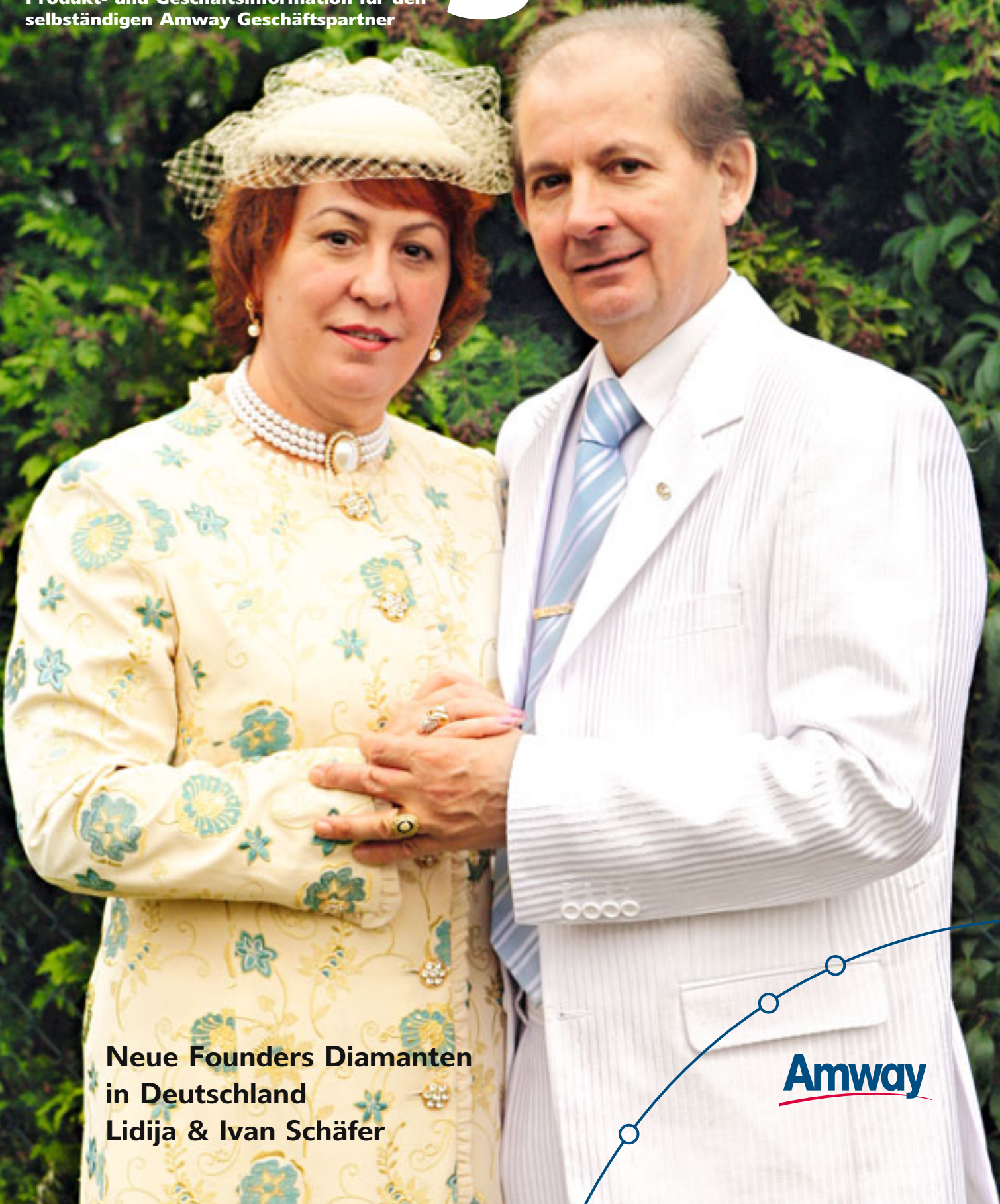


Amagram

Produkt- und Geschäftsinformation für den
selbständigen Amway Geschäftspartner

April 08



**Neue Founders Diamanten
in Deutschland
Lidija & Ivan Schäfer**

Amway

ARTISTRYTM

DEMNÄCHST ...

Die Superlative: ARTISTRYTM Creme LuXury

ARTISTRY Creme LuXury wurde für die Frau geschaffen, die nur das Beste für sich will. Ihre Hautpflege nimmt sie genauso ernst wie alle anderen Aspekte ihres Lebens. Innovative Produkte, die das jugendliche Aussehen und die Schönheit ihrer Haut wiederherstellen und bewahren, sind ihr wichtig. Das tief empfundene Verlangen nach sinnlicher Erfahrung, exquisitem Luxus und wissenschaftlichem Knowhow ist der Grund dafür, warum in Sachen Hauterneuerung nur das Beste gut genug für sie ist.

Weitere Information zu diesem Produkt finden Sie unter www.amway.de bzw. www.amway.at (www.amivo.at).

Sandra Bullock für ARTISTRY Creme LuXury

Inhalt

Neuigkeiten

- 3 Editorial
- 7-10 Lokale Qualifikationen
Founders Diamant, Rubin, Platin, Gold,
Silber, 18 %, 15 %, 12 %, Top Starter
- 33-35 Bestellinfos

Unternehmensinfo

- 6 SIP 2007/08: Einmalzahlungen
- 25 ARTISTRY und NUTRILITE Präsentationen
im Amway Experience Center – Munich
- 26 SATINIQUE™: John Gillespie im
AEEC Wien (A)
- 27 PW-Rallye 2007/08 (A)
- 28 Seminar für neue Führungskräfte im
Amway Experience Center – Munich (D)
- 29 START! – Infoseite für neue Geschäfts-
partner und Sponsoren
- 30 Ökotest Bewertung von NUTRILITE
Einmal Täglich (D)
- 31 Amway gratuliert den Absolventen des
16. IHK-Zertifikatslehrganges (D)
- 32 Neuheiten und andere Informationen;
Platin Kollektion DVDs

Produktinfo

- 2 Demnächst: ARTISTRY™ Creme LuXury
- 4-5 Kunden-Faltprospekte zur Unterstützung
Ihres Kunden-Geschäftes; NEU: Kunden-
Faltprospekte für iCook™ und eSpring™
- 11 NEU: ARTISTRY Make-up in zwei neuen
Farbnuancen
- 12-13 Geschenke zum Mutter- und Vatertag
aus der AMWAY™ Boutique Kollektion
- 14-15 Natürlicher Look mit den ARTISTRY
Lidschatten
- 16-17 ARTISTRY Frühjahrskollektion
„Rare Beauty“
- 18-19 „Lifestyle Balanced Solutions“ Programm
von Amway: Erfolgsgeschichten
- 20 eSpring; ALD Lease Finanz
- 21 NUTRILITE™ Fibre Powder und
Ballaststoff-Kautabletten
- 22-23 Frühjahrsputz mit L.O.C.™ und Co.
- 24 DEMNÄCHST: ARTISTRY™ TIME
DEFIANCE™ Aufbauende Gesichtslotion
- 32 Platin Kollektion DVDs
- 36 Demnächst: E. FUNKHOUSER™
NEW YORK Kollektion 007

Veränderung



Seit fast fünfzig Jahren können wir uns auf die Stärke unseres Geschäftes verlassen. Es hat **Ihnen** eine Chance gegeben, und auch Ihrer Familie, Ihren Freunden und allen Menschen auf dieser Welt.

Doch wir wollen ein großartiges Geschäft noch besser machen! Das ist unser Ziel, auf das wir uns dieses Jahr konzentrieren wollen. Unser Geschäft verändert sich, was eine aufregende Sache ist. Wir engagieren uns für Innovation, werden immer leistungsorientierter und legen das Fundament für unsere Entwicklung in der Zukunft.

Einige dieser Resultate haben Sie bereits gesehen, denn wir haben auf verschiedenen Märkten neue Produkte eingeführt – Produkte, von denen wir glauben, dass Sie Ihnen neue Kunden bringen werden. Aber wie Sie sicher wissen, geht es bei Veränderung nicht nur darum, neue Produkte auf den Markt zu bringen.

Es geht darum, unsere Beziehung zu **Ihnen** noch enger zu gestalten, indem wir neue Gelegenheiten schaffen, die


mit einem sich ständig verändernden Direktvertriebsmarkt Schritt halten können und diesem auch voraus sind.


Es geht darum, dass wir vorbereitet sind, um von neuen Technologien und Ressourcen profitieren zu können, sobald diese verfügbar sind. Es geht darum, dass wir noch mehr Schulungen als bisher anbieten und neue, zeitgemäße Verkaufswerkzeuge entwickeln. Und es geht darum, dass wir uns auf eine einheitliche Aussage über unser Geschäft konzentrieren und ein weltweites Markenbewusstsein schaffen – was auch dazu beitragen wird, unseren guten Ruf noch weiter zu verbessern.

Und vergessen Sie nicht, wie wichtig es ist, dass wir mit einer Stimme sprechen, wenn es um die Geschäftsmöglichkeit geht, und ganz besonders dann, wenn wir über den Plan reden. Die Erwartungen, die wir bei unseren potenziellen Geschäftspartnern wecken, müssen durch die Erfahrungen bestätigt werden, die diese in unserem Geschäft haben werden.

2008 werden unsere Initiativen zum weiteren Ausbau des Geschäftes zu mehr Erfolg für alle und für **Sie** führen.

Wir können Ihnen gar nicht genug dafür danken, dass Sie Teil unserer Zukunft sein wollen!


Steve Van Andel
Chairman


Doug DeVos
President



Kunden-Faltprospekte zur Unterstützung Ihres Kunden-Geschäftes

Vergessen Sie neben den neuen Kunden-Faltprospekten zu eSpring™ und iCook™ nicht die im Januar erschienenen Kunden-Faltprospekte:

Diese wundervollen Kunden-Faltprospekte sind ideal, um diese nach einem Gespräch beim Kunden zu lassen, denn sie geben einen einfachen Überblick über Amway und die Amway Produkte.

Sie zu nutzen hat jedoch noch viele andere Vorteile:

- Produktinformationen in einem übersichtlichen Faltprospekt lassen Vertrauen und Glaubwürdigkeit beim Kunden entstehen.
- Diese Kunden-Faltprospekte enthalten viel Bildmaterial, das einen einfachen Wiedererkennungseffekt der Produkte hat.
- Die Informationen in den Kunden-Faltprospekten sind dauerhaft nutzbar, da sie allgemein gehalten und keinen kurzfristigen Änderungen unterworfen sind.
- Diese Kunden-Faltprospekte erreichen eine größere Zielgruppe und werden immer wieder zur Hand genommen, um sich die Produkte erneut ins Gedächtnis zu rufen.



ARTISTRY™
Kunden-Faltprospekt
Best.-Nr. 105466



NUTRILITE™
DOUBLE X™
Kunden-Faltprospekt
Best.-Nr. 105468



ARTISTRY™
TIME DEFIANCE™
Kunden-Faltprospekt
Best.-Nr. 105469



„RUND UMS HAUS“
Kunden-Faltprospekt
Best.-Nr. 105467



SATINIQUE™
Kunden-Faltprospekt
Best.-Nr. 105470



NUTRILITE™
Kunden-Faltprospekt
Best.-Nr. 105465

Nutzen Sie auch die neuen Kunden-Faltprospekte, um den Verkauf der Produkte zu fördern

Wir präsentieren Ihnen zwei weitere Kunden-Faltprospekte zu den Produktlinien eSpring™ und iCook™, die nun zusätzlich zu den im Januar 2008 eingeführten Kunden-Faltprospekten ebenfalls im 10er-Pack erhältlich sind.

**iCook™
Kunden-Faltprospekt
Best.-Nr. 106281**

Verwenden Sie die Kunden-Faltprospekte als Werbematerial bei Ihrem Kunden, denn so können Sie viele Vorteile nutzen:

- Die Kunden-Faltprospekte geben dem Kunden übersichtlich und einfach Informationen zu den Marken und Produkten und erleichtern Ihnen somit die Arbeit.
- Die Kunden-Faltprospekte geben interessante Informationen zu den Produkten und fordern somit den Kunden auf, weitere Informationen anzufragen.
- Sie können auf jedem Faltprospekt Ihre Kontaktdaten eintragen, damit der Kunde Sie jederzeit für eine weitere Bestellung kontaktieren kann.
- Die Kunden-Faltprospekte erhöhen das Bewusstsein für Amway und die Amway Produkte.
- Die Kundenloyalität steigt mit der Bekanntheit von Amway und den Amway Produkten.
- Steigern Sie Ihren Umsatz, indem Sie diese Kunden-Faltprospekte effektiv einsetzen.



**eSpring™
Kunden-Faltprospekt
Best.-Nr. 106280**

Demnächst erscheint noch ein weiterer Kunden-Faltprospekt zu E. FUNKHOUSER™ NEW YORK, um die neue Kollektion 007 zu unterstützen.

Unterstützung Ihres Kunden-Geschäftes

Stellen Sie sicher, dass Sie immer genügend Kunden-Faltprospekte im Haus haben, für den Fall, dass Kunden zu Ihnen kommen – um Produkte immer wieder zu bewerben, z. B. die eSpring Produkte.



Profitieren Sie von den EINMALZAHLUNGEN

Denken Sie über die vielen Möglichkeiten nach, wie die einmaligen Provisionen Ihr Leben und Ihre Arbeit verändern können...

10.000 €

Q12 Platin Jahresprovision

Qualifizieren Sie sich im Geschäftsjahr 2007/08 als Q12 Platin Geschäftspartner mit dem erforderlichen Volumen, erhalten Sie eine Anerkennung von **10.000 EUR**.

13.000 € in zwei Stufen

Provision für neue europäische* Smaragde

Als neuer europäischer* Smaragd im Geschäftsjahr 2007/08 erhalten Sie eine Provision von 6.000 EUR. Wenn Sie sich im darauf folgenden Geschäftsjahr als europäischer* Smaragd requalifizieren, erhalten Sie eine zusätzliche Provision von 7.000 EUR. Auf diese Weise erhalten Sie insgesamt **13.000 EUR** in zwei Jahren!

26.000 € in zwei Stufen

Provision für neue europäische* Diamanten

Als neuer europäischer* Diamant im Geschäftsjahr 2007/08 erhalten Sie eine Provision von 12.000 EUR. Wenn Sie sich im darauf folgenden Geschäftsjahr als europäischer* Diamant requalifizieren, erhalten Sie eine zusätzliche Provision von 14.000 EUR. Auf diese Weise erhalten Sie insgesamt **26.000 EUR** in zwei Jahren!

30.000 € in zwei Stufen

Provision für neue europäische* Exekutiv Diamanten

Als neuer europäischer* Exekutiv Diamant im Geschäftsjahr 2007/08 erhalten Sie eine Provision von 14.000 EUR. Wenn Sie sich im darauf folgenden Geschäftsjahr als europäischer* Exekutiv Diamant requalifizieren, erhalten Sie eine zusätzliche Provision von 16.000 EUR. Auf diese Weise erhalten Sie insgesamt **30.000 EUR** in zwei Jahren!



Anerkennungen für den selbständigen Amway Geschäftspartner 2007/08

....Denken Sie darüber nach? Fangen Sie an!

* Weitere Informationen zu diesem Programm und zu den Qualifikationsbedingungen erhalten Sie von Ihrem Platin, Ihrer zuständigen Amway Niederlassung und auf der Amway Internetseite.

Lokale Qualifikationen Deutschland und Österreich



Lidija & Ivan Schäfer
Deutschland



FOUNDERS DIAMANT
AUGUST 2007

Lidija und Ivan Schäfer sind seit 1976 verheiratet und haben zwei Töchter, Erika und Marianna. Ivan ist sehr vielseitig begabt, dies zeigt, dass er neben seinem Beruf als Konstruktionsingenieur auch noch eine eigene kleine Schreinerei hatte, in der er Schachbretter herstellte. Sein Kindheitstraum war es jedoch, Pilot zu werden. So mag man sich auch nicht wundern, dass er gerade am Flughafen mit dem Amway Geschäft in Berührung kam. Er war sofort von den Amway Produkten und der Amway Geschäftsmöglichkeit begeistert – im Gegensatz zu seiner Frau Lidija, die erst nach einer Rede von Marianne Schwarz überzeugt war. So ließ er sich auch nicht entmutigen, als er



Fantasie und Hobby

die Person, die ihm am Flughafen Amway vorgestellt hatte, nicht erreichen konnte. Er suchte sich die Telefonnummer der Amway Niederlassung und ließ sich dort den Kontakt eines anderen Amway Geschäftspartners geben.

Lidija liebt die Amway Produkte, vor allem alles rund um die Schönheit, und besonders die 100 %ige Zufriedenheitsgarantie. Doch neben dem Aneignen von Produktkenntnissen war auch der gute Kontakt zur Upline und zu den Amway Mitarbeitern ausschlaggebend für den Erfolg von Lidija und Ivan. Aber auch die gut organisierten Schulungen waren sehr hilfreich. Durch das Amway Geschäft haben sie viele Freunde gewonnen und eines ihrer Ziele ist, dass auch ihre Geschäftspartner erfolgreich sind.

Ohne Produkte gibt es kein Geschäft

Kosmetikprodukte für Lidija – NUTRILITE™ Produkte für Ivan: denn ohne Produkte gibt es kein Geschäft. Lidija und Ivan stehen hinter den Amway Produkten und sind der Meinung, jeder gute Geschäftspartner müsse auch mindestens zehn Kunden haben. Mit dieser Einstellung erreichten sie die Silber Qualifikation – ein Meilenstein in ihrem

Geschäftsaufbau. Mit dem Erreichen der Rubin Qualifikation 1994 gab Ivan seinen Beruf als Konstruktionsingenieur auf und konzentrierte sich von da an voll und ganz auf das Amway Geschäft. Schön war auch, dass von Anfang an die ganze Familie dabei war und alle integriert wurden. „Durch das Amway Geschäft entwickelt man sich persönlich und beruflich weiter“, sagen die beiden heute. Anfangs war es natürlich noch sehr stressig, denn neben dem Beruf musste man noch seine Freizeit in den Geschäftsaufbau investieren. Doch der Aufwand hat sich gelohnt, wie man heute sehen kann. Mit viel Menschlichkeit, Geduld und dem Ziel vor Augen, flexibel und selbständig zu sein, haben Lidija und Ivan es geschafft und investieren heute nur noch zwei bis drei Stunden täglich in das Geschäft. Sie können sich gar nicht mehr vorstellen, etwas anderes zu machen. Durch ihre internationalen Geschäfte, u. a. in der Ukraine, in Russland, Griechenland, Spanien und Italien, waren sie bereits auf vielen Amway Reisen. Die schönsten Ziele waren für sie die Reisen zusammen mit ihren Töchtern nach Orlando und Las Vegas.

Ergeizig wie Lidija und Ivan Schäfer sind, haben sie sich zum Ziel gesetzt, die Qualifikation zum Founders Kronenbotschafter zu erreichen – denn sie möchten gerne mit ihrer Familie eine Kronenbotschafterreise in die USA machen.



Ivan im Büro



Münzen sind Ivan's Hobby



Familie und Zukunft

Europäische Founders Qualifikationen mit August 2007 – Berichtigung



Sissy Petra & Alois Szuchar
Ungarn



FOUNDERS EXEKUTIV
DIAMANT
AUGUST 2007

In der AMAGRAM™ Ausgabe Februar 2008 ist uns leider ein Druckfehler unterlaufen. Hier nun noch einmal der vollständige Name. Wir bitten um Verständnis.

Lokale Qualifikationen Deutschland und Österreich

Angelika & Manfred Schaedler Deutschland



**RUBIN
JANUAR**

Ärztin & Beamter

Kim-Oanh Do Thi & Nguyen Ba Ky Deutschland



**PLATIN
JANUAR**

Buchhalterin & Selbständig

Thuy Vu Thi Bich & Long Luong Hong Deutschland



**RUBIN
JANUAR**

Näherin & Selbständig

Evelyn & Chistian Scheucher Österreich



**PLATIN
JANUAR**

Selbständig &
Landesbediensteter



GOLD JANUAR

DEUTSCHLAND

Arnold Katja / GOELL



SILBER JANUAR

DEUTSCHLAND

Duong Thi Minh Loan & Vu-Xuan Quang / DO THI & KY
Feddersen Henryka & Torsten / PLEGER-PETERS & PETERS
Parschin Irina / RENZ

ÖSTERREICH

Müllmann Gottfried / STOTTER

Franz Pollak & Helga Bauer Österreich



**RUBIN
JANUAR**

Selbständig &
Dipl. Gesundheit- und
Krankenschwester

Lokale Qualifikationen Deutschland und Österreich

18 % JANUAR

DEUTSCHLAND

Albrecht Anette
Bausch-Joergensen Ortrud &
Nicaud Hugues
Blankenburg Dorothea &
Thomas
Boronin Marina & Andrej
Grossmann Jeannette & Enrico
Hoog Joachim Georg
Laitzsch Helene
Neumann Simone & Norbert
Rosentreter Alexander
Saad Maren
Schimke Susanne
Schroeder Dagmar
Shnaider Nelli & Sergej
Springer Elisabeth
Wendt Manuela
Zurkuhlen Robert

ÖSTERREICH

Mariner Hildegard & Siegfried
Matuschek Edith & Mag. Heinz

15 % JANUAR

DEUTSCHLAND

Blume Anja & Stefan
Cao Kim Anh
Chau Mandy Phuc Khanh
Daseking Olav
Fleschner Elena & Ramil
Garczynski Anke
Gloeckner Michaela
Hasse Ulrike Alexandra
Karagesjan Alewtina & Arssen
Kluge-Kraemer Kerstin
Kraus-Johnsen Irina
Liebelt Ilona
Liesaus Manja
Mengersen Philippine Von &
Uwe Von
Metzlaff Detlef
Nagel Susanne
Neudert Rita
Orlamuende Michael
Renner Irina
Richter Thuy
Schuml Gerda
Sickinger Christian
Tesch Silvio &
Bredereck Simone

15 % JANUAR

DEUTSCHLAND

Thurnhofer Dana
Vogel Stefan
Vu Thanh Tung &
Dinh Thi Hoa
Werner Marion
Westphal Dennis
Westphal Iwona

ÖSTERREICH

Fida Verica & Leopold
Grassmayr Judy & Christian
Griesser Tanja &
Rauter Andreas
Inderster Erika &
Ebner Gerhard
Kohlegger Dr. Bettina &
Helmut
Lugger Irene
Sykora Leos
Trötzlmüller Irene &
Roman
Unterpinker Mag. Christina

12 % JANUAR

DEUTSCHLAND

Ahrend Analena
Ahrend Anke
Akbar Farah
Anikeev Susanna & Larissa
Bader Marina & Michael
Blenkle Uta
Boeckmann Monika
Deters Harald
Dilger Angelika
Doehnert Karola
Duebner Diana & Sven
Eccarius Gerd
Epner Viktor
Fischer Olga
Fix Helena & Eduard
Flach Raimund
Forche Renate
Freund Irene & Gottfried
Fritzsche Bettina
Furthner Peter & Standl Erika
Gaab Lilia & Alexander
Gabrich Joana
Gabriel Olga & Andrej
Gall Anett
Gerson Elisabeth

12 % DEZEMBER NACH-MELDUNG

ÖSTERREICH

Alfimer Nadja & Henke Ruslan
Pham Thi Cam Thanh
Siwolapowa Katharina
Weber Vera & Andreas

12 % JANUAR

DEUTSCHLAND

Giess Anja
Goossen Tina & Konrad
Grumbrecht Dieter
Gundlach Tobias
Hargasser Renate
Hauschild Regina
Hild Elena
Hochweiss Natalia & Friedrich
Holst Harke-Peter
Jaeger Herta & Wilhelm
Jaeger Monika
Jahn Natalja & Henry
Kaehler Renate
Kautzner Sabine
Kekcec Cigdem & Kayar Yalcin
Koehnlein Manuela & Andreas
Korm Jochen
Kotova Marina & Kuku Igor
Kronert Annemarie
Kunz Jeanine
Lang Marc
Mack Marzena &
Schreiber Michael
Marschall Richard
Martinsen Marion
Miller Sergej &
Gabriel Klaudia
Mischur Isabelle & Jens
Montalbano Ida & Giuseppe
Muencheberg Helmut
Nagel Florian
Nguyen Thi Hang Hoa
Nguyen Thi Yen
Nickel Ines
Ott Vera
Ovcarov Natalia & Gennady
Reich Adina & Albert
Reuther Corinne
Richter Christina &
Gebauer Frank
Roesen Dr. Beate
Rosentreter Olga
Roth Sabine Anna & Peter

12 % JANUAR

DEUTSCHLAND

Schnau Sabine
Schoeckel Frank
Schulz Valentina & Konstantin
Schulze Kerstin & Olaf
Seitz Annegret & Manfred
Siegel Matthias
Sommerlatt Diana & Holger
Soruklu Selcuk
Spreitzer Regina & Ernst
Stendel Martina
Stockmann Annerose
Struck Sonja
Stuebner Dr. Margrit & Hans
Totzauer Thuan
Uhli Melanie-Tatjana
Wagner Anna & Peter
Wangemann Dorit & Daniel
Werle Wilhelm
Westhaus Nicole
Wiedick-Puscasu Dr. Liliane
Wildner Yvonne
Wolfrum Marion
Wollenbecker Angelika
Wunder Eszter & Manfred
Zeisler Monika & Bernd

ÖSTERREICH

Feuchter Franz
Griesser Monika
Griesser Tanja & Rauter
Andreas
Haas Anton Karl
Kahlhofer Waltraud
Lanser Birgit & Gerhard
Lanser Hermann
Lugger Irene
Mross Angelika & Rommy
Prall Christoph
Schink Renate
Schmied Ingrid
Wegl Friederike
Wetl Johannes
Zinnburg Gabriele

Lokale Qualifikationen Deutschland und Österreich

TOP DEUTSCHLAND STARTER

Neugesponserte des Monats OKTOBER

ANZAHL TOP STARTER PUNKTE OKTOBER 2007 – JANUAR 2008

Birnkammer Christl / 23 / KIRNER
 Filippova Yulia / 23 / MUELLER-MEERKATZ E. & DR. P.
 Kuenstler Volker / 23 / MARQUARDT
 Batt Viktor / 21 / BATT
 Beidel Alexander / 20 / SAMLAND
 Engel Svetlana / 20 / BOCKSBERGER
 Geelhaar Beatrice / 20 / BACH
 Wist Irma / 20 / MICHAJLOWA & MICHAJLOW
 Selbach Gabi / 19 / MAS I. & P.
 Shinkarenko Olga / 19 / RENZ
 Bazhan Dmytro / 18 / KROMER
 Duong Thanj Nga / 18 / DO THI & KY
 Hu Zhiyu / 18 / SCHNORR
 Korn Ute / 18 / BARESCH
 Massold Denis / 18 / REILE
 Ritscher Olga / 18 / MICHAJLOWA & MICHAJLOW
 Zimmermann Valeria / 18 / GAAB
 Braun Joni / 17 / SVETASCHOV
 Cao Duc Duy / 17 / KIRNER
 Vasele Gita / 17 / FICHTNER
 Bazhenova Ekaterina / 16 / PETROUNIN
 Hundertmarck Christa / 16 / MARQUARDT
 Rempel Anna / 16 / FUNK
 Zado Olga / 16 / BOLLINGER
 Jakimenko Ilona / 15 / MANZ & LAITENBERGER
 Nowotnick Daniela / 15 / NOWOTNICK
 Beyer Martha / 14 / STEFFEN
 Boll Bernhard / 14 / THEUERMANN
 Domabyl Silke / 14 / KIPP
 Gatzke Katja / 14 / GATZKE-RAUNICK & GATZKE
 Gross Christa / 14 / LAMAACK
 Jerome Tatjana / 14 / BECKER
 Juenemann Sylvia / 14 / GENSCHE
 Kalbach Eugen / 14 / LAMMERT
 Kirsch Ljubov / 14 / MICHAJLOWA & MICHAJLOW
 Kozel Claudia / 14 / NEUMANN
 Lasch Michaela / 14 / GOEPFRICH
 Propp Alexander / 14 / BOLLINGER
 Schulz Valentina / 14 / KAGANSKI
 Trippenfeld Artur / 14 / MARTENSEN

TOP ÖSTERREICH STARTER

Neugesponserte des Monats OKTOBER

ANZAHL TOP STARTER PUNKTE OKTOBER 2007 – JANUAR 2008

Leichtfried Robert / 24 / ANDERL
 Almonte Christine / 23 / GARNEIER
 Ismailcebioglu Bervin / 21 / SCHRITTWIESER
 Fuchs Eva / 20 / RASCHENBERGER
 Schink Renate / 20 / RESCH
 Neuhauser Niki / 19 / NEUHAUSER
 Kahlhofer Waltraud / 19 / HOEFLEHNER
 Korhammer Natascha / 18 / ZETTELMEYER
 Sebesic Marina / 17 / KOENIG
 Herites Michaela / 16 / BAUER
 Griesser Monika / 16 / HOEFLEHNER
 Truempel Maria / 15 / KAZIANKA
 Buchegger Barbara / 15 / SCHOECK
 Nikitscher Alexandra / 15 / BAUER
 Ruehrnessl Karl / 14 / REITBAUER
 Strohmeier Marianne / 14 / WAGENHOFER
 Zehetmayr Karin & Markus / 14 / WILLENIG
 Deisenhofer Martin / 14 / TROST
 Gapp Hermann / 14 / HAAS
 Hinterramskogler Helga / 13 / MONDEL
 Lindmayr Birgit / 13 / SCHEUCHER
 Wimmer Helmut / 13 / PILLITSCH
 Hoessinger Phatcharee / 13 / HUTTER
 Jurate Meskauskaite / 12 / DORN
 Kutschera Anita / 12 / POLLAK
 Graf Andrea / 12 / WILLENIG
 Kreuzer Sabine / 12 / SCHRITTWIESER
 Lora Peter / 11 / ABEL
 Bozic Savjeta / 11 / BERNHARD
 Neubauer Werner / 11 / BAUER

ARTISTRY™ Make-up-Farbtöne BISQUE und NUDE

AB 02. APRIL 2008 ERHÄLTlich!

Ganz gleich, ob die Haut fettig, trocken, jung oder reif ist, unter den ARTISTRY Make-ups ist mit Sicherheit auch das richtige für Ihre Kundinnen dabei. Make-up spielt gleich zwei wichtige Rollen im Leben einer Frau. Als letzter Schritt der täglichen Hautpflege versorgt es die Haut mit Feuchtigkeit und schützt sie. Als erster Schritt eines kompletten Looks schafft es die perfekte, ebenmäßige Unterlage, die sozusagen die „Leinwand“ für den Look bildet. ARTISTRY bietet für jeden Hauttyp und jeden Teint das richtige Make-up.

Jetzt sind zwei neue Farbtöne des ARTISTRY Flüssigen Make-ups, ausgleichend und ölfrei und des Flüssigen Make-ups, seidig-matt und harmonisierend erhältlich.



Flüssiges Make-up, ausgleichend und ölfrei



Bisque – Best.-Nr. 105121



Nude – Best.-Nr. 105122

Flüssiges Make-up, seidig-matt und harmonisierend



Bisque – Best.-Nr. 105124



Nude – Best.-Nr. 105125

Produktkenntnisse spielen eine wichtige Rolle, wenn Sie Ihren Kunden Kosmetik vorführen und verkaufen. Sie sollten sich daher ausführlich über Eigenschaften, Texturen und Vorteile der verschiedenen Make-ups informieren. Ihre Kunden sollen schließlich voll und ganz mit ihrer Kaufentscheidung zufrieden sein.

EINIGE TIPPS UND HINWEISE, WIE SIE DIESE FANTASTISCHEN MAKE-UPS NOCH BESSER PRÄSENTIEREN KÖNNEN!

Auswahl des passenden Farbtons: Bestellen Sie die neue ARTISTRY Farbkarte (Best.-Nr. 217109 – 1 Pack m. 5), um Ihren Kunden bei der Auswahl der richtigen Farbtöne behilflich sein zu können.

Make-ups verkaufen sich am besten, wenn Sie das Produkt und die verschiedenen Farbtöne auf der Haut der Kundin testen (falls Sie keine Kosmetikerin sind, sollte die Kundin die verschiedenen Produkte und Farbtöne selbst testen). Dazu eignen sich unsere Make-up-Proben ganz hervorragend. Diese sind verfügbar als Flüssiges Make-up, seidig-matt und harmonisierend (Best.-Nr. 103220), Flüssiges Make-up, ausgleichend und ölfrei (Best.-Nr. 103225) und ARTISTRY TIME DEFIANCE™ Hautstraffendes Creme Make-up (Best.-Nr. 103527). Weitere Verkaufstipps finden Sie im Produkt-Handbuch „Schönheit“.

ARTISTRY™

Auf der Suche nach einem tollen

Muttertags- geschenk?

Mit einem Blick in die
AMWAY™ Boutique
Kollektion wird man
bestimmt fündig.

Atemberaubender Schmuck, fantastische
Parfums, wunderschöne Dessous und
modische Strümpfe sind genau das
richtige Geschenk für jede Mutter an
diesem besonderen Tag.

*Genauere Informationen sowie
Informationen zu Größen und Bestell-
nummern lesen Sie in der AMWAY
Boutique 2007/2008 Broschüre
(Best.-Nr. 218206). Auch online
können Sie weitere Informationen
nachlesen unter www.amway.de bzw.
www.amway.at (www.amivo.at).*



Amway
Boutique



Die AMWAY™ Boutique
Kollektion hält auch das
ideale Geschenk für den

Vatertag

bereit

*Eine große Auswahl: Manschettenarmband
aus Edelstahl, eine wundervolle Herrenuhr
und ein umfangreiches Angebot an exklusiven
Herrendüften.*



- OPPORTUNE™ Sport
Eau de Toilette für Männer, 50 ml
Best.-Nr. 103705



- Herren-Uhr
Best.-Nr. 104822



- Manschettenarmband
aus Edelstahl
Best.-Nr. 104504



- Geldscheinklammer aus
Edelstahl
Best.-Nr. 104503

Amway
Boutique

Weitere Informationen und Bestellnummern finden Sie in der AMWAY Boutique 2007/2008 Broschüre
(Best.-Nr. 218206) sowie online unter www.amway.de bzw. www.amway.at (www.amivo.at).

DEN FRÜHLING BEGRÜSSEN – MIT EINEM NEUEN, NATÜRLICHEN LOOK

EIN NATÜRLICHER LOOK MIT DEN
ARTISTRY™ LIDSCHATTEN.

Der **NATÜRLICHE Look** ist ungeheuer wandlungsfähig und passt zu jeder Gelegenheit, **TAG ODER ABEND.**



Augen-Make-up mit drei Lidschattenfarbtönen

1. SCHRITT:

Zuerst trägt man einen hellen Lidschattenfarbton auf das Augenlid bis unter den Brauenbogen auf. Man sollte stets von innen nach außen arbeiten.

2. SCHRITT:

Als Nächstes trägt man eine dunklere Nuance auf. Die Farbe gibt man dabei auf die Lidfalte. Man arbeitet auch hier wieder von innen nach außen. Die Übergänge verwischt man, bis alles ganz natürlich aussieht.

3. SCHRITT:

Zum Schluss setzt man die hellste der drei Nuancen als Highlight unter die Augenbraue.

Besuchen Sie das ARTISTRY Brand Centre online auf www.amway.de bzw. www.amway.at (www.amivo.at). Dort finden Sie viele Tipps zu verschiedenen Looks mit den ARTISTRY Lidschatten, die zu jeder Gelegenheit passen.

BEI DER AUSWAHL VON LIDSCHATTENFARBTÖNEN SOLLTE MAN FOLGENDES BEACHTEN:

Man sollte auch einmal zu Lidschattenfarbtönen greifen, die sehr kräftig wirken. Zuerst sollte man damit experimentieren, denn die verschiedenen Nuancen sehen im Behältnis immer dunkler und kräftiger aus als auf der Haut.

- Zu blauen Augen passen warme Töne, z. B. Gold-, Braun- und Pfirsichtöne.
- Zu grünen Augen passen Töne mit einem gelben Unterton wie Khaki- und Brauntöne. Auch Violett ist eine tolle Farbe für grüne Augen.
- Zu braunen Augen passen fast alle Töne. Blau-, Anthrazit- und Brauntöne sehen besonders gut aus.

WÄRE DAS NICHTS FÜR IHRE KUNDEN?

Mit diesen fantastischen neuen Lidschattentönen können Ihre Kunden einen Look kreieren, den sie mit den ARTISTRY Herausdrehbaren Augenkonturen- und Augenbrauenstiften und der ARTISTRY Wimperntusche perfektionieren können. Gut aussehen und sich gut fühlen!

In der AMAGRAM™ Ausgabe Mai 2008:

Rouge ist ein unverzichtbarer Bestandteil eines Looks



Sich verwöhnen und einen AUSSERGEWÖHNLICHEN Look kreieren mit der ARTISTRY™ RARE BEAUTY Frühjahrskollektion

Die neue Frühjahrskollektion Rare Beauty aus der ARTISTRY Produktlinie sorgt für Eleganz im Handumdrehen. Die vier samtweichen Lidschattentöne in der praktischen Box lassen sich dezent oder kräftig auftragen und vielseitig kombinieren. Die Kollektion Rare Beauty enthält auch einen verführerischen Lippen-Glanz mit neuer Formel, der die Lippen pflegt und mit viel Feuchtigkeit versorgt.

Ob man nun eher in Stimmung für einen natürlichen Look ist oder Glamour für einen besonderen Anlass benötigt, mit unserem neuen Lippen-Glanz und den Lidschatten in Metallic-tönen kann man den idealen Look kreieren. Wie es geht, erklären die nachstehenden Anleitungen:

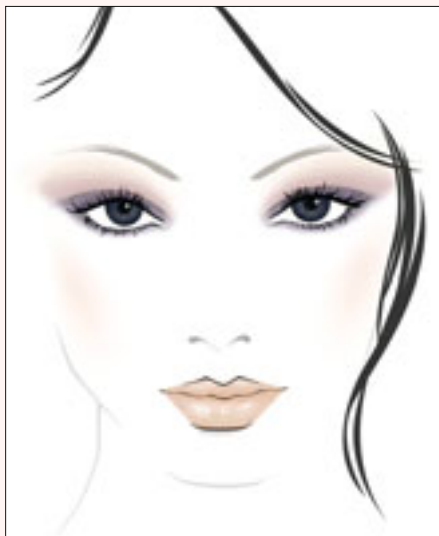
So kreiert man diesen Look: **INDULGE**
Best.-Nr. 104669

Den Frühling einfangen mit der Violett-Palette, deren Farben ganz besonders gut zu den angesagten Blumendrucken und Hortensienfarben der Saison passen. Pastellfarben können zum Modestatement werden; für einen Look, der die Sechzigerjahre wiederauferstehen lässt, aber dennoch sehr modern ist. Hierzu trägt man den Lidschatten um das gesamte Auge herum auf und betont die Lippen mit einem schimmernden Hauch von Rosa.



SCHMINKANLEITUNG

1. Für diesen Look trägt man zunächst **den Violettton** vom Wimpernrand bis zur Lidfalte auf. Dann trägt man die gleiche Farbe am unteren Wimpernrand entlang auf, und achtet darauf, dass sich die Farbe am oberen und unteren Wimpernrand im äußeren Augenwinkel trifft. Die Übergänge verwischt man.
2. Dann trägt man **den Lavendelton** auf die Lidfalte auf, und zieht ihn bis knapp unter den Brauenbogen. Die beiden Farbtöne verwischt man, sodass keine Übergänge mehr zu sehen sind.
3. Schließlich trägt man den **Zartrosaton** unter dem Brauenbogen auf und verwischt die Übergänge. Das Augen-Make-up vollendet man mit zwei Schichten ARTISTRY wischfester Wimperntusche in schwarz. **(Best.-Nr. 4920).**



1. SCHRITT



2. SCHRITT



3. SCHRITT



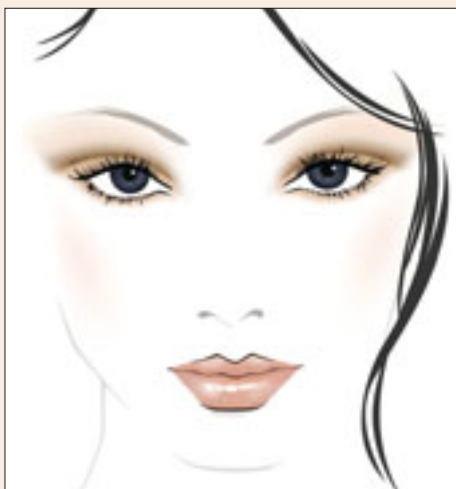
FERTIG GESCHMINKT





So kreiert man diesen Look: **DISCREET**
Best.-Nr. 104670

Warme Metalltöne sind das Geheimnis der natürlichen, aber eleganten Looks, die 2008 angesagt sind. Wir haben in unserer Frühjahrskollektion Terrakottatöne, aber auch ein kräftiges Ziegelrot vorgesehen, für den Fall, dass Ihre Kunden experimentierfreudig sind. Um den abgebildeten Look zu kreieren, der sich ideal fürs Büro oder einen eleganten Abend eignet, geht man folgendermaßen vor:



1. SCHRITT



2. SCHRITT



3. SCHRITT



FERTIG GESCHMINKT



SCHMINKANLEITUNG

1. Zunächst trägt man den **Bronzeton** vom oberen Wimpernrand bis zur Lidfalte auf. Zieht dann den gleichen Farbton am unteren Wimpernrand entlang, und achtet darauf, dass sich die Farbe am oberen und unteren Wimpernrand im äußeren Augenwinkel trifft. Die Übergänge verwischt man.
2. Für Tiefe sorgt man, indem man den **Kupfertön** auf die Lidfalte aufträgt und ihn bis unter die Augenbraue verwischt.
3. Schließlich setzt man **den hellsten, sandfarbenen Ton** unter die Augenbraue und verwischt die Übergänge. Zum Schluss trägt man zwei Schichten ARTISTRY wischfeste Wimperntusche in schwarz auf (**Best.-Nr. 4920**).

Ihre Kunden sollten nicht vergessen, ihren Look mit einem unserer drei neuen Lippen-Glanztöne zu vollenden!

Gifted – Zartes Rosé – **Best.-Nr. 104673**

Signature – Champagner – **Best.-Nr. 104672**

Unrivald – Braun-Rosé – **Best.-Nr. 104671**



Das ARTISTRY™ Kosmetikpinsel-Set ist die ideale Ergänzung für die oben gezeigten Looks. Die Pinsel – mit durchdachtem Design – ermöglichen eine mühelose Anwendung. (**Best.-Nr. 0867 – 1 Set**)



Weitere Informationen zu dieser brandaktuellen Kollektion finden Sie im Brand Centre unter **www.amway.de** bzw. **www.amway.at** (**www.amivo.at**).

„Lifestyle Balanced Solutions“ – Erfolgsgeschichte

Merih Bolukbasi Exekutiv Diamant – Türkei

Ich war ganz aufgeregt, als ich zum ersten Mal etwas über das Programm „Lifestyle Balanced Solutions“ las. Ich hoffte abnehmen zu können, denn das Programm ist so aufgebaut, dass es wirklich jeder verstehen und umsetzen kann.

Der Kernsatz des Programms lautet: „Schränken Sie Ihre Kalorienzufuhr ein, und erhöhen Sie Ihren Energieverbrauch durch Bewegung“. Das ist zwar leicht gesagt, aber nicht so leicht umzusetzen. Ich ging allerdings ganz entspannt an die Sache heran, da sich das Programm individuell anpassen lässt. Anhand der Grafik mit dem Body Mass Index (BMI) stellte ich fest, dass ich eindeutig zu viel wog.

Vorher hatte ich diesen Index nicht sonderlich ernst genommen, da ich dachte, dass er sich nicht auf jeden anwenden lässt. Doch Nutrilite, ein wissenschaftlich arbeitendes Unternehmen, verwendet den Body Mass Index als Kriterium für sein Programm, und daher überlegte ich mir das Ganze noch einmal gründlich. Ich legte mein Gewichtsziel fest: Ich wollte 10 kg in etwa acht Wochen abnehmen.



Lifestyle **balanced** solutions




Es ist sehr wichtig, dass man sich gleich zu Anfang mit dem Programm vertraut macht. Daher las ich die Broschüre gleich mehrmals. Ich machte mich mit der Lebensmittelauswahl und den Portionen vertraut. Ich suchte mir mein Mahlzeitenmodell aus. Ich suchte mir meinen Bewegungsplan aus.

Ein paar gute Ratschläge für Sie:

1. Sie müssen wirklich abnehmen wollen.
2. Achten Sie auf die Portionen!
3. Bleiben Sie in den Momenten der Versuchung standhaft!

Ich aß keine Backwaren, keinen Kuchen und keine frittierten Lebensmittel und trank jeden Tag sehr viel Wasser. Selbst an Tagen, die sehr hektisch waren, nahm ich die NUTRILITE™ POSITRIM™ Cremepulver-Mischung zu mir. Unter der Woche aß ich manchmal einen Bissen oder einen Teelöffel von den Sachen, auf die ich Heißhunger hatte. Sonntags gönnte ich mir dann ein

kleines Extra, aber ich übertrieb nicht. Am schwierigsten waren Geschäftsbesuche, denn wenn man einen Geschäftspartner besucht, bekommt man in der Türkei immer ein Stück Kuchen, gefülltes Gemüse, Gebäck oder Kekse angeboten. Das kann man nicht ablehnen, da man sonst die Gastgeber beleidigen würde. Dieses Problem löste ich dadurch, dass ich stets sagte,

ich würde eine Diät machen, und nur einen Keks aß. Am Ende des Programms hatte ich das Gewicht, das ich das letzte Mal vor 15 Jahren hatte. Jetzt fühle ich mich schlank und energiegeladen. Dank des Programms habe ich viel über eine gesunde Ernährung und einen gesunden Lebensstil gelernt. Ich habe gelernt, abzunehmen und mein Gewicht auf gesunde Weise zu halten.

218502 – „Lifestyle Balanced Solutions“ Basis-Paket

218503 – „Lifestyle Balanced Solutions“ Start-Paket



**Ich empfehle dieses Programm jedem,
der abnehmen möchte.**

* Start-Paket wird mit Rabatt, aber mit gleichem PW/GV angeboten

APRIL 2008

Qualitativ hochwertiges Wasser, gesunder Geist



Wasser ist lebensnotwendig und spielt eine bedeutende Rolle für fast jedes Körperorgan und jede Körperfunktion. Indem man qualitativ hochwertiges Wasser zu sich nimmt, kann man sehr viel für seine Gesundheit, Fitness und sogar für sein äußeres Erscheinungsbild tun.

Welche Vorteile habe ich, wenn ich qualitativ hochwertiges Wasser trinke?

- Höhere Konzentrationsfähigkeit und schnellere Reaktionszeiten
- Besseres Aussehen
- Mehr Energie und Fitness
- Schöne, geschmeidige und faltenfreie Haut, die besser mit Feuchtigkeit versorgt ist

Warum eSpring™ Wasserfiltersystem?

- Es vernichtet über 99,99 % der potentiellen wasser gebundenen Bakterien und Viren im Trinkwasser
- Es verbessert Klarheit und Geschmack des Wassers
- Es verbessert den Geruch des Wassers
- Die Aktivkohle-Filterpatrone reduziert den Gehalt an Partikeln und an mehr als 140 potentiell verunreinigenden Stoffen

Das eSpring Wasserfiltersystem – hochwertiges Wasser für zuhause.

Weitere Informationen finden Sie in der aktuellen Amway Produktbroschüre oder online unter www.espring.com.

eSpring™ Wasserfiltersystem für vorhandenen Wasserhahn (Installation oberhalb der Arbeitsfläche)
Best.-Nr. 100188

eSpring™ Wasserfiltersystem mit Zusatzwasserhahn (Installation unterhalb der Arbeitsfläche)
Best.-Nr. 100189



CLEVER LEASEN UND GÜNSTIG FAHREN

Mit den exklusiven Leasingangeboten für die Amway-Geschäftspartner & gewerbliche Kunden

SCHNELL • GÜNSTIG • KOMPETENT

Die ALD Lease Finanz ist der Leasingpartner von Amway. Wir kümmern uns um Ihre Leasingwünsche von der Bestellung bis hin zur Rückgabe Ihres Fahrzeuges.

Ihre Vorteile im Überblick:

- hohe Nachlässe durch CITROËN reduzieren die Leasingrate
- attraktive Sonderkonditionen für Leasing
- günstige Kfz-Versicherungsangebote
- TÜV-zertifizierte „Faire Fahrzeugbewertung“ schützt Sie vor Überraschungen zum Laufzeitende
- weitere Infos erhalten Sie in unserem Partnerstore auf www.amway.de

CITROËN Sonderkonditionen sind bis zum 31.05.08 befristet



Citroën C2 1.1 Advance, 3-türig, 60 PS/44 kW ^{*1)}

ab 99,99 EUR*
- ohne Sonderzahlung -



Citroën C4 1.4 16V Advance Limousine, 5-türig, 88 PS/65 kW ^{*2)}

ab 144,44 EUR*
- ohne Sonderzahlung -

*Leasinggeber ist die ALD Lease Finanz GmbH, An der Wuhlheide 232B, 12459 Berlin. Alle Preise zzgl. MwSt., Basis für die Leasingberechnung ist ein gewerblicher Leasingvertrag mit Kilometerabrechnung, Fracht- und Zu-lassungskosten werden gesondert berechnet. Die Abbildungen zeigen ggf. Sonderzubehör. Verbrauch ECE auf 100 km (Stadt/Land/Durchschnitt): ^{*1)} 7,7/4,9/5,9 CO₂-Emission: 140 mg, ^{*2)} 8,7/5,2/6,4 CO₂-Emission: 153 mg

Ballaststoffe von NUTRILITE™

NUTRILITE™ Fibre Powder und NUTRILITE™ Ballaststoff-Kautabletten

Ballaststoffe haben die Aufgabe, den Darm gesund zu erhalten und die Darmtätigkeit anzuregen. Es gibt zwei Arten von Ballaststoffen, die vor allem in den Zellwänden von Pflanzen zu finden sind: Unlösliche Ballaststoffe, z. B. Zellulose, Hemizellulose und Lignin, und lösliche Ballaststoffe, z. B. Pflanzengummis, Pektine und resistente Stärken.

Lösliche Ballaststoffe tragen dazu bei, die Magenentleerung zu verzögern, was in einem länger anhaltenden Sättigungsgefühl und einer reduzierten Aktivität von Verdauungsenzymen resultiert. Ballaststoffe wirken sich auch positiv auf die Herzgesundheit aus. Auch die Blutzuckerregulierung hängt mit den Ballaststoffen zusammen, da diese die Magenentleerung und die Nährstoffaufnahme verlangsamen. Diese physiologische Wirkung kann zu einer verzögerten Freisetzung von Zucker in den Blutkreislauf führen und daher die Blutzuckerregulierung verbessern. Unlösliche Ballaststoffe fördern in erster Linie einen regelmäßigen Stuhlgang und können der Darmgesundheit zuträglich sein.



**NUTRILITE
Ballaststoff-Kautabletten –
Best.-Nr. 104283**



**NUTRILITE Fibre Powder –
Best.-Nr. 102736**

Ein durchschnittlicher Erwachsener nimmt am Tag ungefähr 11 bis 13 g Ballaststoffe zu sich, was weniger als die Hälfte der empfohlenen 25 bis 30 g pro Tag ist.

Eine Einnahme beider Produkte in der empfohlenen Dosierung versorgt den Körper mit 15,1 g pro Tag. Die restlichen Ballaststoffe werden über eine gesunde Ernährung aufgenommen.

NUTRILITE FIBRE POWDER ist ein Ballaststoffpulver und damit ein überaus praktisches Nahrungsergänzungsmittel, das aus drei löslichen Ballaststoffen besteht und sich vollständig in Getränken ohne Kohlensäure oder in Lebensmitteln auflöst, ohne den Geschmack oder die Textur zu beeinflussen. Dieses Produkt ist eine einfache, praktische Möglichkeit, um den Lebensmitteln oder Getränken, die man sowieso jeden Tag zu sich nimmt, natürliche Ballaststoffe hinzuzufügen.

NUTRILITE BALLASTSTOFF-KAUTABLETTE bestehen aus einer Mischung von löslichen und unlöslichen Ballaststoffen. Sie enthalten Ballaststoffe aus 13 verschiedenen Rohstoffen und schmecken angenehm süß.

Die Produkte können einzeln oder zusammen eingenommen werden, um Ihnen die Vorteile verschiedener Ballaststoffquellen zu bieten und deren Wirksamkeit zu optimieren.

NUTRILITE™ ist weltweit eine der führenden Marken im Bereich Vitamine, Mineralstoffe und Nahrungsergänzungsmittel

(auf Grundlage der 2006 erzielten Umsätze gemäß der von Euromonitor International durchgeführten Studien).



NUTRILITE™

Bitte beachten Sie hierzu die Geschäftspartner Richtlinien für den Vertrieb von AMWAY™, AMWAY FRUITTABS™, NUTRILITE und POSITRIM Produkten in den aktuellen Amway Geschäftsbedingungen.

Ein sauberes Haus – gleich beim ersten Mal. Garantiert!



L.O.C.™ Reinigungsprodukte sind für spezifische Reinigungsaufgaben entwickelt worden und werden selbst mit hartnäckigem Schmutz im Haushalt fertig. Gründliche Reinigung, gleich beim ersten Mal.

L.O.C. Mehrzweckreiniger

Ein äußerst vielseitiger Reiniger, der für alle Oberflächen im Haushalt geeignet ist.



Best.-Nr. 0001 – 1 Liter

Auf die hohe Reinigungskraft der L.O.C. Plus Produkte ist immer und überall Verlass. Und mit den vielseitigen L.O.C. Plus Reinigungstüchern wird Putzen sogar noch einfacher.



L.O.C. Plus Reinigungstücher werden in einem praktischen, wiederverwendbaren Behälter geliefert und können mit den L.O.C. Plus Reinigern getränkt werden. Verwendbar mit L.O.C. Plus Badreiniger, Küchenreiniger und Glasreiniger.

Einfach den gewünschten Reiniger in den Behälter geben, nach Angaben mit Wasser verdünnen und die Reinigungstücher tränken. Unangenehme Arbeiten im Haushalt gehen so gleich viel leichter von der Hand.



L.O.C. Plus
Reinigungstücher
Best.-Nr. 101427

L.O.C. Plus
Badreiniger
Best.-Nr. 3854
500ml

L.O.C. Plus
Glasreiniger
Best.-Nr. 7485
500ml

L.O.C. Plus Reinigungs-
tücher – Nachfüllpack
Best.-Nr. 102897

L.O.C. Plus Küchenreiniger
Best.-Nr.
100000 (D) / 7477 (A)
500ml





MIT DIESEN **GROSSARTIGEN ANGEBOTEN** KANN DER FRÜHLINGSPUTZ BEGINNEN

Sich um uns selbst und um unsere Familien zu kümmern, heißt auch, sich um unser Zuhause zu kümmern. Mit den Haushaltsprodukten von Amway können Sie Ihren Kunden Produkte anbieten, die genau das tun. Jeder hat gern ein sauberes Zuhause. Und daher sind Produktkenntnisse der Schlüssel für eine überzeugende Präsentation beim Kunden. Gute Kenntnisse über die Produkte können oft den Unterschied zwischen einem Verkaufsabschluss und einer verpassten Gelegenheit ausmachen.

EMPFEHLUNGEN & TIPPS

- Schaffen Sie sich Stammkunden.
- Lernen Sie Ihre Kunden kennen und führen Sie die Produkte vor.
- Informieren Sie sich über die Marken, und machen Sie sich mit den Verkaufsargumenten vertraut.
- Entwickeln Sie einen persönlichen Stil, denn Sie werden mehr Umsatz machen, wenn die Kunden den Eindruck haben, dass Sie mit Ihnen über ihre individuellen Bedürfnisse sprechen.

(Diese Werbeaktion beginnt am 4. März 2008 und endet am 30. April 2008)



25 % Rabatt

beim Kauf von
L.O.C. Plus
Reinigungstüchern

Best.-Nr. 101427

L.O.C. Plus Reinigungs-
tücher – Nachfüllpack
GRATIS beim Kauf
von L.O.C. Plus Reinigungs-
tüchern!

Best.-Nr. 231253



20 % Rabatt

beim Kauf von
ZOOM™ Spray-
reinigerkonzentrat

Best.-Nr. 8213 – 1 Liter

DEMNÄCHST!

ARTISTRY™ TIME DEFIANCE™ Aufbauende Gesichtslotion

Die gegenwärtige ARTISTRY Aufbauende Gesichtslotion wird voraussichtlich ab Juni 2008 unter der TIME DEFIANCE Linie positioniert. Das Produkt passt aufgrund seiner Eigenschaften besser in diese Linie.

Die exklusive, zum Patent angemeldete, nicht säurehaltige Zusammensetzung fördert den natürlichen Hauterneuerungsprozess und verbessert die Hautstruktur sofort sichtbar.

Schon nach der ersten Anwendung ist die Haut besser mit Feuchtigkeit versorgt, fühlt sich geschmeidiger an und ist um mehr als 45 % weicher.

Das Produkt entfaltet seine ganze Wirkung am besten, wenn es zusammen mit den anderen Produkten aus der ARTISTRY TIME DEFIANCE Serie verwendet wird.

ANWENDUNG:

Jeweils morgens und abends nach dem Reinigen und Tonisieren ein paar Tropfen auf die Fingerspitzen geben und sanft auf das Gesicht und den Hals auftragen. Nicht in die Augen bringen.

Für alle Hauttypen geeignet.



Best.-Nr. 100240 –
30 ml

ARTISTRY™

ARTISTRY™



NUTRILITE™

ARTISTRY™ und NUTRILITE™ Präsentationen

Wie bereits im AMAGRAM™ Februar 2008 auf Seite 29 angekündigt, wird es im Laufe des Jahres 2008 einige Neuerungen geben. Diese sollen Ihnen, Ihren Kunden und Interessenten weitere Möglichkeiten zum Besuch des Amway Experience Center – Munich geben.

Daher werden im Amway Experience Center – Munich

ab April 2008 jeweils freitags

Präsentationen für die Produkte in den Bereichen ARTISTRY™ und NUTRILITE™ abwechselnd angeboten.

Diese sind produktbezogen und sollen einen guten Überblick über unsere Produktvielfalt geben. Sie sollen einfaches Produktwissen verständlich und nachvollziehbar vermitteln.

Das Ziel dieser Präsentationen ist es, die Begeisterung für unsere Produkte zu erhöhen. Empfohlene Zielgruppe sind unsere Geschäftspartner, Ihre Kunden und Interessenten.

Die Termine werden wir an alle Platine und höher qualifizierten Geschäftspartner kommunizieren. Bitte informieren Sie sich bei Ihrer Führungskraft.

Die Präsentationen stehen für jedermann offen. Die Teilnahme ist kostenfrei. Eine Anmeldung ist nicht erforderlich.

Die Präsentationen werden von Trainern der Amway GmbH durchgeführt.

Nutzen Sie diese Möglichkeit der Produktpräsentationen für Ihren Geschäftsaufbau! Bringen Sie auch Ihre Kunden und Interessenten mit und lernen Sie Wissenswertes über die Produktlinien ARTISTRY und NUTRILITE.

Amway

Experience Center - Munich



Wann? Immer freitags! Bitte informieren Sie sich bei Ihrer Führungskraft!

Wo? Amway Experience Center – Munich, Meeting 6 im 1. OG



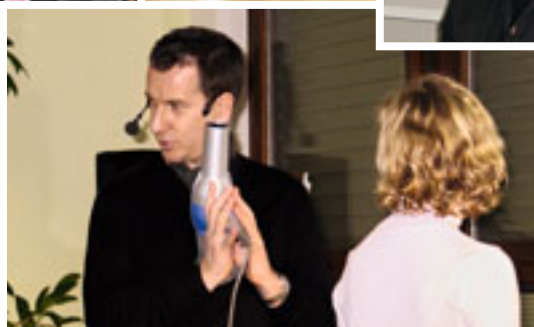
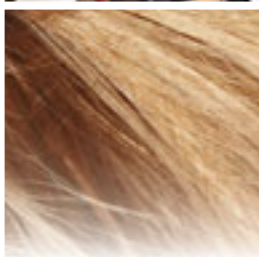
SATINIQUE™

(K)Eine haarige Angelegenheit!

Wir sind sehr stolz, dass John Gillespie, Experte der SATINIQUE™ Haarpflegeserie, uns am 28. und 29. Januar 2008 im Amway European Experience Center in Wien besucht hat. Rund 500 Geschäftspartner haben die Chance genutzt, ihn persönlich kennen zu lernen und von seinem exzellenten Wissen zu profitieren.

Alle Teilnehmer waren sich einig: „Eine einmalige Möglichkeit, mit Hilfe von Models aus dem Publikum wertvolle Informationen und persönliche Tipps und Tricks vom Meister seiner Zunft zu erhalten! Eine tolle Motivation, das Geschäft mit der SATINIQUE™ Haarpflegeserie weiter auf- und auszubauen.“

John Gillespie erklärte das Geheimnis von gesund aussehendem Haar: „Qualitativ hochwertige Inhaltsstoffe führen zu fantastischen Ergebnissen. Und kein anderes Produkt verfügt über das Ceramid Infusion System“.



P.S.: Tolle Kämme und Frisierumhänge mit SATINIQUE™-Aufdruck gibt es im AEEC-Giftshop – solange der Vorrat reicht!



Amway Österreich PW Rallye GJ 2007/2008

Sind Sie bereits auf der Überholspur?

Noch 5 Monate mit erlaubter Höchstgeschwindigkeit, dann sind Sie am Ziel.

> Schalten Sie auf **TURBO!**

Mit monatlich mind. 100 PW persönlich oder mind. 2.000 PW persönlich im Geschäftsjahr 2007/08 ist Ihnen ein **Amway Einkaufsgutschein im Wert von € 30,-** sowie die Teilnahme an **Verlosung Nr. 1** bereits sicher.

- 3 x Städteflug zu je € 3.000,-
- 3 x Wellness zu je € 2.000,-
- 3 x Navi-Gerät zu je € 1.000,-

**Erhöhen
Sie Ihre Chancen durch
Ihre Bestellaktivitäten!**

**Pro 100 PW nehmen Sie mit
1 Rallye-Los teil!**

> Aber damit nicht genug, steigern Sie auf **SUPER TURBO!**

Mit monatlich mind. 300 PW persönlich oder mind. 5.000 PW persönlich im Geschäftsjahr 2007/08 erhalten Sie zusätzlich die Einladung zur großen **PW Rallye Party im November 2008** und nehmen an **Verlosung Nr. 2** teil.

- 2 x Traumurlaub zu je € 3.000,-

Freuen Sie sich mit uns auf die große PW Rallye Party. Diese Veranstaltung wird ein wahres Highlight mit großartigem Rahmenprogramm, ganz nach hohem Amway Standard.

> Als besonderes **HIGHLIGHT** wartet auf alle ab persönlich mind. 5.001 PW im Geschäftsjahr 2007/08 auch noch **Verlosung Nr. 3**.

- 1 x Smart mit Extras zu € 20.000,-

...ein Grund mehr, Gas zu geben!

Für **ALLE**, die erst jetzt dazu kommen: Noch ist alles möglich!

Erreichen Sie 2.000 PW persönlich bis Ende August, sind Sie mit **TURBO** dabei.

Ab 5.000 PW persönlich bis Ende August sogar mit **SUPER TURBO!**

Alle Preise können auf Wunsch auch in bar ausbezahlt werden!

The Amway logo is displayed on a white rectangular sign mounted on a building. The logo consists of the word "Amway" in a bold, blue, sans-serif font, with a red swoosh underline.

Seminar für neue Führungskräfte in München

Januar 2008

Die neuen Platingeschäftspartner hatten nach Ankunft in München gleich die Gelegenheit im Hotel Novotel München City einzuchecken, bevor es weiter mit dem Bus nach Puchheim in das Amway Experience Center – Munich ging. Ein anspruchsvolles Tagesprogramm erwartete sie bereits!

Nach der langen Anreise und der Fahrt ins Center genossen die Gäste zunächst ein leckeres Mittagessen in „Rich & Jay's Garage“. Weiter ging es danach mit sehr informativen Amway Business Vorträgen zu verschiedenen Themen, wie z. B. Bonus/Qualifikationen, Amway Geschäftsbedingungen und Image oder Events. Vor allem das Thema Produkte und Portfolio fand besonders großes Interesse. Hierzu konnten die Geschäftspartner zahlreiche Fragen an die Referenten stellen und viele wichtige Erfahrungen und Informationen für ihr Geschäft sammeln.

Selbstverständlich wurden die neuen Platine auch gebührend für ihre großartige Leistung geehrt. In einer kleinen Ehrungszeremonie in der Lobby des Centers wurden ihnen sowohl Urkunden, als auch Rosen überreicht. Als Erinnerung an diesen erfahrungsreichen Tag

wurde auch ein Gruppenfoto geschossen, das die Platine im Nachhinein, zusammen mit den Präsentationen des Tages, zugeschickt bekommen haben.

Zurück im Hotel hatten die Platine dann Zeit, die Eindrücke des Tages Revue passieren zu lassen und sich für den Abend frisch zu machen. Ein feines Abendessen im Restaurant Vinorant Alter Hof wartete bereits auf sie.

Der zweite Tag stand ganz im Zeichen der Entdecker. Nach einem ausgiebigen Frühstück im Hotel versammelte sich die Gruppe noch einmal in der Lobby des Centers, um von den Amway Mitarbeitern mit einem kleinen Abschiedspräsent auf große Fahrt entlassen zu werden. Eine exklusive Stadtrundfahrt mit einem ganz persönlichen Fremdenführer stand nun auf dem Programm. Die Platine durften nicht nur alle wichtigen Sehenswürdigkeiten Münchens kennen lernen, sondern auch eine private Tour durch das Schloss Nymphenburg genießen.

Das ganze Amway Team gratuliert nochmals herzlich zur erreichten Platin Qualifikation und freut sich auf das nächste Wiedersehen mit allen Geschäftspartnern!

START!

Erfolgsgeschichte

Ingrid und Ludwig Haas
Deutschland

Mein Mann Ludwig und ich führten über 30 Jahre erfolgreich ein Fachgeschäft für Raumgestaltung in Ingolstadt, bis wir beide aus gesundheitlichen Gründen 2006 unseren Betrieb aufgeben mussten. Der immer so sehr ersehnte Ruhestand war auf einmal da. Aber nicht so, wie wir ihn uns vorgestellt hatten. Wir bemerkten: Uns fehlte der Umgang und das Zusammensein mit Leuten.

Auf der Suche nach einer neuen Aufgabe lernten wir im September 2007 die Amway Geschäftsmöglichkeit sowie unsere Sponsoren Ingrid Ellböck und Robert Gschoßmann kennen. Sie informierten uns ausführlich über die Geschäftsmöglichkeit und stellten uns auch den Amway Sales- und Marketingplan vor, der uns sehr begeistert hat. Und deshalb entschieden wir uns sofort für Amway. Bereits im Oktober und Dezember 2007 nahmen wir an Seminaren teil und im Januar 2008 konnten wir zu weiteren Veranstaltungen fahren. Wir kamen jedes Mal hochmotiviert und voller Begeisterung und Tatendrang zurück.

Uns begeisterte von Anfang an die Kosmetik von ARTISTRY™. Und so organisierten wir in einem uns gut bekannten Hotel als erstes eine sehr schöne und ansprechende ARTISTRY Kosmetik-Präsentation – natürlich mit vollem Erfolg. Amway verfügt über ein so vielfältiges und hochwertiges Produktsortiment, dass jeder Interessent viele Möglichkeiten hat, sich mit einem oder mehreren Produkten zu identifizieren.

Wir sind beide von unserem Erfolg überzeugt und steuern unsere ganz persönlichen Ziele an. Deshalb danken wir unserer Upline für die fantastische Zusammenarbeit und für die damalige Vorstellung des Amway Geschäftes. Jedem Neugesponserten können wir nur empfehlen: Machen Sie sich mit den Produkten vertraut, indem Sie die Veranstaltungen, Seminare und Schulungen besuchen. Denn nur hier kann man aus dem Wissen und den Erfahrungen



anderer Geschäftspartner lernen und dies für sich selbst und für seine neuen Geschäftspartner nutzen.

Auch die Zusammenarbeit mit der Upline ist sehr wichtig, denn man kann nur erfolgreich sein, wenn man die nötige Überzeugung und Motivation hat – „denn nur gemeinsam sind wir stark“.



MOTTO:

„Was Du in anderen Menschen entzünden willst, muss erst in Dir selber brennen.“

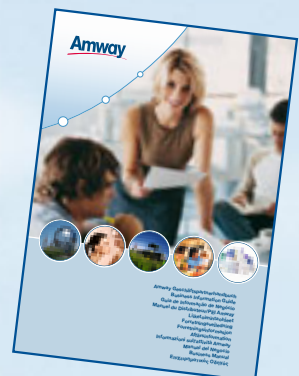
Amway wünscht Ingrid und Ludwig Haas weiterhin viel Erfolg für den Aufbau ihres Amway Geschäftes!

Pflichten eines Sponsors

Als guter Sponsor sollten Sie Ihren Amway Geschäftspartnern stets zur Seite stehen. Denn es ist Ihre Aufgabe, diese zu schulen und in das Amway Geschäft einzuarbeiten. Deshalb ist es besonders wichtig, dass Sie ein gutes Vorbild sind.

Zeigen Sie, wie man sein Amway Geschäft führt und stützen Sie sich dabei auf den Amway Sales- und Marketingplan und Ihr Produktwissen.

Weitere Tipps und Ratschläge zu diesem Thema finden Sie in den ersten Kapiteln Ihres aktuellen Amway Geschäftspartnerhandbuches.





NUTRILITE™



NUTRILITE™ Einmal Täglich – klarer Testsieger bei Multivitaminen in der Zeitschrift ÖKO-TEST

Die Zeitschrift ÖKO-TEST hat in ihrer diesjährigen Februar-Ausgabe insgesamt 25 Multivitaminpräparate verschiedener Hersteller auf ihre Zusammensetzung getestet. Das Ergebnis: Fast alle Produkte fallen mit dem Gesamturteil „ungenügend“ durch. Laut ÖKO-TEST sei in vielen Produkten zu wenig, in anderen zu viel drin. Nur ein einziger Kandidat schneidet mit „gut“ ab und wurde damit klarer Testsieger: NUTRILITE Einmal Täglich von Amway.

„NUTRILITE Einmal Täglich ist ein ausgewogenes und praktisches Nahrungsergänzungsmittel, das eine Basisversorgung an essenziellen Vitaminen und Mineralstoffen sicherstellt“, erklärt Iain Gibbs, Geschäftsführer von Amway Deutschland. Bereits eine Tablette am Tag gewährleistet eine breitgefächerte Nährstoffversorgung und ein ausgewogenes Verhältnis von essenziellen Vitaminen und Mineralstoffen. Diese werden ergänzt durch die wertvollen Pflanzeninhaltsstoffe aus den exklusiven NUTRILITE Konzentraten, die aus der gesamten Pflanze hergestellt werden.

Zielgruppen

- Menschen, die einen hektischen Lebensstil oder eine ungesunde Ernährungsweise haben.
- Menschen, deren Ernährungsweise Defizite aufweist, da sie nicht ausreichend Nährstoffe über die Nahrung zu sich nehmen.
- Menschen, die nicht regelmäßig und jeden Tag ausreichende Mengen an Obst, Gemüse und Vollkornprodukten zu sich nehmen oder keine Zeit oder keinen Appetit dafür haben.
- Menschen, die nach einem Nahrungsergänzungsmittel ohne künstliche Aroma-, Farb- oder Konservierungsstoffe suchen.



Amway gratuliert den Absolventen des 16. IHK-Zertifikatslehrgangs zum „Berater/in im Direktvertrieb (IHK)“

Die nächsten zwei Kurse finden an folgenden Terminen statt:

Kurs 17: 11./12./13.04.2008
02./03./04.05.2008 und
07./08.06.2008

Kurs 18: 25./26./27./28.09.2008
16./17./18./19.10.2008

Untermauern auch Sie Ihr Geschäft mit fundiertem Wissen rund um den Direktvertrieb!

Nähere Informationen erhalten Sie auf www.amway.de oder von Frau Daniela Schönherr-Dobel, Tel.: 0351-28 66 661, E-Mail: schoenherr-dobel.daniela@bz.dresden.ihk.de.



Die Absolventen des 16. Kurses, der vom 02.11.07 bis 14.01.08 am IHK-Bildungszentrum in Dresden stattfand (v.l.n.r.): Hartmut Pröhl, Steffi Kersten, Susanne Pusch, Gerlinde Pröhl, Dozent Alexander Pohl, Kristina Brunner, Silvia Gotthardt, Hans-Jürgen Spanke, Frank Wernicke und Birgit Noack

Kristina Brunner (Teilnehmerin am letzten IHK Kurs aus Thalheim):

Der Lehrgang zum „Berater/in im Direktvertrieb (IHK)“ hat meine Erwartungen weit übertroffen und mit großer Begeisterung habe ich festgestellt, dass sich die eingesetzte Zeit gelohnt hat. Vorweg ein Lob an die tolle Organisation durch Frau Schönherr-Dobel (Bildungszentrum IHK Dresden).

Einen großen Dank möchte ich Herrn Dipl.-Jur. Alexander Pohl aussprechen. Durch seine äußerst wertschätzende Art anderen Menschen gegenüber, war der Lehrgang von einer individuellen und sehr praxisorientierten Arbeitsweise geprägt. Durch verschiedene praktische Übungen wurde jeder Einzelne in den Unterricht integriert und wir konnten mit- und untereinander den vermittelten Stoff anwenden. Durch die bildliche Gestaltung der verschiedenen Themengebiete konnte jeder für sich sehr viel mitnehmen.

Leider viel zu kurz, aber trotzdem sehr spannend und intensiv, war der Tag mit der Dozentin Frau Stanke (Personal- & Telefoncoaching). Mit Kompetenz und Freude an ihrer Arbeit konnte sie uns viel praktisches Wissen im Bereich Kommunikation vermitteln. Entscheidend allein ist nicht, WAS ich zum Ausdruck bringe, sondern noch wichtiger ist, WIE ich etwas mitteile.

Insgesamt kann ich sagen, dass der Lehrgang meiner Meinung nach für jeden ein persönliches „Muss“ sein sollte. Er vermittelt praxiserprobtes Fachwissen, das ich unmittelbar anwenden kann. Ich habe nicht nur im Umgang mit Kunden Sicherheit gewonnen, sondern ich profitiere auch von gestiegenen persönlichen und sozialen Kompetenzen und Selbstsicherheit.

Marktwirtschaftliche Grundlagen und rechtliche Voraussetzungen sollte ich mir als Beraterin im Direktvertrieb aneignen. Schließlich will ich meinen Kunden und Geschäftspartnern gegenüber kompetent und seriös auftreten und eine intensive Beratung geben. Durch den Lehrgang erhielt ich das notwendige Wissen über die rechtlichen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen.

Für mich als Geschäftsgründerin war der Lehrgang eine hervorragende Möglichkeit, meine Zukunft als Beraterin im Direktvertrieb noch aktiver zu gestalten.



Amway Geschäftspartnerin
Kristina Brunner aus Thalheim

Silvia Gotthardt (Teilnehmerin am letzten IHK Kurs aus Freital):

Vom 02.11.2007 bis 14.01.2008 nahm ich an dem Kurs „Berater/in im Direktvertrieb (IHK)“ teil. Ich war sehr neugierig, aber auch gespannt, was mich dort erwartet.

Und nun kann ich sagen – Ich bin begeistert! Die Dozenten haben es verstanden, den Unterricht locker, informationsreich und praxisorientiert zu gestalten. Es herrschte bei uns im Kurs eine offene und freundschaftliche Atmosphäre. Dadurch konnten wir viel voneinander lernen. Der Lehrstoff war vielfältig (rechtliche Grundlagen, kaufmännisches Denken und Handeln, Kommunikation und Kundenbindung bis zum Telefontraining und Selbstmanagement) und manchmal rauchte uns auch der Kopf.

In Teamarbeit erarbeiteten wir uns Fachwissen und Leitfäden, die uns nun auch im Umgang mit Kunden und Interessenten Sicherheit geben. Viele praktische Übungen, wie zum Beispiel zur Zielfindung und Selbstorganisation, haben wir in unserem Team ausgewertet und kommen schon zur Anwendung.

Ich kann nur jedem Geschäftspartner empfehlen, der sein Wissen vertiefen möchte, an diesem Kurs teilzunehmen. Ich fühle mich auf jeden Fall rundum wohl. Denn ich habe durch diesen Kurs viel Wissen und Anregungen bekommen, die ich jetzt bereits beim Aufbau unseres Geschäftes umsetze.

Zum Schluss möchte ich mich auch im Namen aller Teilnehmer bei allen Dozenten für die schöne Zeit bedanken. Wir haben uns sehr wohl gefühlt.



Amway Geschäftspartnerin
Silvia Gotthardt mit Ehemann
Günter aus Freital

Platin Kollektion DVDs

Diese DVD-Serie ist eine sinnvolle und informative Unterstützung beim Aufbau Ihres Amway Geschäftes. Wenn Sie noch nicht über alle hier gezeigten DVDs verfügen, dann bestellen Sie noch heute – solange der Vorrat reicht!

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 in der AMAGRAM™ Ausgabe Januar 2006 auf 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 in der AMAGRAM™ Ausgabe April 2006 auf Seite 32.

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 in der AMAGRAM™ Ausgabe Juli/August 2006 auf 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 in der AMAGRAM™ Ausgabe September 2006 auf Seite 39.

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

Best.-Nr. 218602

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

Teil VI – Doug und Steve im Gespräch: Fundamentale Werte

Best.-Nr. 218854

Ausführliche Informationen hierzu finden Sie in der AMAGRAM™ Ausgabe Februar 2007 auf Seite 32.

Teil VII – Doug und Steve im Gespräch: Mit Amway gewinnen

Best.-Nr. 218855

Ausführliche Informationen hierzu finden Sie in der AMAGRAM™ Ausgabe Juni 2007 auf Seite 36.



NEUHEITEN

Produkteinführungen in dieser Ausgabe

Neue ARTISTRY Make-up-Farbtöne:

Flüssiges Make-up, ausgleichend und ölfrei: Bisque und Nude erhältlich ab 2. April 2008

Flüssiges Make-up, seidig-matt und harmonisierend: Bisque und Nude ab erhältlich ab 2. April 2008

PRODUKTINFORMATIONEN

Diese Produkte sind nicht länger erhältlich bzw. nur noch solange Vorrat reicht:

ARTISTRY TIME DEFIANCE Produktpräsentations-Display, Best.-Nr. 104481

Die mit dem Display verbundene Sonderaktion ist dadurch ebenfalls beendet.

sämtliche ARTISTRY Nagellacke sowie Unterlack (Best.-Nr. 101632) und Überlack (Best.-Nr. 101633)

AMAGRAM™
Mai 2008

Deutschland: Das AMAGRAM Mai 2008 wird Ihren Bestellungen, die während des Zeitraums vom 24.04.2008 bis 04.05.2008 erfasst werden, beigelegt. Der Versand der restlichen Exemplare erfolgt ab dem 13.05.2008 per Post. Österreich: Der Versand erfolgt für alle Geschäftspartner und Special Members ab dem 25.04.2008 per Post.



Seite hier heraustrennen und bei Ihren Unterlagen abheften.

ERGÄNZUNGEN ZU DEN BESTELLINFORMATIONEN DER GESCHÄFTSPARTNERPREISLISTE

Land	Best.-Nr.	Bezeichnung	AMAGRAM Seite	Inhalt Gewicht	PW	GV	GV/EK-Verhältnis ¹⁾	Einkaufspreis exkl. MwSt.	Grundpreis EK-Preis (nur D) ²⁾	Einkaufspreis inkl. MwSt. (nur A) ³⁾	Grundpreis EK-Preis (nur A) ⁴⁾	Basis-% (nur A)	unverändl. Preismögl. (nur D) ⁵⁾	Verkaufspreis inkl. MwSt. (nur A) ⁶⁾	Grundpreis Verkaufspreis (nur A) ⁷⁾	erhältlich ab bzw. vor/bis
Sortimentsartikel, Produkte																
Drucksachen NUTRILITE™																
D+A	106714	Produkte für Aktive – Visitenkarten		1 Pack m. 10	-,-	-,-		0,80	0,95	0,96		-	-,-	0,96		
ARTISTRY™ – Dekorative Kosmetik																
D+A	Grp. 1	Flüssiges Make-up, ausgleichend und ölfrei – LSF 15, ARTISTRY™	20	30 ml	9,95	14,03	●	14,03	16,70	16,84		35%	22,55	22,73		ab 02.04.08
D+A	Grp. 2	Flüssiges Make-up, seidig-matt und harmonisierend – LSF 15, ARTISTRY™	20	25 ml	8,99	12,68	●	12,68	15,09	15,21		35%	20,35	20,54		ab 02.04.08
ARTISTRY™ – Präsentationssystem																
D+A	103225	Flüssiges Make-up, ausgleichend und ölfrei – LSF 15, Nachfüllpackung (14 Farböne), ARTISTRY™		1 Set (14 x 7 ml)	-,-	-,-		26,18	31,15	31,42		-	-,-	31,42		ab 02.04.08
D+A	103220	Flüssiges Make-up, seidig-matt und harmonisierend – LSF 15, Nachfüllpackung (11 Farböne), ARTISTRY™		1 Set (11 x 7 ml)	-,-	-,-		12,98	15,45	15,58		-	-,-	15,58		ab 02.04.08
Drucksachen Haushaltswaren																
D+A	106281	iCook™ Kunden-Faltprospekt ~)		1 Pack m. 10	-,-	-,-		0,90	1,07	1,08		-	-,-	1,08		ab 02.04.08
D+A	106280	eSpring™ Kunden-Faltprospekt ~)		1 Pack m. 10	-,-	-,-		0,90	1,07	1,08		-	-,-	1,08		ab 02.04.08
Drucksachen, allgemein produktbezogen																
D+A	9874	Amway Aktuell Ausgabe 1/2008	-	1 Pack m. 5	-,-	-,-		3,80	4,52	4,56		-	-,-	4,56		11.01.-10.05.08
D+A	9814	Amway Aktuell Ausgabe 1/2008 (preisreduziert)	-	1 Pack m. 10	-,-	-,-		7,25	8,63	8,70		-	-,-	8,70		11.01.-10.05.08
Verlängerung des Amway Geschäftes																
D+A	9990	Verlängerung der Amway Geschäftspartnerschaft	-	1 Stück	-,-	-,-		34,00	40,46	40,80		-	-,-	40,80		01.01.-31.08.08
Partnerschaft mit dem UN-Kinderhilfswerk UNICEF																
D+A	104999	UNICEF Anstecknadel „Vicky“	-	1 Stück	-,-	-,-		2,16	2,57	2,59		-	-,-	2,59		
D+A	104170	UNICEF Anstecknadel „Billy“	-	1 Stück	-,-	-,-		2,16	2,57	2,59		-	-,-	2,59		
D+A	101568	Beitrag zum UN-Kinderhilfswerk UNICEF, 1 €	-	1 Stück	-,-	-,-		1,00	1,00	1,00		-	-,-	1,00		
D+A	101569	Beitrag zum UN-Kinderhilfswerk UNICEF, 5 €	-	1 Stück	-,-	-,-		5,00	5,00	5,00		-	-,-	5,00		
D+A	101570	Beitrag zum UN-Kinderhilfswerk UNICEF, 17 €	-	1 Stück	-,-	-,-		17,00	17,00	17,00		-	-,-	17,00		
Sonderartikel																
ARTISTRY™ TIME DEFIANCE™ Sonderaktion																
D+A	104576	Beauty Case & ARTISTRY™ TIME DEFIANCE™ Hautpflege-System für normale bis trockene Haut (Pflegender Reinigungsschaum, Pflegender Toner, Schutzcreme für den Tag LSF 15, Wiederherstellende Nachtcreme)	-	1 Set	74,57	105,16	●	105,16	125,14	126,18		35%	168,95	170,36		solange Vorrat reicht
D+A	104577	Beauty Case & ARTISTRY™ TIME DEFIANCE™ Hautpflege-System für normale bis fettige Haut (Pflegender Reinigungsschaum, Pflegender Toner, Schutzlotion für den Tag LSF 15, Wiederherstellende Nachtlotion)	-	1 Set	74,57	105,16	●	105,16	125,14	126,18		35%	168,95	170,36		solange Vorrat reicht
ARTISTRY™ – Spezialhautpflege Sonderaktion																
D+A	102939	ARTISTRY™ Body Benefits Kollektion (Reinigungsmousse für den Körper + Feuchtigkeitsspendendes Körperspray), 20 % Rabatt bei vollem PW/GV	-	1 Set	22,53	31,77	●	25,42	30,25	30,50		35%	40,85	41,18		solange Vorrat reicht

Grp. 1 Flüssiges Make-up, ausgleichend und ölfrei – LSF 15, ARTISTRY™
105121 Bisque
105122 Nude

Grp. 2 Flüssiges Make-up, seidig-matt und harmonisierend – LSF 15, ARTISTRY™
105124 Bisque
105125 Nude

D+A Bitte beachten Sie, dass sämtliche Drucksachen, Videos und Tonträger nicht gegen Neuauflagen eingetauscht oder gutgeschrieben werden können. An uns eingesendete, veraltete Drucksachen, Videos oder Tonträger werden nicht an den Absender zurückgesandt.

D+A ¹⁾ ● = volles GV (größer oder gleich EK-Preis exkl. MwSt.; Best.-Nr. im Katalog in Schwarz); ²⁾ = Teil-GV (Teil des EK-Preises exkl. MwSt.; Best.-Nr. im Katalog in Blau); kein Eintrag = kein GV

D ³⁾ Grundpreis = lt. Preisangabe/Verordnung der Preis inkl. MwSt. auf der Basis einer Mengeneinheit (1 kg/1 bzw. 100 g/100 ml) bzw. bei Waschmitteln auf der Basis einer Sollarwendung (mittelhartes Wasser, normale bzw. bei Fein-/Spezialwaschmitteln leichte Verschmutzung)

A ⁴⁾ Grundpreis = lt. Preisangabe/Verordnung der Preis inkl. MwSt. auf der Basis einer Mengeneinheit (1 kg/1 bzw. 100 g/100 ml) bzw. bei Waschmitteln auf der Basis einer Sollarwendung (mittelhartes Wasser, normale bzw. bei Fein-/Spezialwaschmitteln leichte Verschmutzung)

D ⁵⁾ In diesen Preisen enthalten ist der gesetzliche MwSt.-Satz von 19 % bzw. 7 % bei Nahrungsergänzungsmitteln, Nahrungsmitteln und Tiernahrung.

A ⁶⁾ In diesen Preisen enthalten ist der gesetzliche MwSt.-Satz von 20 % bzw. 10 % bei Nahrungsergänzungsmitteln, Nahrungsmitteln und Tiernahrung.

A ⁷⁾ In den Preisen ist der gesetzliche MwSt.-Satz von 20% bzw. 10% enthalten



Seite hier heraustrennen und bei Ihren Unterlagen abheften.

Land	Best.-Nr.	Bezeichnung	AMAGRAM Seite	Inhalt Gewicht	PW	GV	GV/EK-Verhältnis ¹⁾	Einkaufspreis exkl. MwSt.	Euro					Verkaufspreis inkl. MwSt. (nur A) ²⁾	Grundpreis Verkaufspreis (nur A) ²⁾	erhältlich ab bzw. von/bis
Sonderartikel																
Kosmetik – Dekorativ ARTISTRY™																
Sonderaktion Cremiger Lippenstift																
D+A	218856	Beim Kauf eines Sets, bestehend aus den 16 verschiedenen Farbblöcken des ARTISTRY Cremigen Lippenstiftes (1 Lippenstift pro Farbe) erhalten Sie einen Rabatt i.H.v. 10 % bei vollem PW/GV	-	1 Set	124,80	175,97	●	158,42	188,52	190,10		35%	254,16	256,61	solange Vorrat reicht	
Sonderaktion Transparenter Lippenstift																
D+A	218992	Beim Kauf eines Sets, bestehend aus den 6 verschiedenen Farbblöcken des ARTISTRY Transparenten Lippenstiftes LSF 15 (1 Lippenstift pro Farbe) erhalten Sie einen Rabatt i.H.v. 10 % bei vollem PW/GV	-	1 Set	46,80	66,00	●	59,40	70,69	71,28		35%	95,31	96,23	solange Vorrat reicht	
Frühjahrskollektion 2008 – RARE BEAUTY																
D+A	104669	ARTISTRY™ Indulge Lidschattenpalette	-	1 Box	12,22	17,24	●	17,24	20,52	20,68		35%	27,70	27,92	ab 04.03.2008 bis	
D+A	104670	ARTISTRY™ Discreet Lidschattenpalette	-	1 Box	12,22	17,24	●	17,24	20,52	20,68		35%	27,70	27,92	31.08.2008 bzw. solange	
D+A	Grp. 3	ARTISTRY™ Lippen-Glanz	-	4 g	6,45	9,09	●	9,09	10,82	10,90		35%	14,60	14,72	Vorrat reicht	
Herbstkollektion 2007 – CITY WEAR – Sonderaktion																
D+A	104328	ARTISTRY™ UrbanChic Farbpalette	-	1 Box	14,63	20,63	●	15,47	18,41	18,57		35%	24,85	25,06	solange Vorrat reicht	
D+A	104329	ARTISTRY™ MetroChic Farbpalette	-	1 Box	14,63	20,63	●	15,47	18,41	18,57		35%	24,85	25,06	solange Vorrat reicht	
Frühjahrskollektion 2007 – LUSTRE - Sonderaktion																
D+A	Grp. 4	ARTISTRY™ LUSTRE Vielseitiger Sonnentint-Puder	-	10 g	13,21	18,63	●	13,97	16,62	16,76		35%	22,45	22,63	solange Vorrat reicht	
D+A	Grp. 5	ARTISTRY™ LUSTRE Lippengloss-Stift	-	1,95 g	7,17	10,11	●	7,58	9,02	9,10		35%	12,20	12,28	solange Vorrat reicht	
D+A	104087	ARTISTRY™ Kabuki Pinsel	-	1 Stück	4,72	6,66	▶	9,99	11,89	11,99		35%	16,05	16,19	solange Vorrat reicht	
Werbeartikel ARTISTRY™																
D+A	215455	ARTISTRY™ Geldbörse	-	1 Stück	-,-	-,-		14,50	17,26	17,40		-	-,-	17,40	solange Vorrat reicht	
Drucksachen – ARTISTRY™																
D+A	218833	ARTISTRY™ Testkarte LUSTRE	-	1 Stück	-,-	-,-		1,80	2,14	2,16		-	-,-	2,16	solange Vorrat reicht	
Kosmetik Dekorativ – E. FUNKHOUSER™ NEW YORK C006																
D+A	104030	Volumenbasis für Wimpern	-	7 ml	8,63	12,17	●	12,17	14,48	14,61		35%	19,55	19,72	bis 30.04.08 bzw. solange Vorrat reicht	
D+A	Grp. 6	Rouge	-	2,5 g	10,08	14,21	●	14,21	16,91	17,06		35%	22,85	23,02		
D+A	104429	Nagellack Star Gazer	-	4 x 4 ml	9,54	13,46	●	13,46	16,02	16,15		35%	21,60	21,80		
D+A	Grp. 7	Duo-Lidschatten	-	3,5 g	10,59	14,93	●	14,93	17,77	17,91		35%	24,00	24,19		
D+A	Grp. 8	Funkelnder Lippenstift	-	2 g	7,00	9,87	●	9,87	11,75	11,84		35%	15,85	15,98		
D+A	Grp. 9	Lippengloss	-	6 ml	6,09	8,59	●	8,59	10,22	10,31		35%	13,80	13,92		
D+A	Grp. 10	Schimmer Eye Pencil	-	1,2 g	6,81	9,60	●	9,60	11,42	11,52		35%	15,40	15,55		
D+A	104418	Lippenfarbenpalette Odyssey	-	4,7 g	22,39	31,57	●	31,57	37,57	37,88		35%	50,70	51,14		

D+A Bitte beachten Sie, dass sämtliche Drucksachen, Videos und Tonträger nicht gegen Neuauflagen eingetauscht oder gutgeschrieben werden können. An uns eingesendete, veraltete Drucksachen, Videos oder Tonträger werden nicht an den Absender zurückgesandt.
D+A ¹⁾ ● = volles GV (größer oder gleich EK-Preis exkl. MwSt.; 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 ²⁾ Grundpreis = lt. Preisangabenverordnung der Preis inkl. MwSt. auf der Basis einer Mengeneinheit (1 kg/1 bzw. 100 g/100 ml) bzw. bei Waschmitteln auf der Basis einer Sollarwendung (mittelhartes Wasser, normale bzw. bei Fein-/Spezialwaschmitteln leichte Verschmutzung)
A ³⁾ Grundpreis = lt. Preisangabenverordnung der Preis inkl. MwSt. auf der Basis einer Mengeneinheit (1 kg/1 bzw. 100 g/100 ml) bzw. bei Waschmitteln auf der Basis einer Sollarwendung (mittelhartes Wasser, normale bzw. bei Fein-/Spezialwaschmitteln leichte Verschmutzung)
D ⁴⁾ In diesen Preisen enthalten ist der gesetzliche MwSt.-Satz von 19 % bzw. 7 % bei Nahrungsergänzungsmitteln, Nahrungsmitteln und Tiernahrung.
A ⁵⁾ In diesen Preisen enthalten ist der gesetzliche MwSt.-Satz von 20 % bzw. 10 % bei Nahrungsergänzungsmitteln, Nahrungsmitteln und Tiernahrung.
A ⁶⁾ In den Preisen ist der gesetzliche MwSt.-Satz von 20% bzw. 10% enthalten

- Grp. 3 ARTISTRY™ Lippen-Glanz

104671 Unvialad

104672 Signature

104673 Gifted
- Grp. 6 Rouge

104421 Ayla

104422 Aquila

104432 Moonset

104433 Twilight
- Grp. 7 Duo-Lidschatten

104427 Veal/Volante

104428 Lym/ Lya

Grp. 8 Funkelnder Lippenstift

104419 Affinity

104420 Attraction
- Grp. 9 Lippengloss

104111 Destiny

104113 Fate

104112 Wish
- Grp. 10 Schimmer Eye Pencil

104425 Quasar

104426 Pulsar
- Grp. 9 Lippengloss

104431 Evening Star

104432 Moonset

104433 Twilight



Seite hier heraustrennen und bei Ihren Unterlagen abheften.

ERGÄNZUNGEN ZU DEN BESTELLINFORMATIONEN DER GESCHÄFTSPARTNERPREISLISTE

Land	Best.-Nr.	Bezeichnung	AMAGRAM Seite	Inhalt Gewicht	PW	GV	GV/EK-Verhältnis ¹⁾	Einkaufspreis exkl. MwSt.	Einkaufspreis inkl. MwSt. (nur A) ²⁾	Grundpreis EK-Preis (nur A) ²⁾	Euro	unverändl. Preisempf. inkl. MwSt. (nur D) ³⁾	Verkaufspreis inkl. MwSt. (nur A) ³⁾	Grundpreis Verkaufspreis (nur A) ²⁾	erhältlich ab bzw. von/bis
Sonderartikel															
Kosmetik Dekorativ – E. FUNKHOUSER™ NEW YORK C006															
D+A	104417	Lidschattenpalette Celestial Bodies	-	9 g	22,39	31,57	●	31,57	37,57	37,88	35%	50,70	51,14		bis 30.04.08 bzw. solange Vorrat reicht
D+A	104430	Glitzerpigmente für den Körper Celestial Lights	-	3 x 2 g	9,59	13,53	●	13,53	16,10	16,23	35%	21,75	21,92		
10 % Sonderaktionen E. FUNKHOUSER™ NEW YORK															
D+A	219510	Professionelle Produktserie Sonderaktion (10 % Rabatt bei vollem PW/GV, bei Kauf des Pakets zur Professionellen Produktserie)	-	1 Set	142,00	200,27		180,24	214,50	216,32		289,60	292,00		bis 30.04.08 bzw. solange Vorrat reicht
„Frühjahrsputz“-Sonderaktionen															
D+A	101427	L.O.C.™ Plus Reinigungstücher Sonderaktion (- 25 %)	2	1 Set	13,52	19,07	●	19,07	22,69	22,89	30%	29,50	29,75		vom 04.03. bis 30.04.2008
D+A	231253	L.O.C.™ Plus Reinigungstücher Sonderaktion (Nachfüllpack gratis dazu)	2	1 Set	18,03	25,43	●	25,43	30,26	30,51	30%	39,35	39,67		vom 04.03. bis 30.04.2008
D+A	8213	ZOOM™ Sprayreiner-Konzentrat Sonderaktion (- 20 %)	2	1 Stück	2,93	4,13	●	4,13	4,91	4,95	30%	6,40	6,44		vom 04.03. bis 30.04.2008
Drucksachen															
D+A	105147	E. FUNKHOUSER™ NEW YORK Kollektionskarte 006	-	1 Pack m. 5	-,-	-,-		2,75	3,27	3,30	-	-,-	3,30		bis 30.04.08 bzw. solange Vorrat reicht
Sonnenschutz															
D+A	216831	PETER ISLAND™ Strandtasche	-	1 Stück	7,62	10,74	●	10,74	12,78	12,89	20%	15,35	15,47		solange Vorrat reicht
Herrenpflege															
D+A	217348	TOLSOM™ Krawatte	-	1 Stück	12,36	17,43	●	17,43	20,74	20,91	20%	24,90	25,10		solange Vorrat reicht
Körperpflege															
D+A	104334	HOME TREND COLLECTION Körperpflege Herbst 2007 „Pure Orange“	-	1 Set	10,03	14,15	●	14,15	16,84	16,98	30%	21,90	22,08		solange Vorrat reicht
DVD – Sonderaktion															
D+A	217034	Platin Kollektion DVD	-	1 Stück	-,-	-,-		4,00	4,76	4,80	-	-,-	4,80		solange Vorrat reicht
D+A	217852	Platin Kollektion DVD II	-	1 Stück	-,-	-,-		4,00	4,76	4,80	-	-,-	4,80		solange Vorrat reicht
D+A	217845	Platin Kollektion DVD III	-	1 Stück	-,-	-,-		4,00	4,76	4,80	-	-,-	4,80		solange Vorrat reicht
D+A	218288	Platin Kollektion DVD IV	-	1 Stück	-,-	-,-		4,00	4,76	4,80	-	-,-	4,80		solange Vorrat reicht
D+A	218602	Platin Kollektion DVD V	-	1 Stück	-,-	-,-		4,00	4,76	4,80	-	-,-	4,80		solange Vorrat reicht
D+A	218854	Platin Kollektion DVD VI	-	1 Stück	-,-	-,-		4,00	4,76	4,80	-	-,-	4,80		solange Vorrat reicht
D+A	218855	Platin Kollektion DVD VII	-	1 Stück	-,-	-,-		4,00	4,76	4,80	-	-,-	4,80		solange Vorrat reicht
Werbeartikel															
D+A	216899	Werbeunterstützende Postkarten	-	1 Pack m. 20	-,-	-,-		2,50	2,98	3,00	-	-,-	3,00		solange Vorrat reicht
D+A	105119	Magazin „Unternehmer – arbeiten von zuhause“	-	1 Stück	-,-	-,-		3,50	4,17	4,20	-	-,-	4,20		solange Vorrat reicht
D+A	105120	Magazin „Unternehmer – arbeiten von zuhause“	-	1 Pack m. 5	-,-	-,-		16,50	19,64	19,80	-	-,-	19,80		solange Vorrat reicht

D+A Bitte beachten Sie, dass sämtliche Drucksachen, Videos und Tonträger nicht gegen Neuauflagen eingetauscht oder gutgeschrieben werden können. An uns eingesendete, veraltete Drucksachen, Videos oder Tonträger werden nicht an den Absender zurückgesandt.

D+A ¹⁾ ● = volles GV (größer oder gleich EK-Preis exkl. MwSt.; Best.-Nr. im Katalog in Schwarz); ²⁾ = Teil-GV (Teil des EK-Preises exkl. MwSt.; Best.-Nr. im Katalog in Blau); kein Eintrag = kein GV

D ³⁾ Grundpreis = lt. Preisangebenverordnung 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 Solanwendung (mittelhartes Wasser, normale bzw. bei Fein-/Spezialwaschmitteln leichte Verschmutzung)

A ⁴⁾ Grundpreis = lt. Preisangebenverordnung 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 Solanwendung (mittelhartes Wasser, normale bzw. bei Fein-/Spezialwaschmitteln leichte Verschmutzung)

D ⁵⁾ In diesen Preisen enthalten ist der gesetzliche MwSt.-Satz von 19 % bzw. 7 % bei Nahrungsergänzungsmitteln, Nahrungsmitteln und Tiernahrung.

A ⁶⁾ In diesen Preisen enthalten ist der gesetzliche MwSt.-Satz von 20 % bzw. 10 % bei Nahrungsergänzungsmitteln, Nahrungsmitteln und Tiernahrung.

A ⁷⁾ In diesen Preisen ist der gesetzliche MwSt.-Satz von 20 % bzw. 10 % enthalten



E. FUNKHOUSER™ NEW YORK

Demnächst
Kollektion 007

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.

Amway

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

WHU0140D