

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 Friesen 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 Telefonsystem (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 Sponsern ist. Dieses Gleichgewicht verlangt, dass man sich zuerst auf den Verkauf und dann erst auf das Sponsern 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 Sponsern 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.

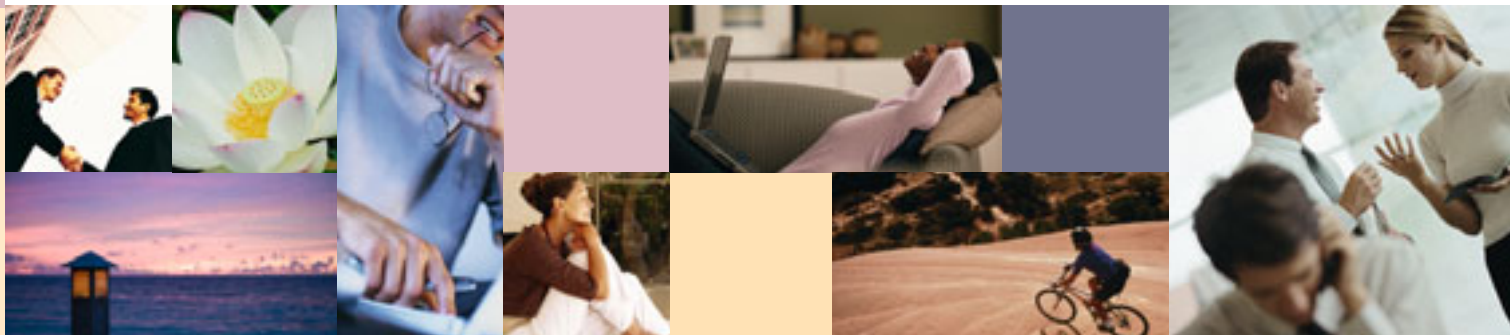
Und vergessen Sie nicht – wenn Ihre Kunden an unsere Produkte glauben, ist es erheblich wahrscheinlicher, dass sie auch den enormen Wert dieser Geschäftsmöglichkeit erkennen.

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 markt-internen 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 markt-internen 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.

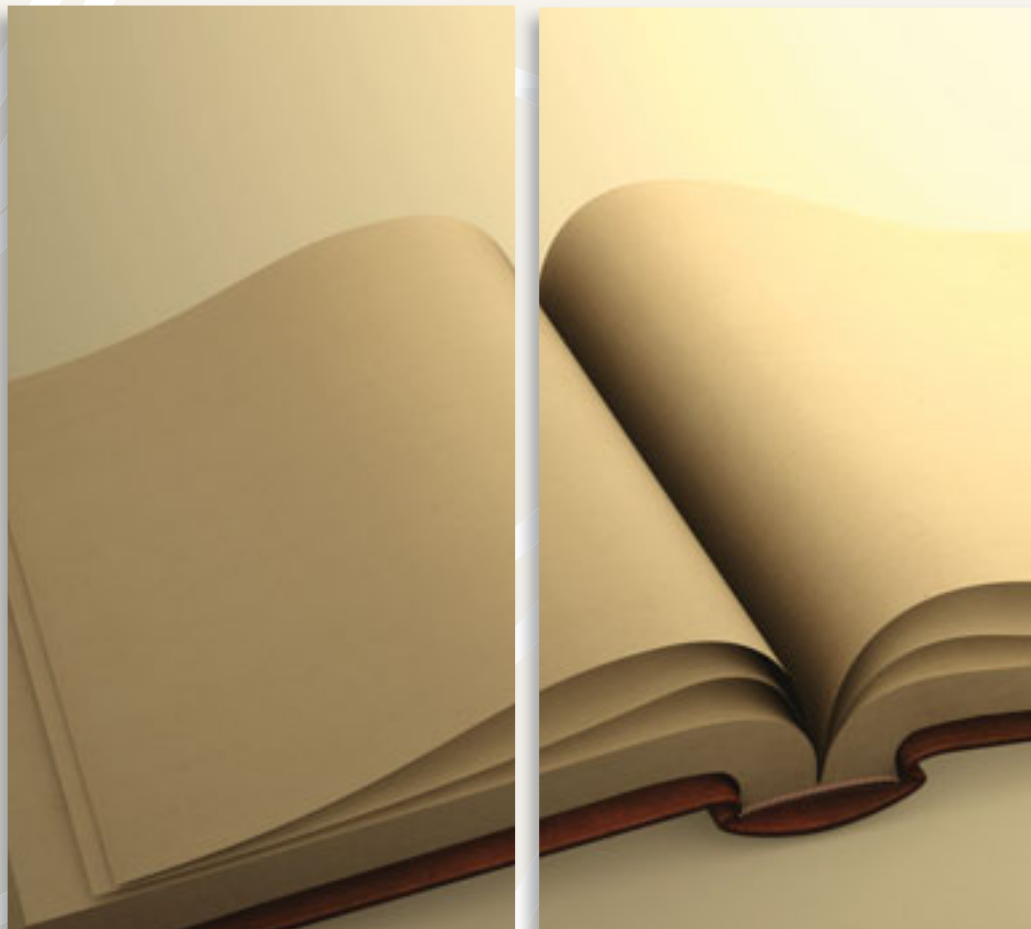
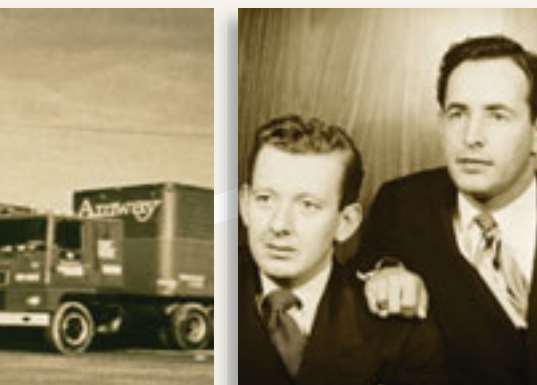
Amways Jubiläumsschrift zum 50. Geburtstag: Profile des Erfolgs

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.

Lokale Qualifikationen Deutschland und Österreich



Karin & Peter Bär
Deutschland

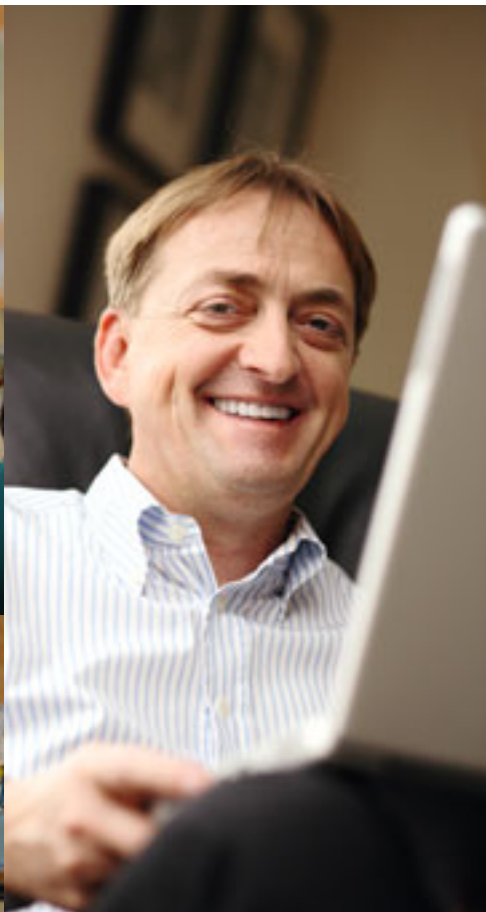


FOUNDERS EXEKUTIV
DIAMANT
AUGUST 2007

„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

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 angespornt. „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

Spass an der Arbeit gehört für Familie Bär dazu

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 Exekutiv 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

Lokale Qualifikationen Deutschland und Österreich

Josef Mayerhofer Österreich



**RUBIN
FEBRUAR**

Selbständig

Susan Mueller-Meerkatz Deutschland



**PLATIN
FEBRUAR**



Swetlana & Waldemar Feist Deutschland



**PLATIN
FEBRUAR**

Selbständig & Selbständig

Ingrid Pawlak-Ingwersen & Wilfried Ingwersen
Deutschland



**PLATIN
FEBRUAR**

Bürokauffrau &
Feuerwehrmann

Bettina & Ingolf Hesse Deutschland



**PLATIN
FEBRUAR**

Wirtschaftskauffrau &
Heizungsmonteur

Margit Seiz Deutschland



**PLATIN
FEBRUAR**



Ludmilla & Michael Leonhardt Deutschland



**PLATIN
FEBRUAR**

Kindergartenhelferin &
Flachglasveredler

Meta Wagner Deutschland



**PLATIN
FEBRUAR**



Stefan Mueller-Meerkatz Deutschland



**PLATIN
FEBRUAR**



Lokale Qualifikationen Deutschland und Österreich



GOLD FEBRUAR

DEUTSCHLAND

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

ÖSTERREICH

Strobl-Traninger Claudia & Stefan / HOEFLEHNER



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



18 % 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



15 % FEBRUAR

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 Donat
Wuepping Regina &
Karl-Heinz
Zabel Irina & Paul



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

Baum Irina & Dmitriy
Bay Inna & Yerlan
Bernwald Viktoria & Andreas
Bickel Helene & Viktor
Birnkammer 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
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
Ivanova Olga
Kopp Carola
Kravchenko Nadezda & Ivan



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 & Joerg
Vasilyeva Natalia
Wagner Ellen & Klaus
Zimkas Zydrunas

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

Lokale Qualifikationen Deutschland und Österreich

TOP-DEUTSCHLAND STARTER

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 / PITSCHMAN & 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-ÖSTERREICH STARTER

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 BOHANEK
 Tschepitsch 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, bzw. www.amway.at (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 Hautpflege-technologien 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 DEFENCE™ 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 Produktpräsentationen 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

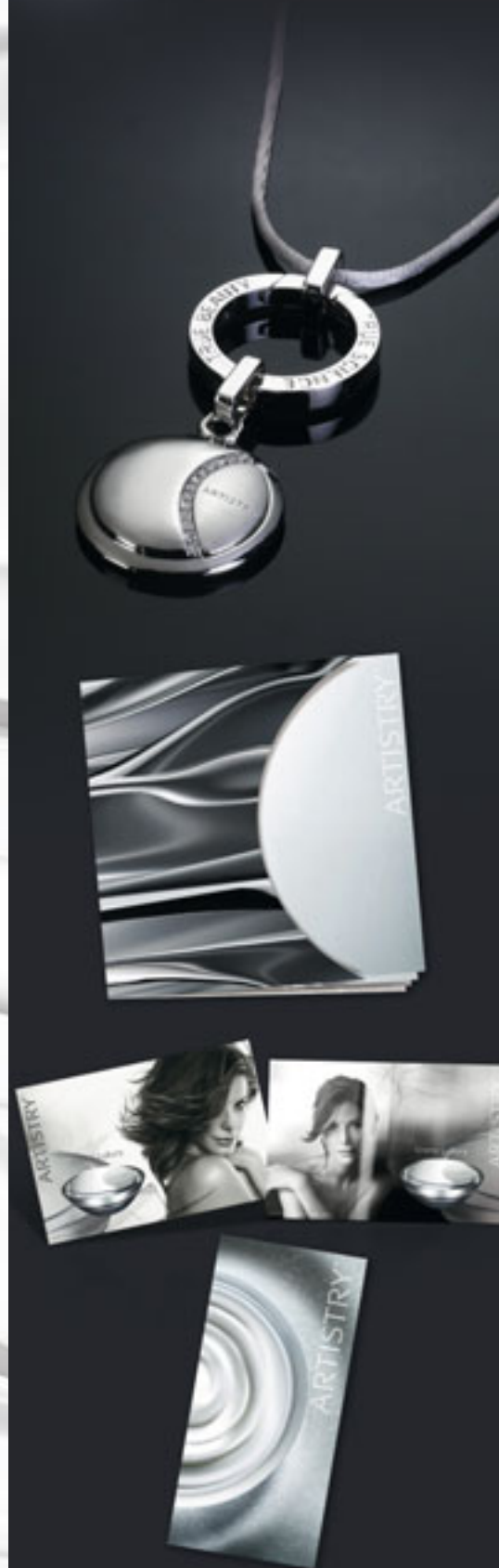
Machen Sie Ihre Kunden auf die Website www.artistry-europe.com aufmerksam, die eine großartige Vorstellung der Marke ARTISTRY enthält. Sagen Sie Ihren Kunden, dass sie diese Website auch Freunden oder Familienangehörigen empfehlen sollen, wenn diese mehr über die Marke erfahren wollen. Hinterlassen Sie 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 bzw. www.amway.at (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.

Crème-Rouge Duo

Eritrea/Asmara
Best.-Nr. 104837



NÄGEL

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

Nagellack

Art Glass
Best.-Nr. 104841



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-geküssten Look einer Göttin hervorzubringen.



Utopia
Best.-Nr. 104829

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 oder auf www.amway.de bzw. www.amway.at (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 gelangen 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



103884 Rosewood



104562 Peony

Neutral



103893 Aglow*

Warm



103888 Sun Kissed



104456 Nutmeg



103891 Red Earth

*Schimmernd

Vergessen Sie nicht, sich unter www.amway.de bzw. www.amway.at (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.

ARTISTRY™

TEAM NUTRILITE™

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 Weltklasseteam 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.





NUTRILITE™

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.

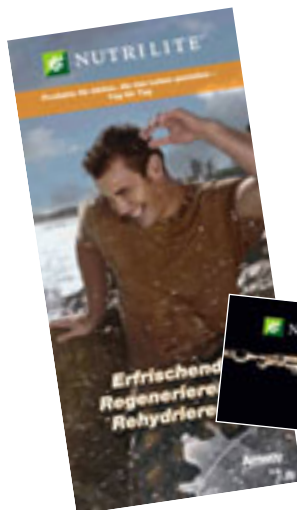
VERKAUFSMATERIAL

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 bzw. www.amway.at (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 FITH₂O™ Getränkepulver mit Antioxidantien

TOP-FIT DURCH WASSER

- NUTRILITE FITH₂O ist ein kalorienarmes, kohlenhydratarmes Produkt, mit dem sich einfaches Wasser zu einem wohlschmeckenden, erfrischenden Getränk machen lässt, das den Körper bei leichten körperlichen Aktivitäten unterstützt.
- NUTRILITE FITH₂O enthält den Red Orange Complex™ (ROC)*, der für einen wirksamen Antioxidantenschutz 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 FITH₂O 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 FITH₂O

Best.-Nr. 103786
– Mandarine
Karton mit 20 Beuteln

Neue Geschmacks-
richtung ab Juli
Best.-Nr. 103787
– Pfirsich
Karton mit 20 Beuteln

NUTRILITE STRIVE+

Best.-Nr. 103788
– Grapefruit
Karton mit 20 Beuteln

Neue Geschmacks-
richtung ab Juli
Best.-Nr. 103789
– Frucht-Mix
Karton mit 20 Beuteln

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

MAI 2008

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 Rundhalsausschnitt – 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 €	www.berliner-firmenlauf.de
München	24.07.2008	12.05.2008	10,00 €	www.firmenlauf2008.de

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 hungern 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 XXXXXX.de (Beträge in EUR)

Vorname	Kundenname	Buchungs-Nummer	Buchungs-Termin	Bonus-Monat	PK	GR	Bonus	Seitenschein
Berndt							1962,95	99,67
Touristik	Mustermann	219416	18.09.2008	09.10.08	2	94,18	95,00	17,06
Gebühren	Mustermann	219416	25.02.2008	03.03.08	1	5,97	5,97	5,45
UKF	Mustermann	429416	26.02.2008	09.03.08	1	26,28	41,22	13,99
Flüge	Mustermann	442116	26.02.2008	09.03.08	2	14,89	21,01	3,96
ITZ Fly	Mustermann	211216	04.10.2007	09.10.07	2	21,00	26,71	5,66
Bus & 3000 Punkte	Mustermann	100117	25.09.2007	09.10.07	2	9,00	9,49	4,80
Hotel	Mustermann	211117	25.09.2007	09.10.07	1	8,00	8,00	9,90
Full Deutschland	Mustermann	211118	18.09.2007	09.10.07	2	176,70	241,00	64,30
ITZ Travel Group	Mustermann	401119	24.04.2007	09.10.07	2	26,90	42,00	15,10



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,- €
zzgl. MwSt.

1366 x 768 Auflösung, Helligkeit: 500 cd/m²

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

DynaPix für hochauflösende Bilder und
3D Cinema Sound Klangsystem

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

Bestellen Sie unter www.amway.de > Partner Stores. EPS - Ihr Technikgeschäft

MAI 2008

*Beim Abschluss eines Leasing-Vertrages mit 36 Monaten Laufzeit, kürzere Laufzeiten möglich. Alle Preise verstehen sich zzgl. Mehrwertsteuer. Angebot freibleibend - Irrtümer vorbehalten! Angebot solange der Vorrat reicht, zzgl. Versandkosten pro Bestellung.

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 **Nutriline 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.nutriline.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.TM-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 hartnäckige 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.TM Brand Centre

Demnächst finden Sie auf www.amway.de bzw. www.amway.at (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.







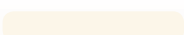

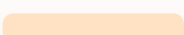



Lesen Sie alles über die unglaubliche Erfolgsgeschichte der Marke L.O.C. Nutzen Sie die vielen Informationen über die Produkte der

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		101633 Top Coat	
101622 Crystal Rose		101628 Plum Crazy	
101625 Extremely Red		101629 Mute Mauve	
101615 Celestial		101619 Iced Mauve	
101616 Happiness		101620 Bronze Dusk	
101621 Lustre		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 Reiseleiter aus Tansania kennen. Dabei wurde die Idee der Besteigung des Kilimanjaro (einer der „Sieben Gipfel“) geboren. Es sollte ein ganz besonderes Erlebnis werden – die Erfüllung eines Lebensstraums. 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™ Sonnenschutzlotion 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!

Radausflug –
so macht's
allen Spaß



Hoch
über dem
Starnberger See



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



*Eine Bestellung über andere Bestellwege ist nicht möglich.

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
„**TURBO**“
Pro 100 PW = 1 Los
bei Verlosung 1

Doppelte Chance!
Alle
„**SUPER-TURBO**“
bis 5000 PW
Pro 100 PW = 1 Los
bei Verlosung 1
und Verlosung 2

Dreifache Chance!
Alle
„**SUPER-TURBO**“
ab 5001 PW
Pro 100 PW = 1 Los
bei Verlosung 1
und Verlosung 2
und Verlosung 3

Alle erhalten € 30.-
Einkaufsgutschein
Teilnahme an Verlosung 1:
3 x Städteflug je € 3.000.-
3 x Wellness je € 2.000.-
3 x Navigation je € 1.000.-

Alle erhalten eine
Einladung zur großen
PW-Rallye Party
Teilnahme an Verlosung 2:
2 x Traumurlaub
je € 10.000.-

Zusätzlich
Teilnahme an Verlosung 3:
1 x Smart mit Extras
im Wert von
€ 20.000.-

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 **Körperpflege** 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.

Amway

Das Wissen von heute, ist Ihr Kapital von morgen!

START!

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.



LEBENS MOTTO:
„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 fünfstelligen 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



NEUHEITEN

**Produkteinführungen
in dieser Ausgabe**

.....

NUTRILITE FITH₂O™

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

PRODUKTINFORMATIONEN

**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 Einsätze 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 bzw. 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.

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 D) ²⁾	Grundpreis EK-Preis (nur D) ²⁾	Euro	unverändl. Prei-empf.	inkl. MwSt. (nur D) ³⁾	Verkaufspreis inkl. MwSt. (nur A) ³⁾	Grundpreis Verkaufspreis (nur A) ²⁾	erhältlich ab bzw. vor/bis
Sortimentsartikel, Produkte																
NUTRILITE™																
D+A	103786	NUTRILITE FITH2O™ Mandarine	23	1 Pack m. 20	9,92	13,99	●	13,99	14,97			15,39	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	24,30	24,99		ab 02.05.08
ARTISTRY™ LuXury – Hautpflege																
D+A	103564	ARTISTRY™ Creme LuXury	15	45 ml	117,00	165,00	●	165,00	196,35	100 ml = 436,33	100 ml = 440,-	198,00	265,05	267,30	100 ml = 594,-	ab 27.05.08
Drucksachen ARTISTRY™ Creme LuXury																
D+A	106839	ARTISTRY™ Creme LuXury Broschüre	17	1 Pack m. 5	-	-		5,25	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			1,08	-	1,08		ab 02.05.08
D+A	106709	ARTISTRY™ Creme LuXury Postkarten	17	1 Pack m. 10	-	-		0,80	0,95			0,96	-	0,96		ab 02.05.08
Drucksachen, allgemein produktbezogen																
D+A	9874	Amway Aktuell Ausgabe 2/2008	31	1 Pack m. 5	-	-		3,80	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			8,70	-	8,70		02.05.08-31.08.08
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																
Drucksachen NUTRILITE™																
D+A	106714	Produkte für Aktive – Visitenkarten	22	1 Pack m. 10	-	-		0,80	0,95			0,96	-	0,96		solange Vorrat reicht
D+A	231527	NUTRILITE™ Einmal Täglich – Ronaldinho Postkarten	-	1 Pack m. 10	-	-		0,80	0,95			0,96	-	0,96		ab 02.05.08 solange Vorrat reicht
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	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	168,95	170,36		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. Preisangabenverordnung 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 Sollarwendung (mittelhartes Wasser, normale bzw. bei Fein-/Spezialwaschmitteln leichte Verschmutzung)

A ⁴⁾ Grundpreis = lt. Preisangebotsverordnung 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 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.

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. Preisempf. inkl. MwSt. (nur D) ⁵⁾	Verkaufspreis inkl. MwSt. (nur A) ³⁾	Grundpreis Verkaufspreis (nur A) ²⁾	erhältlich ab bzw. vor/bis
Sonderartikel																
ARTISTRY™ – Hautpflege/Spezialhautpflege Sonderaktionen																
D+A	231726	Set, bei dem 1 Produkt kostenlos ist. Das Set besteht aus: 1 ARTISTRY™ Schützenden Feuchtigkeitscreme mit LSF 15 – Feuchtigkeitspendend und 1 Wohltuenden Reinigungscreme – Feuchtigkeitspendend. Die Wohltuende 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 Feuchtigkeitslotion 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	106951	FERIENZEIT Sonderaktion: 20 % Preisreduzierung beim gleichzeitigen Kauf einer ARTISTRY™ Porenreinigenden Maske und eines Stifts gegen Hautunreinheiten. PW/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
Kosmetik – Dekorativ ARTISTRY™																
D+A	218856	Sonderaktion Cremiger Lippenstift 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
D+A	218992	Sonderaktion Transparenter Lippenstift 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
D+A	104669	Friühjahrskollektion 2008 – RARE BEAUTY ARTISTRY™ Indulge Lidschattenpalette	-	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	ARTISTRY™ Discreet Lidschattenpalette	-	1 Box	12,22	17,24	●	17,24	20,52	20,68		35%	27,70	27,92		
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	Friühjahrskollektion 2007 – LUSTRE - Sonderaktion ARTISTRY™ LUSTRE Velseitiger 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. 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	104087	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	Sonnenschutz PETER ISLAND™ Sonnenschutzlotion LSF 30 und 1 gratis PETER ISLAND Après-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
D+A	106953	Körperpflege ABODY SERIES™ Deo- und Antitranspirant Spray und BODY SERIES Erfrischendes 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
D+A	106950	Nahrungsmittel Italienische Aktion - Spaghetti, Nudelsauce mit Tomate und Basilikum und Extra Natives Olivenöl, 25% Rabatt bei gleichem PW/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™ ARTISTRY™ Testkarte LUSTRE	-	1 Stück	-,-	-,-		1,80	2,14	2,16		-	-,-	2,16		solange Vorrat reicht
D+A	Grp. 4	Kosmetik Dekorativ – E. FUNKHOUSER™ NEW YORK C007 Lippenkonturenstift & -gloss	19	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. 5	Lippenstift	19	2 g	6,22	8,77	●	8,77	10,44	10,53		35%	14,10	14,21		Vorrat reicht
Grp. 1	ARTISTRY™ Lippen-Glanz	Grp. 3	ARTISTRY™ LUSTRE Lippengloss-Stift	Grp. 5	Lippenstift	104671	Univalead	104834	Desdemona	104833	Santini	D+A				
104672	Signature	104111	Destiny	104112	Wish	104113	Fate	104112	Wish	104113	Fate	D+A				
Grp. 2	ARTISTRY™ LUSTRE Velseitiger Sonnentint-Puder	Grp. 4	Lippenkonturenstift & -gloss	104110	Bronze Lustre	104824	High Velocity	104825	Aero Dynamic	104109	Rose Lustre	A				

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

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

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)

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)

⁴⁾ In diesen Preisen enthalten ist der gesetzliche MwSt.-Satz von 19 % bzw. 7 % bei Nahrungsergänzungsmitteln, Nahrungsmitteln und Tiernahrung.

⁵⁾ In den Preisen ist der gesetzliche MwSt.-Satz von 20 % bzw. 10 % bei Nahrungsergänzungsmitteln, Nahrungsmitteln und Tiernahrung.





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. inkl. MwSt. (nur D) ⁵⁾	Verkaufspreis inkl. MwSt. (nur A) ⁶⁾	Grundpreis Verkaufspreis (nur A) ⁷⁾	erhältlich ab bzw. vor/bis
Sonderartikel																
Kosmetik Dekorativ – E. FUNKHOUSER™ NEW YORK C007																
D+A	Grp. 6	Lippengloss	18	6 ml	6,09	8,59	●	8,59	10,22	10,31		35%	13,80	13,92		
D+A	104030	Volumenbasis für Wimpern	19	7 ml	8,63	12,17	●	12,17	14,48	14,61		35%	19,55	19,72		
D+A	104828	Flüssiges Eyeliner Duo Automate/ Illuminate	19	2 x 1 ml	16,91	23,85	●	23,85	28,38	28,62		35%	38,30	38,64		
D+A	Grp. 7	Trio-Lidschatten	19	3 g	14,18	20,00	●	20,00	23,80	24,00		35%	32,15	32,40		bis 31.10.08 bzw. solange Vorrat reicht
D+A	104837	Creme-Rouge Duo Eritrea/ Asmara	19	2 g	12,00	16,92	●	16,92	20,13	20,31		35%	27,20	27,41		
D+A	104829	Bronzing Puder Utopia	19	7 g	22,91	32,31	●	32,31	38,45	38,77		35%	51,90	52,34		
D+A	104841	Nagellack Art Glass	19	4 x 4 ml	9,54	13,46	●	13,46	16,02	16,15		35%	21,60	21,80		
10 % Sonderaktionen E. FUNKHOUSER™ NEW YORK																
D+A	106875	Farbkollektion 007 Sonderaktion (10 % Rabatt bei vollem PW/GV, bei Kauf der gesamten Farbkollektion 007)	–	1 Set	146,97	207,27	●	186,54	221,98	223,88		35%	299,75	302,21		ab 02.05. bis 31.05.08 bzw. solange Vorrat reicht
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		35%	289,60	292,00		ab 02.05. bis 31.05.08 bzw. solange Vorrat reicht
Drucksachen																
D+A	106388	E. FUNKHOUSER™ NEW YORK Kollektionskarte 007	–	1 Pack m. 5	–	–		2,75	3,27	3,30		–	–	3,30		ab 2. Mai bis 30.04.09 bzw. solange Vorrat reicht
D+A	106279	Kundenfaltprospekt E.FUNKHOUSER™ NEW YORK	11	1 Pack m. 10	–	–		0,90	1,07	1,08		–	–	1,08		ab 02.05.08
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
Drucksachen, allgemein produktbezogen																
D+A	231497	Mai-Juni Promotion Kunden-Faltprospekt		1 Pack m. 10	–	–		0,90	1,07	1,08		–	–	1,08		ab 02.05.08
DVD – Sonderaktion																
D+A	217034	Platin Kollektion DVD	36	1 Stück	–	–		4,00	4,76	4,80		–	–	4,80		solange Vorrat reicht
D+A	217852	Platin Kollektion DVD II	36	1 Stück	–	–		4,00	4,76	4,80		–	–	4,80		solange Vorrat reicht
D+A	217845	Platin Kollektion DVD III	36	1 Stück	–	–		4,00	4,76	4,80		–	–	4,80		solange Vorrat reicht
D+A	218288	Platin Kollektion DVD IV	36	1 Stück	–	–		4,00	4,76	4,80		–	–	4,80		solange Vorrat reicht
D+A	218602	Platin Kollektion DVD V	36	1 Stück	–	–		4,00	4,76	4,80		–	–	4,80		solange Vorrat reicht
D+A	218854	Platin Kollektion DVD VI	36	1 Stück	–	–		4,00	4,76	4,80		–	–	4,80		solange Vorrat reicht
D+A	218855	Platin Kollektion DVD VII	36	1 Stück	–	–		4,00	4,76	4,80		–	–	4,80		solange Vorrat reicht
Werbeartikel																
D+A	216899	Werbeunterstützende Postkarten	–	1 Pack m. 20	–	–		4,00	2,98	3,00		–	–	3,00		solange Vorrat reicht
D+A	105119	Magazin „Unternehmer – arbeiten von zuhause“	–	1 Stück	–	–		4,00	4,17	4,20		–	–	4,20		solange Vorrat reicht
D+A	105120	Magazin „Unternehmer – arbeiten von zuhause“	–	1 Pack m. 5	–	–		4,00	19,64	19,80		–	–	19,80		solange Vorrat reicht
D	217853	Firmenlauf-T-Shirt, Größe M		1 Stück	–	–		11,90	14,16			–	–	–		bestellbar ab 7. Mai 2008, solange Vorrat reicht
D	217854	Firmenlauf-T-Shirt, Größe L		1 Stück	–	–		11,90	14,16			–	–	–		solange Vorrat reicht

Grp. 6 Lippengloss
104838 Aqualyne
104839 Glissade

Grp. 7 Trio-Lidschatten
104830 Ambition/ Evasion/ Revelation
104831 Invention/ Creation/ Imagination

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. Preisangabenvorordnung 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 Sollarwendung (mittelhartes Wasser; normale bzw. bei Fein-/Spezialwaschmitteln leichte Verschmutzung)

A ⁴⁾ Grundpreis = lt. Preisangabenvorordnung 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 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 diesen 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)

SATINIQUE

Repairs, strengthens and protects in one use.

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