05 – Nachtrag

3: „Verliebe Dich in Dein Team.“

„Teamwork funktioniert nur auf der Basis der gegenseitigen Wertschätzung und des gegenseitigen Vertrauens. Prinzipien, die uns Nancy und Jim Dornan vorleben und die wir mit unseren Führungskräften teilen.“



Am Wochenendseminar in Debrecen/Ungarn



Sommer in Fontana – Nina (14) und Nadine (23)

4: „Betrachte Europa als 1 Land.“

90 % ihres Geschäfts befindet sich außerhalb von Österreich. In Ada, Michigan lasen sie vor zwölf Jahren den Satz: „Ein Geschäft OHNE Grenzen.“ Dieser Satz wurde im modernen Europa zur Realität. Mit der Eröffnung Osteuropas begann eine neue Zeitrechnung, eine neue Denkweise und eine neue geschäftliche Dimensionierung.



Neue Smaragde 2006 aus sieben EU-Ländern

5: „Gib deinem Partner und deiner Familie Priorität.“

Zeit für einander zu haben, war nicht immer leicht – hatte aber immer obersten Wert! „Als wirklich gelungen sehen wir diesen Punkt erst, wenn wir den Sprung zur 2. Generation geschafft haben. Erst wenn unsere Kinder genauso wertschätzend und dankbar für diese einmalige Amway Geschäftsmöglichkeit sind, wie wir heute.“ Als erste Grundregel für die Mädchen gilt deshalb: 100 % Verbraucher der Produkte zu sein!“

In Sydney/Australien bei der Amway European Diamond Conference 2007 waren Sie mit vielen Diamanten aus neun Ländern stark vertreten und bis zum Jahr 2010 werden es mehr als hundert sein.



Glockneretappe mit NUTRILITE™

6: „Konzentriere Dich auf Deine Ziele.“

Heute ist der Teamgeist ihrer Organisation in 25 Ländern auf Erfolg programmiert!

**Als persönlicher Vorsatz gilt:
„Nie zu stolz sein, um Fehler zuzugeben
und nie zu bescheiden, um Erfolge gebührend zu feiern!
Gründe dafür gibt es genug!“**

Regionale Qualifikationen

Ella & Viktor Brier Deutschland



**PERLE
DEZEMBER**

selbständige
Geschäftsfrau &
Schweißer

Nationale Qualifikationen

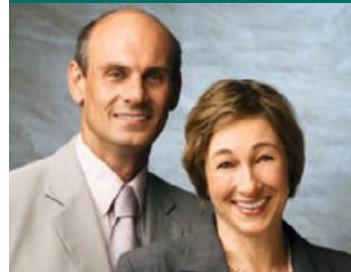
Willy Foersterling & Liane Simon Deutschland



**PLATIN
JANUAR**

Rechtsanwalt &
Dipl. Ing. für Energietechnik

Dr. Renate Willenig & Hartl Andreas Österreich



**PLATIN
JANUAR**

Selbständig & Selbständig

Marlies & Hans Rudolf Deutschland



**PLATIN
JANUAR**

Reiseverkehrskauffrau &
Dipl. Ing. Maschinenbau

Hermine & Wilhelm Ganhör Österreich



**PLATIN
JANUAR**

Landwirtin & Landwirt

GOLD JANUAR

DEUTSCHLAND

Bratke Susan & Torsten / NEHLER
 Ena Anatolij / EHMANN
 Esterbauer Michaela & Christian / UTH
 Froehlich Lilo & Heidenreich Bernd / FLACHENECKER
 Voegel Angelika & Juergen / STEPPMAIR
 Windeck Inge / FUHS

ÖSTERREICH

Jaquline & Hubert Klafböck / LEBESMÜHLBACHER
 Karin & Ewald Rauter / SADJADI

SILBER JANUAR

DEUTSCHLAND

Basche Michael / ASPACHER
 Dam Thi Thu Hang / MUELLER K. & Dr. R.
 Gomann Sonja & Waldemar / MANZ & LAITENBERGER
 Klette Viola / POEHLMANN
 Malgazhdarova Zhanar / SCHAAF H. & R.
 Pozdynyakova Yulia / EHMANN
 Roehling Birgit / GUENDEROTH
 Ryspayev Urazbek / SCHAAF H. & R.
 Strauss Maria & Josef / HOLLER
 Toenjes Heidi & Seyfarth Marc / HEISTERMANN

Qualifikationen

Nationale Qualifikationen



SILBER JANUAR

ÖSTERREICH

Maria & Herbert Fixl / MARTETSCHLÄGER
 Brigitte & Peter Koppensteiner / SCHRITTWIESER
 Elisabeth & Johann Trinkl / ZETTELMAYER
 Silke & Thomas Wiesinger / FRÜHWIRTH



18% **JANUAR**

DEUTSCHLAND

Albicker Monkia
 Drach Olga
 Kuester Karin
 Kuschimov-Stelle Bolat &
 Stelle Ella
 Malgazhdarov Murat
 Ploeger Ilse & Andreas
 Wotschel Olga & Johann

ÖSTERREICH

Leopoldine Neuwirth
 Margarete & Siegfried Prantl



15% **JANUAR**

DEUTSCHLAND

Abel Christine & Joerg
 Andersen Jytte
 Becker Christiane & Torsten
 Blaich Maritta
 Blankenburg Dorothea &
 Thomas
 Blessing Ingeborg
 Diessner Bernd
 Do Thi Minh Thu &
 Nguyen Duc Cuong
 Falk Robert
 Fassnacht Annekathrin
 Foerster Sabine
 Glau-Koll Elke
 Hanopoulos-Neumann Iris
 Hildenbrandt Barbara
 Issin Yerlan
 Jaenicke Simone
 Klage Marcus
 Kohn Stephanie
 Krey Andrea
 Laas Claudia & Ruediger



15% **JANUAR**

DEUTSCHLAND

Loesmann Anett
 Marquet Ruth
 Mert Emel
 Muehlhoff Gisela
 Ospanov Sembay
 Pugliese Alessandra &
 Pasquale
 Reimann Anna
 Reimchen Nelli & Johannes
 Rentschler Elke
 Roesner Frank
 Roessler Holger
 Rohr Dorothea
 Saut Marat
 Schersch Annette & Uwe
 Schraft Daniela
 Scire Claudia
 Stahl Guenter
 Vincon Regina
 Wegmann Birgitt

ÖSTERREICH

Lidia Frinc &
 Ing. Bernhard Knees
 Claudia Goldgruber &
 Michael Poglitsch
 Cornelia & Werner
 Haidenbauer
 Gabriele Kropiunig
 Martha & Andreas
 Kropiunig
 Albert Kuschal
 Michaela Nödl &
 Gisela Posch
 Michaela & Werner
 Pretterbauer
 Lisa Reichholz &
 Robert Podpeskar
 Elfriede & Walter Schnadt
 Maria & Gerhard Weiss



12% **JANUAR**

DEUTSCHLAND

Appel Michael
 Astaujew Wasilij
 Baenfer Johanna & Alexander
 Beck Claudia
 Becker Jan
 Beier Iyonne
 Blank Angela & Thomas
 Blauert Eveline & Manfred
 Boehme Catrin
 Boll Olga
 Borgardt Irina
 Dietz Karina
 Dohms Birgit &
 Malinowski Henrik
 Duelberg Sylke
 Ewert Maik
 Fiebekorn Jan
 Fleitmann Bernd
 Freikowski Sven
 Froehlich Ann-Christine
 Garczynski Anke
 Gill Volkmar
 Gruenwald Ludmilla &
 Alexander
 Hofmueller Gerlinde &
 Anfried
 Ismailov Talgat
 Jaraus Olga &
 Schischkin Konstantin
 Kahl Karin
 Keil Alwina & Wladimir
 Kemkowski Barbara
 Kloesel Lars
 Koch Dietlind & Torsten
 Koehler Monika
 Koerting Jacqueline & Frank
 Krause Sylvia
 Kriewall Martin
 Kriwat Simone
 Kuenzner Kerstin
 Liebers Andrea & Andreas
 Luehrs Gustav
 Marinov Kiro
 Meins Martina
 Montag Katja & Osada Dirk
 Muenzberg Saskia
 Nuernberger Walter
 Nurumov Batyr
 Pfaff Heike



12% **JANUAR**

DEUTSCHLAND

Plagge Yvonne
 Rad Jahed
 Redmann Cornelia
 Reichardt Marko &
 Peter Franziska
 Richter Kerstin
 Richter Maike
 Roessler Edeltraud &
 Hans-Juergen
 Rosswag Dr. Med. Sebastian
 Rudolf Franziska
 Rudolf Roland
 Sandhof Manuela & Marcel
 Schander Heidi
 Schindler Petra
 Schluenkes Tanja
 Schmidt Dagmar & Julia
 Schotte Hans-Torsten
 Schumacher Ute
 Siemen Monika
 Spaeder Joern
 Stefezius Igor
 Steiner Renate & Gert
 Steininger Daniela &
 Reinhard
 Steinke Marion
 Stock Marion & Holger
 Strauss Karin
 Suleimenov Batyr
 Warter Doerte
 Wockenfuss Dr. Petra
 Wodzich Elvira & Gerd
 Zhanzakova Kundyz
 Zoller Karin

ÖSTERREICH

Simone Ams
 Alfred Hofbauer
 Daniela Kernbichler
 Stefan Nastran
 Heidelinde Planinz
 Andrea Pöllerbauer
 Elfriede & Walter Schnadt
 Stefan Schlemitz
 Walter-Günther Staudinger
 Silke Svatos
 Irmgard Warnung
 Andrea Wuga

Nationale Qualifikationen

TOP STARTER DEUTSCHLAND

Neugesponserte des Monats OKTOBER

ANZAHL STARS OKTOBER – JANUAR 2007

Bauer Dirk / 24 / SCHUSTER
 Brandt Gudrun & Karl / 24 / FISCHER F. & R.
 Chalelova Maidagul & Chalelov Berik / 24 / EMCHENKO
 Monchenko Andrzej / 24 / FETTIN
 Nestorovic Oleg / 24 / FETTIN
 Starck Michael & Dcurofa Nina / 24 / GUENTHER & GOEPEL
 Druyan Alavtina / 23 / HAMM
 Horke Siegfried Paul / 23 / DREILING N.
 Neukirch Marina / 23 / SCHAEDLER
 Bauer Natalie / 22 / KOERNER
 Boehnke Friedrich / 22 / BOEHNKE
 Goelz Heinz / 22 / PAHL
 Meinke Elisabeth / 21 / GAMPP
 Brasske Margit / 20 / DENGG L.
 Ritter Helena & Heinrich / 20 / DIETZ
 Graf Gerlinde & Heinrich / 19 / FISCHER F. & R.
 Kleinschmidt Martin / 19 / LODDERSTEDT
 Scheck Traudl & Gerhardt / 19 / BEYER
 Scheidler Axel / 19 / EMMERZ & BAIER
 Schnurre Cornelia & Michael / 19 / THIELE
 Winkler Annelies / 19 / NEHLER
 Christofori Karin / 18 / BAER K. & P.
 Heinzelmann Christina / 18 / OECHSLE
 Lilleike Fried / 18 / SCHREIBER
 Roth Hildegard & Hensel Diethard / 18 / FLECKS
 Turski Renata / 18 / WISNIEWSKI
 Wuepping Regina & Karl-Heinz / 18 / WOLF
 Bothwinkel Alexandra / 17 / DIETZ L. & M.
 Grasmik Larissa / 17 / SCHAEFER P. & A.
 Gruenert Angelika / 17 / GOETZE
 Vespermann Viktoria & Viktor / 17 / RISKE
 Zieger Bernhard / 17 / GAMPP

TOP STARTER ÖSTERREICH

Neugesponserte des Monats OKTOBER

ANZAHL STARS OKTOBER – JANUAR 2007

Grossschedl Martina / 20 / PIEBER
 Kuschal Albert / 18 / SCHRITTWIESER
 Podpeskar Robert / 18 / ZETTELMAYER
 Daxer Sonja / 18 / ZETTELMAYER
 Daxer Anna / 18 / ZETTELMAYER
 Kozlica Sabira / 18 / SCHNELLNBERGER
 Wieser Renate / 18 / SIEBERT
 Schacherbauer Alois / 18 / BAUER H.
 Konrad Hansjoerg / 17 / SILLER
 Kalteis Sabine / 17 / KAZIANKA
 Kara Oeznur / 17 / KUTSCHERA M.
 Foditsch Peter / 15 / STUMMER M.
 Schmallegger Barbara / 15 / PIEBER
 Sagmeister Elisabeth / 14 / SAGMEISTER
 Neuretter Daniel / 14 / JADALI
 Scharf Johannes / 14 / FRIESACHER
 Senn Reinhard / 13 / TOBER
 Metcher Susanne / 13 / REISCHER BOHANEK
 Schwarz Regina / 13 / SCHRITTWIESER
 Zitz Reinhold / 13 / BADER
 Neuhold Hildegard / 13 / POELLABAUER
 Treffler Michaela / 13 / HUTTER
 Heinberger Gina / 13 / BUTTURA
 Schoenegger Denise / 12 / RASCHENBERGER
 Platzer Harald / 12 / ABEL
 Schoner Christian / 12 / KUTSCHERA M.
 Stelzer Herbert / 12 / KASTL
 Steinbauer Birgit / 12 / STAUDINGER J.
 Ernst Sonja / 12 / SCHRITTWIESER
 Wimmer Helga / 12 / JADALI
 Prinz Andrea / 12 / SCHOELLNBERGER
 Wallner Anna / 12 / SCHNELLNBERGER
 Lancaj Ludmilla / 12 / BADER
 Mayrhofer Lydia / 12 / DOLZER

TOP STARTER: Anerkennungskonzept für aktive neugesponserte Geschäftspartner!

Zur Bewertung wird die Anzahl der „Stars“ herangezogen, die im Eintrittsmonat und den drei darauf folgenden Monaten insgesamt erreicht wird.

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg bei Ihrem Geschäftsaufbau!

Diamanttag zu Ehren des neuen deutschen Diamanten Natalia Dreiling

Am 10. Januar 2007 fand zu Ehren von Natalia Dreiling der Diamanttag in der Amway Zentrale in Puchheim statt.

Bereits am Vortag durften Frau Dreiling und Herr Matvienko ganz nach dem Motto „Reach the Top“ ein Abendessen im Drehrestaurant des Münchener Olympiaturms in 181 Metern Höhe genießen und dabei den schönsten Blick über München bewundern. Anschließend wurden die beiden in das Romantikhotel Inselmühle gefahren, wo sie in einer großzügigen Maisonettesuite mit Prosecco auf ihren Diamanttag anstoßen konnten.

Mit Blumen und einer kleinen Sekterfrischung wurden Frau Dreiling und Herr Matvienko am darauffolgenden Tag in der Amway Zentrale von Amway Managern begrüßt, ehe alle einer Einladung in den VIP-Raum folgten. Hier nutzte man die Gelegenheit, um sich über Pläne und die zukünftige Entwicklung des Amway Geschäfts zu unterhalten.



Bei der Rosenübergabe

Auch betonte Frau Dreiling mehrmals, wie wichtig die enge und gute Zusammenarbeit mit den Amway Mitarbeitern für das Amway Geschäft ist.

Eine individuelle Hausführung bot noch die Möglichkeit, Mitarbeitern aus verschiedenen Fachabteilungen zu begegnen, mit ihnen über das Geschäft zu sprechen und spezifische Anliegen zu erörtern.

Bei einem Mittagessen im traditionellen Restaurant Fürstenfelder konnte das Paar schließlich die Erlebnisse nochmals Revue passieren lassen.

Wir gratulieren nochmals ganz herzlich zur Diamantqualifikation und freuen uns auf die weitere sehr gute Zusammenarbeit!



Bei der Eintragung in das goldene Buch



Frau Dreiling und Herr Matvienko in der deutschen Amway Zentrale

In der Zwischenzeit fand sich eine Vielzahl von Amway Mitarbeitern in der Lobby ein, um zur Diamantqualifikation zu gratulieren und eine rote Rose zu überreichen. Aufmerksam lauschten alle Mitarbeiter den Ausführungen von Frau Dreiling, in denen Sie u. a. von den Anfängen ihres Geschäfts sprach sowie die Entwicklung über die vergangenen Jahre. Auch freuten sich alle über die kleine Anekdote, in der ihr Sohn bereits in der Schule erfolgreich Sponsoring betrieb.

Smaragdessen zu Ehren des neuen deutschen Smaragds Swetlana Gaab

Im Wald- und Schlosshotel Friedrichsruhe bei Heilbronn fand das Smaragdessen der besonderen Art zu Ehren von Swetlana Gaab statt. In diesem Schlosshotel gastierte unter anderem die australische Fußball Nationalmannschaft während der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2006.

Das vorzügliche 5-Sterne Gourmet Restaurant bot ein angemessenes Ambiente, um ausführlich über das Amway Geschäft und persönliche Entwicklungen zu sprechen. Der große Fokus der gesamten Smaragdorganisation liegt darauf, alles daran zu setzen, ein großes Wachstum in diesem und in den nächsten Jahren zu erreichen. Gemeinsam mit Andreas Prehofer, Business

Relation Coordinator Germany und Thomas Hamann, Supervisor Bonus und Qualifikationen, wurden die angestrebten Ziele festgehalten, die Swetlana Gaab und deren Platine vor Augen haben. Große Unterstützung, diese Ziele zu erreichen, bietet



Frau Gaab feiert die Qualifikation zum Smaragd



Frau Gaab mit ihren Führungskräften sowie Thomas Hamann und Andreas Prehofer

vor allem der aktuelle Mallorca Wettbewerb. Alle sind hoch motiviert und freuen sich schon auf ein Wiedersehen auf der traumhaften Baleareninsel.

Beeindruckend war wieder, wie schön es ist, die Anerkennung für die erbrachte Leistung von Amway zu erhalten.

Amway wünscht Frau Gaab und ihren Führungskräften alles Gute, weiterhin viel Freude und Erfolg beim Erreichen ihrer Ziele!

„Lifestyle Balanced Solutions“ Programm – Überblick der Produktpakete

218502 – „Lifestyle Balanced Solutions“ Basis-Paket, enthält:

das „Lifestyle Balanced Solutions“ Handbuch, einen POSITRIM™ Schüttelbecher und einen POSITRIM Schrittzähler

auch separat erhältlich: **218506 – POSITRIM Schüttelbecher**

218503 – „Lifestyle Balanced Solutions“ Start-Paket, enthält:

„Lifestyle Balanced Solutions“ Handbuch, 1 POSITRIM Schüttelbecher, 1 POSITRIM Schrittzähler, je 1 Packung POSITRIM Cremepulver-Mischung Kakao und Vanille, 1 Packung POSITRIM Protein-Riegel Karamell-Vanille, 1 Packung NUTRILITE™ Multi Faser und 1 Packung NUTRILITE Omega-3 Komplex, preisreduziert bei vollem PW/GV.

218504 – Ergänzungspaket Kakao, enthält:

2 Packungen POSITRIM Cremepulver-Mischung Kakao, 1 Packung POSITRIM Protein-Riegel Schokolade-Pfefferminze, 1 Packung NUTRILITE Multi Faser und 1 Packung NUTRILITE Omega-3 Komplex; angeboten mit 10 % Rabatt.*

218505 – Ergänzungspaket Variation, enthält:

je 1 Packung POSITRIM Cremepulver-Mischung Kakao und Vanille, 1 Packung POSITRIM Protein-Riegel Karamell-Vanille, 1 Packung NUTRILITE Multi Faser und 1 Packung NUTRILITE Omega-3 Komplex; angeboten mit 10 % Rabatt.*



Zu jeder Bestellung eines Basis- oder Start- Paketes wird eine kostenlose „Lifestyle Balanced Solutions“ Training DVD* beigelegt, die eine praktische Einleitung in das Programm sowie eine von Dr. Claudia Osterkamp geleitete Führung durch das Handbuch bietet. Die DVD beinhaltet auch eine Ansprache von Dr. Sam Rehnborg vom „Nutrilite Health Institute“, der das Programm unterstützt.

* Erhältlich, solange Vorrat reicht



Häufig gestellte Fragen

Das „Lifestyle Balanced Solutions“ Programm ist nicht nur eine Diät, sondern bietet die Möglichkeit, sich einen völlig neuen Lebensstil anzueignen. Vielleicht wirft das Programm aber noch Fragen auf, die wir hier beantworten möchten.

F. Was für eine Art von Diät ist „Lifestyle Balanced Solutions“ – ist es eine kohlenhydratarme Diät?

- A. Das „Lifestyle Balanced Solutions“ Programm ist keine kohlenhydratarme Diät, keine fettarme Diät und keine Diät nach dem glykämischen Index. Wir sind der Meinung, dass es keine Diät gibt, die für alle Menschen gleich gut geeignet ist. Der optimale Ansatz besteht darin, eine Diät auf individuelle Bedürfnisse, Lebensgewohnheiten und Lebensmittelvorlieben abzustimmen. Daher konzentriert sich das „Lifestyle Balanced Solutions“ Programm nicht auf eine einzige Ernährungsform, sondern darauf, welche Lebensmittel jemand gerne isst und wie er sich am liebsten bewegt. Das Programm bietet die Möglichkeit, aus drei verschiedenen Essarten, die den Nährstoffbedarf des Körpers decken, und zwei begleitenden Bewegungsprogrammen zu wählen.

F. Warum sollte man sich ausgerechnet für dieses Programm entscheiden? Es gibt doch so viele andere.

- A. Das „Lifestyle Balanced Solutions“ Programm sieht jeden einzelnen als Persönlichkeit an und ist daher auf spezielle Vorlieben und Bedürfnisse zugeschnitten. Es ist kein Programm zur reinen Gewichtsabnahme und endet auch nicht, wenn das gewünschte Gewicht erreicht ist. Es ist ein Programm zur Umstellung des Lebensstils, bei dem der Schwerpunkt auf gesundem Essen und ausreichend Bewegung liegt. Mit diesem umfangreichen Programm lernt man eine gesunde Ernährungsweise, bei der auch die berühmten „kleinen Sünden“ erlaubt sind. Die Empfehlungen zur Ernährungsweise basieren auf wissenschaftlichen Erkenntnissen, die durch Aussagen der Weltgesundheitsorganisation (WHO) für Europa und Erkenntnisse anderer namhafter Organisationen (z. B. Abschlussbericht des Eurodiet-Projekts) gestützt werden.

Das Bewegungsprogramm deckt alle Aspekte ab – Herz-Kreislauf-Training, Muskelstraffung, Steigerung der Beweglichkeit – und verbessert nach Meinung von Sportwissenschaftlern die allgemeine körperliche Fitness.



F. Ist eines der im „Lifestyle Balanced Solutions“-Programm enthaltenen Ernährungsmodelle besser bzw. führt es zu schnelleren Ergebnissen?

A. Die beste Diät integriert bevorzugte Lebensmittel und passt zu den eigenen Essgewohnheiten. Am wichtigsten ist, dass man eine Diät langfristig durchhalten kann. Daher sollte die Diät sorgfältig ausgesucht und der Kalorienbedarf anhand der Bewertung in Phase I des „Lifestyle Balanced Solutions“ Programms festgelegt sein. Man sollte nicht mit der niedrigsten Kalorienmenge anfangen, wenn die Bewertung einen höheren Bedarf ergibt. Die Gewichtsabnahme wird zwar schneller sein, aber es wird auch schwieriger sein, das neue Gewicht zu halten, was unter Umständen dazu führt, dass man aufgibt, weil häufig ein Hungergefühl auftritt.

F. Wie kann man feststellen, wie viel man abnehmen sollte?

A. Die Berechnung des gesunden Gewichts, mit dem ein BMI von 24 erreicht wird, bildet die Grundlage:

$$24 \times [(Körpergröße \text{ in Metern}) \times (Körpergröße \text{ in Metern})] = \text{Kilogramm} \text{ (gesundes Gewicht)}$$

Die Differenz zwischen dem aktuellen Gewicht in Kilogramm und dem gesunden Gewicht ist das Gewicht, das man abnehmen sollte, um in einen gesundheitlich unbedenklichen Gewichtsbereich zu gelangen. Weitere Informationen sind im „Lifestyle Balanced Solutions“ Handbuch, Phase I – Zielformulierung beschrieben.

F. Was, wenn Schwierigkeiten beim Abnehmen auftreten oder nur eine sehr langsame Gewichtsabnahme stattfindet?

A. Zuerst einmal – keine Panik. Mit dem „Lifestyle Balanced Solutions“ Programm nimmt man gesund ab. Bei einer Reduktion der Kalorienzufuhr von 500 bis 1.000 kcal pro Tag, liegt die Gewichtsabnahme zwischen einem halben bis einem Kilo pro Woche. Wiegen sollte man sich erst nach den ersten zwei Wochen. Wenn die Waage dann weniger als 1 Kilo Gewichtsverlust zeigt, sollte die Diät in den nächsten zwei Wochen mit der nächst niedrigeren Kalorienmenge fortgesetzt werden.

Wenn man bereits bei 1.200 kcal ist, sollte man mit dieser Menge weitermachen, selbst wenn der Gewichtsverlust in den ersten beiden Wochen gering war. Es ist recht unwahrscheinlich, dass eine Kalorienzufuhr von unter 1.200 kcal über längere Zeit hinweg durchgehalten werden kann. Man muss dann eine geringere Gewichtsabnahme wohl oder übel akzeptieren. Um dann schneller abzunehmen, kann gegebenenfalls die Anzahl der Bewegungseinheiten erhöht werden.

F. Was, wenn man einmal etwas essen möchte, das nicht auf der Lebensmittelliste steht?

A. Die Nahrungsmittellisten helfen dabei, einzelne Lebensmittel in die entsprechende Lebensmittelgruppe einzurichten. Im Anschluss an die Lebensmitteltabellen gibt es Informationen zur Einordnung der Lebensmittel. Diese unterstützen bei der Einordnung der Lebensmittel in eine Gruppe. Wenn es ein Lebensmittel ist, das sich keiner Gruppe zuordnen lässt, sollte man dies in die Gruppe zur freien Auswahl einordnen.

Die Tabellen der Lebensmittellisten enthalten die durchschnittliche Kalorienmenge pro Portion in den verschiedenen Lebensmittelgruppen. Man kann ausrechnen, wie viel Gramm des ausgewählten Lebensmittels die durchschnittliche Kalorienmenge ergeben. Wir empfehlen Musterportionen einzelner Lebensmittel anhand der Angaben in den Lebensmittelgruppen zu erstellen, um ein Gefühl für die Mengen zu bekommen.

‘Sündigen’ ist erlaubt! Man muss nur bei der Gruppe zur freien Auswahl die Einheiten dazurechnen. Das ist ganz einfach zu berechnen – 50 kcal sind jeweils eine Einheit zur freien Auswahl. Vor dem ‘Sündigen’ sollte man prüfen, ob noch genügend Einheiten zur freien Auswahl übrig sind!

F. Wie lange kann man in Phase III bleiben?

A. Phase III (1 POSITRIM™ Mahlzeitenersatz pro Tag) kann so lange fortgesetzt werden, bis das Zielgewicht erreicht ist. Es kann allerdings sein, dass eine Pause nötig ist. Es ist in jedem Fall wichtig, mit Phase IV weiterzumachen, um das neue Gewicht zu halten. Man sollte nicht einfach nach Abschluss der Phase III aufhören, da ansonsten vielleicht die Gefahr der Gewichtszunahme besteht. Wir empfehlen, nach acht Wochen in Phase III eine Pause einzulegen und für zwei bis vier Wochen mit Phase IV weiterzumachen. Nach dieser Zeit kann man wieder zu Phase III zurückkehren oder das gesamte Programm wiederholen.

F. Was, wenn man wieder zunimmt, nachdem das Zielgewicht schon erreicht war?

A. Es ist möglich, noch einmal mit Phase I anzufangen und sich neue Ziele zu setzen. Wir raten, die Bewertung noch einmal durchzuführen, um den Kalorienbedarf festzulegen. Beim Bewegungsprogramm sollte man auf dem bereits erreichten Niveau bleiben. Sollten die Übungen jedoch länger als fünf Wochen nicht regelmäßig gemacht worden sein (zweimal oder weniger in der Woche), empfehlen wir, wieder bei Phase II anzufangen. Um Überanstrengungen zu vermeiden, muss der Körper Zeit haben, um sich wieder an die Übungen zu gewöhnen.

Es ist sehr wichtig, herauszufinden, warum man wieder zugenommen hat. Nur wenn gesunde Essgewohnheiten eingehalten werden und das Übungsprogramm regelmäßig durchgeführt wird, wird es möglich sein, das Gewicht langfristig zu halten. Daher sollte man die Ursache der Gewichtszunahme feststellen und überlegen, was in der Zukunft geändert werden muss.

Mehr zu den Produktpaketen des „Lifestyle Balanced Solutions“ Programms auf S. 13 dieser Ausgabe des AMAGRAM™



Lifestyle **balanced** solutions



Zu vermeidende Risiken

bei der Präsentation
des Programms „Lifestyle
Balanced Solutions“

Wir wollen, dass Sie mit dem Programm „Lifestyle Balanced Solutions“ von Amway das Beste bekommen und das Beste weitergeben können. Dazu brauchen Sie ein genaues Verständnis dessen, was von Ihnen als Geschäftspartner erwartet wird, und was Ihre Kunden von Ihnen erwarten.

Nachdem Sie das von Amway zur Verfügung gestellte gedruckte Material und das Ton/Bildmaterial gelesen, angesehen und angehört haben, möchten wir Ihre Aufmerksamkeit auf den Haftungsausschluss auf Seite 2 des „Lifestyle Balanced Solutions“ Handbuches lenken. Diese wenigen Absätze sind unerlässlich, um:

- den Persönlichkeitstyp festzustellen, für den das Programm geeignet ist
- Sie daran zu erinnern, dass mit diesem Programm keine Krankheiten geheilt oder medizinische Probleme behoben werden können
- darauf hinzuweisen, dass vor Beginn des Programms ein Arzt konsultiert werden sollte, um Hinweise geben zu können, was getan werden muss, wenn bei der Durchführung des Programms Schmerzen oder Unwohlsein auftreten.

Bei der Präsentation des „Lifestyle Balanced Solutions“ Programms dürfen Sie keine Berufsbezeichnungen für sich verwenden (z. B. Diät-assistent, Physiotherapeut, Ernährungsberater o. ä.), es sei denn, Sie sind zur Führung der entsprechenden Berufsbezeichnung berechtigt. Das Führen solcher Berufsbezeichnungen ist ausschließlich Personen vorbehalten, die aufgrund von Studium oder Ausbildung über die entsprechenden Qualifikationen verfügen.

Wenn Sie ein Produkt von Amway oder NUTRILITE™ (einschließlich des „Lifestyle Balanced Solutions“ Programms) vorstellen, dürfen Sie weder direkt noch indirekt zu verstehen geben, dass es eine medizinische Wirkung hat. Daher sprechen Sie bitte bei der Vorstellung von Produkten nicht über Krankheiten oder deren Symptome.

Bitte sehen Sie davon ab, auf wissenschaftliche oder populärwissenschaftliche Berichte/Artikel Dritter hinzuweisen, die sich mit dem Thema Gesundheit beschäftigten und den Eindruck entstehen lassen könnten, dass Produkte von Amway, NUTRILITE und POSITRIM™ eine medizinische Wirkung haben.

Sie dürfen keine selbst oder von Dritten angefertigten Verkaufsmaterialien oder Aussagen über Produkte oder das „Lifestyle Balanced Solutions“ Programm verwenden, die nicht von Ihrer zuständigen Amway Niederlassung zur Verwendung in Ihrem Land zugelassen sind. Darüber hinaus dürfen Sie auch kein Material aus dem Internet herunterladen und als Teil Ihres Verkaufsförderungsmaterials verwenden. Diese Einschränkung gilt für die Kommunikation in mündlicher, gedruckter oder visueller Form mit Ihren Kunden und Gruppen von Geschäftspartnern.

Bitte beachten Sie außerdem, dass Sie einen „Lifestyle Balanced Solutions“ Kunden nur dann noch einmal kontaktieren dürfen, wenn sich dieser schriftlich damit einverstanden erklärt.

Bereits ein unbeabsichtigter Verstoß gegen diese Richtlinien kann zu erheblichen rechtlichen Schwierigkeiten für den Verkauf der Produkte von Amway, NUTRILITE und POSITRIM führen – was wiederum erhebliche negative Auswirkungen auf Ihren Markt und darüber hinaus sogar auf andere europäische Märkte haben kann.

Wir bedanken uns bei Ihnen bereits im Voraus dafür, dass Sie diese Richtlinien einhalten und entsprechend kommunizieren.



E. FUNKHOUSER™
NEW YORK

DEMNÄCHST ERHÄLTLICH: DIE FARBKOLLEKTION 005

A close-up photograph of a woman's face, focusing on her eyes, nose, and mouth. Her eyes are brown, her nose is straight, and her lips are slightly parted, showing her teeth. The lighting is soft and warm.

ARTISTRY™

DEN SICHTBAREN ZEICHEN DER ZEIT BEGEGNEN

NEU! ARTISTRY™ TIME DEFIANCE™ Hautpflegeprodukte

Eines der modernsten Anti-Aging-Systeme auf dem Markt.

- ZUM PATENT ANGEMELDETE INHALTSSTOFFE UND TECHNOLOGIE
- LÖSUNGEN, DIE ÜBER TRADITIONELLE ANTI-AGING-KONZEPTE HINAUSGEHEN
- FORMELN, DIE ES MÖGLICH MACHEN, EIN JUGENDLICHERES HAUTBILD ZU ERHALTEN BZW. WIEDERHERZUSTELLEN UND DIE SICHTBAREN ANZEICHEN DER HAUTALTERUNG ZU VERMEIDEN
- MODERNE PRODUKTE FÜR DIE MODERNE FRAU, DIE IHR LEBEN AKTIV GESTALTET.

ARTISTRY™



NEU!

Der neue ARTISTRY™ TIME DEFIANCE™
Tägliche Intensiv-Aufbau



Jetzt kann man sich täglich um den Intensiv-Aufbau seiner Haut kümmern. Dieses wirkungsvolle Produkt zur täglichen Anwendung ist die ideale Ergänzung zum TIME DEFIANCE Intensiv-Aufbauserum. Es schützt und verlängert die verblüffenden Ergebnisse, die man durch die vierteljährliche Anwendung des Serums erzielt hat.

Für Frauen, die sich für eine exklusive, gezielte Intensivpflege entscheiden, um den sichtbaren Zeichen frühzeitiger Hautalterung vorzubeugen und diese umzukehren.

- Lichtaktivierte PHOTOSOME™ aus Algen geben der Haut ihre natürliche Fähigkeit wieder, sich von Umweltbelastungen zu erholen.
- Ein Extrakt aus Sonnenblumenkernen schützt die Haut vor Schäden, die durch Umwelteinflüsse verursacht werden.
- TIME DEFIANCE Intensiv-Aufbauserum und Täglicher Intensiv-Aufbau sind so entwickelt, dass sie zusammenarbeiten, um noch mehr Schutz und bessere Ergebnisse zu erzielen.
- Kann unter der TIME DEFIANCE Schutzcreme oder Schutzlotions für den Tag LSF 15 verwendet werden.

Anwendung

Morgens vor der TIME DEFIANCE Schutzcreme oder Schutzlotions für den Tag LSF 15 auftragen und mit den Fingerspitzen sanft in Gesicht und Hals einmassieren. Empfohlen wird die Kombination mit dem vierteljährlich anzuwendenden TIME DEFIANCE Intensiv-Aufbauserum.

TIME DEFIANCE

Täglicher Intensiv-Aufbau

Best.-Nr. 102006 – 30 ml Pumpspender

Erhältlich ab 3. April 2007

TIME DEFIANCE

Intensiv-Aufbauserum

Best.-Nr. 100282 – 14 x 1,5 ml Ampullen

Ein besonderer Anlass. Eine besondere Person.

Ein besonderes Geschenk

Viele tolle Geschenkideen für den Muttertag findet man in der aktuellen AMWAY™ Boutique Kollektion, von atemberaubend schönen Dessous und exklusivem Schmuck bis hin zu zauberhaften Düften und modischen Strumpfwaren.

**Amway
boutique**



Die Dessous-Serie **Natural** besticht durch ein dezentes Muster aus Blüten und Blättern in verschiedenen Naturtönen, die auf einem weichen Netzgewebe ineinander verschlungen sind und einen Hauch von Luxus in den Alltag bringen. Der elegante Büstenhalter ohne Kissen gefällt durch ausgeklügelte Details und kleine, feminine Schleifen, die den eleganten Eindruck noch verstärken. Der String aus der Serie Natural, dessen bogenförmige Einfassung dem Beinansatz schmeichelt, ist die perfekte Ergänzung zum Büstenhalter.*

Die Serie **Ocean** gehört ebenfalls zu den fünf lieferbaren Dessous-Linien. Der hübsche Bügel-BH ist vorn mit einer Spitze im Wellenmuster versehen, die durch einen stilvollen Anhänger in Form einer wogenden Welle ergänzt wird.

Beide Teile des Sets sind mit dem eleganten Wellenmuster und einem Anhänger geschmückt. Ein wunderschönes Geschenk für jemanden, der einem ganz besonders am Herzen liegt.*



ANCESTRY™ für Frauen ist ein kraftvoller, femininer Duft mit einer harmonischen Struktur. Ein einzigartiger und eleganter Charakter, der sowohl sinnlich ist, als auch einen Hauch von Luxus verbreitet.

ANCESTRY für Frauen Eau de Parfum
Best.-Nr. 101842 – 50 ml

OPPORTUNE™ für Frauen ist ein ansprechend frischer Duft, der Bergamotte, roten Pfeffer und Zitrus in einer charakteristischen Kopfnote vereint. Dynamisch und selbstbewusst präsentiert sich dieser Duft, der ein perfektes Geschenk für eine besondere Person ist.

OPPORTUNE für Frauen Eau de Parfum
Best.-Nr. 100595 – 50 ml

Weitere tolle Geschenkideen finden Sie in der AMWAY Boutique Broschüre (Best.-Nr. 218206 – 5er-Pack) oder auf www.amway.de bzw. www.amivo.at.

* Größenangaben finden Sie in der AMWAY Boutique Broschüre.

ARTISTRY



NEU!

HAUTSCHUTZ ARTISTRY™ Mehrfach-Schutz LSF 30

MIT DIESEM PRODUKT BEGINNT DER SCHUTZ, DER DIE SCHÖNHEIT UND DAS JUGENDLICHE AUSSEHEN DER HAUT BEWAHRT.

ARTISTRY™ Mehrfach-Schutz LSF 30 bewahrt die Haut vor den schädlichen UVA- und UVB-Strahlen und bekämpft Freie Radikale und Schadstoffe aus der Umwelt. Diese leichte, wasserabweisende Creme mit LSF 30 und Vitamin E schützt vor durch Sonneneinstrahlung verursachter Hautalterung und wird mit Sicherheit zum persönlichen Schönheitsgeheimnis werden.

Dermatologisch und Allergie-getestet. Ohne Duftstoffe. Ideal für alle Hauttypen.

Erhältlich ab 3. April 2007.

Weitere Informationen erhalten Sie in der nächsten Ausgabe des AMAGRAM™.

Best.-Nr. 102877 –
50 ml

Haartrends

für den Frühling/Sommer 2007

Vorgestellt von **John Gillespie**, Haarstylist
und Repräsentant für SATINIQUE™ Produkte

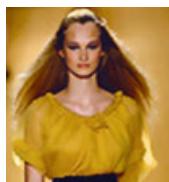


WOW! In dieser Saison wird es viel Abwechslung und Bewegung im Haar geben!

„Ich finde es großartig, dass jetzt perfekt gestylte, neue Schnitte auf den Laufstegen zu sehen sind. Diese Betonung des Gestylten ist die Gelegenheit für Sie, Ihren ganz persönlichen Look zu entwickeln.“

STARKE KONTRASTE

Bei diesem Look geht es um Kontraste. Er eignet sich hervorragend für langes Haar, aber auch für die jetzt gerade sehr angesagten Boblängen. Das Wichtigste an diesem Look sind die strukturellen Unterschiede zwischen einzelnen Haarparten. Wenn einige Partien superglänzend sind, andere dagegen matt, wirkt das sehr spannend.



So geht's:

Gel legt in dieser Saison ein richtiges Comeback hin und ist für diesen Look das entscheidende Styling-Produkt. Das Haar mit den am besten geeigneten SATINIQUE Haarpflegeprodukten waschen und nach dem Auftragen von SATINIQUE Volumen-Styling-Mousse föhnen, damit es mehr Halt bekommt. Dann wählt man eine Partie aus, die man nach hinten binden möchte oder man drückt die Partie auf die Kopfhaut. Bei langem Haar betont man am besten eine Partie am Oberkopf oder auch nur den Pony, indem man SATINIQUE Designer-Styling-Gel auf die entsprechende Partie aufträgt und diese nach hinten streicht. Diese Partie dann mit den Fingern auflockern, wenn es weicher aussehen soll. Soll es etwas glatter aussehen, bürstet man die Partie mit einer Bürste nach hinten. Die übrigen Haare bleiben, wie sie sind.

Fotos von WGSN

KURZ UND KESS

Endlich lassen sich einige der Topmodels die Haare schneiden!

Haare wachsen wieder nach. Warum nicht einmal einen kurzen, flotten Haarschnitt ausprobieren? Nur Mut – Jeder möchte doch, dass man in die schönen Augen sieht!



So geht's:

Hier kommt es vor allem auf den perfekten Schnitt an, aber beim Stylen sollte man auf viel Struktur und eine Kombination aus strengen und weichen Konturen achten. Um das Beste aus dem Schnitt herauszuholen, trägt man SATINIQUE Volumen-Styling-Mousse auf und föhnt das Haar trocken, damit es mehr Fülle und Halt bekommt. Man wärmt eine kleine Menge SATINIQUE Designer-Styling-Gel zwischen den Händen an, und arbeitet es dann ins Haar ein, um einen lockeren, strukturierten Look zu erzielen.

Fotos von WGSN

DIE WILDEN SECHZIGER

Bei diesem Look kann man jede Zurückhaltung vergessen – hier ist Volumen angesagt!

Für diesen sexy, von den Sechzigern inspirierten Look benötigt man viel Volumen. Er eignet sich hervorragend für mittellange Haare, die bis auf die Schulter reichen.



So geht's:

Man föhnt die Haare nach dem Auftragen von SATINIQUE Volumen-Styling-Mousse trocken undwickelt sie auf Heiz- oder Klettwickler. Wenn die Haare völlig trocken sind, nimmt man die Wickler heraus und lockert die Haare am Ansatz mit einer kreisförmigen Bewegung der Finger auf, um mehr Volumen zu bekommen. Dann ein paarmal mit den Fingern durch die gesamte Länge fahren, damit es nicht zu ordentlich aussieht. Wenn der Look etwas weicher wirken soll, zieht man einzelne Strähnen ins Gesicht.

Fotos von WGSN

SATINIQUE Volumen-Styling-Mousse

Best.-Nr. 5085 – 150 ml

Für mehr Volumen und Halt.

Halt-Level 4



SATINIQUE Designer-Styling-Gel

Best.-Nr. 5095 – 150 ml

Zum Frisieren und Formen.

Für nasses und trockenes Haar.

Halt-Level 8



**SATINIQUE
Professioneller
AC Ionic-Haartrockner**

Best.-Nr. 970800

**SATINIQUE
Zusammenklappbarer
Reisehaarrockner**

Best.-Nr. 970801



**SATINIQUE
Professionelles Bürstenset**

Best.-Nr. 907803

für mittleres/langes Haar

Best.-Nr. 970802

für kurzes/mittleres Haar

Informationen zu anderen SATINIQUE Styling- oder Haarpflegeprodukten sowie viele Tipps und Hinweise finden Sie in dem neuen Produkt-Handbuch „Schönheit“ (Best.-Nr. 216996)

S A T I N I Q U E™

Repairs, strengthens and protects in one use.

**Michaela Böhm**

Amway Geschäfts-partnerin Österreich

Unser Sponsor hat uns bei unserer Geschäftseröffnung mit einer Präsentation unterstützt, in der er den Schuhcremetest mit L.O.C. präsentiert hat. Seither machen wir es genauso, wie wir es von unserem Sponsor gelernt haben. Jeder Interessent, der das Geschäft kennen lernt, bekommt diese Präsentation mit der Schuhcreme zu sehen, und das hat noch fast jeden so begeistert, wie uns.

L.O.C. steht auf nahezu jeder Kundenkarte in meiner Kartei, weil die Menschen meine Begeisterung dafür spüren und weil es ein so vielseitig einsetzbares Produkt ist.

Ich empfehle unser L.O.C. vor allem, weil es meiner Meinung nach das Produkt mit der besten Qualität zum günstigsten Preis, mit der besten Umweltverträglichkeit ist, und weil ich damit Müll vermeide.



L.O.C.™ Mehrzweck-reiniger

Als einer der weltweit **vielseitigsten** Reiniger durchdringt der L.O.C. **Mehrzweckreiniger** jeden Schmutz und hinterlässt eine glänzende und streifenfreie Oberfläche.



L.O.C.™ Plus Metallreiniger

Die leicht anzuwendende Paste lässt Metallgegenstände glänzen und wie neu aussehen.



JETZT erhältlich

Das neue SA8™ Flüssigwaschmittel

Besseres Waschergebnis, schonender für die Kleidung, umweltfreundlicher, weicher – das biologisch abbaubare Waschmittel, das wirklich sauber wäscht!

Jetzt bereits den Frühling ins Haus holen – mit dem neuen, verbesserten SA8 Flüssigwaschmittel „Blütenzauber“ und dem neuen Wäscheweichspüler mit der gleichen Duftnote.

SA8 Flüssigwaschmittel und SA8 SOLUTiONS Wäscheweichspüler sind in der Duftnote „Blütenzauber“ erhältlich, die an Apfelblüten, Zitronenhaine und Zedernholz denken lässt und den Eindruck höchster Reinheit und Harmonie hervorruft.

Die Duftnote „Blütenzauber“ verleiht der Wäsche einen frischen Duft, der an Frühlingsstage und voll erblühte Gärten erinnert.

Wenn das SA8 Flüssigwaschmittel zusammen mit dem SA8 SOLUTIONS Wäscheweichspüler verwendet wird, wird die Wäsche mit jedem Waschgang sauberer, weicher und duftender.

SA8 Flüssigwaschmittel 1,5 Liter

Best.-Nr. 103800

SA8 Flüssigwaschmittel 4 Liter

Best.-Nr. 103278

SA8 SOLUTIONS Wäscheweichspüler – Blütenzauber

Best.-Nr. 103408

Schon gewusst?

Jede 1,5-Liter-Flasche des SA8™ Flüssigwaschmittels ist so konzentriert, dass damit 661 Herrenhemden sauber und farbschonend gewaschen werden können. Ärmel an Ärmel aneinander gereiht würden die Hemden eine Wäsccheinie mit einer Länge von über 1,1 Kilometern füllen.

SA8™

Sommerzeit – Sonnenschutz-Zeit

PETER ISLAND™ SONNENPFLEGEPRODUKTE

Zum Schutz der Haut vor den schädlichen Strahlen der Sonne – mit niedrigem und hohem Lichtschutzfaktor.

Peter Island™



PETER ISLAND Strandtasche – Best.-Nr. 216831

Aus abwaschbarem Material, mit verstärktem Boden und einem kleinen Innenfach mit Reißverschluss, in dem man Wertsachen wie Portemonnaie, Schlüsselbund, Handy etc. verstauen kann.

Farbe: Orange mit Peter Island Logo

Größe: ca. H 33 cm x B 43,5 cm (ohne Griffe).

PETER ISLAND Sonnenschutzlotion LSF 4

Best.-Nr. 103499 – 250 ml

PETER ISLAND Sonnenschutzlotion LSF 15

Best.-Nr. 103172 – 250 ml

PETER ISLAND Sonnenschutzlotion LSF 30

Best.-Nr. 103173 – 250 ml

PETER ISLAND After-Sun-Lotion

Best.-Nr. 103176 – 250 ml

Die TOLSOM Krawatte aus
100 % Seide in den Farben
Pink und Marineblau kann
nun auch

**EINZELN ERWORBEN
WERDEN,**

für einen Einkaufspreis von
17 € (Preis exkl. MwSt.,
bei vollem PW/GV).



**Best.-Nr.
217348**



TOLSOM™

ERHÄLTLICH AB 3. APRIL 2007, SOLANGE DER VORRAT REICHT.

Infoseite für neue Geschäftspartner und ihre Sponsoren



Erfolgsgeschichte

Katrin König

Amway Produkte waren mir schon vorher bekannt, da ich einige bereits benutzt habe. Natürlich kaufte ich auch die Produkte, von denen ich überzeugt war, nach. Aber erst als ich Viola Unger, meine jetzige Sponsorin, kennenlernte, wurde mir erstmals auch die Geschäftsmöglichkeit von Amway, also auch der Amway Sales- und Marketing Plan vorgestellt. Noch im Verlauf dieses Gesprächs unterzeichnete ich meinen Geschäftspartnerantrag und bestellte die zwei Top Pakete Haushalt und NUTRILITE™.

Als das Haushaltspaket bei mir zu Hause ankam, habe ich alle meine alten Putzmittel aussortiert und entsorgt. Meine älteste Tochter (18 Jahre) stand der Sache zunächst sehr skeptisch gegenüber. Doch die Qualität der Amway Produkte und vor allem deren Ergiebigkeit überzeugten letztendlich auch sie. Doch damit nicht genug – nun interessierte sie sich sogar noch für den Amway Sales- und Marketing Plan! Sie fand die Möglichkeit, sich neben ihrer Ausbildung ein eigenes Geschäft aufzubauen, so interessant, dass sie meine erste Amway Geschäftspartnerin wurde.

Zu meinen Sponsoren und gleichzeitig Platinen Viola und Frank Unger haben wir (auch meine Tochter) regelmäßigen Kontakt, der teilweise auch über das Geschäftliche hinausgeht. Jederzeit kann ich mich an sie wenden und erhalten, wenn nötig, auch aktiv Hilfe oder Motivation.

Nicht missen möchte ich auch den Kontakt zu unseren Diamanten – Familie Krone –, die meiner Tochter und mir gerade in der Anfangsphase sehr viel geholfen haben und uns ermöglichten, an vielen Geschäfts- und Produktvor-

führungen teilzunehmen. Alle anderen Geschäftspartner, ob in unserer Upline oder in Parallellinien, gaben uns auch stets Antworten und Hinweise, so dass wir uns nie alleine fühlten bzw. fühlen.

Wichtig war mir vor allem, die gesamte Produktpalette schnell kennen zu lernen und dann das erlangte Wissen auch gleich bei meinen Kunden anzuwenden bzw. an meine neuen Geschäftspartner weiter zu vermitteln. Worauf ich bei einem Sponsergespräch achtete, sind Sympathie und Ernsthaftigkeit. Jeder muss verstehen, dass auch in diesem Geschäft nur Arbeit und entsprechender Einsatz zum Erfolg führen.

Motto:

Wenn,
dann richtig
oder
gar nicht.

Amway wünscht Katrin König weiterhin viel Erfolg für ihren Amway Geschäftsaufbau!

Grundlagen für ein erfolgreiches Amway Geschäft

Die Notwendigkeit der Gewerbeanmeldung

Jeder Amway Geschäftspartner ist selbständiger Gewerbetreibender. Aus diesem Grund ist er verpflichtet, den Beginn seines Gewerbes bei dem zuständigen Ordnungsamt anzugeben. Bitte beachten Sie, dass der Hinweis, eine nachträgliche Gewerbeanzeige sei möglich, falsch ist. Eine nachträgliche Gewerbeanzeige stellt eine Ordnungswidrigkeit dar und kann ein Ordnungswidrigkeitenverfahren zur Folge haben.

Weitere Informationen hierzu finden Sie in Ihrem Geschäftspartnerhandbuch unter dem Bereich „Ergänzende steuerrechtliche Hinweise“.

„Betriebswirtschaftliche Hinweise – Die fünf Grundprinzipien“ lesen Sie in der AMAGRAM™ Ausgabe Mai 2007



Bühne frei für Unterhaltung und Engagement



Weihnachtskonzert zugunsten von UNICEF im Grazer Orpheum



Aufführung des Weihnachtsspiels „Scrooge – a Christmas Carol“



Bereits seit dem Jahr 2001 unterstützt Amway UNICEF, das Kinderhilfswerk der Vereinten Nationen. Für beide Seiten eine sehr erfolgreiche Zusammenarbeit, die fixer Bestandteil der One-by-One-Kampagne ist, mit der sich Amway international für bedürftige Kinder in aller Welt einsetzt. Mittlerweile ist UNICEF aus dem Engagement aller Amway Beteiligten nicht mehr weg zu denken und ist damit auch zu einem Stück Unternehmenskultur geworden. So standen zur Weihnachtszeit gleich zwei außerordentliche Veranstaltungen in Wien und Graz ganz unter dem UNICEF-Stern und gleich zu Jahresbeginn ein neuer Spendenrekord.

Am 18. Dezember 2006 patronisierte Amway die Aufführung des Weihnachtsspiels „Scrooge – a Christmas Carol“ im Wiener Gloria Theater. Die außerordentlich unterhaltsam inszenierte Geschichte eines Geizkragens, den die Weihnachtsgeister bekehren, fand nicht nur bei einer begeisterten Kinderschar im Publikum großen Anklang, sondern passte auch inhaltlich besonders stimmig zum UNICEF-Gedanken. Für jede gelöste Eintrittskarte gingen € 10,- an UNICEF. Gemeinsam mit einer regen Beteiligung an der Tombola, dem Verkauf von Lily und Billy-Pins, sowie freiwilligen Spenden führte dies zu einer Gesamtspende von € 2.630,-.

Besonderen Ehrgeiz setzte die Organisation Haag/Haas im österreichischen Graz in ihr jährliches Weihnachtskonzert zugunsten von UNICEF am 19. Dezember 2006. War der vorjährige Veranstaltungsort vollkommen überfüllt, man musste sogar 100 Gäste abweisen, wagte man sich dieses Jahr mit viel Ehrgeiz an das Grazer Orpheum als stimmungsvollen Rahmen für ein mit viel Fingerspitzengefühl gewähltes Programm. Mit einer rhythmisch unterhaltsamen Mischung aus Rock und Austropop gestaltete die Gruppe „WEXX“ den ersten Teil des Abends, der im zweiten Teil in das jazzig, bluesige Programm „Swinging Christmas“ der Gruppe „The Cover Girls“ überging. Die Summe aus Eintrittskarten und freiwilligen Spenden ergab € 5.000,-, die am Ende der Veranstaltung von Paul Haag an die UNICEF-Sprecherin für Amway Österreich, Frau Anja Schwarz-Viereck, übergeben werden konnte.

Den absoluten UNICEF-Spendenrekord der letzten Monate stellte das Kick off-Event der Organisation Schwarz am 6. Januar 2007 in der Messehalle Salzburg. Mit € 7.500,-, die innerhalb von nur vier Stunden gesammelt werden konnten, setzte diese Veranstaltung gleich zu Jahresbeginn ein Highlight, das es in diesem Jahr noch zu toppen gilt.



In Kürze verfügbar: Die neue Internet- seite von Amway Deutschland

Demnächst wird unter www.amway.de die neue e-Commerce-Website von Amway Deutschland für unsere Geschäftspartner freigeschaltet.

Diese neue Internetpräsenz wird Ihnen sowohl öffentlich zugängliche Bereiche sowie die Online Geschäftsmöglichkeit bieten und zukünftig die beiden Websites www.amway.de und www.amivo.de ersetzen.

Dies sind einige der Funktionen, die auf Amway Online auf Sie warten:

Online Bestellmöglichkeit der Amway Produkte,
24 Stunden am Tag, 7 Tage die Woche

- Ihr eigenes virtuelles Büro
- Einfache Möglichkeit, Geschäftsliteratur und andere Publikationen herunterzuladen
- Möglichkeit für Kunden, den Amway Shop zu besuchen und Bestellungen online an ihren zuständigen Geschäftspartner zu schicken

.....sowie vieles mehr!

**Aktuelle Neuigkeiten über den Start erhalten
Sie jeweils auf AMIVO™ – www.amivo.de**



Sonnenaufgang in Rovaniemi um 10:30 Uhr



Mit mehr als 30 Motorschlitten rasant unterwegs auf dem zugefrorenen Fluss



Beeindruckende Fahrt auf dem Eisbrecher im Bottnischen Meerbusen

Finnland – das be

Unter dem Titel „Top Aktiv Erlebnis“ rief die Region Deutschland/Österreich/Schweiz im Zeitraum März bis August 2006 zu einem Aktivitätswettbewerb der Sonderklasse auf. Ein Minimum von 32 Stars galt es in diesen sechs Monaten zu erwirtschaften. Jeder der mehr als 1.100 dafür qualifizierten Geschäftspartner erhielt als Anerkennung einen Amway Travel Reisegutschein im Wert von 50,00 Euro. Doch damit nicht genug. Die „Top 260“ Geschäftspartner aus den drei Ländern, gemessen an der Anzahl der Stars, erwartete eine Einladung zu einer exklusiven Party in München mit Übernachtung und den „Top 33“ winkte die Einladung zur fantastischen Reise nach Finnland. Die Begeisterung war bereits im Vorfeld groß, Monat für Monat wurden mit Spannung die aktuellen Resultate der Stars erwartet. Ein Kopf an Kopf Rennen bis zuletzt und riesige Freude, als endlich die Qualifizierten feststanden!

Die Party für mehr als 500 Personen im Münchner Ballhausforum am 12.01.2007 war ein beeindruckendes Ereignis. Die Kulisse stand bereits ganz im Zeichen

Finnlands – Tannenbäume, Rentiere und Kunstsnow zauberten ein winterliches Flair. Das hervorragende Dinner und die erstklassige Musikband rundeten den Abend zu einem unvergesslichen Event ab und sorgten für „Top“ Stimmung bis weit nach Mitternacht.

Für 66 Partygäste – nämlich unsere „Top 33“ mit Partner – wurde es eine kurze Nacht, denn um 5:30 Uhr startete bereits der Transfer zum Flughafen. Während des Fluges über Helsinki nach Rovaniemi war es demgemäß ziemlich still, aber dafür war die gute Laune beim Eintreffen in Rovaniemi – „The official Airport of Santa Claus“! – schon wieder auf dem Höhepunkt und voll begeisterter Erwartung verließ die Busfahrt zum Hotel Santa Claus. Die darauf folgenden Tage könnten gut und gerne ein ganzes Buch füllen.

Der erste Abend führte uns ins sensationelle Eisrestaurant „Snowland“, wo tatsächlich alles aus Eis ist – die Wände, die Tische, ja sogar die Kerzenleuchter. Bei einer Raumtemperatur von knapp unter 0° Celsius, mit

der richtigen Kleidung ausgerüstet, fanden die finnischen Spezialitäten ausgezeichneten Anklang. Bemerkenswert ist im Norden Finlands – also in der Provinz Lappland – dass es an vielen Plätzen offene Lagerfeuer gibt, und so fand der Abend einen unvergleichlich stimmungsvollen Ausklang.

Lappland ist faszinierend, hier am nördlichen Polarkreis ticken die Uhren einfach anders. Am zweiten Tag brachen wir vor Sonnenaufgang zur Motorschlittenfahrt auf. Da die Sonne in dieser Jahreszeit hier erst um 10:30 Uhr aufgeht, ist dies leicht machbar. In absoluter Abgeschiedenheit ging es mit den Schlitten rasant durch die weite, weiße Landschaft – auf einem sehr breiten zugefrorenen Fluss, wie wir dann erfahren sollten. An einer Huskyfarm wurde erste Station gemacht; erstaunlich, wie viel es über diese herrlichen Hunde und ihren Tagesablauf zu erfahren gibt. Nach einer umfassenden Einschulung durften alle Teilnehmer selbst mit einem Huskyschlitten fahren. Bei -27° Celsius waren wir alle sehr froh, dass wir vorher fachmäßig in warme wetterfeste Overalls verpackt worden waren. Die zweite Station fand an einer Rentierfarm statt.



Großartige Party – nach dem hervorragenden Dinner wird bis spät in die Nacht getanzt



Bei der Party sind bereits die Rentiere als Vorboten für Finnland mit dabei



„Snowland“ – ein Restaurant ganz aus Eis, aber mit kuscheligen Fellen auf den Sitzplätzen



Die „Lapplandtaufe“ – ein spektakuläres Ereignis für sich



200 Alaska Huskys leben auf der Farm, das fünf Monate alte Husky-Baby beäugte die Gäste neugierig



Eisbad in Spezialanzügen – das Eiswasser ist wärmer als die Lufttemperatur

sondere Erlebnis

Die Teilnehmer durften nicht nur selbst den Rentierschlitten lenken, sondern absolvierten gleich den Rentierführerschein und die Lapplandtaufe. Das absolut spektakuläre Abendessen fand im Restaurant Santamus statt. Der Lebenstraum, den sich der Besitzer hier verwirklicht hat, brachte alle zum Staunen: Ein Fluss mitten durchs Lokal, offene Kamine, ein Wasserfall, ein Schiff auf dem das Dessert ins Lokal hereinfährt. Als dann auch noch das Amway Logo in den Wasserfall projiziert wurde, ertönte ein begeistertes „Yksi, Kaksi, Kolome – Wow“ anhand der frisch erworbenen finnischen Sprachkenntnisse. „Somewhere over the Rainbow“, gespielt auf einer einfachen Säge, machte die Einmaligkeit des Abends perfekt.

Ein weiterer Höhepunkt wartete am dritten Tag, als wir von Kemi aus mit einem Eisbrecher über den Bottnischen Meerbusen fuhren. Als ob eine Fahrt auf einem echten Eisbrecher nicht schon aufregend genug wäre, ließen sich die Teilnehmer die Gelegenheit nicht entgehen, im Eiswasser zu baden. Ein wahrhaft fantastisches Abenteuer! Bei der Rückkehr wurden wir mit Holzfällerhemden ausgestattet, denn am Abend ging es passend gekleidet zu einem zünftigen Essen ins „Haus des Rentierbesitzers“. Bei einem Säge- und Hämmerwettbewerb und traditionellen Tänzen wurde ausgelassen gefeiert. Selbstverständlich blieb auch genügend Zeit, um in entspannter Atmosphäre interessante Gespräche mit den Managern

aus Deutschland, Österreich und der Schweiz zu führen.

Der vierte Tag brachte uns ins Dorf von Santa Claus, welches direkt am nördlichen Polarkreis liegt. Ein persönlicher Besuch beim einzigen echten Santa Claus kommt einer Zeitreise in die eigene Kindheit gleich. So bildete dieser Tag einen würdigen Abschluss dieser außergewöhnlichen Reise, die noch lange Zeit in Erinnerung bleiben wird. Die Teilnehmer waren sich einig, dass es sich auszahlt, ein paar Monate einfach „mehr“ zu tun. Ob Reisegutschein, Party oder Finnlandreise – in allen Fällen hat sich darüber hinaus auch das Geschäftsvolumen der Qualifizierten vergrößert und somit einen doppelten Gewinn gebracht. Wir gratulieren nochmals sehr herzlich! Der nächste Wettbewerb – **Mallorca 2007** – ist bereits im Laufen. Infos dazu erhalten Sie bei Ihrem Platin oder auf den Amway Websites www.amway.de, www.amway.at, www.amway.ch.

Sie alle können dabei sein und die nächste Reise live miterleben!



Abschied von Santa Claus am nördlichen Polarkreis



„Meine Kunden sind begeistert – und ich bin es auch.“



Amway –
alles rund um
Beauty und
Wellness

Sonja K., 29 Jahre
Seit 2004 bei Amway

Zuerst wusste ich nicht so recht, ob das geht: tagsüber als Fitnesstrainerin zu arbeiten und am Abend selbstständige Beraterin bei Amway zu sein. Aber es funktioniert tatsächlich prima. Denn erstens kann ich mir bei diesem Nebenverdienst meine Zeit völlig frei ein teilen. Und zweitens passen die Wellness-Produkte von Amway perfekt zu meinem Leben. Vor allem bei den Vitamin- und Mineralstoffprodukten kann ich mein Wissen aus dem Fitness-Studio einbringen. Die persönliche Beratung und das zeitsparende Einkaufen begeistern meine Kunden. Besser geht's nicht!

Werden auch Sie selbstständiger Amway Berater. Rufen Sie uns an unter 089/800 94 380 oder informieren Sie sich unverbindlich unter www.einfach-amway.de

In Österreich erreichen Sie uns unter 01/277 57 0 oder unter www.amway.at

Meine Arbeit ist da,
wo mein Leben ist.

Amway

Wachstumswettbewerb "Mallorca 2007"

Qualifikationszeitraum: 01.01.2007 bis 31.08.2007

Bauen Sie Ihr Geschäft aus und erleben Sie im Qualifikationslevel 1 eine "Special Tour" im neuen Experience Center in München!

Ereichen Sie im Qualifikationslevel 2 eine unvergessliche Reise nach Mallorca! Sehen Sie zusätzlich die detaillierten Informationen in der separaten Fragen & Antworten Übersicht.
PNSV = Das von Ihnen seit 01.09.2006 neu gesponserten Erstlinien und deren Gruppe produzierte Volumen im Qualifikationszeitraum: Januar bis April 2007 für Level 1, Mai bis August 2007 für Level 2.

Level 1

Januar bis April 2007

Persönliches Volumen:

✓ 200 PW pro Monat oder

✓ 1.000 PW insgesamt

+

Persönlich neu gesponsetes Volumen (PNSV):

✓ 5.000 PW insgesamt

Einladung zu einer "Special Tour" im Experience Center in MÜNCHEN inklusive 1 Übernachtung und Verpflegung!

Level 2 - Wählen Sie Ihre Option

Mai 2007

1) SIE
9% PNSV

Juni 2007

SIE
9% PNSV

August 2007

SIE
9% PNSV



Erleben Sie eine fantastische Reise nach MALLORCA inklusive Flug, zwei Übernachtungen, Verpflegung und Spezialprogramm!

Lust auf Urlaub?

Liebe Geschäftspartner,

seit dem 15.01.2007 haben wir exklusiv einen
eigenen Reisekatalog veröffentlicht!

... nur für unsere deutschen Amway Geschäftspartner



The image shows a stack of Amway Travel brochures. The top brochure is prominently displayed, featuring a blue header with the Amway Travel logo. Below the logo is a circular image of a tropical beach with palm trees. To the right of the image, the text "Ihr Urlaubsprogramm" is written in large blue letters, followed by "Sommer 2007" in smaller blue letters. A bulleted list of features follows:

- 68 Seiten, qualitätsgeprüfte Reiseangebote
- Für jeden Geldbeutel – von der Selbstanreise über Flugreise bis zur Kreuzfahrt
- Eindruckfeld für die Adresse des Amway Geschäftspartners
- Auf jeder Seite der Hinweis darauf, daß die Buchung und Beratung nur und ausschließlich über den Amway Geschäftspartner möglich ist
- Schaffung neuer Ansprachemöglichkeiten und Ausweitung des Geschäfts
- Online buchbar über AmwayTravel.de – dem Reisebüro der Amway Geschäftspartner
- Online darstellbar über AmwayTravel.de – mit Druckfunktion für einzelne Seiten und einem PDF Download des gesamten Katalogs
- Selbstverständlich erhalten Sie wie üblich Bonus aus unserer Produktgruppe 2

Below the list, a message reads: "Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Blättern und Buchen!" and "Ihr AmwayTravel Team". At the bottom left of the brochure, it says "gültig bis 31.10.2007". The brochures in the stack show similar designs with different circular images: Badereisen, Erlebnisreisen, Kreuzfahrten, and PKW-Reisen.

Firmenläufe 2007 – Amway ist wieder dabei!

Auch in diesem Jahr wird Amway wieder seinen Sport- und Teamgeist bundesweit unter Beweis stellen und bei insgesamt drei Firmenläufen an den Start gehen. In Kiel und Berlin gilt es, den Titel als „teilnehmerstärkstes Unternehmen“ zu verteidigen. In München wollen wir diesen begehrten Titel in diesem Jahr zum zweiten Mal gewinnen. Unser Ziel liegt bei über 2.000 Teilnehmern. Also seien Sie dabei – egal ob als Läufer oder Zuschauer!

Sie haben auch weiterhin die Möglichkeit, die roten Firmenlauf-T-Shirts zu bestellen. Best.-Nr. 217853 (Größe M), Best.-Nr. 217854 (Größe L). (rotes Funktions-T-Shirt mit Rundhalsausschnitt – Aufdruck Amway Logo auf einer Seite und „läuft für UNICEF 1946-2006“ auf der anderen)



Austragungsort	Termin	Anmeldeschluss bei Amway	Anmeldegebühr (= 50 % der Startgebühr)	weitere Informationen
Kiel	09.06.2007	26.04.2007	5,13 €	www.firmenlauf-sh.de
Berlin	06.07.2007	20.06.2007	7,00 €	www.berliner-firmenlauf.de
München	19.07.2007	29.05.2007	10,75 €	www.firmenlauf2007.de

Das Anmeldeformular steht Ihnen auf www.amway.de als Excel- sowie PDF-Formular zur Verfügung. Bitte beachten Sie die dortigen Hinweise zum Ausfüllen des Formulars.

Jeder Teilnehmer erhält eine eSpring™ Trinkflasche und ein Amway Baseball Cap. Zudem übernimmt Amway 50 % Ihrer Startgebühren!



Liebe Geschäftspartner,
Erfolg haben, heißt Ziele erreichen. Und Amway hat sich dieses Jahr sehr ehrgeizige Ziele gesetzt, die wir nur zusammen erreichen können:

1. Wir wollen in allen drei Läufen das fitteste Unternehmen mit den meisten Teilnehmern sein.
2. Wir wollen, dass jeder Amway als sympathisches und fittes Unternehmen kennenernt.
3. Wir wollen die Arbeit von UNICEF unterstützen und damit möglichst vielen Kindern helfen.

Also, fangen Sie an zu trainieren und seien Sie dabei! Ich freue mich, Sie kennenzulernen.

Ihr Iain Gibbs
Geschäftsführer Amway GmbH

NEUHEITEN

Produkteinführungen in dieser Ausgabe

ARTISTRY TIME DEFIANCE
Täglicher Intensiv-Aufbau
**erhältlich ab
3. April 2007**

ARTISTRY Mehrfach-Schutz
LSF 30
**erhältlich ab
3. April 2007**

Amway auf der deGUT in Berlin

Amway präsentiert sich vom 20. bis 21. April 2007 auf den Deutschen Gründer- und Unternehmer Tagen (deGUT).

Die deGUT ist Deutschlands bedeutendste Kongressmesse für Selbständigkeit und Unternehmertum und hat sich zu einem wichtigen Treffpunkt für Existenzgründer und Unternehmer aus ganz Deutschland entwickelt. Über 200 Aussteller werden sich mit ihren Beratungsangeboten, Fördermöglichkeiten oder Geschäftsideen präsentieren, und die über 10.000 Besucher haben die Möglichkeit, sich umfassend rund um das Thema Existenzgründung zu informieren. Veranstaltungsort ist das Messegelände Berlin.



Weitere Informationen finden Sie auf <http://www.degut.de>

AMAGRAM™ Mai 2007

Die Versendung des AMAGRAM Mai 2007 wird Ihren Bestellungen, die während des Zeitraums vom 24.04.2007 bis 06.05.2007 (D) bzw. vom 24.04.2007 bis 30.04.2007 (A) erfasst werden, beigelegt. Der Versand der restlichen Exemplare erfolgt ab dem 11.05.2007 (D) bzw. 08.05.2007 (A) per Post.

Platin Kollektion DVDs

Haben Sie bereits alle Teile der Platin Kollektion erworben? Wenn nicht, dann bestellen Sie noch heute die fehlenden DVDs!

Teil I – enthält vier Filme

- Die Prinzipien der Gründerväter
- Damals wie heute:
- „So einfach wie das ABG“ (Access Business Group)
- Amway Momente

Best.-Nr. 217034

Ausführliche Informationen hierzu finden Sie im AMAGRAM™, Ausgabe Januar 2006, Seite 46.

Teil II – Doug DeVos

- Rede von Doug DeVos beim Führungskräfte Training Seminar 2005 in Orlando

Best.-Nr. 217852

Ausführliche Informationen hierzu finden Sie im AMAGRAM™, Ausgabe Mai 2006, Seite 31.

Teil III – „Die ewige Suche nach der richtigen Ernährung“

- Dokumentation, die auf dem Discovery Channel gesendet wurde

Best.-Nr. 217845

Ausführliche Informationen hierzu finden Sie im AMAGRAM™, Ausgabe Juli/August 2006, Seite 29.

Teil IV – Rich DeVos Orlando 1998

- eine seiner bekanntesten Reden „Fit für die Zukunft“ auf dem Europäischen Führungskräfte Training Seminar 1998

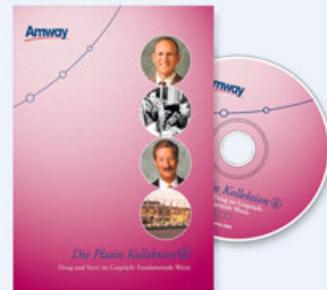
Best.-Nr. 218288

Ausführliche Informationen hierzu finden Sie im AMAGRAM™, Ausgabe September 2006, Seite 39.

Teil V – Blitz & Blank – 4 Werbespots zu SA8™ und L.O.C.™

Best.-Nr. 218602

Ausführliche Informationen hierzu finden Sie in der Oktober 2006 Ausgabe des AMAGRAM™, Seite 22.



Teil VI – Doug und Steve im Gespräch – Fundamentale Werte

Best.-Nr. 218854

Ausführliche Informationen hierzu finden Sie im AMAGRAM™, Ausgabe Februar 2007, Seite 32.

ERGÄNZUNGEN ZU DEN BESTELLINFORMATIONEN DER GESCHÄFTSPARTNERPREISLISTE

Seite hier heraustrennen und bei Ihren Unterlagen abheften.

Land	Best.-Nr.	Bezeichnung	Sortimentsartikel, Produkte		Euro		Grundpreis EK-Preis (nur A) ²⁾		Grundpreis Verkaufspreis (nur A) ²⁾		erhältlich ab bzw. von/bis						
			Inhalt	Gewicht	P/W	GV	MWSt. (nur A) ³⁾	Verkaufspreis inkl. MWSt. (nur A) ³⁾	inkl. MwSt. Preisempf. (nur D) ⁴⁾	neuerbindl. Preisempf. (nur D) ⁴⁾							
AMAGRAM Seite																	
D+A	102006	ARTISTRY™ TIME DEFYANCE™ Täglicher Intensiv Aufbau	19	30 ml	46,78	64,37	●	64,37	76,60	100 ml = 255,33	77,24	100 ml = 257,47	35%	103,40	104,28	100 ml = 347,60	ab 03.04.07
D+A	102877	Hautschutz	21	50 ml	11,27	15,50	●	15,50	18,45	100 ml = 36,90	18,60	100 ml = 37,20	35%	24,90	25,12	100 ml = 50,24	ab 03.04.07
Geschäftsbezogene Drucksachen																	
D+A	104694	„Unterstützung Ihres Amway Geschäfts“ Broschüre Drucksachen, allgemein produktbezogen	-	1 Pack m. 5	-,-	-,-	3,-	3,57		3,60		-	-,-	3,60			
D+A	9874	Amway Aktuell Ausgabe 1/2007	-	1 Pack m. 5	-,-	-,-	3,80	4,52		4,56		-	-,-	4,56			
D+A	9814	Amway Aktuell Ausgabe 1/2007 (preisreduziert)	-	1 Pack m. 10	-,-	-,-	7,25	8,63		8,70		-	-,-	8,70		11.01.07-10.05.07	
D+A	9990	Verlängerung des Amway Geschäfts	-	1 Stück	-,-	-,-	32,-	38,08		38,40		-	-,-	38,40		01.01.-31.08.07	
A	9993	Spätverlängerung für Special Member	-	1 Stück	-,-	-,-	16,-	19,04		19,20		-	-,-	19,20		01.01.-31.08.07	
Partnerschaft mit dem UN-Kinderhilfswerk UNICEF																	
D+A	104170	UNICEF Anstecknadel „Billy“	6	1 Set	-,-	-,-	2,16	2,57		2,59		-	-,-	2,59			
D+A	101568	Beitrag zum UN-Kinderhilfswerk UNICEF, 1 €	6	1 Set	-,-	-,-	1,-	1,-		1,-		-	-,-	1,-			
D+A	101569	Beitrag zum UN-Kinderhilfswerk UNICEF, 5 €	6	1 Set	-,-	-,-	5,-	5,-		5,-		-	-,-	5,-			
D+A	101570	Beitrag zum UN-Kinderhilfswerk UNICEF, 17 €	6	1 Set	-,-	-,-	17,-	17,-		17,-		-	-,-	17,-			
Sonderartikel																	
D+A	102939	ARTISTRY™ - Spezialhautpflege ARTISTRY™ Body Benefits Kollektion (Reinigungscreme für den Körper + Feuchtigkeitsspendendes Körperspray)	-	1 Set	22,53	31,-	●	31,-	36,89		37,20		35%	49,80	50,22	solange Vorrat reicht	
Kosmetik - Dekorativ ARTISTRY™																	
D+A	218856	Sonderaktion - ARTISTRY™ Cremiger Lippenstift	1 Set	124,80	171,68	●	154,56	183,93		185,47		35%	248,48	250,40		ab 03.04. - 30.09.07	
D+A	218857	Beim Kauf eines Sets, bestehend aus den 16 verschiedenen Farbtönen des ARTISTRY Cremigen Lippenstifts (1 Lippenstift pro Farbe) erhalten Sie einen Rabatt i.H.v. 10 % bei vollem P/W/GV															
Frühjahrskollektion 2007 - LUSTRE																	
D+A	Grp. 1	ARTISTRY™ Veloseitiger Sonnenfeint-Puder	2	10 g	13,21	18,17	●	18,17	21,62		21,81		35%	29,20	29,44		
D+A	Grp. 2	ARTISTRY™ Lippengloss-Stift	2	1,95 g	7,17	9,87	●	9,87	11,75		11,84		35%	15,85	15,98		
D+A	104087	ARTISTRY™ Kabuki Pinsel	2	1 Stück	4,72	6,50	●	12,99	15,46		15,59		35%	20,85	21,05		

- Grp. 1 ARTISTRY™ LUSTRE**
Veloseitiger Sonnenfeint-Puder
104110 Bronze Lustre
104109 Rose Lustre
104112 Wish
- Grp. 2 ARTISTRY™ LUSTRE**
Lipengloss-Stift
104111 Destiny
104113 Fate
104112 Wish
- D+A Bitte beachten Sie, dass sämtliche Drucksachen, Videos und Tonträger nicht gegen Neuauflagen eingetauscht oder gutgeschrieben werden können. Außer eingesendete, veraltete Drucksachen, Videos oder Tonträger werden nicht an den Absender zurückgesandt.
 D+A ● = volles GV (größer oder gleich EK-Preis oder gleich Best.-Nr. im Katalog in Schwarz); □ = Teil GV (Teil des EK-Preises exkl. MwSt.; Best.-Nr. im Katalog in Blau); kein Eintrag = kein GV
 D) Grundpreis = lt. Preisangabe ohne ordnung der Preis, inkl. MwSt. auf der Basis einer Mengeneinheit (1 kg/1 l bzw. 100 g/100 ml) bzw. bei Waschmitteln auf der Basis einer Sollanwendung
 (mittelhartes Wasser, normale bzw. bei Fett- Spezialwaschmittel leichte Verschmutzung)
 A) Grundpreis = lt. Preisangabe ohne ordnung der Preis, inkl. MwSt. auf der Basis einer Mengeneinheit (1 kg/1 l bzw. 100 g/100 ml) bzw. bei Waschmitteln auf der Basis einer Sollanwendung
 (mittelhartes Wasser, normale bzw. bei Fett- Spezialwaschmittel leichte Verschmutzung)
 D # In diesen Preisen enthalten ist der gesetzliche MwSt.-Satz von 19 % bzw. 7 % bei Nahrungsergänzungsmitteln, Nahrungsmitteln und Tiernahrung.
 A # In diesen Preisen ist der gesetzliche MwSt.-Satz von 20 % bzw. 10 % enthalten
 A) In den Preisen ist der gesetzliche MwSt.-Satz von 20% bzw. 10% enthalten

ERGÄNZUNGEN ZU DEN BESTELLINFORMATIONEN DER GESCHÄFTSPARTNERPREISLISTE

Land	Best.-Nr.	Bezeichnung	Inhalt Gewicht	P/W	GV	Euro			Grundpreis EK-Preis (nur A) ²⁾	Grundpreis Verkaufspreis (nur A) ²⁾	Grundpreis Verkaufspreis inkl. MwSt. (nur A) ³⁾	Vekaufspreis inkl. MwSt. (nur A) ³⁾	inkl. MwSt. (nur D) [#] unverbindl. Preisempf.		
						MwSt. (nur D) ¹⁾	Einkaufspreis inkl. MwSt. (nur A) ³⁾	Grundpreis EK-Preis (nur D) ²⁾							
AMAGRAM Seite															
D+A	103699	Kosmetik - Dekorativ ARTISTRY™ Herbstkollektion 2006 - MINIMAL CHIC - Sonderaktion	-	5 g	9,05	12,45	●	9,34	11,11	11,21	35%	15,-	15,13	solange Vorrat reicht	
D+A	Grp. 3	Glanz für die Lippen	-	6,2 g	9,44	12,99	●	9,74	11,59	11,69	35%	15,65	15,78	solange Vorrat reicht	
D+A	Frühjahrskollektion 2006 - TRANQUILITY - Sonderaktion			1 Box	14,14	19,46	●	16,54	19,68	19,85	35%	26,55	26,80	solange Vorrat reicht	
D+A	Grp. 4	Lidschatten & Rouge	-	3 g	6,34	8,72	●	7,41	8,82	8,89	35%	11,90	12,-	solange Vorrat reicht	
D+A	Grp. 5	Funkelnde Lippen-Farbe	-												
D+A	Kosmetik - Dekorativ ARTISTRY™ Herbstkollektion 2005 - VERY POLISHED - Sonderaktion			-	9 g	10,19	14,02	●	11,92	14,18	14,31	35%	19,15	19,31	solange Vorrat reicht
D+A	102670	Schimmer-Puder	-												
D+A	Werbeartikel ARTISTRY™ Drucksachen - ARTISTRY™			-	1 Stück	,-	,-	14,50	17,26	17,40	-	-	17,40	solange Vorrat reicht	
D+A	215455	ARTISTRY™ Geldbörse	-												
D+A	218833	ARTISTRY™ Testkarte LUSTRE	2	1 Stück	,-	,-		1,80	2,14	2,16	-	-	2,16	02.03. - 31.08.07 bzw. solange Vorrat reicht	
D+A	218170	ARTISTRY™ Testkarte MINIMAL CHIC	-	1 Stück	,-	,-		1,80	2,14	2,16	-	-	2,16	solange Vorrat reicht	
D+A	217005	ARTISTRY™ Testkarte TRANQUILITY Kosmetik Dekorativ - E. FUNKHOUSER™ NEW YORK C004	-	1 Stück	,-	,-		1,80	2,14	2,16	-	-	2,16	solange Vorrat reicht	
D+A	Grp. 6	E. FUNKHOUSER™ NEW YORK Sets für Style-Effekte	-	1 Set	25,05	34,46	●	34,46	41,01	41,35	35%	55,35	55,82	bis 30.04.07 bzw. solange Vorrat reicht	
D+A	E. FUNKHOUSER™ NEW YORK Farbkollektion 004			-											
D+A	103749	Lippenbalsam	-	8 g	13,00	17,89	●	17,89	21,29	21,47	35%	28,75	28,98		
D+A	103708	Lippenglättter	-	10 g	11,82	16,26	●	16,26	19,35	19,51	35%	26,10	26,34		
D+A	Grp. 7	Rouge	-	3 g	8,58	11,81	●	11,81	14,05	14,17	35%	18,95	19,13		
D+A	103714	Mono-Lidschatten Mighty	-	2 g	9,07	12,48	●	12,48	14,85	14,98	35%	20,05	20,22		
D+A	Grp. 8	Duo-Lidschatten	-	3,5 g	10,59	14,57	●	14,57	17,34	17,48	35%	23,40	23,60	bis 30.04.07 bzw. solange Vorrat reicht	
D+A	Grp. 9	Flüssiger Lidschatten	-	0,8 ml	10,65	14,65	●	14,65	17,43	17,58	35%	23,55	23,74		
D+A	Grp. 10	Schimmer Eye-Pencil	-	1,2 g	6,80	9,36	●	9,36	11,14	11,23	35%	15,05	15,17		
D+A	Grp. 11	Glitzer Eye-Pencil	-	1,4 g	7,14	9,83	●	9,83	11,70	11,79	35%	15,80	15,92		
D+A	Grp. 12	Wimperfusche & -kämmchen	-	7 g	9,06	12,47	●	12,47	14,84	14,97	35%	20,05	20,20		
D+A	Grp. 13	Lippstift	-	2,5 g	6,37	8,77	●	8,77	10,44	10,53	35%	14,10	14,21		

Grp. 11 E. FUNKHOUSER™ NEW YORK Glitzer Eye-Pencil
 103752 Daring 103736 Gold Lining
 103751 Whimsical Silver Lining
Grp. 12 E. FUNKHOUSER™ NEW YORK Duo-Lidschatten
 103715 Heroic/Coolish Teal
 103716 Linincious/Powerful True Brown
Grp. 13 E. FUNKHOUSER™ NEW YORK Lippenstift
 103741 Dearable 103724 Delectable
 103742 Wish 103722 Phenomenal
Grp. 6 E. FUNKHOUSER™ NEW YORK Grundierungs-Set
 103733 Fair 103712 Remarkable
 103734 Nudie 103723 Scrumptious
Grp. 3 ARTISTRY™ MINIMAL CHIC Glanz für die Lippen
 103694 Bewando 103750 Chichi
 103695 Splendor 103753 Natural
Grp. 4 ARTISTRY™ TRANQUILITY Lidschatten & Rouge
 103671 Watercolor 103739 Velvet
 103676 Whispers 103738
Grp. 5 ARTISTRY™ TRANQUILITY Funkelnde Lippen-Farbe
 103707 Ling 103740
 103699 Ray 103742 Wish
Grp. 6 E. FUNKHOUSER™ NEW YORK Grundierungs-Set
 103433 Fair 103733 Chichi
 103434 Nudie 103913 Fauchil
 103435 Natural 103734 Frilly
 103436 Mahogany

ERGÄNZUNGEN ZU DEN BESTELLINFORMATIONEN DER GESCHÄFTSPARTNERPREISLISTE

Seite hier heraustrennen und bei ihren Unterlagen abheften.

Land	Best.-Nr.	Bezeichnung	Inhalt Gewicht	P/W	GV	Euro			Euro						
						Einkaufspreis inkl. MWSt. (nur A) ³⁾	Grundpreis EK-Preis (nur A) ²⁾	Basis-% (nur A)	Einkaufspreis inkl. MWSt. (nur A) ³⁾	Grundpreis Verkaufspreis (nur A) ²⁾	erhältlich ab bzw. von/bis				
Sonderartikel															
Kosmetik Dekorativ - E. FUNKHAUSER™ NEW YORK C004															
D+A	Grp. 14	Füssiger Lippenstift	-	6 ml	6,80	9,36	●	9,36	11,14	11,23	35% 15,05 15,17				
D+A	103740	Schimmerpuder, Touch of Gold	-	4,5 g	9,06	12,47	●	12,47	14,84	14,97	35% 20,05 20,20 bis 30.04.07 bzw. solange Vorrat reicht				
D+A	Grp. 15	Lose Mineralfärbigamente	-	2 x 2 g	9,77	13,44	●	13,44	15,99	16,13	35% 21,60 21,77				
D+A	Grp. 16	Nagellack	-	4 x 4 ml	9,54	13,13	●	13,13	15,62	15,76	35% 21,10 21,28				
Drucksachen															
D+A	218213	E. FUNKHAUSER™ NEW YORK Kollektion 004-Broschüre	-	1 Pack m. 5	-,-	2,50	2,98	3,-	-	-,-	bis 30.04.07 bzw. solange Vorrat reicht				
10% Sonderaktion E. FUNKHAUSER™ NEW YORK															
D+A	218734	E. FUNKHAUSER™ NEW YORK Professionelle Produktserie	-	1 Set	275,11	378,52	●	340,67	405,40	408,78	35% 547,30 551,86 bis 30.04.07 bzw. solange Vorrat reicht				
Werbeartikel Sonnenschutz															
D+A	216831	PETER ISLAND™ Strandtasche	26	1 Stück	7,62	10,48	●	10,48	12,47	12,58	20% 14,95 15,10				
Herrenpflege															
D+A	217348	TOLSON™ Krawatte	26	1 Stück	12,36	17,-	●	17,-	20,23	20,40	20% 24,30 24,48 ab 03.04.07 solange Vorrat reicht				
Reiniger															
D+A	101988	HOME TEND COLLECTION Haushaltspflege Frühling 2006	-	1 Set	20,39	28,05	●	28,05	33,38	33,66	30% 43,40 43,76				
D+A	104823	Best of Amway Sonderaktion (2 x LOC, Mehrzweckreiniger + 1 x L.O.C. Plus Metalleiniger, 15% preisreduziert bei gleichbleibendem P/W/GV)	-	1 Set	10,23	14,07	●	11,95	14,22	14,34	30% 18,50 18,65 vom 03.04. bis 30.04.2007				
DVD - Sonderaktion															
D+A	217034	Platin Kollektion DVD	36	1 Stück	-,-	4,-	4,76	4,76	4,80	-	-,- 4,80				
D+A	217852	Platin Kollektion DVD II	36	1 Stück	-,-	4,-	4,76	4,76	4,80	-	-,- 4,80				
D+A	217845	Platin Kollektion DVD III	36	1 Stück	-,-	4,-	4,76	4,76	4,80	-	-,- 4,80				
D+A	218288	Platin Kollektion DVD IV	36	1 Stück	-,-	4,-	4,76	4,76	4,80	-	-,- 4,80				
D+A	218602	Platin Kollektion DVD V	36	1 Stück	-,-	4,-	4,76	4,76	4,80	-	-,- 4,80				
D+A	218854	Platin Kollektion DVD VI	36	1 Stück	-,-	4,-	4,76	4,76	4,80	-	-,- 4,80				
Werbeartikel															
D	217833	Firmenlauf-T-Shirt, Größe M	35	1 Stück	-,-	11,90	14,16	14,16	14,28	-	-,- 14,28				
D	217834	Firmenlauf-T-Shirt, Größe L	35	1 Stück	-,-	11,90	14,16	14,16	14,28	-	-,- 14,28				
D+A	216899	Werbeunterstützende Postkarten	-	1 Pack m. 20	-,-	2,50	2,98	3,-	-	-,-	-,- 3,-				

Grp. 14 E. FUNKHAUSER™ NEW YORK Grp. 15 E. FUNKHAUSER™ NEW YORK
Flüssiger Lippenstift 103732 Astonishing 103738 Epic 103731 Miraculous 103729 Superonic
 103908 Be Dazzled 103919 Sultry/Saucy

Grp. 16 E. FUNKHAUSER™ NEW YORK Nagellack
 103908 Be Dazzled Happy-Go-Lucky

Bitte beachten Sie, dass sämtliche Drucksachen, Videos und Tonträger nicht gegen Neuraufügen eingetauscht oder gutgeschrieben werden können. An uns eingesendete, verliehene Drucksachen, Videos oder Tonträger werden nicht an den Absender zurückgesandt.
) = volles GV (größer oder gleich EK-Preis exkl. MwSt.); I-N: im Katalog in Schwarz; Best.-Nr.: im Katalog in Blau; MwSt.: Best.-Nr. im Katalog auf der Basis einer Mengeneinheit (1 kg) / 100 g (100 ml) bzw. bei Wäschmitteln auf der Basis einer Wäschmittelpackung (mittleres Wasser, normale bzw. bei Fein-Spezialwaschmitteln leichtere Verschmutzung)
 2) Grundpreis = Pauschalpreis der Verordnung des Gesetzgebers für die entsprechende Warengruppe (Artikelgruppe).
 3) Grundpreis = lt. Preiszeichnungsgesetz der Preis, inkl. MwSt., auf der Basis einer Mengeneinheit (1 kg / 1 l bzw. 100 g / 100 ml) bzw. bei Waschmitteln auf der Basis einer Sollanwendung (mittleres Wasser, normale bzw. bei Fein-Spezialwaschmitteln leichtere Verschmutzung)
 D In diesen Preisen enthalten ist der gesetzliche MwSt.-Satz von 19 % bzw. 7 % bei Nahrungsergänzungsmitteln, Nahrungsmitteln und Tierernährung.
 A In den Preisen ist der gesetzliche MwSt.-Satz von 20 % bzw. 10 % enthalten

ARTISTRY™

Wir setzen Maßstäbe in der Entwicklung von Hautpflegeprodukten

WISSENSCHAFT IST DIE GRUNDLAGE FÜR ALLES, WAS WIR TUN.



Besuchen Sie das ARTISTRY™ Brand Centre auf www.amway.de bzw. www.amivo.at und informieren Sie sich Schritt für Schritt über die wissenschaftlichen Erkenntnisse, die unsere Kosmetiklinie ARTISTRY™ erst möglich machen.

Impressum
Amway GmbH
Abteilung Communications · Postfach 13 63
82169 Puchheim · E-Mail: Info_GER@amway.com
<http://www.amway.de>

Amway Gesellschaft m.b.H.
A-1210 Wien · Lohnergasse 2
E-Mail: InfoCenter-AT@amway.com
<http://www.amway.at>

Werbeagentur: REPRODUKT medien, München
Lithografie: REPRODUKT medien, München
Druck: GGP Media, Pössneck

Das AMAGRAM™ wird herausgegeben und verlegt für Deutschland von der Amway GmbH, Abteilung Communications, 82175 Puchheim, Telefon (0 89) 80 09 40, für Österreich von der Amway Gesellschaft m.b.H. Österreich.

Die Redaktion haftet nicht für eingesandte Manuskripte und Fotos. © Amway GmbH, © Amway Gesellschaft m.b.H.
Alle Rechte vorbehalten.

Die Verbreitung von AMAGRAM Artikeln in der Bundesrepublik Deutschland ist grundsätzlich gestattet bei Veröffentlichung des vollständigen Textes und des Vermerks „Wiedergabe mit Genehmigung der Amway GmbH, Puchheim“. In Österreich ist die Wiedergabe von AMAGRAM Artikeln grundsätzlich bei Abdruck des vollständigen Textes mit dem Vermerk „Wiedergabe mit Genehmigung der Amway Gesellschaft m.b.H. Österreich“ gestattet.

Für Deutschland: Amway GmbH, Abteilung Communications, Postfach 1363, D-82169 Puchheim
Für Österreich: Amway Gesellschaft m.b.H. Österreich, Lohnergasse 2, A-1210 Wien

Amway amivo

WHU0140D