

# Amagram

Produkt- und Geschäftsinformation für den  
selbständigen Amway Geschäftspartner

Mai 08



**Die neuen Founders Exekutiv  
Diamanten in Deutschland  
Karin und Peter Bär**

**Amway**



Ein wunderbares Gefühl mit dem

# WISTFUL™ AROMA DUFT



Dieses erfrischende Körperspray muss man erleben. Es bietet eine prickelnde Mischung aus Limoncello und Nektarine auf einem frischen Blumenbouquet aus Fresien und der Lotusblüte mit einem leichten Hauch von leuchtender Orange.

Dieser Körperduft enthält Vitamin E und Glycerin, die die Haut schützen und beruhigen sowie einen sanften Schimmer auf der Haut zurücklassen.

**Best.-Nr. 103704** – 100 ml

## Inhalt

### Neuigkeiten

- 3 Editorial
- 6-10 Lokale Qualifikationen  
Founders Exekutiv Diamant, Rubin, Platin, Gold, Silber, 18 %, 15 %, 12 %, Top-Starter
- 37-39 Bestellinfos

### Unternehmensinfo

- 4 SIP 2007/08: europäische Smaragd- und Diamant-Qualifikation
- 5 50 Jahre Amway – Amway schreibt Geschichte
- 24 Firmenläufe 2008
- 26 Amway Travel – Meine Buchungsübersicht; EPS – Ihr Technikgeschäft (D)
- 27 Die europaweit erstmalige Vorstellung des TEAM NUTRIITE
- 28 Seminar für neue Führungskräfte im Amway Experience Center – Munich (D)
- 30 Sponsererlebnis auf dem Dach Afrikas (D)
- 31 Das neue Amway Aktuell 2/2008
- 32 Amway Experience Center – Munich
- 33 PW-Rallye 2007/08 (A)
- 34 Produktwissen in Perfektion – mit Kompetenz glänzen (A)
- 35 START! – Infoseite für neue Geschäftspartner und Sponsoren; Das Amway Telefonystem (A)
- 36 Neuheiten und andere Informationen

### Produktinfo

- 2 WISTFUL™ Aroma Körperspray
- 11 NEU: E. FUNKHOUSER™ NEW YORK Kunden-Faltprospekt; AMWAY Boutique nur noch kurze Zeit
- 12-13 Sommerliche Aktionsangebote
- 14-17 NEU: ARTISTRY™ Creme LuXury
- 18-19 NEU: E. FUNKHOUSER™ NEW YORK Kollektion 007 – Streamline
- 20 Glamouröser Party-Look mit dem neuen ARTISTRY Puderrouge
- 21 TEAM NUTRILITE™
- 22-23 NEU: NUTRILITE Produkte für Aktive
- 25 „Lifestyle Balanced Solutions“ Programm – Erfolgsgeschichte
- 28 Mein Amway Lieblingsprodukt: L.O.C.™; neues L.O.C. Brand Centre
- 29 ARTISTRY™ NAGELLACKE und iCook™ Wärmeverteiler nur noch kurze Zeit
- 36 Platin Kollektion DVDs
- 40 SATINIQUE™

# Verbraucherorientiert



Als unsere Väter dieses Unternehmen vor fast fünfzig Jahren gegründet haben, haben sie damit vielen Menschen die Möglichkeit gegeben, ein Teil des freien Unternehmertums zu werden. Sie haben ihnen die Chance gegeben, ein eigenes Geschäft aufzubauen.

Das ist das Fundament, auf dem dieses Unternehmen gewachsen ist, und das Fundament, auf dem der Amway Sales- und Marketingplan entwickelt wurde.

Aber Sie sollten wissen, dass ein Schwerpunkt des Amway Sales- und Marketingplans das Gleichgewicht zwischen Verkauf und Sponsoren ist. Dieses Gleichgewicht verlangt, dass man sich zuerst auf den Verkauf und dann erst auf das Sponsoren konzentriert. Denn schon damals haben wir gewusst, dass es Ihnen ohne die Entwicklung eines soliden Kundenstammes kaum gelingen wird, andere effektiv zu schulen und zu unterstützen.

Damals brauchte man zehn Kunden, bevor man mit dem Sponsoren beginnen konnte, **um dieses Gleichgewicht zu bewahren.**

Heute bemühen wir uns verstärkt darum, verbraucherorientiert zu sein, damit Sie dieses

Gleichgewicht wiederfinden können. Wir müssen die Verbraucher auf dem Markt auf eine Art und Weise erreichen, die sie anspricht und dazu bringt, unsere Produkte zu kaufen.

Die Verbraucher müssen uns problemlos erreichen können, sie müssen bei uns so einkaufen können, wie sie es gewohnt sind. Diese Art der Kontrolle müssen wir ihnen überlassen. Wir müssen ihnen die Chance geben, sich für uns zu entscheiden. Und daher entwickeln wir Produkte, für die sie sich gerne entscheiden. Produkte, die auf der Grundlage gezielter Marktforschung entwickelt werden, um die Bedürfnisse und Wünsche der Verbraucher zu erfüllen.

Wir sind darauf angewiesen, dass Sie, unsere Geschäftspartner, alle Elemente des Amway Geschäftes nach außen hin repräsentieren und Ihren Kunden sowohl eine bequeme Einkaufsmöglichkeit als auch eine großartige Geschäftsidee bieten. Sie müssen erkennen, ob ein Kunde nur Produkte von Ihnen kaufen will oder ob er vielleicht auch Interesse daran hat, sein eigenes Geschäft zu gründen.

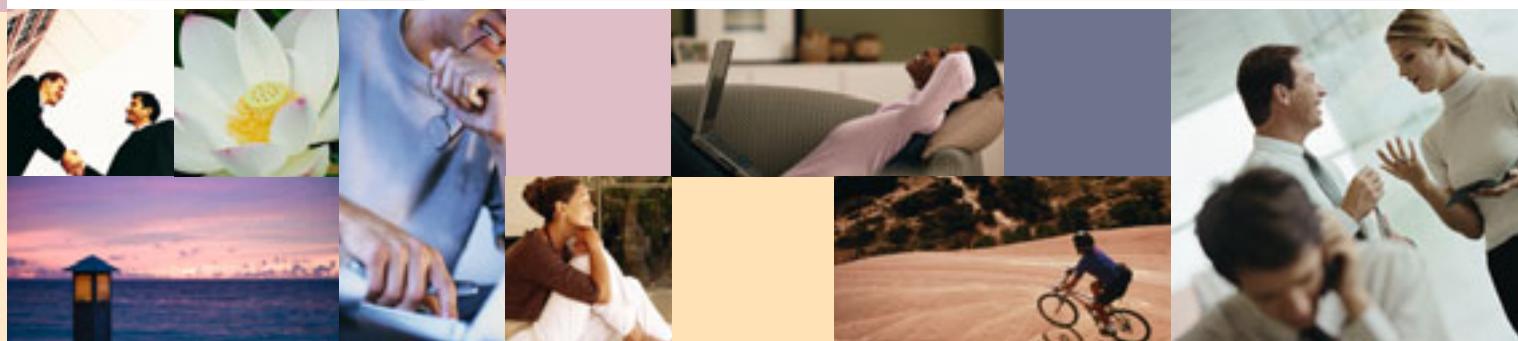
Und vergessen Sie nicht – wenn Ihre Kunden an unsere Produkte glauben, ist es erheblich wahrscheinlicher, dass sie auch den enormen Wert dieser Geschäftsmöglichkeit erkennen.

Wir werden Sie dabei unterstützen, alles zu tun, was für unser Geschäft das Richtige ist. Zusammen können wir ein noch stärkeres Fundament bilden und eine verbraucherorientierte Firmenkultur schaffen, die Chancen für jeden ermöglichen.

**Steve Van Andel**  
Chairman

**Doug DeVos**  
President





## Erfolg ohne Grenzen...

### Qualifikation für die europäischen Smaragd- und Diamantprovision

Seit 2001/02 hat Amway Europa die europäische Smaragd- und Diamantprovision in das SIP aufgenommen, um den Geschäftsaufbau in ganz Europa noch besser zu unterstützen und anzuerkennen. Das bedeutet, dass es für Qualifikationen in Europa keine Grenzen mehr gibt. Egal, ob Sie in der Türkei, der Schweiz, in Deutschland oder der Ukraine oder in einem anderen Land der europäischen Region (ohne Russland) sind.

Um sich für die europäische SIP Smaragdprovision zu qualifizieren, benötigen Sie den marktinternen Platinstatus und drei Q6 Beine in Europa (ohne Russland), welche von diesem Geschäft gesponsert wurden.

Um sich für die europäische SIP Diamantprovision zu qualifizieren, benötigen Sie den marktinternen Platinstatus und sechs Q6 Beine in Europa (ohne Russland), welche von diesem Geschäft gesponsert wurden.

## Stellen Sie sich die Möglichkeiten vor...

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



Anerkennungen für den selbständigen Amway Geschäftspartner 2007/08



# AMWAY SCHREIBT GESCHICHTE

2009 werden wir ein goldenes Jubiläum feiern – 50 Jahre mit weltweitem Erfolg und einer beispiellosen Firmengeschichte.

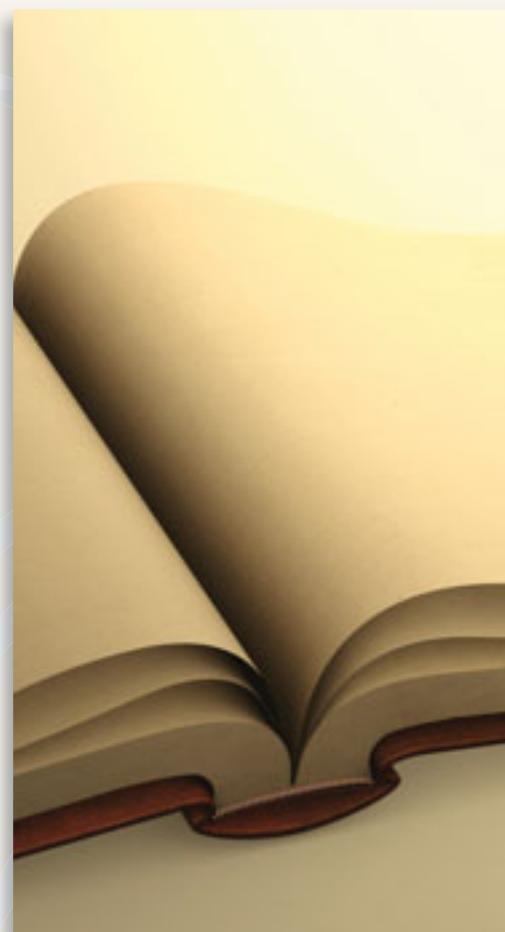
Amways Jubiläumsschrift zum 50. Geburtstag: Profile des Erfolgs

Es gibt keine bessere Möglichkeit, um diesen denkwürdigen Anlass zu feiern, als unsere bemerkenswerten Geschäftspartner vorzustellen, die den Diamantstatus oder eine höhere Qualifikation erreicht haben. Die Publikation lässt fünf Jahrzehnte Innovation und Erfolg Revue passieren und ist ein Tribut an unsere Führungsmannschaft, die uns noch weit über unser 50stes Jahr hinaus begleiten wird.

**Reihen Sie sich in die Amway Elite ein** und qualifizieren Sie sich zwischen dem 1. September 2007 und dem 31. August 2008 zum Diamant\*! Dann wird auch Ihr Profil in unsere Jubiläumsschrift aufgenommen.

\* Smaragdprovisionsempfänger/europäischer Smaragdprovisionsempfänger\*\* und mindestens sechs qualifizierte Beine

\*\* Platin und mindestens sechs qualifizierte Beine innerhalb Europas (außer Russland)



Erreichen Sie den Gipfel, nach dem auch andere streben, und nehmen Sie Ihren Platz in der Erfolgsgeschichte Amways ein.

# Qualifikationen

## Lokale Qualifikationen Deutschland und Österreich



**Karin & Peter Bär**  
Deutschland



FOUNDERS EXEKUTIV  
DIAMANT  
**AUGUST 2007**

„Wir machen Wochenende,  
wann immer wir es wollen.“

Peter Bär war Schlosser und hatte sein Auskommen. Doch er wollte mehr. Er wollte eine abwechslungsreiche, eigenverantwortliche Tätigkeit, bei der er sein eigener Chef sein konnte. Immer wieder suchte er nach Ideen für eine Selbständigkeit, fand aber keine seinen Vorstellungen entsprechende Lösung. Bis sein Bruder den damals 25-Jährigen mit den Worten „Ich kenne

jemanden, der hat das, was Du willst“ vom Amway Geschäft überzeugte. Und was er wollte, war, seine Arbeitszeiten frei einzuteilen und genug zu verdienen, um seine Familie gut zu versorgen. Also begann er gemeinsam mit seiner Ehefrau Karin, die zu diesem Zeitpunkt als Verwaltungsangestellte in einem Krankenhaus arbeitete, im Winter 1982 den Aufbau des eigenen Amway



Karin Bär bei der Demonstration der Produkte



Spass an der Arbeit gehört für Familie Bär dazu



Geschäftes. Von Anfang an waren beide hoch motiviert und investierten viel Kraft und Zeit. Der Erfolg stellte sich bald ein und Peter Bär konnte seinen Beruf an den Nagel hängen und sich fortan hauptberuflich der Tätigkeit als Amway Geschäftspartner widmen.

Die Vorzüge des Amway Geschäftes haben das Ehepaar immer wieder ange-spont. „Wir machen Wochenende, wann immer wir es wollen“, betont Peter Bär die gewonnene Flexibilität. Zwar ist das Geschäft rund um die Uhr präsent, dennoch haben sie ihren Terminplan stets ihren privaten Interessen angepasst. „Die Möglichkeit zur freien Zeiteinteilung war optimal für die Erziehung unserer

## Lokale Qualifikationen Deutschland und Österreich

beiden Kinder“, erzählt Karin Bär. „Wir haben tagsüber viel Zeit mit den Kleinen verbracht und uns abends dem Geschäft gewidmet.“ Heute sind die beiden Kinder aktiv in das elterliche Geschäft involviert. Holger kümmert sich um die Homepage und Nina um die Finanzen. Darüber hinaus betreiben beide bereits äußerst erfolgreich ihre eigenen Amway Geschäfte.

Die Flexibilität ihrer Selbständigkeit hat dem Ehepaar Bär auch geholfen, ein lang ersehntes Ziel zu erreichen. „Im Winter ist es uns in Deutschland einfach zu kalt. Wir frieren“, sagt Peter Bär schmunzelnd. Seit fünf Jahren fliegen sie daher regelmäßig nach Florida, um den frostigen Temperaturen im Januar und Februar zu entfliehen. Für fünf bis sechs Wochen genießen sie den amerikanischen Lebensstil in Cape Coral bei sonnigen 25° C. Ihr Amway Geschäft leidet durch ihre Abwesenheit jedoch nicht. Auf Grund der modernen Informationstechnologie sind sie ständig erreichbar und stehen in regem Kontakt mit ihren Kindern, die das Tagesgeschäft im heimatlichen Kulmbach managen. Eine besondere Belohnung bieten sie neu qualifizierten Platin Geschäftspartnern ihrer Organisation, die für eine Woche in das Domizil nach Florida eingeladen werden.

Neueinsteigern geben sie den Tipp, sich von Anfang an aktiv mit dem Geschäft auseinanderzusetzen und soviel Zeit und Energie in den Aufbau zu investieren,



Seit Jahren ein eingespieltes Team - v.l.n.r.: Nina, Peter, Holger und Karin Bär.

wie sie auch bereit sind zu geben. Jeder Einzelne hat die Möglichkeit, in dem Geschäft erfolgreich zu sein, unabhängig von Beruf und Alter. „Durch die Tätigkeit als Amway Geschäftspartner gewinnt man eine größere Offenheit und Selbstsicherheit, was sich langfristig auch in einem zunehmenden Erfolg im Hauptberuf widerspiegelt“, resümiert Peter Bär die Vorteile des Amway Geschäftes.

Karin und Peter Bär sind froh, dass ihr Sponsor – jetzt ein Founders Diamant Geschäft – sie damals angesprochen

und ihnen die Amway Geschäftsmöglichkeit vorgestellt hat. Heute, nach über 25 Jahren und der Qualifikation zum Founders Executiv Diamant, haben sie sich ein neues ehrgeiziges Ziel gesetzt. Sie möchten eines der fünf größten Amway Geschäfte in Europa führen. Der Schlüssel zum Erfolg liegt in der richtigen Motivation ihrer Geschäftspartner. „Jeder Einzelne will erfolgreich sein und braucht ein klar gestecktes Ziel. Wenn wir alle an einem Strang ziehen, können wir auch gemeinsam dieses große Ziel erreichen.“



Seit fünf Jahren verbringen sie ein paar Wochen im Winter in Florida



Wollen eines der fünf größten Amway Geschäfte in Europa führen – Karin und Peter Bär

# Qualifikationen

## Lokale Qualifikationen Deutschland und Österreich

**Josef Mayerhofer** Österreich



Selbständig

**Susan Mueller-Meerkatz** Deutschland



**Swetlana & Waldemar Feist** Deutschland



Selbständig & Selbständig

**Ingrid Pawlak-Ingwersen & Wilfried Ingwersen** Deutschland



Bürokauffrau & Feuerwehrmann

**Bettina & Ingolf Hesse** Deutschland



Wirtschaftskauffrau & Heizungsmechaniker

**Margit Seiz** Deutschland



**Ludmilla & Michael Leonhardt** Deutschland



Kindergartenhelferin & Flachglasveredler

**Meta Wagner** Deutschland



**Stefan Mueller-Meerkatz** Deutschland



## Lokale Qualifikationen Deutschland und Österreich



**GOLD** FEBRUAR

### DEUTSCHLAND

Ehmann Anastassia / EHMANN  
Forot Sarina & Peter / GETMANN  
Juerges Daniela & Sven / KLOSE

### ÖSTERREICH

Strobl-Traninger Claudia & Stefan / HOEFLHNER



**15 %** FEBRUAR

### ÖSTERREICH

Brabec Doris  
Eberharter Johann &  
Buchegger Barbara  
Haas Anton Karl  
Herl Ilse  
Juric Marica  
Reinhard K.  
Schaffer Elisabeth  
Schneider Ing. Mag.



**12 %** FEBRUAR

### DEUTSCHLAND

Kuhn Olga & Vasili  
Kutzsche Veronika  
Malkow Juri  
Messerle Svetlana & Vitali  
Nguyen Laura  
Paulski Constanze  
Penner Ewgeni  
Poessl Brigitte  
Pook Sabine  
Pruetz Monika &  
Fritz Helmut  
Quarz Jutta  
Quiachon Renate & Lina  
Quiachon Theresa  
Scherer Elvira  
Schleicher Helene & Heinrich  
Schmidtheisler Helena  
Schneider Galina  
Speer Nevenka & Jorg  
Vasilyeva Natalia  
Wagner Ellen & Klaus  
Zimkas Zydrunas



**SILBER** FEBRUAR

### DEUTSCHLAND

Iljushina Lale / FEIWUSCHKIN  
Kosareva Nina / FEIWUSCHKIN  
Krey Elisabeth & Thomas / WAACK  
Theopold Christina & Klaus / HEISTERMANN

### ÖSTERREICH

Greiner Doris & Karl / KOENIG  
Leder Karnjana & Klaus / HUTTER  
Pieringer Hermann / SZUCHAR  
Wieser Mario & Dunja Alexandra / FROEHLICH



**12 %** FEBRUAR

### DEUTSCHLAND

Baum Irina & Dmitriy  
Bay Inna & Yerlan  
Bernwald Viktoria & Andreas  
Bickel Helene & Viktor  
Birnammer Christl  
Bochinger Sandra & Steffen  
Boettger Roswitha  
Britz Claudia  
Bross Adriana  
Burau Waldemar  
Burfeind Sabine  
Bux Brigitte  
Cadera Sylvia & Pump Jens  
Cadera Rene  
Cansiz Belgin  
Christiansen Ramona &  
Michael



**18 %** FEBRUAR



**15 %** FEBRUAR

### DEUTSCHLAND

Begel Helena &  
Scherbina Sergej  
Gaus Lidia & Ivan  
Reimchen Tatjana  
Sander Sonja

### ÖSTERREICH

Frumlacher Albert &  
Graier Ingeborg  
Leder Karnjana & Klaus



**15 %** FEBRUAR

### DEUTSCHLAND

Beser Angelina & Andreas  
Chasovnikov Irina  
Christiansen Irmtraut  
Finke Ingrid  
Giere Irina & Heinrich  
Giniatullin Ilham  
Grosskopf-Schneider Gudrun &  
Schneider H.-Juergen

### DEUTSCHLAND

Hecht Viola  
Herget Marion & Walter  
Kari Antonia  
Kolesnik Anna & Nikolaj  
Krueger Manfred  
Kunz Alessia & Radik  
Marten Eva-Maria  
Milovanovic Dragana  
Moltzen Kaethe  
Oliynyk Halina  
Paschen Erika &  
Ludwig Manfred  
Pessel Ralph  
Petersen Silvia & Stefan  
Rebehn Volker  
Sadina Sven  
Schmidt Martina & Juergen  
Soerensen Ute  
Stuebner Dr. Margrit & Hans  
Thiemann-Noekel Donate  
Wuepping Regina &  
Karl-Heinz  
Zabel Irina & Paul

Bux Brigitte  
Cadera Sylvia & Pump Jens  
Cadera Rene  
Cansiz Belgin  
Christiansen Ramona &  
Michael  
Dottai Lidija & Sauljan Willi  
Dudda Angela & Stein Mike  
Dudina Nadja  
Elmers Gisela  
Faber Nazirahan & Nikolaj  
Gensch Marko  
Gerke-Hickstein Margrit &  
Hickstein Eckhard  
Gilimshina Tatyana  
Giniatulina Flura  
Gomme Edeltraud &  
Korte Peter  
Groba Andrea & Detlef  
Hansen Karin  
Holtze Annefriede & Rene  
Ianova Olga  
Kopp Carola  
Kravchenko Nadezda & Ivan

### ÖSTERREICH

Brabec Doris  
Brezovszky Chin Poh  
Dichtler Claudia  
Haruk Alexander  
Hirth Gabirele  
Hujber Ing. Rene  
Jilek Franziska  
John-Scheder Noelani  
Lang Paul  
Leperneg Erhard  
Moser Anita & Attila  
Moser Leona  
Müller Jampa  
Rehberger Renate  
Riha Mag. Helga  
Sebesic Marina  
Sun Meihua  
Tokos-Marton Mag. Tuende  
Tromper Roswitha  
Wegerer Mag. Irene  
Wimmer-Widhalm  
Dr. Andrea

# Qualifikationen

## Lokale Qualifikationen Deutschland und Österreich

### TOP- STARTER DEUTSCHLAND

#### Neugesponserte des Monats NOVEMBER

##### ANZAHL TOP-STARTER-PUNKTE NOVEMBER 2007 – FEBRUAR 2008

Becht Helga / 22 / GRAMANN  
 Ovcarov Natalia & Gennady / 20 / BOLLINGER  
 Schmidt Adelheid / 20 / BAUR  
 Stutenmeister Margot / 19 / WAACK  
 Furthner Peter & Erika / 18 / PEZZEI  
 Laub Milia / 18 / MAIER J. & V.  
 Lepold Verena / 18 / REINER-MARTIN  
 Rosentreter Olga / 18 / HILDENBERG & SCHELL  
 Rosentreter Irina / 18 / HILDENBERG & SCHELL  
 Werwai Lina & Paul / 18 / SMIRNOVA  
 Goldinsteinas Eduardas / 17 / REILE  
 Hanka Sonja & Olaf / 17 / KROMKE  
 Hoelz Nicole / 17 / BECKER  
 Wulf Waldemar & Tatjana / 17 / BRIER  
 Auer Julia / 16 / ZAMPEDI & ABDURAMANOV  
 Bauer Elena & Paul / 16 / MICHAJLOWA & MICHAJLOW  
 Cordes Henning / 16 / PITSCHEIMAN & SCHMIDT  
 Dadashova Elina / 16 / SCHAEFER L. & I.  
 Funkner Irina & Roman / 16 / KAGANSKI  
 Gallo Mona & Rodolfo / 16 / RUDOLF  
 Guertler Bienas Liane / 16 / GUENTHER & GOEPEL  
 Merker Christina & Winfried / 16 / MARQUARDT  
 Stemmann Elke / 16 / VIEBROCK  
 Albring Olga & Thomas / 15 / MENSCHOW  
 Knaub Irene & Ditrich / 15 / SVETASCHOV  
 Koeppen Annegret & Ralf / 15 / BRAASCH  
 Kratz Elvira / 15 / KUNKEL H.  
 Oeznur Sultan / 15 / FUNK N. & J.  
 Sintschenko Valentina & Alexander / 15 /  
 MICHAJLOWA & MICHAJLOW  
 Staudt Michaela / 15 / KANY

### TOP- STARTER ÖSTERREICH

#### Neugesponserte des Monats NOVEMBER

##### ANZAHL TOP-STARTER-PUNKTE NOVEMBER 2007 – FEBRUAR 2008

Mischitz Eva / 20 / KUEGELE A.  
 Platzer Monika / 20 / HAAS  
 Mayr Arch. Di Wolfgang / 18 / KUTSCHERA M.  
 Skokanitsch Elisabeth / 18 / WALLNER G.  
 Kinast Franz / 15 / KOECK  
 Lange Dominik / 14 / KUTSCHERA M.  
 Hoegelsberger Manfred & Petra / 14 / MAYERHOFER  
 Oberhummer Klaus / 14 / SCHACHERREITER  
 Caldironi Elisabeth / 14 / STOTTER  
 Schwendner Laura / 14 / JADALI  
 Wagner Gerda / 14 / SPITZER  
 Pertlik Maria / 13 / BAUER M.  
 Mohamed Sylvia / 13 / RIEGLER  
 Meischl Annette / 12 / REISCHER BOHANEC  
 Tscheptsch Michaela / 12 / WABNEK  
 Krispel Johanna / 12 / SPITZER  
 Maier Renate / 12 / SPITZER  
 Zeck-Albrecht Christa / 11 / HAAS  
 Wimmer Bernd / 11 / SCHOECK  
 Pluner Andreas / 10 / KOENIG  
 Drastil Rene / 10 / KUEGELE J.  
 Bednar Malee / 10 / RAINER  
 Lausegger Andreas / 10 / FLEISSNER-RIEGER  
 Steiner Hannes / 10 / RAUTER E.  
 Forsthofer Roman / 9 / TOBER  
 Rubulotta Salvatore / 9 / JADALI  
 Kindler Michaela / 9 / HAAS  
 Pichler Michaela / 9 / SPITZER  
 Mehlstaub Gerhard / 9 / BUTTURA

## TOP-Starter-Anerkennungskonzept für aktive neu gesponserte Geschäftspartner!

Zur Bewertung wird die Anzahl der TOP-Starter-Punkte herangezogen, die im Eintrittsmonat und den drei darauf folgenden Monaten insgesamt erreicht wird.

Die monatlichen TOP-Starter-Punkte können Sie durch Ihre persönlichen Umsätze und die persönlichen Umsätze Ihrer persönlich neu gesponserten Geschäftspartner (Erstlinien) in deren Eintrittsmonat und im Folgemonat erreichen.

Das gesamte Amway Team wünscht Ihnen weiterhin viel Erfolg bei Ihrem Geschäftsaufbau!

### Berechnung der TOP-STARTER-Punkte:

200 bis 299 PW pro Monat = 

300 bis 399 PW pro Monat = 

400 bis 499 PW pro Monat = 

500 bis 599 PW pro Monat = 

600 PW und mehr = 

# Jetzt neu: der E. FUNKHOUSER™ NEW YORK Kunden-Faltprospekt

Nun gibt es zu den Ihnen bereits bekannten Kunden-Faltprospekten noch einen weiteren zu E. FUNKHOUSER™ NEW YORK. Dieser kann ebenfalls im 10er-Pack für nur 0,90 € exkl. MwSt. bestellt werden.

Dieser wundervolle Kunden-Faltprospekt kommt pünktlich zur Einführung der Kollektion 007 und ist ideal, um diesen nach einem Gespräch beim Kunden zu lassen.

## Nutzen Sie die Vorteile!

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



Vergessen Sie neben dem neuen Kunden-Faltprospekt zu E. FUNKHOUSER NEW YORK nicht die im Januar und April erschienenen Kunden-Faltprospekte.

## 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.

AMWAY™ Boutique wurde im Oktober 2006 als Dachmarke für die Sortimente Dessous, Schmuck, Strumpfwaren und Düfte eingeführt. Die Entwicklung der Marke wurde aufgrund der Tatsache, dass viele Produkte nur einen gewissen Zeitraum erhältlich sind, genau beobachtet. Das Ergebnis dieser Beobachtung führte zum Entschluss, dass die Marke AMWAY Boutique nach Ablauf der aktuellen Kollektion nicht fortgeführt wird.

Die Düfte bleiben weiterhin im Angebot, allerdings ohne die Bezeichnung AMWAY Boutique Düfte. Die Umbenennung der Düfte erfolgt Schritt für Schritt. Schmuck und Dessous bleiben bis Ende August 2008 im Angebot, es wird jedoch keine 3. Kollektion folgen. Die Strumpfwaren werden bis zum Frühjahr 2009 angeboten.

Die strategische Entscheidung zur Entwicklung des AMWAY™ Angebots war nicht leicht. Wir danken allen, die die Marke AMWAY Boutique unterstützt haben! Auch in Zukunft werden wir Sie mit einem ständig verbesserten Produktangebot in Ihrem Geschäftsaufbau unterstützen.



Amway  
boutique

Beim gleichzeitigen Kauf einer ARTISTRY™ Porenreinigenden Maske und eines ARTISTRY Stiftes gegen Hautunreinheiten gewähren wir

**20 % Rabatt auf beide Produkte.\***



Mit der ARTISTRY Porenreinigenden Maske und dem ARTISTRY Stift gegen Hautunreinheiten wird die Haut endlich so schön, wie man es sich schon immer erträumt hat.

**Best.-Nr. 106951**

\* Erhältlich vom 01.05. - 30.06.08 bzw. solange der Vorrat reicht.

# GUT AUSSEHEN, gut fühlen

MIT DIESEN **AUFREGENDEN ANGEBOTEN**

Sich um seinen Körper zu kümmern, ist der Schlüssel zu besserer Gesundheit und mehr Selbstvertrauen. Diese aufregenden Angebote helfen dabei, endlich die Haut zu bekommen, die man sich schon immer gewünscht hat. Die Produkte sorgen nicht nur dafür, dass man gut aussieht, man wird sich auch gut fühlen und endlich den Sommer-Look haben, von dem man schon immer geträumt hat.



Beim Kauf der PETER ISLAND™ Sonnenschutzlotion LSF 30

bekommt man die **PETER ISLAND  
Après Lotion GRATIS dazu.\***

Ein zart gebräunter Teint lässt Sie gut aussehen und sorgt dafür, dass Sie sich gut fühlen, aber man darf die Gefahren der Sonne nicht unterschätzen. Mit der PETER ISLAND Sonnenschutzlotion LSF 30 und der PETER ISLAND Après-Lotion bekommt man nicht nur den perfekten sonnengebräunten Beach-Look, sie schützt zudem auch die Haut vor Sonnenbrand und langfristigen Schäden.

**Best.-Nr. 106952**

\* Erhältlich vom 01.05. - 30.06.08 bzw. solange der Vorrat reicht.



Beim gemeinsamen Kauf eines BODY SERIES™ Deo- und Antitranspirant Sprays und eines BODY SERIES Erfrischenden Duschgels **erhält man einen Rabatt von 15 %.\***

Ein frisches, leichtes Gefühl von Sommer, und das jeden Tag! Mit dem BODY SERIES Deo- und Antitranspirant Spray und dem Erfrischenden Duschgel ist man den ganzen Sommer lang perfekt gepflegt.

**Best.-Nr. 106953**

\* Erhältlich vom 01.05. - 30.06.08 bzw. solange der Vorrat reicht.



**25 % Rabatt** auf Spaghetti, italienische Nudelsauce

Tomate & Basilikum und Amway „Extra Natives Olivenöl“\*

Diese gesunden italienischen Produkte sind es wert, sie zu probieren. Sie schmecken so gut, dass Ihre Kunden sofort nachbestellen werden. Unser fantastisches Werbeangebot enthält alles, was man für einen perfekten italienischen Abend mit der Familie braucht!

**Best.-Nr. 106950**

\* Erhältlich vom 01.05. - 30.06.08 bzw. solange der Vorrat reicht.

**Bevor Sie Ihren Kunden diese fantastischen Werbeangebote vorstellen, sollten Sie die folgenden Tipps und Empfehlungen lesen, die Ihr Kundengespräch noch erfolgreicher machen:**

- Lernen Sie Ihre Kunden kennen und schaffen Sie sich Stammkunden.
- Finden Sie heraus, wer Ihre Kunden sind und führen Sie die Angebote vor.
- Informieren Sie sich über die verschiedenen Marken und die entsprechenden Verkaufsargumente.
- Entwickeln Sie ein individuelles Verkaufskonzept, da Sie mehr Umsatz machen, wenn Ihre Kunden das Gefühl haben, dass Sie sich gezielt um sie und ihre Bedürfnisse kümmern.

- Zeigen Sie Ihre Begeisterung, wenn Sie die Eigenschaften eines Produktes vorstellen, seine Funktion erklären, die Vorteile dieser Funktion erläutern oder seine Vorteile durch eine Demonstration beweisen.
- Entwickeln Sie ein Konzept zur Nachbearbeitung für Kunden, die Produkte bei Ihnen gekauft haben. Erinnern Sie sie daran, dass Sie ihnen jederzeit gerne bei weiteren Käufen behilflich sind.

Achten Sie in der nächsten Ausgabe des AMAGRAM™ auf weitere Informationen und Tipps, wie Sie diese großartigen Produkte noch besser verkaufen können.

**Die Kunden-Faltprospekte Mai/Juni mit allen oben aufgeführten Produkten und weiteren Informationen können Sie ab dem 1. Mai 2008 zur Weitergabe an Ihre Kunden bestellen. Verfügbar in Packs mit jeweils 10 Exemplaren.**  
**Best.-Nr.: 231497**

Weitere Informationen finden Sie unter [www.amway.de](http://www.amway.de), bzw. [www.amway.at](http://www.amway.at) ([www.amivo.at](http://www.amivo.at)).

Jetzt können Sie und Ihre Kunden die Möglichkeit der Verwandlung erleben.



ARTISTRY™

### NEU! ARTISTRY™ Creme LuXury

- Klinisch getestet – trägt dazu bei, dass sich die Haut bis zu 15 Jahre jünger verhält.
- Basiert auf den neuesten Entdeckungen in Wissenschaft und Technologie
- Weltweit das erste Kosmetikprodukt mit dem Inhaltsstoff Cardiolipin
- Das Produktdesign wurde von einem der bekanntesten Designer der Branche entworfen
- Sandra Bullock, eine der beliebtesten Schauspielerinnen unserer Zeit, ist die Repräsentantin dieses Produkts

„Bei der Entwicklung von Kosmetikprodukten haben wir völlig neue Erkenntnisse über die Art und Weise der Hautalterung gewonnen. In Zusammenarbeit mit führenden Wissenschaftlern haben wir das Geheimnis jugendlicher Schönheit gelüftet. Unser Wissen darüber, wie sich Energie in der Haut bildet und optimiert, hat zu einem völlig neuen Ansatz bei der Bekämpfung der sichtbaren Zeichen der Hautalterung geführt. Aus dieser Entdeckung heraus ist eine hautverjüngende Technologie entstanden, auf der die ARTISTRY Creme LuXury basiert.“

**Dr. George D. Calvert**  
Vice President, Forschung und Entwicklung

**Eine Sternstunde in der Geschichte  
der ARTISTRY Hautpflege.**

# Das ultimative ARTISTRY™ Hautpflegeprodukt ist da

Auch für dieses Produkt gilt der Grundsatz der Marke ARTISTRY – Wissenschaft im Dienste der Schönheit. Die neue ARTISTRY Creme LuXury wurde auf der Basis neuester Erkenntnisse in der Dermatologie entwickelt und nutzt die modernsten Hautpflegetechnologien auf dem Markt.

Weshalb ist ARTISTRY Creme LuXury so etwas Besonderes?

ARTISTRY Creme LuXury enthält Cardiolipin, ein seltenes, revolutionäres Lipid, das der Haut dabei hilft, sich von innen heraus zu regenerieren. Cardiolipin ist dreißigmal so teuer wie Gold und der kostbarste Inhaltsstoff, der jemals für ein ARTISTRY Produkt verwendet wurde.

ARTISTRY Creme LuXury macht die Haut fester, glatter und strahlender. Die Creme nutzt unseren einzigartigen 'CellEffect', eine revolutionäre Wirkstoffformel, die dazu beiträgt, dass sich die Haut regeneriert und sich wie 15 Jahre jüngere Haut verhält. Bei regelmäßiger Anwendung der ARTISTRY Creme LuXury wird sich die Haut so verhalten, wie man es aus seiner Jugend kennt – sie wird fester und elastischer, der Feuchtigkeitsgehalt verbessert sich. Und wenn sich die Haut jünger verhält, sieht sie auch jünger aus.

Klinische Tests haben bewiesen, dass sich die Haut verhält, als wäre sie bis zu 15 Jahre jünger. Während traditionelle Hautpflegeprodukte gegen die äußeren Ursachen der Hautalterung wirken, die Haut dabei mit Feuchtigkeit versorgen und die sichtbaren Zeichen der Hautalterung verbessern, geht die neue ARTISTRY Creme LuXury weiter – dorthin, wo das Altern beginnt. ARTISTRY Creme LuXury trägt dazu bei, auch die inneren Ursachen der Hautalterung zu bekämpfen, um ein jüngeres Hautbild zu erhalten. Das sichtbare Ergebnis: herausragende Versorgung der Haut mit Feuchtigkeit, verbesserte Elastizität, glattere Haut und Reduzierung feiner Fältchen. Und letztendlich jünger aussehende Haut.

ARTISTRY Creme LuXury nutzt die neuesten wissenschaftlichen und technologischen Entdeckungen, um eine ganze Reihe bahnbrechender Leistungen zu vollbringen:

- Erstes Produkt der Kosmetikbranche mit Cardiolipin, einem seltenen und teuren Inhaltsstoff, der dem Stoff ähnelt, der von Natur aus in unseren Hautzellen vorkommt.
- Erstes ARTISTRY Produkt, das mithilfe einer neuen Technologie namens CellEffect gegen die äußeren und inneren Ursachen der Hautalterung angeht.
- Enthält den ersten NUTRILITE™ Extrakt, der exklusiv für die Anwendung im kosmetischen Bereich entwickelt wurde und dazu beiträgt, die Haut vor Oxidation zu schützen.
- Fünf neue angemeldete Patente für Inhaltsstoffe und Verpackungsdesign.
- Erstes ARTISTRY Produkt mit einer bekannten Persönlichkeit als Repräsentantin.

**Textur, Duft und Design der ARTISTRY Creme LuXury sind wahrhaft einzigartig**

- Die Textur der Creme LuXury wird durch einen speziellen Mikrotextur-Herstellungsprozess erreicht. Die an der Entwicklung der ARTISTRY Produkte beteiligten Wissenschaftler haben einen einzigartigen 87-stufigen Herstellungsprozess entwickelt, bei dem die kleinsten Partikel entstehen, die wir je für eine Creme-rezeptur verwendet haben. Diese winzigen Partikel geben der Creme LuXury ihre feste, geschmeidige Konsistenz und ermöglichen der Haut, sie vollständig aufzunehmen.
- Der exklusive Duft der ARTISTRY Creme LuXury ist eine einzigartige florale Symphonie: eine erfrischende Kopfnote, eine langsam erwachende Herznote und eine entspannende Herznote.
- Das extravagante, elegante Produktdesign der ARTISTRY Creme LuXury wurde von Olivier van Doorne entwickelt, einem der bekanntesten Designer der Branche, und strahlt Luxus pur aus. Das Design vermittelt auf beeindruckende Weise das Image von ARTISTRY.



## REAKTIONEN DER ANWENDER

bei Verbrauchertests und Beurteilungen. ARTISTRY Creme LuXury erhielt eine überwältigende positive Resonanz:

- Creme fühlt sich reichhaltig und angenehm an
- Angenehmer Duft
- Entspannender Duft
- Nicht klebrig
- Nicht fettend
- Zieht schnell ein
- Gute Grundlage für Make-up, lässt sich gut mit anderen ARTISTRY Produkten kombinieren
- Creme lässt sich einfach auftragen

## ANWENDUNG

- ARTISTRY Creme LuXury morgens und abends nach dem Reinigen und Tonisieren auftragen. Als ergänzende Produkte werden ARTISTRY TIME DEFYANCE™ Hautpflegeprodukte empfohlen.

erhältlich ab 27. Mai 2008

## ARTISTRY Creme LuXury – Best.-Nr. 103564

Bei der ersten Bestellung der Creme LuXury erhalten Sie von uns gratis einen Satz LuXury Postkarten.



Glauben Sie an die Möglichkeit der Verwandlung: Ihre Haut wird nicht nur jünger aussehen, sondern sich auch so verhalten, als wäre sie bis zu 15 Jahre jünger.

# Hautregeneration – ein Creme-tiegel, der die Möglichkeit zur Verwandlung verheißt

Dieses neue, revolutionäre Produkt der Marke ARTISTRY kann Ihre aktuellen ARTISTRY Produktverkäufe extrem steigern – mit herausragenden Produkteigenschaften und überwältigenden Ergebnissen.

In Japan, dem ersten Markt, auf dem die ARTISTRY Creme LuXury eingeführt wurde, haben die Umsätze seit der Markteinführung im September 2007 alle Erwartungen übertroffen.

Maximieren Sie Ihre potenziellen Umsatzergebnisse, indem Sie Ihre Produktkenntnisse erweitern, zur Bewerbung der Creme LuXury nur luxuriöse Materialien verwenden und Ihre Begeisterung für das luxuriöse Image des Produkts zeigen.

Tragen Sie den wunderschönen **ARTISTRY Creme LuXury Anhänger**, um Ihren Kunden zu signalisieren, dass Sie die ARTISTRY Creme LuXury selbst verwenden. Dieses elegante Schmuckstück mit Rhodiumauflage kann als Anhänger an einer Kette oder Handtasche oder als Schlüsselanhänger verwendet werden und ist mit Sicherheit ein großartiger Ausgangspunkt für ein Gespräch. Die funkelnden Zierkristalle unterstreichen die luxuriöse Wirkung des Anhängers und machen Eindruck beim Kunden. Als Inspiration für das Design des Anhängers diente das Produktdesign der Creme, das exklusiv von Olivier van Doorne entworfen wurde.

**ARTISTRY Creme LuXury Anhänger mit Kordelhalskette (siehe Abb. rechts)**

Best.-Nr. 105564

Erhältlich vom 01.06. - 31.08.08 bzw. solange Vorrat reicht

Die **ARTISTRY Creme LuXury Broschüre** ist eine fantastische Verkaufsunterstützung für die Creme LuXury bei Produktpäsentationen oder Veranstaltungen. Überreichen Sie Ihren Kunden die Broschüre, um das luxuriöse Image des Produkts zu vermitteln.

**ARTISTRY Creme LuXury Broschüre (siehe Abb. rechts)**

Best.-Nr. 106839 (5er-Pack)

Erhältlich ab 02. Mai 2008

Legen Sie die **ARTISTRY Creme LuXury Postkarten** und **Kunden-Faltprospekte** den Produktbestellungen Ihrer Kunden und Ihrer Kundenkorrespondenz bei, um für das Produkt zu werben und Interesse für die ARTISTRY Creme LuXury zu wecken.

**ARTISTRY Creme LuXury Postkarten (siehe Abb. rechts)**

Best.-Nr. 106709

Erhältlich ab 02. Mai 2008

**ARTISTRY Creme LuXury Kundenfalt-Prospekte (siehe Abb. rechts)**

Best.-Nr. 106549

Erhältlich ab 02. Mai 2008

Machen Sie Ihre Kunden auf die Website [www.artistry-europe.com](http://www.artistry-europe.com) aufmerksam, die eine großartige Vorstellung der Marke ARTISTRY enthält. Sagen Sie Ihren Kunden, dass sie diese Website auch Freunden oder Familienangehörigen empfehlen sollen, wenn diese mehr über die Marke erfahren wollen. Hinterlassen Sie immer Ihre Kontaktdaten, falls jemand etwas bestellen möchte.

Das **ARTISTRY Brand Centre** wird ab sofort auch einen Bereich für die neue ARTISTRY Creme LuXury enthalten. Loggen Sie sich ein, um weitere Informationen zu erhalten, Trainingsvideos anzusehen und noch mehr über die Marke und unser ultimatives Spitzenprodukt zu erfahren. Darüber hinaus wartet dort auch ein exklusives Video mit Sandra Bullock auf Sie.

[www.amway.de](http://www.amway.de) bzw. [www.amway.at](http://www.amway.at) ([www.amivo.at](http://www.amivo.at))

Zu Ihrer Unterstützung haben wir ein attraktives Incentive-Programm für den Verkauf der ARTISTRY Hautpflege entwickelt, das auch die Creme LuXury umfasst. Details zu diesem Programm finden Sie im ARTISTRY Brand Centre.

Weitere Informationen, Hinweise und Tipps, Details zum Produktdesign, Fragen & Antworten sowie Informationen zu dem Incentive-Programm finden Sie in den nächsten Ausgaben des AMAGRAM.



# E. FUNKHOUSER™ NEW YORK

Die Marke E. FUNKHOUSER™ NEW YORK präsentiert:

## Farbkollektion 007 – Streamline

Streamline ist Eddie's ganz persönliche Interpretation des legendären Stromlinien-Looks der späten dreißiger Jahre des letzten Jahrhunderts, der sowohl in der Welt der Kunst als auch in der Mode- und Designwelt für Furore sorgte.

Wie bei allen Kollektionen von E. FUNKHOUSER NEW YORK werden die trendsetzenden Farben mit modernsten Formeln hergestellt und sind exklusive Produkte, die man einfach haben muss.

### LIPPEN

Wie werden Lippen zu einem modernen Meisterwerk? – mit den E. FUNKHOUSER NEW YORK Produkten für Lippen.

Lippengloss



Aqualyne  
Best.-Nr. 104838

Glissade  
Best.-Nr. 104839



Lippenstift



Santini  
Best.-Nr. 104833



Desdemona  
Best.-Nr. 104834

Lippenkonturenstift & -gloss

Dieses Produkt erfüllt gleich zwei Funktionen und enthält einen weichen, lange anhaltenden Konturenstift sowie einen Lippengloss mit starker Deckkraft und hochglänzendem Metallicschimmer.



High Velocity  
Best.-Nr. 104824

Aero Dynamic  
Best.-Nr. 104825



## AUGEN

Mit Produkten, die Form und Funktion in sich vereinen, setzt E. FUNKHOUSER NEW YORK neue Schwerpunkte beim Augen-Make up.

### Trio-Lidschatten

Aufgrund seiner exklusiven Formel ist dieser Lidschatten sehr vielseitig, so dass er sich nass auftragen lässt, wenn kräftige Akzente gewünscht sind, oder trocken, wenn der Look natürlicher aussehen soll.

Invention/Creation/Imagination

Best.-Nr. 104831



Ambition/Envision/Revelation  
Best.-Nr. 104830

Flüssiges Eyeliner Duo



Volumenbasis für Wimpern



Automate/Illuminate  
Best.-Nr. 104828

Best.-Nr. 104030

## WANGEN

Die Duo-Box enthält zwei aufeinander abgestimmte Rougetöne, die zusammen oder für sich aufgetragen werden können.

Creme-Rouge  
Duo

Eritrea/Asmara  
Best.-Nr. 104837



## VIELSEITIG KREATIV ANWENDBAR

Ein Produkt mit vielen Funktionen – das ist der Grundsatz der vielseitig kreativ anwendbaren Produkte von E. FUNKHOUSER NEW YORK.

### Bronzing Puder

Matte und schimmernde Farbtöne werden kombiniert, um einen modernen, sonnen-geküsten Look einer Göttin hervorzubringen.



## NÄGEL

Mit E. FUNKHOUSER NEW YORK Nagellack sind Fingernägel immer in Bestform.

### Nagellack

Art Glass  
Best.-Nr.  
104841



## KOSMETIKWERKZEUGE

Dieses praktische Reiseset hat Eddie mit allen Pinseln ausgestattet, die man unterwegs für das tägliche Make-up brauchen kann.



Kosmetikpinsel-Reiseset  
Best.-Nr. 102963

**DIE E. FUNKHOUSER NEW YORK PROFESSIONELLE PRODUKTSERIE IST PERMANENT ERHÄLTLICH.  
ES MACHT SPASS, SICH DIE LIEBLINGSPRODUKTE FÜR SEIN MAKE-UP AUSZUSUCHEN  
UND GENIESSEN ZU KÖNNEN, SICH WIE EIN STAR ZU FÜHLEN.**

Ein vollständiges Verzeichnis aller Produkte finden Sie in der E. FUNKHOUSER NEW YORK Kollektionskarte (Best.-Nr. 106388 – 5er-Pack). Weitere Informationen finden Sie unter [www.efunkhouser.com](http://www.efunkhouser.com) oder auf [www.amway.de](http://www.amway.de) bzw. [www.amway.at](http://www.amway.at) ([www.amivo.at](http://www.amivo.at)), wo auch aufregende Tipps von Eddie persönlich, Details zu den neuesten Angeboten, neue Downloads – unter anderem das KOSTENLOSE Schulungshandbuch für die Kollektion – und noch Vieles mehr zu finden sind. Zudem wird es ab 02. Mai 2008 auch einen neuen Kunden-Faltprospekt geben, mit Hilfe dessen Sie Ihren Kunden die E. FUNKHOUSER NEW YORK Produkte näher bringen können (Best.-Nr. 106279 - 10er-Pack).

# Glamouröser Party-Look mit dem **neuen** **ARTISTRY™ Puderrouge**

Das **ARTISTRY Rouge in samtiger Puderkonsistenz** ist unglaublich vielseitig. Die samtige Textur des Rouges verleiht der Haut einen natürlichen oder klassischen Schimmer. Mit dem ultrafeinen Puder gelingen perfekte Farbübergänge ganz einfach. Es kann unterschiedlich stark aufgetragen werden, je nachdem, ob man seine Wangen dezent betonen oder kräftige Akzente setzen möchte.

Rouge gibt dem Aussehen den letzten Schliff, aber es kann noch mehr, z. B. eine bestimmte Stimmung oder ein bestimmtes Gefühl vermitteln.



## LOOK FÜR DEN ABEND

Für einen dramatischen Abend-Look sollte man sich für etwas dunklere Töne entscheiden, die zum Grundton des Teints passen.

## ANWENDUNG

Zuerst den Rougepinsel oben am Wangenknochen ansetzen. Den Pinsel dann in Form eines C nach oben ziehen und um den Wangenknochen herum. Dies ergibt einen glamourösen Effekt durch Farbe und Tiefe.



## EIGENSCHAFTEN UND VORTEILE

- Samtweicher Puder
- Mikrofeine Pigmente ergeben strahlend reine Farben
- Lässt sich in Schichten auftragen (von transparent bis deckend). Perfekte Farbübergänge gelingen spielend.
- Transparenter Farbauftrag für einen frischen, natürlichen Look
- Vitamine A und E

Kalt	Warm
103884 Rosewood	103888 Sun Kissed
104562 Peony	104456 Nutmeg
<i>Neutral</i>	
103893 Aglow*	103891 Red Earth

\*Schimmernd

Vergessen Sie nicht, sich unter [www.amway.de](http://www.amway.de) bzw. [www.amway.at](http://www.amway.at) ([www.amivo.at](http://www.amivo.at)) die neusten Modetrends in Form von Videoclips anzusehen. Verwenden Sie als Verkaufshilfen beim Kundengespräch die ARTISTRY Farbkarte und den neuen ARTISTRY Einsatz zur Präsentation.

TM  
ARTISTRY



**Schließen Sie sich dem TEAM NUTRILITE™ an und machen Sie das Beste aus dem, was die Natur Ihnen gegeben hat.**



## AUCH SIE KÖNNEN TEIL DES TEAM NUTRILITE WERDEN.

**TEAM NUTRILITE hat sich zum Ziel gesetzt, ein weltweites Weltklassesteam aus Menschen zu bilden, die die Botschaft der Marke NUTRILITE verbreiten und die NUTRILITE Produkte mit so vielen anderen wie möglich teilen.**

TEAM NUTRILITE generiert ein Momentum aus bekannten Profisportlern, globalen und lokalen Sportveranstaltungen und Erfolgsgeschichten über Menschen, die ihr optimales Wohlbefinden erreicht haben.

Neben Millionen Menschen überall auf der Welt, die danach streben, ihre optimale Leistungsfähigkeit zu erreichen, haben sich inzwischen einige der bekanntesten Sportler der Welt dem TEAM NUTRILITE angeschlossen – und es ist noch viel Platz für andere.



- 1. Liu Xiang**, Weltrekordhalter über 110-Meter-Hürden.
- 2. Sanya Richards**, gewann 2006 mit einer Zeit von 48,70 s im 400-Meter-Sprint den Titel der schnellsten Frau der Welt.
- 3. Asafa Powell**, der schnellste Mann der Welt.
- 4. Ronaldinho**, einer der besten Fußballspieler der Welt, der gerade erst einen Sponsorvertrag mit der Marke NUTRILITE unterschrieben hat.



## Mehr Energie fürs Wohlbefinden und Ihr Geschäft mit NUTRILITE™ Produkten für Aktive

Fitness- und Sportgetränke sowie andere Lifestyle-Produkte, die früher ein Nischendasein geführt haben, finden heute breiten Anklang. Menschen aller Gesellschaftsschichten wissen, dass sich alles, was sie essen oder trinken, auf ihre Gesundheit, ihre Leistungsfähigkeit und selbst ihre Weltanschauung auswirkt. Wer möchte sich nicht besser fühlen, leistungsfähiger sein und mehr Erfolg haben?



Daher sind wir sehr stolz darauf, dass wir zwei BRANDNEUE Produkte vorstellen können, die unter dem Dach der NUTRILITE Produkte für Aktive entwickelt wurden und auf die Markteinführung des **NUTRILITE 1™ Nahrungsergänzungsmittels** folgen.

Die neue Produktpalette wurde speziell für Menschen entwickelt, die stets in Topform sein möchten, und ist mit den zwei neuen Produkten jetzt komplett:

### **NUTRILITE FITH₂O™ Getränkepulver mit Antioxidantien** **NUTRILITE STRIVE+™ Isotonisches Getränkepulver**

Jedes dieser hochwertigen NUTRILITE Produkte für Aktive wurde für eine große Bandbreite an körperlicher Aktivität entwickelt, da viele Menschen nicht sehr aktiv sind und sich auch nicht als sportlich bezeichnen. Selbst Menschen, die sich nicht so viel bewegen, wie sie sollten, spüren die Vorteile dieser Produkte, die sich unter anderem positiv auf den Flüssigkeitshaushalt des Körpers, das Energieniveau und den Vitaminhaushalt auswirken.

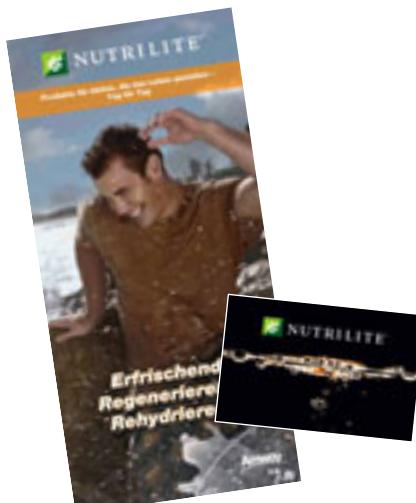
## VERKAUFSMATERIAL

Besuchen Sie demnächst das neue Brand Centre für NUTRILITE Produkte für Aktive, und informieren Sie sich über die vielen Vorteile dieser aufregenden Produkte. Informieren Sie sich auf [www.amway.de](http://www.amway.de) bzw. [www.amway.at](http://www.amway.at) ([www.amivo.at](http://www.amivo.at)).

### **NEU e-Learning-Kurs**

Als Unterstützung zur Markteinführung der neuen NUTRILITE Produkte für Aktive haben wir einen e-Learning-Kurs für Sie entwickelt. Der Kurs lässt sich im Selbststudium durchführen und enthält viele nützliche Informationen über die neuen Produkte und Tipps zur Steigerung des Umsatzpotenzials. Und Spaß macht er auch noch!

Besuchen Sie das Brand Centre für NUTRILITE Produkte für Aktive, wo Sie viele weitere Informationen finden.



Die NUTRILITE 1™ Kunden-Faltprospekte sind noch erhältlich. Bestellen Sie JETZT und stellen Sie Ihren Kunden die neuen NUTRILITE™ Produkte für Aktive vor.

NUTRILITE 1™ Kunden-Faltprospekt (10er-Pack)  
**Best.-Nr. 106550**

Jetzt sind auch die neuen Visitenkarten für NUTRILITE Produkte für Aktive erhältlich, mit denen Sie Ihre Kontaktinformationen hinterlassen können.

Visitenkarten (10er-Pack)  
**Best.-Nr. 106714**

NUTRILITE ist weltweit eine der führenden Marken im Bereich Vitamine, Mineralstoffe und Nahrungsergänzungsmittel (basiert auf den Verkäufen des Jahres 2006 gemäß Untersuchungen von Euromonitor International).

## NUTRILITE FITH<sub>2</sub>O™ Getränkepulver mit Antioxidantien

### TOP-FIT DURCH WASSER

- NUTRILITE FITH<sub>2</sub>O ist ein kalorienarmes, kohlenhydratarmes Produkt, mit dem sich einfaches Wasser zu einem wohlsmekenden, erfrischenden Getränk machen lässt, das den Körper bei leichten körperlichen Aktivitäten unterstützt.
- NUTRILITE FITH<sub>2</sub>O enthält den Red Orange Complex™ (ROC)\*, der für einen wirksamen Antioxidansschutz sorgt und gegen Freie Radikale angeht, die durch Luftverschmutzung, schlechte Ernährung und übermäßigen Sport entstehen können.
- Der Drink Mix in Pulverform in der Geschmacksrichtung Mandarine ist ab Mai erhältlich und wird in einer Packung mit 20 praktischen Beuteln mit jeweils 6 g Inhalt geliefert, die sich auch hervorragend als Proben eignen.



## NUTRILITE™ STRIVE+™ Isotonisches Getränkepulver

### EIN SPORTGETRÄNK, DAS ALLES GIBT

- NUTRILITE STRIVE+ ist ein wissenschaftlich formuliertes Sportgetränk für aktive Menschen. Jeder Beutel enthält eine Mischung aus Kohlenhydraten, Elektrolyten und 100 mg des Red Orange Complex™ (ROC)\*.
- Wenn NUTRILITE STRIVE+ mit Wasser gemischt wird, beugt es Flüssigkeitsverlust vor, da die Nährstoffe, die Sie bei einem anstrengenden Training verlieren, sofort wieder ersetzt werden.
- Der schnell lösliche Drink Mix ist ab Mai erhältlich und wird in einer Packung mit 20 praktischen Beuteln mit jeweils 30 g Inhalt geliefert, die sich auch hervorragend als Proben eignen.

Red Orange Complex\*, der in NUTRILITE FITH<sub>2</sub>O Getränkepulver mit Antioxidantien und in NUTRILITE STRIVE+ Isotonisches Getränkepulver enthalten ist, ist ein pflanzlicher Stoff, der wissenschaftlichen Untersuchungen zufolge den Zellen dabei hilft, ihre Integrität zu bewahren. Kurz gesagt, der Komplex hilft dem Körper dabei, sich bei körperlicher Aktivität auf ganz natürliche Weise zu verteidigen.

\* Red Orange Complex ist eine Marke der Bionap SRL.

NUTRILITE FITH <sub>2</sub> O	NUTRILITE STRIVE+
<b>Best.-Nr. 103786</b> – Mandarine Karton mit 20 Beuteln	<b>Best.-Nr. 103788</b> – Grapefruit Karton mit 20 Beuteln
Neue Geschmacksrichtung ab Juli <b>Best.-Nr. 103787</b> – Pfirsich Karton mit 20 Beuteln	Neue Geschmacksrichtung ab Juli <b>Best.-Nr. 103789</b> – Frucht-Mix Karton mit 20 Beuteln

## Firmenläufe 2008

ZIEL 3.000 –

Wir wollen wieder die Besten sein!

Berlin und München – hier wird Amway in diesem Jahr die Firmenläufe wieder zu großartigen und unvergesslichen Ereignissen machen. Und unser gemeinsames Ziel ist klar: Wir wollen die Besten sein!

In der Hauptstadt gilt es, den Titel als fittestes Unternehmen zu verteidigen. In München wollen wir die Trophäe nach drei Jahren endlich wieder zurückerobern. Also seien Sie dabei! Gemeinsam können wir es schaffen, unser Ziel zu erreichen

und in Berlin 1.000 und in München 2.000 Teilnehmer ins Rennen schicken. Bitte vergessen Sie nicht, Ihr rotes Firmenlauf-T-Shirt mitzubringen! Ab dem 7. Mai 2008 haben Sie auch wieder die Möglichkeit, dieses zu bestellen:

**Best.-Nr. 217853 (Größe M)**

**Best.-Nr. 217854 (Größe L)**

(rotes Funktions-T-Shirt mit Rundhals-ausschnitt – Aufdruck Amway Logo auf einer Seite und „läuft für UNICEF“ auf der anderen).



**Liebe Geschäftspartner,**  
werden auch Sie Mitglied im TEAM NUTRILITE™ und holen Sie das Beste aus sich heraus! Die Firmenläufe in Berlin und München bieten die ideale Motivation, regelmäßig Sport zu treiben und sich gesund zu ernähren, um dann gemeinsam an den Start zu gehen und die begehrte Trophäe als fittestes Unternehmen zu gewinnen. Unser Ziel lautet 3.000 – und wir schaffen das!

**Ihr Iain Gibbs**

Geschäftsführer

Austragungsort	Termin	Anmeldeschluss bei Amway	Anmeldegebühr (= 50 % der Startgebühr)	Weitere Informationen
Berlin	09.07.2008	19.06.2008	7,00 €	<a href="http://www.berliner-firmenlauf.de">www.berliner-firmenlauf.de</a>
München	24.07.2008	12.05.2008	10,00 €	<a href="http://www.firmenlauf2008.de">www.firmenlauf2008.de</a>

Das Anmeldeformular steht Ihnen unter **www.amway.de** zur Verfügung. Bitte beachten Sie die dortigen Hinweise zum Ausfüllen des Formulars.

**Jeder Läufer erhält vor Ort ein Amway Teilnehmer Paket.  
Zudem übernimmt Amway wieder 50 % Ihrer Startgebühren!**

# Lifestyle Balanced Solutions – Erfolgsgeschichte

**Sylvia Prey**  
Amway Geschäftspartnerin  
Deutschland

Amways Programm „Lifestyle Balanced Solutions“ habe ich im Frühjahr 2007 kennen gelernt. Es wurde mir bei einer Amway Schulung auf sehr informative und positive Art und Weise vorgestellt. Letztendlich hat mich die Möglichkeit, dauerhaft an Gewicht verlieren zu können, davon überzeugt, das Programm selbst auszuprobieren. Ich habe sehr engagiert angefangen – ein paar überflüssige Kilos zu verlieren, war mit Sicherheit nicht das Schlechteste für mich. Und der „Selbsttest“ ist ein überzeugendes Verkaufsargument für Geschäftspartner sowie Kunden.

Ich bin von dem gesamten Programm einfach nur begeistert. Es ist nicht kompliziert, man braucht nicht viel Zeit dazu und man nimmt ab, ohne hungrig zu müssen. Und das Beste ist, man fühlt sich auch noch großartig dabei. Es hilft enorm, das Programm zusammen mit anderen durchzuführen. Man kann sich gegenseitig motivieren und am Erfolg der anderen teilhaben. Ich habe mein Zielgewicht erreicht (ich habe 7 kg abgenommen) und hätte nie geglaubt, dass ich mich jetzt so viel besser fühle. Mein neues Gewicht kann ich mühelos halten, und ich freue mich sogar darauf, auf die Waage zu steigen!

**Das Bewegungsprogramm ist sehr gut, vor allem, weil es so einfach ist. Die Übungen schafft wirklich jeder – selbst die von uns, die nicht so sportlich sind.**

NUTRILITE™ POSITRIM™ Cremepulver-Mischungen nehme ich immer noch zu mir, vor allem, wenn ich es mal eilig habe, denn es ist ein vollwertiger Mahlzeitenersatz, der sich schnell und einfach zubereiten lässt.

Ich werde oft gefragt, wie ich es geschafft habe, so viel abzunehmen, und bekomme auf diese Weise neues Potenzial für mein Geschäft. Ich muss dieses Programm einfach jedem empfehlen, der abnehmen möchte, weil es mehr ist als nur eine Diät – es ist ein Programm, das einem zeigt, wie man sein Idealgewicht erreichen und auch halten kann.



**Best.-Nr. 218502** – „Lifestyle Balanced Solutions“ Basis-Paket

**Best.-Nr. 218503** – „Lifestyle Balanced Solutions“ Start-Paket\*

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



## „Meine Buchungsübersicht“ online ...behalten Sie alles im Auge!!!

Die Übersicht der von Ihnen vorgenommenen Buchungen mit der Anzeige des Termins der Bonuszahlung (steht noch aus oder ist abgerechnet am ...) ist für Sie unter der Rubrik -> „meine Daten -> Buchungsübersicht“ bereitgestellt.

Die aufgeführten Buchungen sind unter Vorbehalt aufgelistet. Verbindlich sind die von Amway kommunizierten Abrechnungsdaten.

**wichtiger Hinweis:** Buchungen die über hotel.de gemacht wurden, können hier nur zeitverzögert aufgeführt werden.

Buchungsübersicht für GP: 1000000.jde (Beträge in EUR)									
Vereinzelhafte	Kundennummer	Buchungsnummer	Buchungsdatum	Buchungspreis	Bonus (Möglich)	PW	GV	Bonus	Teilgenossenschaft
Summe				4962,95				99,67	
Spender	Moersmann	2101210	18.09.2008	891,00	2	84,18	95,82	17,00	01/2008 D
Belohnung	Moersmann	2101210	29.03.2008	35,00	1	3,57	3,37	6,46	04/2008 D
Umlauf	Moersmann	2101210	26.03.2008	891,00	2	86,28	43,22	13,00	04/2008 D
Reise	Moersmann	2101210	26.03.2008	196,00	2	14,69	23,01	3,96	04/2008 D
12% PW	Moersmann	2101210	14.12.2007	891,00	2	81,08	26,71	8,68	01/2008 D
Welt 24 Monate	Moersmann	1901177	20.10.2007	891,00	2	8,02	8,49	1,80	01/2007 D
1000,00	Moersmann	2101210	29.03.2007	61,00	1	6,00	5,82	0,99	01/2007 D
Full Leistung	Moersmann	2101210	18.03.2007	2.096,00	8	175,79	471,99	56,00	01/2007 D
071 Travel Q+H	Moersmann	2101210	26.04.2007	776,00	2	76,46	42,33	12,00	06/2007 D



EURO-PRODUCT-SERVICES AG  
IHR TECHNIKGESCHÄFT

## SEIEN SIE BEREIT

DEUTSCHLAND



Philips Bierzapfanlage HD 3620/20

Für 6 l Fässer, Temperaturanzeige, Füllstandsanzeige



**145,-** €  
zzgl. MwSt.

10,91 PW und 15,38 GV



JVC 32 Zoll LCD-TV LT-32A80SU

**529,-** €

Leasing ab 20,26 €\* zzgl. MwSt.  
Bis zu 45,77 PW\* und 64,55 GV\*

1366 x 768 Auflösung, Helligkeit: 500 cd/m<sup>2</sup>

Kontrastverhältnis 1200:1  
Reaktionszeit: 8 ms, 2 x HDMI-Schnittstelle

DynaPix für hochauflösende Bilder und  
3D Cinema Sound Klangsystem

Bestellen Sie unter [www.amway.de](http://www.amway.de) > Partner Stores. EPS - Ihr Technikgeschäft



Die europaweit erstmalige  
Vorstellung des

# TEAM NUTRILITE™

erfolgte im Amway Experience Center – Munich durch **Sean Foy** und im AEEC Wien durch **Robert (Bob) Tully**, der selbst aktiver Marathon Läufer ist. Beide sind TEAM NUTRILITE™ Experten des **Nutrilite Health Institute Centre for Optimal Health** in Kalifornien, USA, und fesselten am 28. und 29. Februar 2008 die Geschäftspartner und Führungskräfte aus Deutschland, Frankreich und Österreich.

Gespannt warteten alle Teilnehmer auf die Verkündung des neuesten Mitgliedes von TEAM NUTRILITE ...

**... RONALDINHO, einem der größten  
Fußballspieler weltweit!**

Durch eine Versteigerung von **Ronaldinho signierten T-Shirts** und **Fußbällen** konnten insgesamt **3.821 Euro als Spende** für **UNICEF** gesammelt werden. Im Anschluss an den offiziellen Teil der Veranstaltung wartete ein gesundes reichhaltiges Buffet auf die beeindruckten Geschäftspartner. Freuen Sie sich auf eine weitere perfekte Partnerschaft. Amway ist stolz darauf, gemeinsam mit Ihnen daran zu arbeiten, um das Amway Geschäft immer weiter auszubauen.

Nutzen Sie die Möglichkeit, die **Vertragsunterzeichnung** während des exklusiven PR Events in Barcelona, Spanien, als Aufzeichnung auf [www.nutrilite.com](http://www.nutrilite.com) zu sehen. Hier erhalten Sie auch weitere Infos zum TEAM NUTRILITE.





Ich habe am 29. Januar 2002 das AMWAY Geschäft für mich als tolle Geschäftsmöglichkeit entdeckt. Durch verschiedene informative und interessante Schulungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten, welche die Firma Amway und meine Upline mir ermöglicht haben, konnte ich mein Wissen um die verschiedenen AMWAY Produkte deutlich erweitern und sowohl für meine Kundenbetreuung als auch für meine Geschäftspartner nutzen.

Insbesondere das L.O.C.™-Reinigungssystem hat mich sehr überzeugt. Und nicht nur mich. In darauf folgenden Kunden-Informationsveranstaltungen, welche ich bei verschiedenen Kunden zu Hause durchgeführt habe, konnte ich immer mehr Kunden durch den so genannten „Vorher-Nachher“-Effekt von diesen tollen Reinigern überzeugen. Dabei war es manchmal gar nicht so einfach, Kunden, welche vorher einen augenscheinlich sauberen Haushalt hatten, nach der Testreinigung mit den L.O.C.-Reinigern nicht bloßzustellen. Und das hat nicht nur die Frauen überzeugt. Auch immer mehr Männer waren vom Ergebnis beeindruckt und wurden nicht selten zu neuen Geschäftspartnern.



Und nicht nur das Ergebnis ist offensichtlich, sondern die Vorteile von L.O.C. liegen klar auf der Hand. L.O.C.-Produkte sind nicht nur umweltfreundlich und hoch konzentriert, sondern auch leicht zu dosieren und in puncto Preis/Leistung einfach spitze. Durch die praktische Sprühflasche kann das Produkt fein aber großflächig aufgebracht werden und bleibt damit sparsam im Verbrauch.

Mein TOP-Produkt ist der L.O.C. Mehrzweckreiniger, da er mich beim Reinigen der „Vier Wände“ optimal unterstützt und auch harträckige Verschmutzungen restlos beseitigt. Sowohl Kunden und Geschäftspartner als auch ich sind einhellig der Meinung: L.O.C. – nie mehr etwas anderes!



**Tobias Gundlach**  
Amway Geschäftspartner, Deutschland



## NEUES L.O.C.™ Brand Centre

Demnächst finden Sie auf [www.amway.de](http://www.amway.de) bzw. [www.amway.at](http://www.amway.at) ([www.amivo.at](http://www.amivo.at)) alle Informationen über den L.O.C. Mehrzweckreiniger, Amways erstes innovatives Reinigungsprodukt für zahlreiche verschiedene Aufgaben, und die L.O.C. Produktpalette.

Lesen Sie alles über die unglaubliche Erfolgsgeschichte der Marke L.O.C. Nutzen Sie die vielen Informationen über die Produkte der

L.O.C. Palette, und erfahren Sie, welche Produkte sich für bestimmte Aufgaben im Haushalt am besten eignen. Lernen Sie, wie Sie Ihren Umsatz mit Haushaltsprodukten durch verblüffende Demonstrationen und nützliche Hinweise und Empfehlungen weiter steigern können. Sie werden im Brand Centre eine Fülle an Informationen und Tipps finden, mit denen Sie Ihre Produktverkäufe mit L.O.C. Produkten noch weiter erhöhen können.

## ARTISTRY™ NAGELLACKE – NUR NOCH ERHÄLTLICH, SOLANGE DER VORRAT REICHT

Aufgrund von Problemen mit dem Hersteller, zu denen auch Lieferverzögerungen gehören, und Qualitätsprobleme bei einigen Lieferchargen, können wir für längere Zeit keine ARTISTRY Nagellacke mehr anbieten. Die derzeit aktuellen Nagellackfarben werden nur noch so lange erhältlich sein, wie der Vorrat reicht. Bis dahin könnte es aufgrund von Lieferverzögerungen des Herstellers dazu kommen, dass einige der Nagellackfarben zeitweise nicht lieferbar sind. Für Ihnen eventuell dadurch entstehende Unannehmlichkeiten entschuldigen wir uns bei Ihnen bereits jetzt in aller Form.

**Die folgenden Nagellacke sind nur noch erhältlich, solange der Vorrat reicht.**

101632 Base Coat



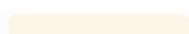
101622 Crystal Rose



101625 Extremely Red



101615 Celestial



101616 Happiness



101621 Lustre



101633 Top Coat



101628 Plum Crazy



101629 Mute Mauve



101619 Iced Mauve



101620 Bronze Dusk



101627 Terra Cotta



Seien Sie versichert, dass wir alles tun, um die „nagellacklose Zeit“ so kurz wie möglich zu halten.

Es wird mit Hochdruck daran gearbeitet, einen neuen Hersteller zu finden und eine neue Nagellackpalette zu entwickeln. Sobald es in dieser Sache Neuigkeiten gibt, werden Sie umgehend informiert.



## iCook™ Wärmeverteiler nur noch kurze Zeit erhältlich

Aufgrund der niedrigen Verkaufszahlen wird der iCook Wärmeverteiler (Best.-Nr. 101090) aus dem Sortiment genommen und ist nur noch begrenzte Zeit, voraussichtlich bis Mai/Juni 2008 erhältlich.



# Sponsererlebnis auf dem Dach Afrikas

Auf einem Treffen des Bundesverbandes mittelständische Wirtschaft vor ca. zwei Jahren lernte Dr. Manfred Miethe einen Reiseführer aus Tansania kennen. Dabei wurde die Idee der Besteigung des Kilimajaro (einer der „Sieben Gipfel“) geboren. Es sollte ein ganz besonderes Erlebnis werden – die Erfüllung eines Lebenstraums. So war es naheliegend, die Herausforderung mit Freunden anzunehmen. Mit ein wenig Werbung gelang es, eine 11-köpfige Reisegruppe mit aktiven „Amwayanern“ aufzustellen.

Am 4. Januar 2008 starteten Heidrun und Wolfgang Branke, Gertrud und Hartmut Hahnemann, Thomas Rücker, Kathrin Schoop, Jochen Muhs, Dieter Nottrodt, Jürgen Wolter, Stefan Günther und Manfred Miethe dieses Abenteuer.

Bereits aus dem Flugzeug sahen sie zum ersten Mal ihren „Kili“ (wie sie ihn liebevoll nannten) mit eigenen Augen und waren längst schon in ihn verliebt. Von den verschiedenen Routen des Aufstieges wählten sie die Machame-Route (auch Whisky-Route genannt). Das ist nicht die leichteste, aber eine der schönsten Routen. Das Abenteuer begann.

Alle Amway Geschäftspartner vereinte eine Vision. Sie waren wild entschlossen, den Gipfel in 5.982 m Höhe zu erklimmen, Entbehrungen auf sich zu nehmen und ihr Ziel nie aus den Augen zu verlieren. Für die Besteigung waren sieben Tage eingeplant. Übernachtet wurde in Zelten; das Gepäck musste minimal gehalten werden und Wasser war Mangelware. Dabei erwiesen sich einige Amway Produkte als „Wunderwaffe“. So z. B. die L.O.C.™ Tücher, die PETER ISLAND™ Sonnenschutz-lotion mit LSF 30 (unbedingt notwendig), die NUTRILITE™

Produkte, NUTRILITE POSITRIM™ (Pulver, Riegel) und NUTRILITE™ STRIVE™.

Über die Stationen Machame Gate (1.800 m), Machame Hut (3.000 m), Shira Hut (3.840 m), Baranco Hut (3.950 m) über Lava Tower (4.590 m), Karanga Hut (3.960 m) zum Barafu Hut (4.650 m) strebten sie dem Gipfel zu. Am letzten Tag des Aufstiegs war bereits um 23:30 Uhr Aufbruch bei Sturm und Kälte für einen Sechzehn-Stunden-Tag. Geschlafen hatte sowieso kaum einer wegen der dünnen Luft und auch vor Aufregung. Sieben Stunden ging es jetzt bei Finsternis mit Stirnlampe durch gespenstische Mond- und Geröll-Landschaft steil bergauf und verlangte ihnen allen die letzten Reserven ab. Am 12.01.2008 um 7:35 Uhr Ortszeit war dann im Morgengrauen der Uhuru Peak (Freiheitsgipfel) in 5.892 m Höhe von acht Amway Geschäftspartnern erreicht. Belohnt wurden sie mit einem traumhaften Sonnenaufgang und der Gewissheit des Sieges über den Berg. Sie hissten die Amway Fahne auf dem Dach Afrikas und sponserten den einzigen „Nicht Amwayaner“ der Gruppe. Es war unglaublich emotional. Noch am gleichen Tag stiegen sie bis auf 3.000 m ab und erholten sich in den folgenden drei Tagen bei einer Safari. Dabei genossen sie den Erfolg in vollen Zügen.

Durch das aktive Tun im Amway Geschäft haben sie u. a. Eigenschaften wie Ausdauer, Konsequenz und Durchhaltevermögen eingebracht, die notwendig waren, um der Herausforderung standzuhalten.

Abschließend bereiteten ihnen ihre Geschäftspartner und Familienangehörigen einen unerwartet bewegenden Empfang zu Hause.

Die Namen vom Gipfelfoto von rechts nach links:

**vordere Reihe:**

Jochen Muhs, Kathrin Schoop, Jürgen Wolter

**hintere Reihe:**

Manfred Miethe, Thomas Rücker, Hartmut Hahnemann, Guide Albert



## Das neue Amway Aktuell ist da!

Wir wissen nicht, wie es Ihnen geht, doch da unser Winter kein richtiger Winter war, sind wir schon absolut auf Sommer eingestellt. Deshalb haben wir uns entschlossen, diese Ausgabe unserer **Amway Aktuell** ganz im Zeichen des Sommers zu gestalten.

Mit diesem Heft möchten wir Ihren Kunden ein paar Tipps mit auf den Weg geben, wie ihre Haut stressfrei den begehrten Urlaubston bekommt – und dabei geschmeidig, schön und frei von Fältchen oder Pigmentflecken bleibt. Außerdem zeigen wir Ihren Kunden, wie ein Radausflug so richtig Spaß machen kann und geben eine kleine Anregung für ihren nächsten Ausflug. Ihre Kunden sollen sich inspirieren lassen!



Wie von  
der Sonne  
geküsst...



Jetzt geht's in die  
Sonne!

HILFE,  
ich schmelze!

Hoch  
über dem  
Starnberger See

Radausflug –  
so macht's  
allen Spaß



Mit diesem Heft geben wir Ihnen ein paar Anregungen zu den jeweiligen Produktlinien. Dieses wundervolle Heft ist ideal, um es nach einem Gespräch beim Kunden zu lassen. Doch es bietet Ihnen noch viele weitere Vorteile:

- **Amway Aktuell** gibt den Kunden übersichtlich und einfach Informationen zu den Marken und Produkten.
- **Amway Aktuell** gibt interessante Informationen zu den Produkten und erleichtert den Kunden die Handhabung der Produkte.
- **Amway Aktuell** bietet Ihnen die Möglichkeit Ihre Kontaktdaten einzutragen, damit der Kunde Sie jederzeit für weitere Informationen kontaktieren kann.
- **Amway Aktuell** soll das Bewusstsein für Amway und die Amway Produkte beim Kunden erhöhen.
- **Amway Aktuell** soll die Kundenloyalität mit der Bekanntheit von Amway und den Amway Produkten steigern.
- **Amway Aktuell** steigert Ihren Umsatz – setzen Sie es effektiv ein!

5er-Pack: Best.-Nr. 9874

10er-Pack: Best.-Nr. 9814

# Amway Experience Center – Munich

Es ist Zeit für eine – wie bereits angekündigt – weitere Neuerung im Amway Experience Center – Munich. Den bisherigen Besuchern des Centers ist der Shop mit unseren attraktiven Werbeartikeln zum Center sicherlich gut bekannt.

In diesem Shop werden wir das Angebot nun erweitern. Freuen Sie sich mit uns auf den

## Start des Produktverkaufes im Amway Experience Center – Munich!

Neben den beiden Top-Paketen 1 (Basispaket) und 2 (NUTRILITE™) für neu gesponserte Geschäftspartner werden auch drei exklusiv im Center erhältliche Sets angeboten:

- **Amway Experience Center – Munich Set „Haushaltspflege“** – eine Auswahl von fünf Produkten
- **Amway Experience Center – Munich Set „Körperpflege“** – eine Auswahl von sieben Produkten für die tägliche Körperpflege
- **Amway Experience Center – Munich Set „NUTRILITE“** – zwei NUTRILITE Produkte

Diese drei Experience Center-Sets werden ausschließlich\* im Amway Experience Center – Munich an Geschäftspartner verkauft. Mit dem Kauf eines dieser Sets erhalten Geschäftspartner eine Umverpackung, die sich sicherlich auch für andere Zwecke im täglichen Geschäft verwenden lässt – darauf dürfen Sie zusätzlich gespannt sein!

Besonders freuen wird es Sie, dass wir beim Kauf der Center-Sets eine Preisreduzierung von 10 % mit vollem PW/GV anbieten können. Pro Besuch des Amway Experience Center – Munich kann jedes Set einmal gekauft werden. Die Bezahlung ist nur per Kreditkarte oder bar möglich.

Diese Gelegenheit auf exklusive Produktsets dürfen Sie sich nicht entgehen lassen. Darum sollten Sie auf jeden Fall beim nächsten Besuch einen Blick in den Shop werfen.

Beachten Sie auch weiterhin die Artikel im AMAGRAM™ zum Amway Experience Center – Munich. Wir haben noch einige Neuerungen für Sie!



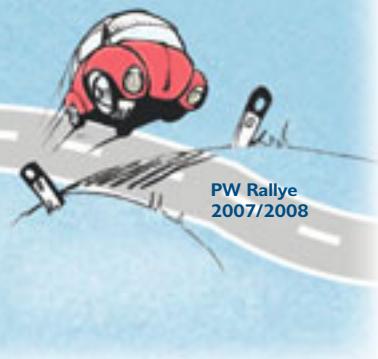
Der Amway Shop im Experience Center – Munich



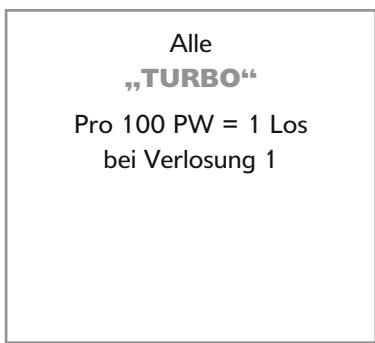
## PW Rallye im Geschäftsjahr 07/08

01.09.2007 bis 31.08.2008

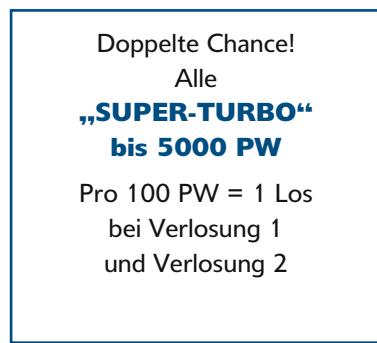
Einkaufsgutschein, großartige Preise und eine tolle Party mit Rahmenprogramm!



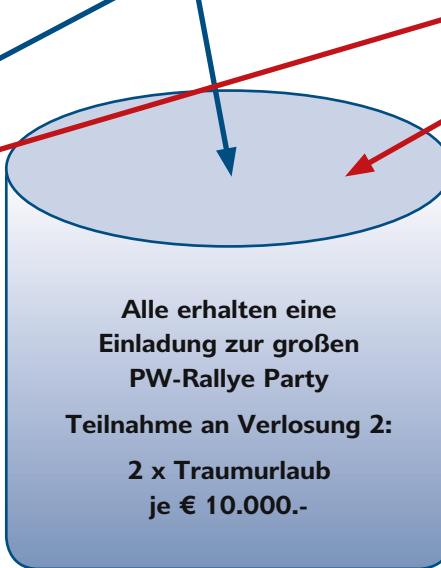
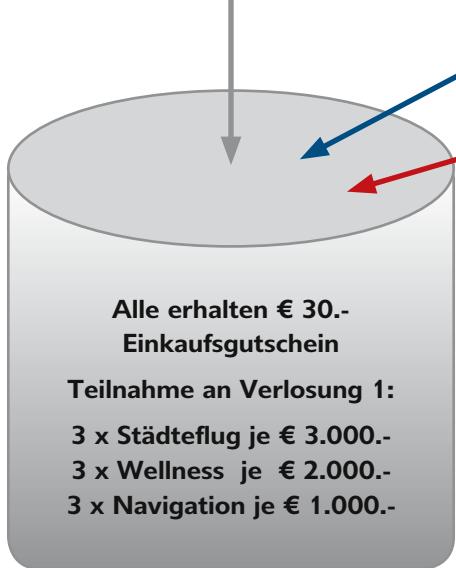
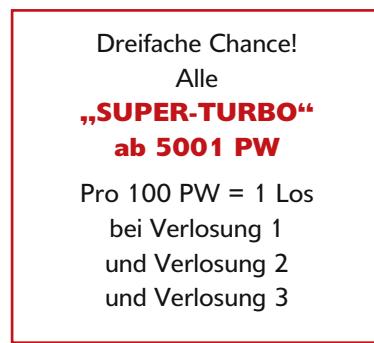
**TURBO** = Jeder, der 12 Monate im GJ mind. je 100 PW persönlich oder gesamt im GJ mind. 2.000 PW persönlich erreicht, ist dabei!



**SUPER TURBO** = Jeder, der 12 Monate im GJ mind. je 300 PW persönlich oder gesamt im GJ mind. 5.000 PW persönlich erreicht, ist dabei!



**HIGHLIGHT** = Jeder der gesamt im GJ mind. 5001 PW persönlich erreicht, ist dabei.



Alle Preise werden auf Wunsch bar ausbezahlt!



## Produktwissen in Perfektion – mit Kompetenz glänzen

Amway unterstützt Sie als Geschäftspartner ganz besonders mit zahlreichen Produkttrainings, die in Österreich angeboten werden. Eine Vielzahl an erfahrenen Trainern steht Ihnen zur Verfügung und entführt Sie in die Welt des Produktwissens.

**Jeder Amway Geschäftspartner** hat die Möglichkeit unsere Produkttrainings zu besuchen. Erfahren Sie mehr über das Produktsortiment sowie Neueinführungen und werden Sie reicher an Informationen.

**NUTRILITE™, ARTISTRY™, iCook™, eSpring™, E.FUNKHOUSER™, sowie Körperflege und Haushaltspflege/SA8™** sind die Produktgruppen, in denen Sie professionelle Trainings besuchen können.

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Wie erfahre ich die Termine der Produkttrainings?

**Sprechen Sie mit Ihrem Platin** – Dieser gibt Ihnen Auskunft über die nächsten geplanten Produkttrainings in Ihrer Umgebung. Produkttrainings sind ausschließlich über eine Führungskraft ab Platinstatus buchbar.

Bei Produkttrainings gibt es **zwei Trainingsarten** zu unterscheiden:

**Basistrainings:** finden nur an offiziellen Schulungszentren/Open Plan Zentren statt.  
Trainingsdauer: 1 Stunde

**Intensivtrainings:** anhand von Teilnehmerlisten werden anspruchsvoll gestaltete Teilnahmebestätigungen ausgestellt.  
Trainingsdauer: 3 Stunden

NEU

**Themenworkshops** und **Neugesponserten Touren** finden weiterhin im **Amway European Experience Center** statt.

Das Wissen von heute, ist Ihr Kapital von morgen!

**Amway**

**START!****INFOSEITE FÜR NEUE GESCHÄFTSPARTNER UND IHRE SPONSOREN****Erfolgsgeschichte****Renate Schink**  
**Österreich**

Mein Mann und ich bewirtschaften einen Biobauernhof im steirischen Ennstal. Wir sind beide sehr naturverbunden und achten auf die Umwelt. Deshalb verwendeten wir einige Amway Produkte, bis wir leider den Kontakt zu unserem Amway Berater verloren.

Im Oktober 2007 lernte ich dann ein Ernährungsprogramm von meinem Sponsor Familie Feuchter kennen. Zu meiner großen Freude stellte ich fest, dass ich jetzt wieder die hervorragenden Amway Reinigungsmittel beziehen kann und war sofort begeistert.

Es wurden mir viele neue tolle Produkte vorgestellt, welche ich auch ausgiebig testete, um Kunden und Geschäftspartner gut beraten zu können.

Bald organisierte ich auch häusliche Treffen, um diese Produkte Freunden und Bekannten vorzustellen und näher zu bringen. Innerhalb kurzer Zeit gelang

es uns, ein solides Geschäft aufzubauen.

Zu großem Dank sind wir unserer Upline Familie Unterberger verpflichtet, die uns immer wieder mit Rat und Tat zur Seite steht.

Besonders wichtig ist mir der Kontakt zum Sponsor, zur Up- und Downline und für die persönliche Weiterbildung der Neustarter zu sorgen. Sehr am Herzen liegt mir auch die Betreuung der Kunden und deren regelmäßige Versorgung mit den gewünschten Produkten. So wird sichergestellt, dass bereits begeisterte Kunden immer wieder nachbestellen und kein Geschäft verloren geht.

Bei den Schulungen fasziniert mich die Offenheit und Hilfsbereitschaft der anderen Geschäftspartner und Kollegen, welche mit ihren eigenen Erfahrungen



beim Geschäftsaufbau andere hilfreich und sehr motivierend unterstützen.

Ich achte darauf, Kunden und zukünftigen Geschäftspartnern ausreichend Zeit zu geben, um das nötige Vertrauen zu den Produkten aufzubauen und schaffe so eine gute Geschäftsbasis.

**LEBENSMOTTO:**

„Es gibt nichts Gutes, außer man tut es.“

*Amway wünscht Renate Schink weiterhin viel Erfolg für den Aufbau ihres Amway Geschäftes!*

**Das Amway Telefonsystem**

**Ihre Anliegen sind uns wichtig! Eine Nummer für alle Möglichkeiten 01 277 57 0**

Drücken Sie bitte die „1“ wenn Sie Amway Geschäftspartner oder Special Member sind.

Die Einwahl mit Ihrer Amway Nummer und Ihrem PIN Code ermöglicht eine sofortige Auskunft, egal ob es sich um Ihre persönlichen Daten oder z. B. eine Paketauskunft handelt.

- Sie können sicher sein, dass nur Sie als Inhaber des PIN Codes Auskünfte erhalten.
- Der Amway Mitarbeiter hat sofort Zugriff auf alle Daten und kann schneller Auskünfte erteilen.
- Die Gespräche werden vorrangig an den nächsten freien Mitarbeiter geleitet.

**Unser Ziel: Sie weiterhin nach besten Kräften zu unterstützen und unsere Serviceleistungen kontinuierlich zu verbessern.**

**Haben Sie Ihren PIN Code verlegt?**

Senden Sie uns bitte schriftlich eine fünfstellige Zahlenkombination Ihrer Wahl. Diese wird als Ihr neuer PIN Code bei Amway gespeichert.

Zu senden: per **Fax** an 01 27757 81 oder per **Post** an die Amway Gesellschaft m.b.H. Lohnergasse 2, 1210 Wien

**Produkteinführungen  
in dieser Ausgabe**

NUTRILITE FITH<sub>2</sub>O™  
Best.-Nr. 103786  
ab 2. Mai 2008

NUTRILITE™ STRIVE +™  
Best.-Nr. 103788  
ab 2. Mai 2008

E. FUNKHOUSER™ NEW YORK  
Farbkollektion 007  
ab 2. Mai 2008

ARTISTRY™ Creme LuXury  
Best.-Nr. 103564  
ab 27. Mai 2008

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

NUTRILITE STRIVE™ Energy Drink  
Best.-Nr. 4581

PETER ISLAND™ Strandtasche  
Best.-Nr. 216831

Bitte beachten Sie, dass die neuen ARTISTRY™ Lidschatten, Puderrouge und die Lidschatten-/Rouge-Box für 4 Einsatzes seit 1. April 2008 zu einem Aktionspreis erhältlich sind. Die Sonderaktion gilt bis auf weiteres. Die Preise entnehmen Sie bitte dem Online-Shop auf [www.amway.de](http://www.amway.de) bzw. [www.amway.at](http://www.amway.at) ([www.amivo.at](http://www.amivo.at)).

ARTISTRY™

**AMAGRAM™  
Juni 2008**

Deutschland: Das AMAGRAM Juni 2008 wird Ihren Bestellungen, die während des Zeitraums vom 26.05.2008 bis 04.06.2008 erfasst werden, beigelegt. Der Versand der restlichen Exemplare erfolgt ab dem 12.06.2008 per Post. Österreich: Der Versand erfolgt für alle Geschäftspartner und Special Members ab dem 26.05.2008 per Post.

**Unverzichtbar für jeden gut informierten Geschäftspartner:  
Die Platin Kollektion DVDs**

Haben Sie bereits alle Teile der Platin Kollektion erworben?

Wenn nicht, dann bestellen Sie noch heute die fehlenden DVDs – 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**

**Teil II – Doug DeVos**

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

**Best.-Nr. 217852**

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

- Dokumentation, die auf dem Discovery Channel gesendet wurde

**Best.-Nr. 217845**

**Teil IV – Rich DeVos Orlando 1998**

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

**Best.-Nr. 218288**

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

**Best.-Nr. 218602**

**Teil VI – Doug und Steve im Gespräch: Fundamentale Werte**

**Best.-Nr. 218854**

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

**Best.-Nr. 218855**



Seite hier heraustrennen und bei Ihren Unterlagen abheften.

Land	Best.-Nr.	Bezeichnung	Sortimentsartikel, Produkte		Euro		Grundpreis Verkaufspreis (nur A) #		Grundpreis Verkaufspreis (nur A) #		Grundpreis EK-Preis (nur A) #		Grundpreis EK-Preis (nur A) #		Grundpreis Verkaufspreis (nur A) #		Grundpreis Verkaufspreis (nur A) #		
			Inhalt	Gewicht	PW	GV													
<b>NUTRILITE™</b>																			
D+A	103786	NUTRILITE FITH20™ Mandarine	23	1 Pack m. 20	9,92	13,99	●	13,99	14,97	15,39	30%	19,45	20,01	ab 02.05.08					
D+A	103788	NUTRILITE STRIVE+™ Grapefruit	23	1 Pack m. 20	12,39	17,48	●	17,48	18,70	19,23	30%	24,30	24,99	ab 02.05.08					
D+A	103564	<b>ARTISTRY™ LuXury - Hautpflege</b>	15	45 ml	117,00	165,00	●	165,00	196,35	100 ml = 436,33	100 ml = 440,-	35%	265,05	267,30	100 ml = 594,-				
<b>Drucksachen ARTISTRY™ Creme LuXury</b>																			
D+A	106839	ARTISTRY™ Creme LuXury Broschüre	17	1 Pack m. 5	,-	5,25	6,25	6,25	6,25	6,30	-	-	-	6,30	ab 02.05.08				
D+A	106549	ARTISTRY™ Creme LuXury Kunden-Faltprospekt	17	1 Pack m. 10	,-	0,90	1,07	1,07	1,07	1,08	-	-	-	1,08	ab 02.05.08				
D+A	106709	ARTISTRY™ Creme LuXury Postkarten	17	1 Pack m. 10	,-	0,80	0,95	0,95	0,95	0,96	-	-	-	0,96	ab 02.05.08				
<b>Drucksachen, allgemein produktbezogen</b>																			
D+A	9874	Amway Aktuell Ausgabe 2/2008	31	1 Pack m. 5	,-	3,80	4,52	4,52	4,52	4,56	-	-	-	4,56	02.05.08-31.08.08				
D+A	9814	Amway Aktuell Ausgabe 2/2008 (preisreduziert)	31	1 Pack m. 10	,-	7,25	8,63	8,63	8,63	8,70	-	-	-	8,70	02.05.08-31.08.08				
D+A	9990	<b>Verlängerung des Amway Geschäfts</b>	-	1 Stück	,-	,-	34,00	40,46	40,46	40,46	40,80	-	-	-	40,80	01.01.-31.08.08			
<b>Partnerschaft mit dem UN-Kinderhilfswerk UNICEF</b>																			
D+A	104999	UNICEF Anstecknadel „Vicky“	-	1 Stück	,-	2,16	2,57	2,57	2,57	2,59	-	-	-	2,59					
D+A	104170	UNICEF Anstecknadel „Billy“	-	1 Stück	,-	2,16	2,57	2,57	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	1,00	-	-	-	1,00					
D+A	101569	Beitrag zum UN-Kinderhilfswerk UNICEF, 5 €	-	1 Stück	,-	5,00	5,00	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	17,00	-	-	-	17,00					
<b>Sonderartikel</b>																			
D+A	106714	Produkte für Aktive – Visitenkarten	22	1 Pack m. 10	,-	0,80	0,95	0,95	0,95	0,96	-	-	-	0,96					
D+A	231527	NUTRILITE™ Einmal Täglich - Ronaldinho Postkarten	-	1 Pack m. 10	,-	0,80	0,95	0,95	0,95	0,96	-	-	-	0,96	ab 02.05.08 solange Vorrat reicht				
<b>ARTISTRY™ TIME DEFIANCE™ Sonderaktion</b>																			
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, Schutzlotions für den Tag LSF 15, Wiederherstellende Nachtlotions)	-	1 Set	74,57	105,16	●	105,16	125,14	126,18	35%	168,95	170,36	solange Vorrat reicht					

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

D+A ● = volles GV (großer 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 (mittelhantes Waser, normale bzw. bei Fein-/Spezialwaschmittel leichte Verschmutzung)

D+A ② = lt. Preiszeichnungsgesetz der Preis inkl. MwSt. auf der Basis einer Menge von 1 kg/1 l bzw. 100 g/100 ml bzw. bei Waschmitteln auf der Basis einer Solaranwendung (mittelhantes Waser, normale bzw. bei Fein-/Spezialwaschmittel leichte 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 % bei Nahrungsergänzungsmitteln, Nahrungsmitteln und Tierernährung.

A ③) In den Preisen ist der gesetzliche MwSt.-Satz von 20 % bzw. 10% enthalten

Land	Best.-Nr.	Bezeichnung	Inhalt	Gewicht	P/W	GV	GV/EK-Verhältnis <sup>1)</sup>	Einkaufspreis inkl. <sup>2)</sup> MwSt. (nur D) <sup>3)</sup>	Einkaufspreis inkl. <sup>2)</sup> MwSt. (nur A) <sup>3)</sup>	Grundpreis EK-Preis (nur D) <sup>4)</sup>	Grundpreis EK-Preis (nur A) <sup>4)</sup>	Basis-% (nur A)	Grundpreis Verkaufspreis (nur A) <sup>5)</sup>	Grundpreis Verkaufspreis (nur A) <sup>5)</sup>	erhältlich ab bzw. von/bis	
<b>Sonderartikel</b>																
<b>ARTISTRY™ - Hautpflege/Spezialhautpflege Sonderaktionen</b>																
D+A	231726	Set, bei dem 1 Produkt kostenlos ist. Das Set besteht aus: 1 ARTISTRY™ Schützenden Feuchtigkeitscreme mit LSF 15 – Feuchtigkeitspendend und 1 Wohltrüden Reinigungscreme – Feuchtigkeitsspendend. Die Wohltrüden Reinigungscreme gibt es kostenlos.	1 Set	9,83	13,86	●	13,86	16,49		16,63		35%	22,25	22,45	ab 01.05 - 30.06.08 bzw. solange Vorrat reicht	
D+A	231727	Set, bei dem 1 Produkt kostenlos ist. Das Set besteht aus: 1 ARTISTRY™ Ausgleichenden Feuchtigkeitsotion mit LSF 15 – Hautklärend und 1 Regulierendem Reinigungsgel – Hautklärend. Das Regulierende Reinigungsgel gibt es kostenlos.	1 Set	9,83	13,86	●	13,86	16,49		16,63		35%	22,25	22,45	ab 01.05 - 30.06.08 bzw. solange Vorrat reicht	
D+A	106957	FERIENZEIT Sonderaktion: 20 % Preisreduzierung beim gleichzeitigen Kauf einer ARTISTRY™ Poreneinigenden Maske und eines Stifts gegen Hautunreinheiten. P/W/GV um 20 % reduziert. (Bitte die angegebene Sonderaktions-Best.-Nr. verwenden.)	12	1 Set	14,05	19,82	●	19,82	23,59		23,78		35%	31,85	32,11	ab 01.05 - 30.06.08 bzw. solange Vorrat reicht
<b>Kosmetik - Dekorativ ARTISTRY™</b>																
D+A	218856	Beim Kauf eines Sets, bestehend aus den 6 verschiedenen Farbtönen des ARTISTRY Cremiger Lippenstifts (1 Lippenstift pro Farbe) erhalten Sie einen Rabatt i.H.v. 10 % bei vollem P/W/GV	-	1 Set	124,80	175,97	●	158,42	188,52		190,10		35%	254,16	256,61	solange Vorrat reicht
D+A	218992	Sonderaktion <b>Transparenter Lippenstift</b> Beim Kauf eines Sets, bestehend aus den 6 verschiedenen Farbtönen des ARTISTRY Transparenten Lippenstifts LSF 15 (1 Lippenstift pro Farbe) erhalten Sie einen Rabatt i.H.v. 10 % bei vollem P/W/GV	-	1 Set	46,80	66,00	●	59,40	70,69		71,28		35%	95,31	96,23	solange Vorrat reicht
D+A	104669	Frühjahrskollektion 2008 - RARE BEAUTY	-	1 Box	12,22	17,24	●	17,24	20,52		20,68		35%	27,70	27,92	bis 31.08.2008 bzw. solange Vorrat reicht
D+A	104670	Frühjahrskollektion 2007 - LUSTRE - Sonderaktion	-	1 Box	12,22	17,24	●	17,24	20,52		20,68		35%	27,70	27,92	bis 31.08.2008 bzw. solange Vorrat reicht
D+A	Grp. 1	ARTISTRY™ Lippen-Glanz	-	4 g	6,45	9,09	●	9,09	10,82		10,90		35%	14,60	14,72	
D+A	Grp. 2	ARTISTRY™ LUSTRE Vielseitiger Sonnenfeint-Puder	-	10 g	13,21	18,63	●	13,97	16,62		16,76		35%	22,45	22,63	solange Vorrat reicht
D+A	Grp. 3	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	Grp. 4	ARTISTRY™ Kabuki Pinsel	-	1 Stück	4,72	6,66	●	9,99	11,89		11,99		35%	16,05	16,19	solange Vorrat reicht
D+A	106952	PETER ISLAND™ Sonnenschutzotion LSF 30 und 1 gratis PETER ISLAND Apres-Lotion	12	1 Set	12,29	17,33	●	17,33	20,62		20,80		35%	26,80	27,04	ab 01.05 - 30.06.08 bzw. solange Vorrat reicht
<b>Körperpflege</b>																
D+A	106953	ABODY SERIES™ Deo- und Antitranspirant Spray und BODY SERIES Erfischendes Duschgel (400 ml) (-15 %)	13	1 Set	7,01	9,89	●	9,89	11,77		11,87		35%	15,30	15,43	ab 01.05 - 30.06.08 bzw. solange Vorrat reicht
<b>Nahrungsmittel</b>																
D+A	106950	Italienische Aktion - Spaghetti mit Tomate und Basilikum und Extra Natives Olivenöl. 25% Rabatt bei gleichem P/W/GV	13	1 Set	26,40	37,23	●	27,92	29,87		30,71		20%	35,85	36,85	1.Mai - 30. Juni 08 bzw. solange Vorrat reicht
D+A	218833	Drucksachen - ARTISTRY™ Testkarte LUSTRE	-	1 Stück	–	–	–	1,80	2,14		2,16		–	–	–	solange Vorrat reicht
D+A	Grp. 2	Kosmetik Dekorativ - E. FUNKHOUSER™ NEW YORK C007	-	0,25 g + 8,3 g	12,00	16,92	●	16,92	20,13		20,31		35%	27,20	27,41	bis 31.10.08 bzw. solange Vorrat reicht
D+A	Grp. 4	Lippenkonturenstift & -gloss	19	2 g	6,22	8,77	●	8,77	10,44		10,53		35%	14,10	14,21	
D+A	Grp. 5	Lippenstift	19	2 g	6,22	8,77	●	8,77	10,44		10,53		35%	14,10	14,21	
Grp. 1	ARTISTRY™ Lippen-Glanz	Grp. 3 ARTISTRY™ LUSTRE	Grp. 5 Lippenstift	Desdemona	104834	Destiny	104111	Lippen-gloss-Stift	104833	Santini	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 und Tonträger werden an den Abnehmer zurückgesandt.				
Grp. 2	ARTISTRY™ LUSTRE	Destiny	Destiny	Destiny	104113	Fate	104112	Wish	104111	Destiny	D+A	● = 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 (mittleres Preis, normale bzw. bei Fan-Spezialauschmitten leichter Verschmutzung)				
Grp. 3	Vielseitiger Sonnenfeint-Puder	Fate	Fate	Fate	104824	High Velocity	104825	Aero Dynamic	104823	Fate	D	Grundpreis = GV. Preis, normale bzw. bei Fan-Spezialauschmitten leichter Verschmutzung (1 kg 1 l bzw. 100 g/100 ml bzw. bei Washmitteln auf der Basis einer Solanwendung)				
Grp. 4	Peter Lustre	High Velocity	High Velocity	High Velocity	104109	Rose Lustre	104110	Bronze Lustre	104108	Rose Lustre	A	● Grundpreis = GV. Preis, normale bzw. bei Fan-Spezialauschmitten leichter Verschmutzung (1 kg 1 l bzw. 100 g/100 ml bzw. bei Washmitteln auf der Basis einer Solanwendung)				
Grp. 5												A	● In diesen Preisen enthalten ist der gesetzliche MwSt.-Satz von 20 % bzw. 10 % bei Nahrungsergänzungsmitteln, Nahrungsmitteln und Temmahrung.			
												A	● In den Preisen ist der gesetzliche MwSt.-Satz von 20 % bzw. 10 % enthalten			
												A	● Seite hier heraustrennen und bei Ihren Unterlagen abheften.			

Seite hier heraustrennen und bei Ihren Unterlagen abheften.

Land	Best.-Nr.	Bezeichnung	AMAGRAM Seite	Inhalt	Gewicht	P/W	GV	Euro			Grundpreis Verkaufspreis (nur A) #	Grundpreis EK-Preis (nur A) #	Grundpreis EK-Preis (nur D) #	Einkaufspreis inkl. MWSt. (nur A) #	Verkaufspreis inkl. MWSt. (nur A) #	uverbindl. Preisempf. inkl. MWSt. (nur D) #	uverbindl. Preisempf. inkl. MWSt. (nur A) #	erhältlich ab bzw. von/bis
								Grundpreis EK-Preis (nur D) #	Basis-% (nur A)	Grundpreis EK-Preis (nur A) #								
<b>Sonderartikel</b>																		
D+A	<b>Grp. 6</b>	<b>Kosmetik Dekorativ – E. FUNKHOUSER™ NEW YORK C007</b>	18	6 ml	6,09	8,59	●	<b>8,59</b>	10,22	10,31	35%	13,80	<b>13,92</b>					
D+A	104030	Lippengloss Volumenbasis für Wimpern	19	7 ml	8,63	12,17	●	<b>12,17</b>	14,48	14,61	35%	19,55	<b>19,72</b>					
D+A	104828	Flüssiges Eyeliner Duo Automat/ Illuminate	19	2 x 1 ml	16,91	23,85	●	<b>23,85</b>	28,38	28,62	35%	38,30	<b>38,64</b>					
D+A	7	Trio-Lidschatten	19	3 g	14,18	20,00	●	<b>20,00</b>	23,80	24,00	35%	32,15	<b>32,40</b>				bis 31.10.08 bzw. solange Vorrat reicht	
D+A	104837	Creme-Rouge Duo Eritrea/ Asmara	19	2 g	12,00	16,92	●	<b>16,92</b>	20,13	20,31	35%	27,20	<b>27,41</b>					
D+A	104829	Bronzing Puder Utopia	19	7 g	22,91	32,31	●	<b>32,31</b>	38,45	38,77	35%	51,90	<b>52,34</b>					
D+A	104841	Nagellack Art Glass	19	4 x 4 ml	9,54	13,46	●	<b>13,46</b>	16,02	16,15	35%	21,60	<b>21,80</b>					
D+A	106875	Farbkollektion 007 Sonderaktion (10 % Rabatt bei vollem P/W/GV, bei Kauf der gesamten Farbkollektion 007)	-	1 Set	146,97	207,27	●	<b>186,54</b>	221,98	223,88	35%	299,75	<b>302,21</b>				ab 02.05. bis 31.05.08 bzw. solange Vorrat reicht	
D+A	219510	Professionelle Produktserie Sonderaktion (10 % Rabatt bei vollem P/W/GV, bei Kauf des Pakets zur Professionellen Produktserie)	-	1 Set	142,00	200,27	●	<b>180,24</b>	214,50	216,32	35%	289,60	<b>292,00</b>				ab 02.05. bis 31.05.08 bzw. solange Vorrat reicht	
D+A	106388	E. FUNKHOUSER™ NEW YORK Kollektionskarte 007	-	1 Pack m. 5	-	-		<b>2,75</b>	3,27	3,30	-	-	<b>3,30</b>				ab 02.05.08	
D+A	106279	Kundenfaltprospekt E.FUNKHOUSER™ NEW YORK	11	1 Pack m. 10	-	-		<b>0,90</b>	1,07	1,08	-	-	<b>1,08</b>					
<b>Drucksachen</b>																		
D+A	217348	TOLSON™ Krawatte	-	1 Stück	12,36	17,43	●	<b>17,43</b>	20,74	20,91	20%	24,90	<b>25,10</b>				solange Vorrat reicht	
D+A	104334	Körperpflege	-	1 Set	10,03	14,15	●	<b>14,15</b>	16,84	16,98	30%	21,90	<b>22,08</b>				solange Vorrat reicht	
D+A	231497	Drucksachen, allgemein produktbezogen		1 Pack m. 10	-	-		<b>0,90</b>	1,07	1,08	-	-	<b>1,08</b>				ab 02.05.08	
D+A	217034	Mai-Juni Promotion Kunden-Faltprospekt		1 Pack m. 10	-	-		<b>0,90</b>	1,07	1,08	-	-	<b>1,08</b>					
D+A	217852	DVD – Sonderaktion		36	1 Stück	-	-	<b>4,00</b>	4,76	4,80	-	-	<b>4,80</b>				solange Vorrat reicht	
D+A	217845	Platin Kollektion DVD II		36	1 Stück	-	-	<b>4,00</b>	4,76	4,80	-	-	<b>4,80</b>				solange Vorrat reicht	
D+A	218288	Platin Kollektion DVD IV		36	1 Stück	-	-	<b>4,00</b>	4,76	4,80	-	-	<b>4,80</b>				solange Vorrat reicht	
D+A	218602	Platin Kollektion DVD V		36	1 Stück	-	-	<b>4,00</b>	4,76	4,80	-	-	<b>4,80</b>				solange Vorrat reicht	
D+A	218854	Platin Kollektion DVD VI		36	1 Stück	-	-	<b>4,00</b>	4,76	4,80	-	-	<b>4,80</b>				solange Vorrat reicht	
D+A	218855	Platin Kollektion DVD VII		36	1 Stück	-	-	<b>4,00</b>	4,76	4,80	-	-	<b>4,80</b>				solange Vorrat reicht	
D+A	216899	Werbeartikel		-	1 Pack m. 20	-	-	<b>4,00</b>	2,98	3,00	-	-	<b>3,00</b>				solange Vorrat reicht	
D+A	105119	Magazin „Unternehmer – arbeiten von zuhause“	-	1 Stück	-	-		<b>4,00</b>	4,17	4,20	-	-	<b>4,20</b>					
D+A	105120	Magazin „Unternehmer – arbeiten von zuhause“	-	1 Pack m. 5	-	-		<b>4,00</b>	19,64	19,80	-	-	<b>19,80</b>					
D	217833	Firmenlauf-T-Shirt, Größe M		1 Stück	-	-		<b>11,90</b>	14,16	-	-	-	<b>-</b>				bestellbar ab 7. Mai 2008,	
D	217834	Firmenlauf-T-Shirt, Größe L		1 Stück	-	-		<b>11,90</b>	14,16	-	-	-	<b>-</b>				solange Vorrat reicht	
<b>Gr. 6 Lipengloss</b>																		
D+A	104838	Aquafine	104830	Ambition/ Envision/ Revelation														
D+A	104839	Glossade	104831	Invention/ Creation/ Imagination														

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

D ) ● = volles GV (große 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. Preisabrechnung der Preis inkl. MWSt. auf der Basis einer Mengeneinheit (1 kg/1 l bzw. 100 g/100 ml) bzw. bei Wachsmitteln auf der Basis einer Sollanwendung (unfehlbares Wasser, normale bzw. bei Fett-/-Spezialwaschmitteln leichte Verschmutzung)

A ) Grundpreis = lt. Preisabrechnung 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 (unfehlbares Wasser, normale bzw. bei Fett-/-Spezialwaschmitteln leichte Verschmutzung)

D ) In diesen Preisen enthalten ist der gesetzliche MWSt.-Satz von 19 % bzw. 10 % bei Nahrungsergänzungsmitteln, Nahrungsmitteln, und Ternahrung.

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

# SATINIQUE™ Kopfhautserum

Eine außergewöhnliche,  
langfristige Lösung  
für Haar und Kopfhaut.

Unser Haar ist täglich allen möglichen schädlichen Einflüssen ausgesetzt. Dennoch möchte jeder gerne kräftiges, volles und glänzendes Haar haben.

**Das SATINIQUE Kopfhautserum macht es möglich:**

- Pflege
- Schutz
- Feuchtigkeitsversorgung
- Erfrischung
- Regeneration

Diesen Sommer sollte man sein Haar verwöhnen mit nur wenig extra Aufwand im täglichen Pflegeprogramm – den Rest erledigt die Wissenschaft, die dem SATINIQUE Kopfhautserum zugrunde liegt.



**SATINIQUE Kopfhautserum**

**Best.-Nr. 101825 (8 x 6 ml)**

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

S A T I N I Q U E

Repairs, strengthens and protects in one use.

**Amway**

WHD0140D