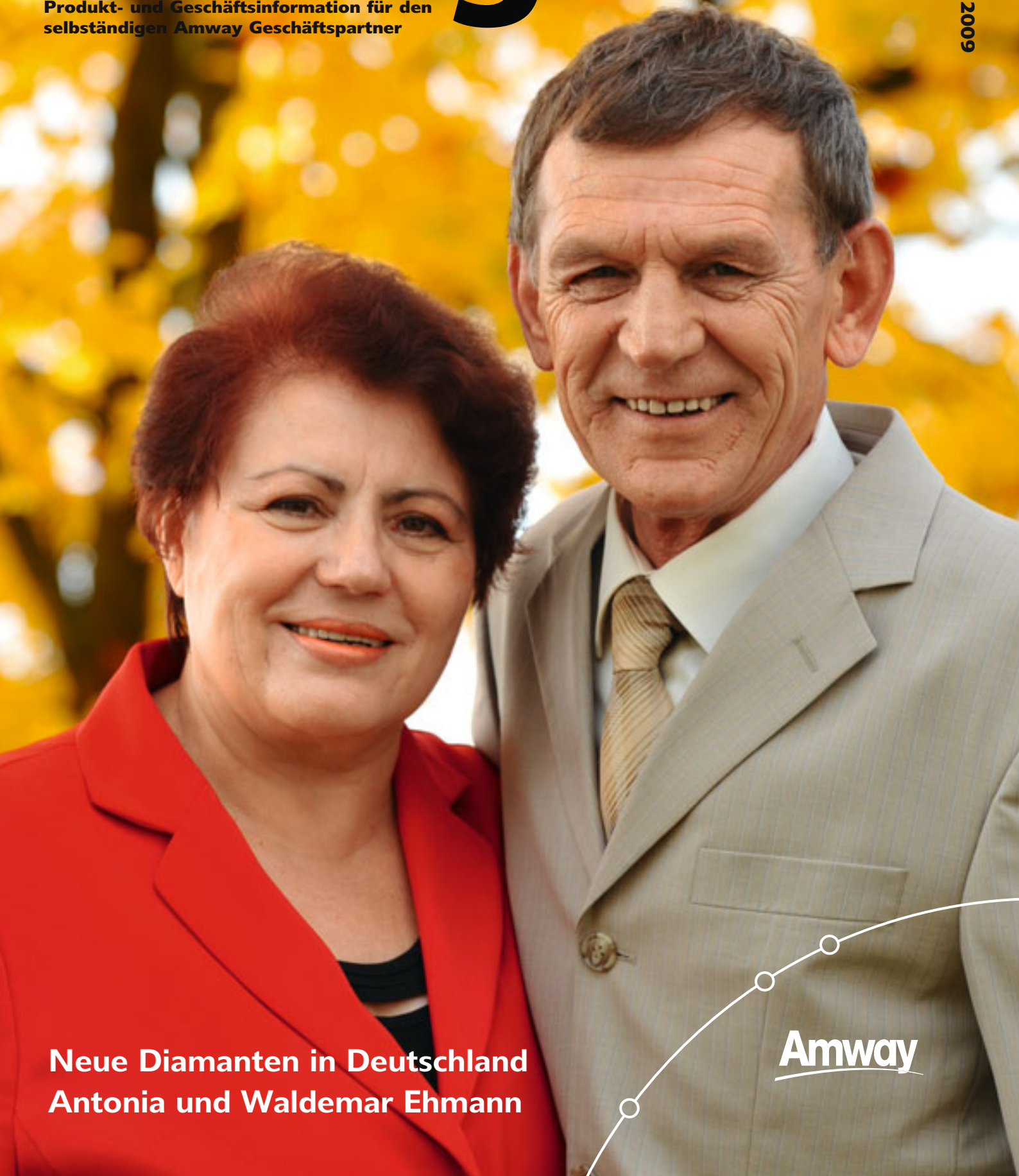


Amagram

Produkt- und Geschäftsinformation für den
selbständigen Amway Geschäftspartner

Februar 2009



Neue Diamanten in Deutschland
Antonia und Waldemar Ehmann

Amway



Wir wollen mit Ihnen zusammen feiern – jetzt gibt es noch mehr Preisreduzierungen von 25 %

Amway hat die Feierlichkeiten zum 50. Geburtstag mit einer erstaunlichen Preisreduzierung auf eine Auswahl der erfolgreichsten Produkte begonnen. Dieses Angebot haben wir jetzt erweitert und bieten Ihnen und Ihren Kunden noch mehr Lieblingsprodukte preisreduziert an.

Ab 1. März 2009 (Änderungen vorbehalten) können Sie einen Kunden-Faltprospekt mit Details zu diesen tollen Preisreduzierungen bestellen (Pack mit jeweils 10 Stück). Zögern Sie nicht, diese gute Nachricht gleich weiterzugeben!

Best.-Nr. 233137 – 1 Pack à 10 Stk.



Neue Jubiläumsangebote

Folgende Produkte können Sie nun auch mit einer Preisreduzierung von 25 % bestellen*:

DISH DROPS™
Geschirrspülmittel

Best.-Nr. 0228 – 1 Liter

PURSUE™

WC-Reiniger mit organischer Säure

Best.-Nr. 3951 – 750 ml

L.O.C.™

Plus Glasreiniger

Best.-Nr. 7485 – 500 ml

L.O.C.

Plus Metallreiniger

Best.-Nr. 0094 – 200 ml

L.O.C.

Plus Milde Reinigungsmilch

Best.-Nr. 0951 – 500 ml

BODY SERIES™

Flüssigseife

Best.-Nr. 2171 – 250 ml

Weitere Produkte, für die die Preisreduzierung gilt:

SA8™ Delicate Feinwaschmittel

Best.-Nr. 3272 – 1 Liter

BODY SERIES Feuchtigkeitspendende Hand- und Körperlotion

Best.-Nr. 2175 – 400 ml

BODY SERIES Flüssigseife, Nachfüllflasche

Best.-Nr. 100100 – 1 Liter

BODY SERIES Erfrischendes Duschgel

Best.-Nr. 2162 – 400 ml

BODY SERIES Erfrischendes Duschgel, Nachfüllbeutel

Best.-Nr. 2163 – 1 Liter

* PW/GV wird entsprechend reduziert.

Angebot gültig vom 1. Februar bis zum 31. Dezember 2009 (Produktverfügbarkeit vorausgesetzt).

Weitere Informationen zum 50. Geburtstag finden Sie unter www.amway.de bzw. www.amway.at



Steve Van Andel
Chairman



Doug DeVos
President



Gegenseitige Hilfe

Was gefällt Ihnen an diesem Geschäft am besten? Sind es die Produkte? Oder die Freiheit, die Sie als Ihr eigener Chef genießen? Die Freundschaften, die Sie dabei geschlossen haben?

Jeder von uns hat andere Gründe dafür, mit Amway zu arbeiten. Trotz der Gemeinsamkeiten, die uns zusammenbringen, sind es unsere Unterschiede, die uns als Individuen definieren, die uns voneinander unterscheiden und uns zu einem unverwechselbaren Unternehmen machen.

Und deshalb wollen wir im Schulungsbereich sicher sein, dass wir Sie an dem Punkt, an dem Sie in diesem Geschäft gerade stehen, an die Hand nehmen und Ihnen das geben, was Sie brauchen.

Wir wissen, dass jemand, der neu in diesem Geschäft ist, ganz andere Bedürfnisse hat als jemand, der schon einige Zeit dabei ist. Wir wissen, dass jeder in diesem Geschäft andere Ziele hat, die vielleicht sogar einmalig sind.

Zur Zeit geht jeder Markt das Thema Schulung anders an. Bei Amway Indien gibt es jedes Jahr etwa 300 Schulungsseminare. Amway China verfügt über 70 angestellte Vollzeit-Schulungsleiter. Die verschiedenen Amway Märkte gestalten ihre Schulungen so, wie sie ihrer Meinung nach für die jeweilige Region am besten geeignet sind. Was auch sinnvoll ist. Doch einige Aspekte der Schulungen – vor allem die Produktschulungen – können international einheitlich sein.

Wir wollen, dass unsere Geschäftspartner Erfolg haben, egal, an welchem Punkt ihrer Reise mit Amway sie gerade sind. Und ein gewisses Maß an Einheitlichkeit und Flexibilität hilft uns dabei, Schulungen und Unterstützung anzubieten, die individuell auf Ihre Geschäftsbedürfnisse zugeschnitten sind.

Schließlich geht es bei unserem Unternehmen in erster Linie darum, dass wir uns gegenseitig auf dem Weg zum Erfolg helfen, indem wir ein ausgewogenes Geschäft aufbauen.

Inhalt Neuigkeiten

- 3 Editorial
- 9-11 Lokale Qualifikationen
Diamant, Rubin, Platin, Gold, Silber,
18%, 15%, 12%
- 11-15 Europäische Founders Qualifikationen
Founders Kronenbotschafter, Founders
Dreifach Diamant, Founders Doppel
Diamant, Founders Diamant
- 16 Smaragdessens von Anja und Michael
Heistermann (D)
Smaragdessens von Mag. Alexandra König
und Mario Poller (A)
- 17 Informationstage für Nachwuchs-
diamanten und -smaragde

Produktinfo

- 2 Neue Jubiläumsangebote
- 18 E. FUNKHOUSER™ NEW YORK:
Ein voller Erfolg
ARTISTRY: Gerät zur kosmetischen
Hautanalyse
- 20-21 ARTISTRY™ essentials: Entdecke, was für
dich wesentlich ist!
- 24 SATINIQUE™: Die Rettung für das Haar
- 25 iCook™: Gesundes, energiesparendes
Kochen
- 26 SA8™, Dish Drops™, L.O.C.™:
Konzentrate halten länger
- 27 Dish Drops, Scrub Buds™: Topf- und
Geschirrrreiniger aus Edelstahl
TOLSOM™: Körperpflege für Männer
- 28 VistaPrint Partner-Store: Erwerben Sie
Marketingmaterialien und steigern Sie
Ihren PW/GV!
- 31 Amway Lieblingsprodukt:
ARTISTRY Creme LuXury
- 36 Demnächst erhältlich:
ARTISTRY Frühjahrskollektion 2009 –
Naturale Inspiration

Unternehmensinfo

- 4 SIP 2008/09 Incentive Programm
- 5-7 50 Jahre Amway: Veränderung durch
Führung
- 8 „Your Future Now“:
Ihre Zukunft beginnt jetzt!
- 16 Smaragdessens zu Ehren der neuen
Smaragde
- 17 Informationstage für Nachwuchs-
diamanten und -smaragde
- 19 UNICEF
- 22-23 NUTRILITE™: Das offizielle Nahrungs-
ergänzungsmittel des AC MAILAND
- 29 „Nach oben gibt es keine Grenzen“
Experten diskutieren über Selbst-
ständigkeit (D)
- 30 Die wichtigsten Neuerungen auf
Amway Online (A)
- 31 START! – Infoseite für neue Geschäfts-
partner und ihre Sponsoren
- 32 Andere Informationen
UNICEF: Machen Sie mit. Helfen Sie die
Rechte von Kindern zu schützen.
- 33-35 Bestellinfos

„Tu erst das Notwendige, dann das Mögliche, und plötzlich schaffst du das Unmögliche“

Franz von Assisi

Sind Sie fest entschlossen, Ihr Amway Geschäft weiter auszubauen?

Die Hälfte des Geschäftsjahres ist vorbei, und das bedeutet, dass Sie noch genug Zeit haben, um Ihr Gewinnpotenzial zu steigern.

Ihnen stehen über 400 hochwertige Produkte von Amway zur Verfügung, die Sie an Ihre Endkunden verkaufen können. Also holen Sie das Beste heraus, und steigern Sie Ihr Einkommen!

Wenn Sie in diesem Jahr* aus allen Produktlinien monatlich **200 PW** erreichen, bekommen Sie von uns **gratis die Verlängerung Ihres Amway Geschäftes** sowie eine **personalisierte Anerkennung**.

Und wenn Sie zwischen 1. September 2008 und 31. August 2009 **12.000 PW** aus allen Produktlinien erzielen, erhalten Sie einen **LAPTOP!**

Wenn Sie noch nicht angefangen haben, sollten Sie sich beeilen ... es gibt so viele Produkte, unter denen Ihre Kunden wählen können!

Weitere Details zu diesem Incentive-Programm sowie die vollständigen Qualifikationsbedingungen finden Sie im Informationsmaterial zum SIP 2008/09. Natürlich können Sie auch Ihren Platin fragen oder auf der Website Ihrer Amway Niederlassung nachsehen.

*Geschäftsjahr 2008/09 [1. September 2008 bis 31. August 2009]



FEBRUAR 2009



Amway
SIP 08-09
Europe

Jahre,
in denen wir

VERÄNDERUNG durch Führung erreicht haben.

Wir sind stolz darauf, dass wir unseren Kunden Produkte anbieten können, die zu den besten ihrer Branche gehören – wie die **ARTISTRY™ Creme LuXury**. Die Inhaltsstoffe dieses Produktes (die in den USA zum Patent angemeldet wurden) versorgen die Haut mit einem Energieschub, sodass sie sich bis zu 15 Jahre jünger verhalten kann. Darüber hinaus ist die Verpackung dieses Produktes mit einem der begehrtesten internationalen Designpreise der Kosmetikbranche ausgezeichnet worden. Die Kombination von Wissenschaft mit der Kunst der Schönheit hat ARTISTRY* zu einer der fünf umsatzstärksten Luxusmarken für pflegende und dekorative Kosmetik** gemacht. Wir haben ARTISTRY so konzipiert, dass die Marke zu den Besten gehört.

Und wir würden uns nicht einmal im Traum einfallen lassen, unseren Kunden weniger anzubieten.

* ARTISTRY wurde 1968 eingeführt.

** Basierend auf einer Studie weltweiter Verkaufszahlen von Euromonitor aus dem Jahr 2007.

1959
1969
1979
1989
1999
2009





JAHRE
IN DENEN WIR

Rich DeVos und Jay Van Andel haben ihren Traum, eine einzigartige Geschäftsmöglichkeit auf der Grundlage innovativer Produkte zu entwickeln 1959 mit der Gründung von Amway verwirklicht.

Von Anfang an haben wir zu den Besten der Branche gehört – mit dem ersten von Amway hergestellten Produkt, dem Mehrzweckreiniger L.O.C.™ Liquid Organic Cleaner. Dieses Produkt war einer der ersten biologisch abbaubaren Haushaltsreiniger und ein absoluter Bestseller, lange bevor umweltfreundliche Produkte in die Regale der Supermärkte kamen.

VERÄNDERUNG DURCH INNOVATIVE PRODUKTE ERREICHT HABEN.

Fünzig Jahre später gehört Amway mit seinen innovativen Produkten für Schönheit, Wellness und Haushalt immer noch zu den Besten der Branche. Alle Produkte wurden nach intensiver Forschung von Amways mehrfach ausgezeichneten Wissenschaftlern und Forschern entwickelt.

Auch heute noch gehören die wichtigsten Amway Marken in ihrer jeweiligen Kategorie zu den Marktführern.

- NUTRILITE™ ist die auf dem Weltmarkt führende Marke im Bereich Vitamine, Mineralstoffe und Nahrungsergänzungsmittel*.

*Auf Grundlage der 2007 erzielten Umsätze gemäß der von Euromonitor International durchgeführten Erhebungen.

- Die Marke ARTISTRY™ ist die führende Direktvertriebsmarke für pflegende und dekorative Kosmetik im Luxusbereich

*basierend auf einer Studie weltweiter Verkaufszahlen von Euromonitor aus dem Jahr 2007.

Amway Produkte haben stets Trends gesetzt, angefangen bei personalisierten Wellnessprogrammen über revolutionäre Hautpflegeprodukte bis hin zu umweltfreundlichen Haushaltspflegeprodukten.

Steve Van Andel und Doug DeVos bauen auf diesen Traditionen und auf dem Vermächtnis ihrer Väter auf, wenn sie für Amway, seine Marken und seine einzigartige Geschäftsmöglichkeit in den nächsten 50 Jahren neue, aufregende Geschäftsfelder erschließen.

Bestseller...

In der Anfangszeit von Amway haben Rich und Jay zugegeben, dass sie nicht immer einen konkreten Plan hatten, wenn es um neue Produkte ging. „In den Sechzigern haben wir mit allem Möglichen experimentiert, von Lichtmaschinen über Wasseraufbereiter bis hin zu Strahlenschutzbunkern“, sagte Rich. „Und in der Zwischenzeit haben wir weiter Seife verkauft.“

FAKT 12

Amway produziert pro Jahr 75 Millionen Einheiten Seife, Waschmittel und Haushaltsreiniger, 150 Millionen Kosmetikprodukte und 6 Milliarden Einheiten Vitamin- und Mineralstoffergänzungsmittel.

1959

1969

1979

1989

1999

2009



Your Future Now

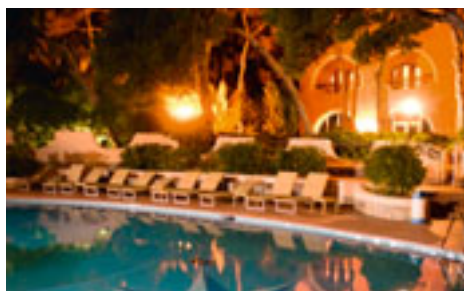
Ihre Zukunft beginnt jetzt!

An alle Geschäftspartner, die 2009 durchstarten wollen!

Schritt für Schritt seinen Zielen näherkommen... Amway bietet Ihnen dazu 2009 ein fantastisches Wachstumsprogramm unter dem Motto „Your Future Now“.

Möchten Sie in den Genuss eines faszinierenden Erlebniswochenendes, eines VIP Pakets oder anderer toller Überraschungen kommen? Dann starten Sie gleich jetzt und machen Sie sich mit den unten aufgeführten Details zum Wachstumsprogramm vertraut.

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg!



Qualifikationszeitraum Februar bis Juli 2009

Ziel: Faszinierendes Erlebnis- wochenende

Zwei Übernachtungen in einem exklusiven Hotel, zentral gelegen für die deutschsprachige Region, sensationelles Rahmenprogramm, tolle Überraschungen und zusätzlich 200 Euro Taschengeld, wenn Sie das Zwischenziel erreicht haben.

Qualifikationsbedingungen:

- 6 persönlich neu gesponserte Erstlinien
- 6.000 PW inkl. persönlichem Volumen, davon mind. 2.000 PW von den neuen Erstlinien

Zusatzziel für besonders engagierte Geschäftspartner:

Exklusives VIP Paket während des Erlebniswochenendes und einen Leasingvertrag für einen „Your Future Now“ Smart für ein Jahr oder eine Einmalzahlung von 1.000 Euro.

Qualifikationsbedingungen:

- 12 persönlich neu gesponserte Erstlinien
- 12.000 PW inkl. persönlichem Volumen, davon mind. 4.000 PW von den neuen Erstlinien



Qualifikationszeitraum Februar bis April 2009

Zwischenziel: 200 Euro Waren- gutschrift

Qualifikationsbedingungen:

- 3 persönlich neu gesponserte Erstlinien
- 3.000 PW inkl. persönlichem Volumen, davon mind. 1.000 PW von den neuen Erstlinien



Qualifikationszeitraum August bis Dezember 2009

Ziel: Provisions-Sonderzahlungen + Ada Reise

Die besten Geschäftspartnerschaften – Top 35 aus Deutschland, Top 8 aus Österreich, Top 5 aus der Schweiz – d. h. diejenigen, die im Qualifikationszeitraum August bis Dezember 2009 die beste Leistung erbringen, können sich auf eine unvergessliche Reise nach Ada in die Amway Weltzentrale freuen.

Qualifikationsbedingungen:

Die Qualifikation für das Erlebniswochenende ist Bedingung, um sich für Provisions-Sonderzahlungen und/oder die Ada Reise zu qualifizieren.*

*Die weiteren Details zu den Qualifikationsbedingungen für die Provisions-Sonderzahlungen und die Ada Reise werden zu einem späteren Zeitpunkt veröffentlicht.



Lokale Qualifikationen Deutschland und Österreich



Antonia & Waldemar Ehmann
Deutschland



DIAMANT
JUNI 2008

„Handlung bringt Erfolg!“

Antonia und Waldemar Ehmann zogen mit ihrer Familie im Frühjahr 1995 von Kasachstan nach Deutschland. Die ersten Monate waren alles andere als einfach: sie lebten in einer 3-Zimmer-Wohnung und erhielten nur eine geringe Unterstützung vom Staat. Auch die Suche nach einer geeigneten Arbeit war mehr als kompliziert. Waldemar machte eine Ausbildung als Dirigent und arbeitete in Kasachstan beim russischen Volksorchester. Zuletzt war er als Personalchef in einem Chemiewerk tätig. Antonia, die gelernte Krankenschwester ist, konnte damals kaum deutsch sprechen, was die Suche nach einem Arbeitsplatz noch erschwerte.

Verwandte der Ehmanns lasen in einem Inserat, dass Leute gesucht werden, die russisch sprechen. Waldemar meldete sich daraufhin und fuhr mit seinem Sohn Sergej zu einer Amway Veranstaltung. Seiner Frau erzählte er anschließend, „das ist genau das Richtige für dich!“ Nach vier Monaten in Deutschland, unterschrieben sie bereits den Amway

Geschäftspartnerantrag. Durch ihre frühere Arbeit als Krankenschwester hatte Antonia ein gutes Hintergrundwissen über Vitamine und Nahrungsergänzungsmittel und nach kürzester Zeit gab Antonia bereits Schulungen über NUTRILITE auf Russisch. Ganz nach ihrem Motto: „Es gibt keine Zeit zu verlieren, packen wir's an!“ Aber auch Waldemar, der sich vorwiegend um die administrativen Dinge kümmerte, war voller Tatendrang. Mit Unterstützung aller Familienmitglieder wurde das Amway Geschäft fleißig aufgebaut. Bereits nach ca. eineinhalb Jahren erreichten die Ehmanns die 21 % Stufe und sechs Monate später qualifizierten sie sich zum Platin.

Besonders schätzen Antonia und Waldemar die guten Produkte von Amway. Auch die tolle Zusammenarbeit mit ihrem Sponsor, der Familie Dobler, war ein Grund mehr, das Amway Geschäft voran zu treiben und Freude an der Arbeit zu haben. „Die Vorteile am Amway Geschäft“, so Waldemar, „sind die freie Zeiteinteilung, nicht ge-

bunden zu sein, einen besseren Lebensstandard zu haben und viel Zeit gemeinsam mit der ganzen Familie verbringen zu können.“ Auch international sind die beiden tätig und haben Geschäfte in der Ukraine, in Russland und in Frankreich.



3 Generationen der Ehmanns

Antonia reist daher viel nach Russland, arbeitet dort 3 bis 4 Wochen am Stück durch und dann geht's wieder nach Hause zur Familie.

„Man muss mit Menschen gut umgehen können, um im Amway Geschäft erfolgreich zu sein“, sagt Waldemar. „Außerdem sollte man das Geschäft mit Herz betreiben; dies sind die wichtigsten Voraussetzungen.“ Treu nach seinem Motto: „Langsam... aber immer vorwärts!“ haben die Ehmanns ihr Geschäft aufgebaut und sind sehr erfolgreich darin. Neueinsteigern gibt Waldemar folgenden Tipp: „Immer kontinuierlich das Geschäft betreiben, dann kann nichts schief gehen.“

Ihre nächsten Ziele stehen auch schon fest: „Beim 50-jährigen Jubiläum in Las Vegas dabei zu sein und die Qualifikation zur Krone zu erreichen.“



Strategisches Denken wird täglich trainiert

Lokale Qualifikationen Deutschland und Österreich

Bocksberger Natalija & Jurij Deutschland



**RUBIN
NOVEMBER**

Bürokauffrau &
Angestellter

Raetz Andreas Deutschland



**PLATIN
NOVEMBER**

Haustechniker



GOLD NOVEMBER

DEUTSCHLAND

Belashizki Irina & Tatjana / KAGANSKI
Pflugbeil Rocco / BEYER
Begel Helena & Scherbina Sergej / REICH
Kloenhammer-Nawa Sylvia & Nawa Michael / KUMBIER
Beckert Klaus-Dieter / BEYER



SILBER NOVEMBER

DEUTSCHLAND

Reich Frieda & Alexander / FICHTNER
Grenz Inna & Andre / ADLER
Kirsch Andreas / ROSS-LAMPERT
Birk Barbara / KUESTNER
Greb Valentina / REICH
Wolf Philipp / DOERFLINGER
Yilmaz Doendue & Levent / FUNK
Brunkhorst Sonja & Detlef / KLOSE
Szabo Monika & Lajos / ARNDT
Blache Gunnar & Viola / ORWAT
Becht Claudia / NEUMANN
Spiller Andrea / THEOPOLD
Esterlein Ludmila & Oleg / BOLLINGER
Bardenhewer Katharina / GRAF



18 % NOVEMBER

DEUTSCHLAND

Graichen Dagmar
Reich Nadja & Alexander
Feer Larissa & Gennadij
Maruschke Silke & Jens-Uwe
Wagner Oksana &
Nowakowski Wasili
Zank Britta
Ivanova Tatjana
Isaak Natalja & Sergej
Dyljuk Irina
Weinnoldt Sabine
Cadera Sylvia & Pump Jens
Akwa Ludmilla & Gennadij
Brenner Linda
Bahareva Galina
Gering Heike & Schneider
Guenther
Riedel Martin
Propp Alexander
Mirici Carter Funda
Zimkas Zydrunas

ÖSTERREICH

Poxrucker Michaela &
Fladl Peter



15 % NOVEMBER

DEUTSCHLAND

Nowakowski Galina & Viktor
Holtze Annefriede & Rene
Heinemann Bettina & Stefan
Schleich Winfried
Hoeper Mirja
Schneider Norbert
Zittlau Karin & Joern-Siegfried
Lata Julia & Eugen
Kabasakal Nazaket
Raab Katrin & Stefan
Scherer Elvira
Esterlein Elena & Sergej
Dudda Angela & Stein Mike
Koehler Franziska & Olaf
Bogdanova Olga
Krueger Nina & Bauch Oliver
Iwanissowa Larissa



15 % NOVEMBER

DEUTSCHLAND

Tews Natalia & Peter
Riessbeck Heike &
Klaus Sylvio
Fischer Margarita & Anatoli
Munkewitz Dimitri
Kuecukhueseyin Elif &
Mehmet

ÖSTERREICH

Strasser Patrick & Kerner
Thomas
Spandl Thomas
Schreder Mag. Aleth



12 % NOVEMBER

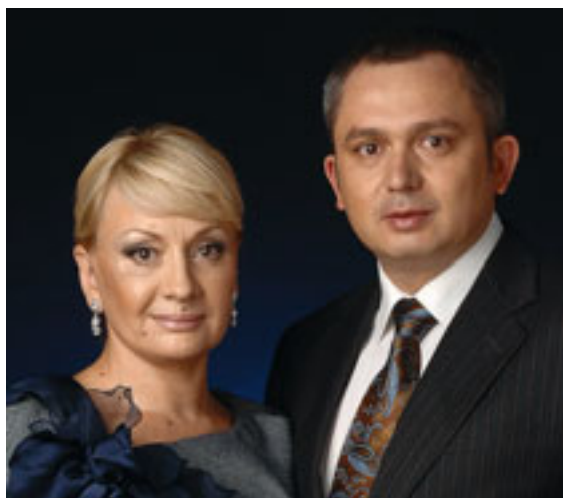
DEUTSCHLAND

Ivers Thorsten
Petersen Swantje
Becker Marina
Stoeber Maren & Torsten
Sirokova Larisa
Belsch Nina
Vladimirov Sinaida & Nikolay
Blanquett Sven
Reichelt Yvonne
Heinrich Erhard
Sander Brigitte &
Mosel Norbert
Pusch Johannes
Buescher Heidrun
Krautwald Peter
Gersamija Irina
Schlatter Michael
Lassen Helga
Rodewald Katrin
Branzko Gerhard
Krjuckova Olga &
Sokolovs Sergejs
Heinze Kathrin & Thomas
Richter Ingrid & Reinhold
Bambach Cornelia & Peter
Braun Elena & Viktor
Batalova Elena
Fenner Kristina
Oberle Regina

Lokale Qualifikationen Deutschland und Österreich

 12 % NOVEMBER	 12 % NOVEMBER	 12 % NOVEMBER	 12 % NOVEMBER
DEUTSCHLAND	DEUTSCHLAND	DEUTSCHLAND	ÖSTERREICH
Keichel Gabriele	Chartschenko Lidija	Bachmann Nicole	Hetnal Leszek
Schmidt Sonja	Gruenbaum Hertha & Hans	Boeschen Sandra & Marco	Stocker Martina
Zuber Gudrun	Tickonova Liubov	Frickel Lina	Platzer Harald & Dorothea
Freund Elena & Dmitrij	Boxberger Antje	Kraus Melanie	Mayr Markus & Kersten
Stuhlberg Marina & Andrej	Vekilian Stella	Kulikova Oxana &	Sahin Batal
Galinger Olga & Andej	Galat Anna & Juri	Kulikow Sergej	Forer DI Josef
Weischer Susanne	Ilkmen Buenyamin	Bueyuektatar Birguel & Ufuk	Wiesnar Claudia &
Riedel Gabriele &	Grimm Michael	Capkin Huelya	Kirchmair Werner
Henryk Tadeusz	Akwa Lilia	Novikov Olesja	Lieber Bernd & Sabine
Becker Ratiporn	Schilleref Swetlana & Paul	Bergen Ksenia	Fürbass Josef & Hajnalka
Berthold Karl-Heinz & Ingrid	Schner Irina & Sergej	Spielberger Markus	Kastenhuber Markus
			Winkler Beatrix

Europäische Founders Qualifikationen



Vera Archipova & Alexey Mautanov Ukraine



FOUNDERS KRONEN-
BOTSCHAFTER
AUGUST 2008

Das Heute ist wichtig!

Vor ein paar Jahren, als Vera Kindergärtnerin und Alexey Offizier beim Militär war, wurde die Amway Geschäftsmöglichkeit in der Ukraine bekannt. Sie zeigte auch den beiden, wie man erfolgreich ein eigenes Geschäft aufbauen kann und dies war es dann auch, was sie mit Hilfe von Jim und Nancy Dornan, Eva und Hans Nussold sowie Isabella und Marek Bjuwicki taten.

In der Anfangszeit durchlebten sie viele Höhen und Tiefen, doch durch die Unterstützung der Amway Mitarbeiter und des Trainings durch ihre Upline schafften sie es, ein starkes Team aus Geschäftspartnern zu bilden, das viele Diamanten und höher Qualifizierte hervorgebracht hat. „Man kann alles erreichen, wenn man ein Amway Geschäft führt. Man erntet all die Anerkennung, die man verdient. Was hält einen davon ab, dasselbe zu tun wie wir? Dasselbe das uns damals abgehalten hätte. Aber wir lernten, all diese Hürden zu nehmen, dank des tollen Teams, das uns in den schwierigsten Momenten, aber auch in den besten Momenten beistand, das an uns glaubte und unserem Beispiel folgte. Nur indem man Teil eines derartig tollen Team ist, kann man sein Leben schon grundlegend verändern, indem man lernt, die wichtigsten Dinge im Leben zu schätzen: Familie, Freundschaft, Flexibilität und Erfolg.“

An sich selbst glauben – die persönliche Zukunft wird durch die eigenen Entscheidungen bestimmt.

„Gestern ist nicht wichtig, die Zukunft ist noch nicht relevant, was wirklich zählt ist die Gegenwart. Wir sind glücklich darüber, die nächsten 50 Jahre in enger Zusammenarbeit und Partnerschaft mit Amway zu verbringen.“

Europäische Founders Qualifikationen



Valeria & Igor Kharatin
Ukraine



FOUNDERS
DREIFACH DIAMANT
AUGUST 2008

Wäre die Perestroika nicht gewesen, wäre das Leben von Valeria und Igor Kharatin ebenso verlaufen wie das vieler tausender junger Menschen, die ein Lehramtstudium absolvierten. Beide liebten sie ihren Beruf und glaubten immer, dass es ihre Berufung sei, Kinder zu unterrichten. Doch das Einkommen von zwei Lehrern ließ nur wenig Raum für große Wünsche.

Also machte Igor sich selbständig und erlebte viele Höhen und Tiefen. Valeria blieb mit ihrem Baby zuhause und konnte Igor nur moralisch unterstützen. Ihr Leben verbesserte sich schrittweise, doch Igor hatte immer weniger Zeit für seine Familie. So begannen sie, über weitere Möglichkeiten nachzudenken. Sie erkannten, dass sie mit dem Amway Geschäft ihre finanziellen Ziele erreichen und dennoch Zeit für sich und die Familie haben konnten. Noch wichtiger, sie konnten gemeinsam ein Geschäft aufbauen und auch vielen anderen Familien helfen, dasselbe zu erreichen.



Angel De Le Calle & Maite Ruiz Spanien



FOUNDERS
DOPPEL DIAMANT
AUGUST 2008

Dies ist ein weiterer Schritt in Richtung Konsolidierung ihres Geschäftes. Für die Möglichkeiten, die ihnen Amway geboten hat, bedanken sie sich nochmals. Außerdem gratulieren sie allen, die hart arbeiten, um Ihre Ziele zu erreichen. Mit der Unterstützung von Amway

hat jeder eine gute Ausgangsposition und es ist sehr spannend, sein eigenes Geschäft aufzubauen. Maite und Angel wollen weiter am Ball bleiben und ihre Gruppe fest unterstützen, neue Ziele zu erreichen. Mit Amway ist vieles möglich.



Izabela & Marek Bujwicz
Polen



FOUNDERS DIAMANT
AUGUST 2008

Izabela & Marek sehen ihr Amway Geschäft nicht nur als Arbeit und Einkommensquelle, sondern auch als interessantes Lebensgefühl für sich selbst und für ihre Töchter Marta und Adrianna. Optimismus und eine offene Einstellung sind Charakteristiken, welche Izabela und

Marek stets als sehr wertvoll ansehen. Entschlossenheit und Loyalität sind Attribute, welche sie am meisten an ihren Amway Geschäftspartnern schätzen.

Europäische Founders Qualifikationen



**Maria & Stanislaw
Derejczyk** Polen



**FOUNDERS DIAMANT
AUGUST 2008**

Als sie das erste Mal von Amway erfuhren, hatten sie ein Designunternehmen und Projekte. In dieser Branche waren sie sehr erfolgreiche Geschäftsleute, hatten jedoch nie Freizeit und keinen privaten Freiraum. Im Amway Geschäft folgten sie den Empfehlungen von Zosia und

Zbyszek Rek. Ihre Hilfe und Unterstützung schätzen sie sehr und sind äußerst dankbar dafür. Ebenfalls haben sie sehr viel von ihren Diamanten und Freunden – Beata und Piotr Lach – gelernt.



Gita & Roman Hassmannovi
Tschechische Republik



**FOUNDERS DIAMANT
AUGUST 2008**

Dass Gita und Roman Exekutiv Diamant geworden sind, verdanken sie dem großen Erfolg von David Setzer, ihrem Sponsor, Mentor und Trainer. Er hat sie von Anfang an unterstützt und so ihren Erfolg möglich gemacht. Gita und Roman bauen ihr Amway Geschäft aktiv auf,

werben für Produkte, bilden sich weiter und beweisen, dass das Amway Geschäft alle Bereiche des Lebens verbessern kann.



**Dr. Peter & Eva
Müller-Meerkatz**
Tschechische Republik



**FOUNDERS DIAMANT
AUGUST 2008**

Im Februar 1976 wurden Dr. Peter & Eva Müller-Meerkatz Amway Geschäftspartner im damaligen Westdeutschland. Die MMs – wie man sie bald allgemein nannte – führten ihr Amway Geschäft zunächst nebenberuflich, aber bereits nach vier Monaten hatte sich ihr Geschäft so gut angelassen, das sie beschlossen, es zu ihrem Hauptberuf zu machen. Sie qualifizierten sich schon bald als erste europäische Diamanten, Doppel Diamanten, Dreifach Diamanten und zur Krone. In nur 34 Monaten schafften sie es, sich als Kronenbotschafter zu qualifizieren, und zwar als die dritten weltweit und die ersten außerhalb Amerikas.

In den Neunzigern ließen sich die MMs kurzzeitig in Ostdeutschland nieder, um die Amway Geschäftsmöglichkeit auch dort den Menschen nahezubringen. Dort waren sie ebenso erfolgreich und so expandierte ihr Geschäft weiter in den osteuropäischen Ländern, wo sie sich 2008 sowohl in Russland als auch in Tschechien zum Diamanten, Founders Diamanten und Founders Exekutiv Diamanten qualifizierten.



**Lyudmyla Kleymenova &
Anatoliy Kleymenov** Ukraine



**FOUNDERS DIAMANT
JUNI 2008**

Die Familie Kleymenov hatte, wie so viele Leute Anfang der 1990er, eine sehr schwierige Zeit mit ihrer damaligen Geschäftsaktivität. Obwohl die Familie damals alles verloren hat, haben sie nie aufgegeben. Sie haben einen neuen Weg gefunden und zwar den Beginn

ihrer Amway Geschäfte. Lyudmyla und Anatoliy sind sehr dankbar dafür, dass Amway es ihnen ermöglicht hat, ein exzellentes Geschäft aufzubauen.

Europäische Founders Qualifikationen



**Igor Luskov & Kateryna
Luskova** Ukraine



**FOUNDERS DIAMANT
AUGUST 2008**

Fünf Jahre enge Zusammenarbeit mit Amway haben der Familie Luskov gezeigt, sich während dieser Zeit einiges in ihrem Leben wirklich verbessert hat. Die Familie wird ihren Sponsoren, der Familie Marton und Valentina Varga, welche beim Geschäftsaufbau aktiv unterstützt haben, immer dankbar sein. Katya und Igor sind davon überzeugt, dass ein stabiles Geschäft definitiv möglich ist, sofern die Unterstützung eines erfolgreichen und starken Partners gegeben ist.



**Jaroslaw & Krystyna
Maksymowicz** Polen



**FOUNDERS DIAMANT
AUGUST 2008**

In den USA haben Krystyna und Jaroslaw das erste Mal von Amway gehört. Dank ihrer Entschlossenheit und ihrem Selbstvertrauen haben sie ein erfolgreiches Amway Geschäft aufgebaut. Dabei unterstützt wurden sie von ihren Diamanten Zofia und Zbigniew Rek. Ihre zwei Töchter – Gabrysia (22) und Natalka (16) – wachsen in einer wundervollen Familie auf, in der sie wertschätzen und lieben lernen. Die beiden Töchter helfen im Amway Geschäft tatkräftig mit.

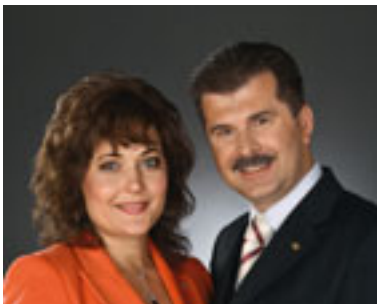


**Alessio Nocentini & Maria
Grazia Moretti** Italien



**FOUNDERS DIAMANT
AUGUST 2008**

Alessio war anfangs Geologe und Grazia war in der Modebranche tätig. Im Anschluss daran betrieben sie zusammen zwei Restaurants. Nach einiger Zeit hat Alessio erkannt, dass das Amway Geschäft ihnen einen besseren Lebensstil geben würde. Dank der Unterstützung ihrer Upline, haben die beiden binnen kurzer Zeit ein erfolgreiches Geschäft aufgebaut. Beide sagen: „Um Dinge zu haben, die du noch nie gehabt hast, musst du Dinge tun, die du noch nie gemacht hast.“



**Valentyna & Yaroslav
Pavlyuk** Ukraine



**FOUNDERS DIAMANT
JULI 2008**

Valentyna ist Ingenieurin, und Yaroslav ist hauptberuflicher Schauspieler. Die beiden kamen mit Amway in Kontakt als sie nach einer Geschäftstätigkeit suchten, welche Stabilität und Vertrauen in die Zukunft gibt. Valentyna and Yaroslav sind sich sicher, dass sich gesteckte Ziele verwirklichen lassen, wenn man von diesem Geschäft überzeugt ist.

Europäische Founders Qualifikationen



**Katarzyna & Dariusz
Swiatkowscy** Polen



**FOUNDERS DIAMANT
AUGUST 2008**

Dariusz suchte nach einem besserem Leben in den USA, als er auf Amway aufmerksam gemacht wurde. Nach zwei Jahren kam Dariusz zurück nach Polen, um sein Geschäft dort aufzubauen. Im ersten Gesprächstermin hat er Katarzyna getroffen, die damals Medizinstudentin war. Als Katarzyna auch ins Amway Geschäft einstieg, entwickelte sich das Geschäft hervorragend. Katarzyna und Dariusz sind ihren Mentoren – Luis Costa, Ralf Pratt und Tim Foley – sehr dankbar.



Oksana & Viktor Sythyuk
Ukraine



**FOUNDERS DIAMANT
AUGUST 2008**

Oksana und Viktor waren sehr jung und ehrgeizig als sie mit dem Amway Geschäft angefangen haben. Beide sind ihren Sponsoren, welche Zeit und Erfahrung mit ihnen geteilt haben, sehr dankbar für die Unterstützung beim Geschäftsaufbau. Sie wollen folgendes sagen: „ Es tut nichts zur Sache, was in deinem Leben gerade passiert. Dank Amway kannst du hohe Ziele erreichen, welche einen besseren Lebensstil ermöglichen.“



Andrea Wolf & Imre Serdult
Ungarn



**FOUNDERS DIAMANT
AUGUST 2008**

Gemeinsam mit ihren Geschäftspartnern verfolgen Andrea und Imre gemeinsame Ziele und teilen die selben Beweggründe. Ihre Upline, sowie auch ihre Downline spielte eine wichtige Rolle für ihren Erfolg. Ihre Diamant Qualifikation ist das Ergebnis eines hervorragend harmonisierenden Teams. Sie erhalten Vertrauen und Respekt in jeder Hinsicht. Der Erfolg ihres Teams wird durch die monatlichen Qualifikationen und die Anzahl der neuen Platine ersichtlich.

Smaragdessen zu Ehren der neuen deutschen Smaragde Anja und Michael Heistermann

Im traumhaften Ambiente des Gutshauses Wachtelhof bei Bremen feierten Anja und Michael Heistermann am 21. November 2008 eine sehr gelungene Smaragdfeier. Das Ehrenpaar hatte für seine Gäste Birgit und Fredy Hashagen, Klaus und Christina Theopold sowie Julien Backhaus sogar kleine Gastgeschenke mitgebracht – eine liebenswürdige Geste, welche die gute Beziehung der Geschäftspartner in der Linie untereinander sowie die Herzlichkeit des Ehepaares Heistermann widerspiegelte. Bei einem ausgezeichneten Menü in der Brasserie des Wachtelhofes wurden angeregte Gespräche zu verschiedensten Themen geführt – natürlich wurde dabei auch über die weiteren Ziele der Heistermanns im Amway Geschäft gesprochen. Ein Höhepunkt des Abends war die Übergabe der Smaragdbox und des Schecks zur Qualifikation durch Andreas Prehofer, Mitarbeiter der Amway GmbH. Erst gegen Mitternacht löste sich die harmonische Runde auf – und wurde draußen durch den ersten Schnee überrascht, welcher die Atmosphäre am Gutshof noch märchenhafter erscheinen ließ.

Wir wünschen Herrn und Frau Heistermann alles Gute und weiterhin viel Freude und Erfolg mit ihrem Amway Geschäft!



Die neuen Smaragde Anja und Michael Heistermann mit ihren Platinen und Andreas Prehofer von der Amway GmbH

Smaragdessen zu Ehren der neuen österreichischen Smaragde Mag. Alexandra König und Mario Poller

Ein ganz besonders eindrucksvolles Ambiente haben unsere neuen Smaragde Mag. Alexandra König und Mario Poller für ihr Smaragdessen am 13.12.2008 ausgewählt: Das Gourmetrestaurant „Ikarus“ im ultramodernen Hangar-7 am Salzburger Flughafen.

Schon die spektakuläre Architektur und Ausstattung des Hangar-7 bietet ein Erlebnis für sich. Die kulinarischen

Extravaganzen bilden den krönenden Höhepunkt. Ein einzigartiges gastronomisches Konzept bringt Starköche aus aller Welt hierher, um die Gäste mit erlesenen Menüvariationen zu verwöhnen.



Die neuen Smaragde Mag. Alexandra König und Mario Poller



Die neuen Smaragde mit ihren qualifizierten Führungskräften und Geschäftsführerin von Amway Österreich, Evelyn Tremmesberger

So genossen unsere neuen Smaragde und ihre qualifizierten Führungskräfte, nach einem Aperitif ganz nach Art des Hauses in der Sky Bar direkt unter dem Dach des Hangars, ein 9-gängiges Luxusmenü, welches sich über den ganzen Abend erstreckte. Die fachmännischen Erklärungen der Köche zu jedem Gang, und die erlesenen Weine, perfektionierten den Genuss.

Es war ein absolut würdiger Rahmen, um den großartigen Erfolg der erreichten Smaragd-Qualifikation für Mag. Alexandra König und Mario Poller gebührend zu feiern.

Amway wünscht den neuen Smaragden und ihren qualifizierten Führungskräften viel Erfolg beim Erreichen ihrer weiteren Ziele!

Informationstage für Nachwuchsdiamanten und -smaragde

Im November 2008 veranstaltete die Amway GmbH erneut die beliebten Informationstage – diesmal für Nachwuchsdiamanten und -smaragde *in einer Gruppe*. So waren Roman Manz mit seiner Freundin Irina Buzdugan, Lotte Dobler, sowie Elena Graf – Tochter der Smaragde Jung – mit ihrem Ehemann Waldemar in der Amway Filiale in Puchheim zu Gast.

Bei der Hausführung hatten sie Gelegenheit, die meisten Mitarbeiter persönlich kennen zu lernen.

Anschließend wurden ihnen in ausführlichen Fachgesprächen mit Mitarbeitern der Abteilungen Marketing, Training, Spezialisten, Special Events, Bonus, External Affairs, Call Center und Administration Center alle Fragen beantwortet.

Ein Highlight war die Führung durch das Amway Experience Center – Munich. Noch keiner der jungen Leute hatte zuvor die Gelegenheit, sich das Center anzusehen.

Den Tag ließ man im beliebten Puchheimer Restaurant „Colonial“ bei gutem Essen und netten Gesprächen ausklingen.

Auch der zweite Tag war ausgefüllt mit Informationen und Präsentationen aus den verschiedenen Abteilungen. Die „nächste Generation“ stellte viele Fragen und war sehr interessiert und engagiert bei der Sache.

Die Meinung der jungen Besucher war einhellig: Sie sind sehr dankbar für die tolle Gelegenheit, Amway auf diese Weise kennen zu lernen. Ihre Erwartungen wurden sogar weit übertroffen. Sie sind stolz auf ihren Partner Amway und begeistert vom Amway Team.

Zitat: „Man kann es nicht beschreiben, man muss es selbst erleben!“



Von links nach rechts: Michael Meindl, Christine Schallmoser, Lotte Dobler, Elena Graf, Waldemar Graf, Irina Buzdugan, Roman Manz, Andreas Prehofer, Nadine Mende



E. FUNKHOUSER™ NEW YORK

EIN VOLLER ERFOLG

Über die Marke E. FUNKHOUSER™ NEW YORK ist bis heute über 1.000 mal in Europa berichtet worden. Diese Information wird Ihre Kunden bestimmt begeistern.

Über E. FUNKHOUSER NEW YORK Produkte wurde in zahlreichen Artikeln in führenden Modezeitschriften berichtet, darunter so bekannte Magazine wie Vogue und Cosmopolitan.

Besuchen Sie das E. FUNKHOUSER NEW YORK Brand Centre, wo Sie die neuesten Presseartikel und Informationen über die Marke und deren Produkte finden.

(www.amway.de bzw. www.amway.at)

Und lassen Sie es Ihre Kunden wissen: Europa ist ganz begeistert von E. FUNKHOUSER NEW YORK Produkten!



Zeigen Sie Ihren Kunden mit dem **ARTISTRY™ Gerät** zur kosmetischen Hautanalyse, wie professionell Sie arbeiten.

Mit dem ARTISTRY Gerät zur kosmetischen Hautanalyse können Sie Ihren Kunden die ARTISTRY Produkte empfehlen, die am besten für sie geeignet sind.

Es ist wichtig, dass Ihre Kunden die Bedürfnisse ihrer Haut verstehen und über die Produkte und deren Wirkung auf das Erscheinungsbild ihrer Haut gut informiert sind.

Jetzt können Sie:

- den Hauttyp Ihrer Kundin besser bestimmen.
- die bemerkenswerten Ergebnisse des ARTISTRY Gerätes zur kosmetischen Hautanalyse demonstrieren.
- das für die Kundin am besten geeignete ARTISTRY essentials Hautpflegesystem empfehlen.



ARTISTRY Gerät zur kosmetischen Hautanalyse
Best.-Nr. 232385

Nicht vergessen...

Die ARTISTRY Sebumkassette zur Messung des Hautölgehalts muss nach 400 bis 500 Messungen ausgetauscht werden.

Best.-Nr. 232950

ARTISTRY™



Engagieren Sie sich dafür, eine bessere Welt zu schaffen

Kaufen Sie den **Kalender 2009**, und unterstützen Sie die internationalen Gesundheits- und Bildungsprojekte von UNICEF.

Best.-Nr. 107071

Pack mit 5 Kalendern und 5 Umschlägen
Kalendergröße geöffnet: 31 cm x 19 cm



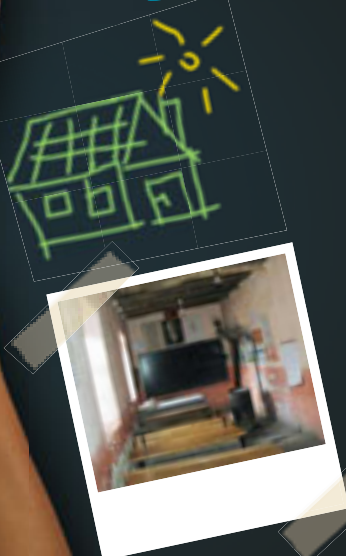
unicef



Helfen Sie Kindern auf der ganzen Welt dabei, ein besseres Leben zu führen.



Lassen Sie
uns die
**Zukunft
bauen –
Stein um
Stein**



Amway und UNICEF: zwei starke Partner in der Hilfe für Kinder in Anatolien, Türkei

Tief im östlichen Teil von Anatolien – dort wo die Türkei an den Iran grenzt – ist Amway dabei, zusammen mit UNICEF ein neues Hilfsprojekt für die Kinder in dieser Region ins Leben zu rufen.

Während das letzte Hilfsprojekt von UNICEF in Kenia sich auf die Gesundheit der dort lebenden Kinder konzentrierte, soll dieses Projekt neue Kindergärten in einer der abgeschiedensten Gegenden Europa's errichten. Dies soll kleinen Jungen und Mädchen die Möglichkeit geben, ihre Fähigkeiten besser entwickeln zu können und zumindest eine warme Mahlzeit am Tag zu erhalten.

Mit diesem Projekt möchte Amway den Grundstein für eine bessere Zukunft für diese Kinder legen.

Möchten auch Sie etwas tun?

Unterstützen Sie uns in unserem Bestreben auf eine bessere Welt!

unicef





Entdecke, was für dich wesentlich ist!



NEU
DEMNÄCHST
ERHÄLTlich



Mit den ARTISTRY™ essentials Produkten sind Sie und Ihre Kunden bereits vertraut – eine Kosmetik für eine hochwertige und unkomplizierte Hautpflege. Eine einfache Idee, die zum großen Triumph geworden ist. Demnächst wird ein neues ARTISTRY essentials Produkt auf den Markt gebracht und bereits bekannte Spezialpflegeprodukte im essentials Produktdesign erscheinen. Einige Produkte sind zur täglichen Anwendung gedacht, andere kommen bei besonderen Anforderungen zum Einsatz. Alle sind jedoch eine perfekte Ergänzung der unkomplizierten ARTISTRY essentials Hautpflegesysteme.

ARTISTRY™ essentials


NUTRILITE™

Das offizielle Nahrungs- ergänzungsmittel des **AC MAILAND**



Im Oktober 2008 ist der AC Mailand – der 'weltweit erfolgreichste'* Fußballklub – und NUTRILITE™, die auf dem Weltmarkt führende** Marke im Bereich Vitamine, Mineralstoffe und Nahrungsergänzungsmittel, eine Partnerschaft eingegangen, die die Marke NUTRILITE in den Mittelpunkt des öffentlichen Interesses rückt und damit unsere führende Marktposition und die Umsätze unserer Geschäftspartner noch weiter verbessern wird.



Clarence Seedorf

AC MAILAND – EINE EINZIGARTIGE CHANCE

Als institutioneller Sponsor hat die Marke NUTRILITE die einzigartige Chance, durch die Zusammenarbeit mit MilanLab Einfluss auf die tägliche Leistung der Spieler von AC Mailand zu nehmen, damit jeder einzelne Spieler seine persönliche Bestform erreichen kann.

* Laut der offiziellen Website des AC Mailand www.acmilan.com

** Auf Grundlage der 2007 erzielten Umsätze gemäß der von Euromonitor International durchgeführten Studien.

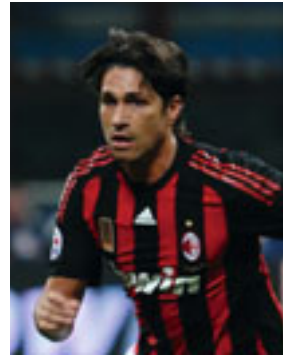
Die Marke NUTRILITE™ wird im Jahr 2009 für jeden Treffer von Ronaldinho **10.000 US Dollar** an das Programm „One by One“ spenden.



Gennaro Ivan Gattuso



Kaká



Marco Borriello



Ronaldinho

DIE MARKE NUTRILITE soll noch bekannter werden

Die Werbung für NUTRILITE wird sich auf LED-Displays und Wechselbänden bei allen Heimspielen des AC Mailand konzentrieren, die weltweit in 205 Länder übertragen werden.

Für jedes Tor, das Ronaldinho 2009 schießt, wird NUTRILITE der One by One Kampagne 10.000 US-Dollar zur Verfügung stellen. Wird das Tor in Italien geschossen, wird die Spende für ein Projekt der AC Mailand Stiftung verwendet, die den Aufbau einer Spezialabteilung in einem Mailänder Kinderkrankenhaus unterstützt.

Die Zusammenarbeit von NUTRILITE und dem AC Mailand erweitert die bereits existierende Kooperation mit dem AC Mailand Stürmer, Ronaldinho, der seit Februar 2008 von NUTRILITE als Sponsor unterstützt wird und der erste weltweite Sprecher für das AMWAY ONE BY ONE™ Programm ist.



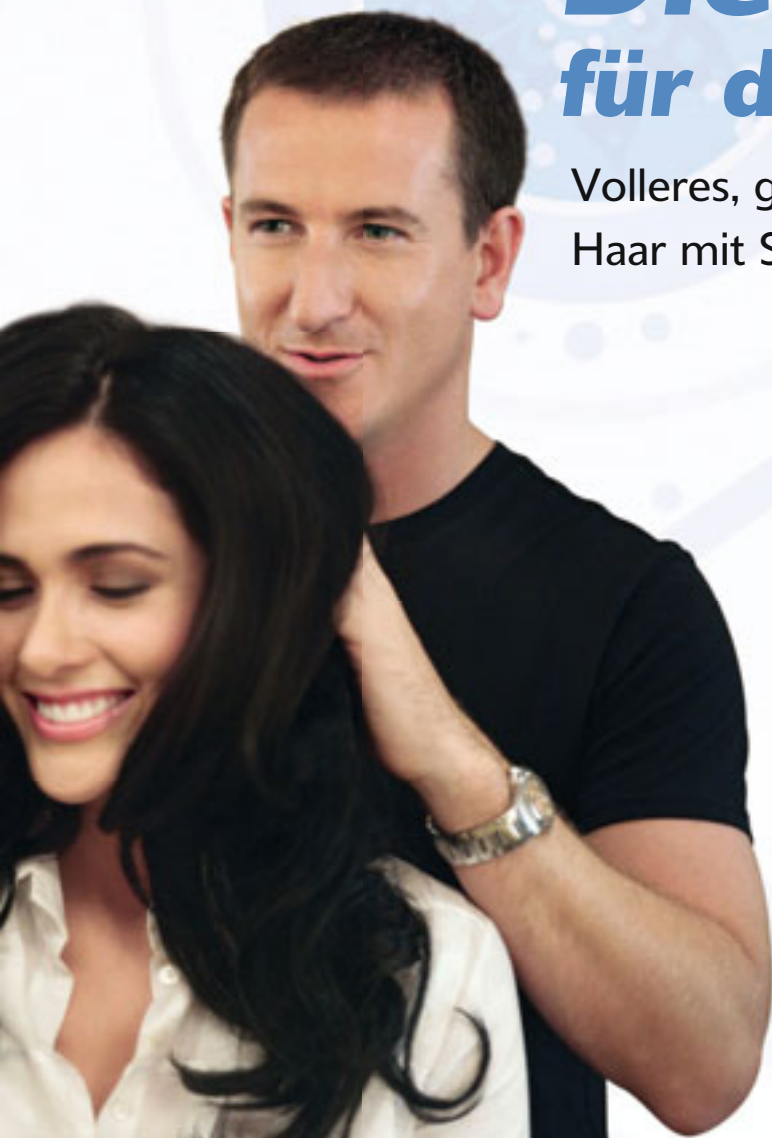
TEAM
NUTRILITE™

FEBRUAR 2009

EXPERT

Die Rettung für das Haar

Volleres, glänzenderes, gesünder aussehendes Haar mit SATINIQUE™ Kopfhautserum.



Informieren Sie Ihre Kunden darüber, dass man mit dem SATINIQUE Kopfhautserum Kopfhaut und Haaren etwas Gutes tun und Schäden ausgleichen kann, die in den langen Wintermonaten entstehen können.

Kopfhaut und Haar können sich von den Schäden erholen, die sie durch extreme Wetterbedingungen erlitten haben. Nach nur einer Anwendung steigt der Feuchtigkeitsgehalt um 83 %, und die Kämmbarkeit verbessert sich um 70 %. Nach nur zwei Wochen Anwendung geht die Schuppenbildung um 53 % zurück.

Diese mit Vitaminen und Antioxidantien angereicherte Intensivbehandlung schafft die perfekten Bedingungen für schönes, gesünder aussehendes Haar.

John Gillespie, international bekannter Haarstylist



In den besten Friseur- und Schönheitssalons der Welt – einschließlich meinem – geht der nächste Trend in Richtung Kopfhautpflege. Es besteht ein unglaubliches Interesse an Kurprodukten, die den Zustand der Kopfhaut verbessern und eine positive Wirkung auf das Haar haben können. Kurbehandlungen für die Kopfhaut sind ein brandaktuelles Thema – in der Branche und bei meinen Kundinnen, die zu mir in den Salon kommen.



Best.-Nr. 101825
8 Ampullen à 6 ml

SATINIQUE

Repairs, strengthens and protects in one use.



Gesundes, energie- sparendes Kochen

Die exklusiven Technologien der iCook™ Edelstahl-Kochsets helfen Ihren Kunden bei der Zubereitung ernährungstechnisch ausgewogener, schmackhafter Mahlzeiten.



Turmkochen

Turmkochen spart eine Menge Energie. Sie können größere Mengen an Speisen mit einer einzigen Energiequelle – z. B. einer Kochstelle auf Ihrem Gas- oder Elektroherd – zubereiten, indem Sie den Garraum eines Topfes mit dem Turmkochaufsatz vergrößern.

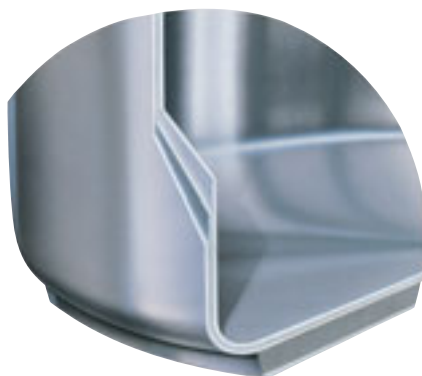
Größere Energieeffizienz



VITALOK™ Garverfahren

Mit dem VITALOK Garverfahren zubereitete Speisen enthalten ein Drittel mehr Vitamine und Mineralstoffe als solche, die mit herkömmlichen Kochverfahren zubereitet werden. Die Wasserdichtung zwischen Deckel und Topf sorgt dafür, dass Fleisch, Obst und Gemüse im eigenen Saft garen. Das natürliche Aroma, wertvolle Nährstoffe und die ansprechende Farbe und Beschaffenheit der Lebensmittel bleiben erhalten.

Bewahrt über ein Drittel mehr Vitamine und Mineralstoffe



Der OPTITEMP™ Sandwichboden

Die drei Schichten aus fest miteinander verbundenem Metall sorgen für eine gleichmäßige Hitzeverteilung in Topf oder Pfanne. Der extradicke Boden speichert die Hitze länger als die meisten anderen Töpfe mit einfachem Boden, sodass die Speisen gleichmäßiger und schneller gar werden.

Bessere Hitzespeicherung



Egal, ob Ihre Kunden nach einer Grundausstattung für das Kochen oder nach einer kompletten Serie professioneller Töpfe und Pfannen suchen, eines der iCook Edelstahl-Kochsets ist bestimmt das richtige für sie.

Weitere Informationen einschließlich aller Bestellnummern finden Sie im Handbuch iCook Edelstahl-Kochset (Best.-Nr. 202368).



KONZENTRATE HALTEN LÄNGER...

weniger ist tatsächlich mehr

Amway hat es sich zum Ziel gesetzt, seinen Kunden Produkte zur Hauspflege anzubieten, die effektiv, wirtschaftlich und umweltverträglich sind.

Deshalb verkaufen wir den größten Teil unserer Hauspflegeprodukte als Konzentrate. Konzentrate halten erheblich länger als Produkte, die nicht konzentriert sind.

Mit unseren konzentrierten Produkten bekommt man mehr für sein Geld und verbraucht weniger Wasser und Verpackungstoffe. Die Hauspflegeprodukte von Amway enthalten anstatt Füllstoffen und Wasser prozentual gesehen mehr aktive Inhaltsstoffe und sind daher extrem leistungsstark, auch dann, wenn sie mit Wasser verdünnt werden, um noch mehr zu sparen.



30.000
Teller

- Ein Liter DISH DROPS™ Geschirrspülmittel kann über 30.000 Teller reinigen.



390
Tischtücher

- Ein Kilo SA8™ Textilbleichmittel hat genug Bleichkraft, um Wein- und Flecken aus 390 Tischtüchern zu entfernen.



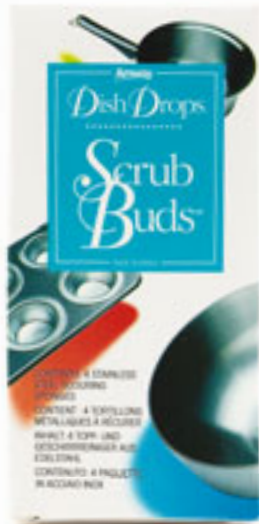
75
Waschmaschinen-
ladungen

- Eine 1,5-Liter-Flasche SA8™ Flüssigwaschmittel reinigt bis zu 75 Waschmaschinenladungen.



DISH DROPS™ SCRUB BUDS™

Topf- und Geschirreiniger
aus Edelstahl

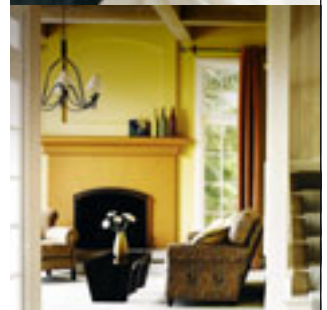
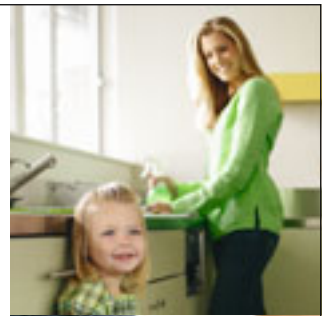


Best.-Nr. 6407
4er-Pack

Helfen Sie Ihren Kunden dabei, Küchengeräte, Kochgeschirr und die meisten Glaswaren schnell und problemlos zu reinigen. Empfehlen Sie ihnen DISH DROPS SCRUB BUDS Topf- und Geschirreiniger aus Edelstahl.

- DISH DROPS SCRUB BUDS sind sehr vielseitig und halten doppelt so lange wie herkömmliche Putzschwämme aus Metall.
- Sie bestehen aus durchgehenden Metallfäden, die nicht splintern oder auseinanderfallen.
- Sie sind stabil genug, um eingetrocknete Essensreste aus Kochgeschirr oder Fettreste von Werkzeugen zu entfernen.

Die weichen, elastischen DISH DROPS SCRUB BUDS Schwämme schonen Hände und Fingernägel, beseitigen aber mühelos festgebackene Fettkrusten und eingetrocknete Essensreste.



KÖRPERPFLEGE FÜR MÄNNER

Heutzutage ist Männern, die etwas auf sich halten, eine gepflegte Erscheinung genauso wichtig wie Frauen. Amway bietet hochwertige Körperpflegeprodukte an, die für Männer perfekt geeignet sind. Empfehlen Sie Ihren Kunden, diese Produkte täglich zu benutzen, damit sie sicher sein können, stets in Bestform zu sein.

HYMM™ Rasierschaum und Aftershave Balsam

Für ein komplettes Rasiererlebnis. Der ergiebige, feuchtigkeitsspendende Rasierschaum sorgt für eine gründliche Rasur, die leichte, erfrischende Lotion beruhigt die Haut nach dem Rasieren.

HYMM Rasierschaum
Best.-Nr. 102880 – 200 ml
HYMM Aftershave Balsam
Best.-Nr. 102881 – 100 ml

BODY SERIES™ Transparenter Deo- und Antitranspirant Stick

Schützt den Körper bis zu 48 Stunden vor Körpergeruch und Transpiration.
Best.-Nr. 100276 – 75g / 75 ml

TOLSOM™ Eau de Toilette

Ein eleganter, stilvoller Duft für den modernen Mann.
Best.-Nr. 103703 – 50 ml



HYMM™
FOR MEN

TOLSOM™

BODY SERIES™

Besuchen Sie Ihren VistaPrint Partner Store und ERWERBEN SIE MARKETINGMATERIALIEN & STEIGERN SIE IHREN PW/GV!

Amway Visitenkarten!

- Preisgünstige und individuelle Drucklösungen
- Attraktiver PW/GV sogar bei kleinen Bestellmengen
- Amway Logos & Designs



Eine breit
gefächerte
Produktpalette
für jeden
Verwendungszweck.

Sie möchten professionell auftreten im Amway Geschäft – dann wenden Sie sich an VistaPrint – Ihr Ansprechpartner für qualitativ hochwertige Druckprodukte. Steigern Sie Ihren PW/GV sogar bei kleinen Bestellmengen und nutzen Sie die stets günstigen Preise. Wir lassen Ihr Unternehmen aus der Masse hervorstechen.

**Sehen Sie, wie viel PW/GV
Sie erreichen können:**

€ ***	PW	GV
5.00 €	2.26	3.18
10.00 €	4.51	6.36
15.00 €	6.77	9.55
20.00 €	9.02	12.73
25.00 €	11.28	15.91
30.00 €	13.54	19.09

***ohne Versandkosten und MwSt.



"Wir haben unsere bereits!"



Besuchen Sie noch heute Ihren VistaPrint Partner Store – unter



www.amway.de

VistaPrint
In association with

Amway

„NACH OBEN GIBT ES KEINE GRENZEN“

Experten diskutieren über Selbstständigkeit in Deutschland

Der Weg in die berufliche Selbstständigkeit ist eine Lebensentscheidung – und eine einmalige Chance. Die mehr als 85.000 Amway Geschäftspartner wissen das aus eigener Erfahrung. Eine von Amway in Auftrag gegebene repräsentative Studie belegt: 80 % der Deutschen empfinden Selbstständigkeit als attraktiv. Doch nur 11 % entscheiden sich letztlich dazu, diesen Weg zu gehen. Es stellt sich zwangsläufig die Frage: Sind schon alle Potenziale genutzt?

Die Amway EXPO 2008 in Nürnberg war ein voller Erfolg: ca. 25.000 Amway Geschäftspartner besuchten am 4. und 5. Oktober 2008 das Nürnberger Messegelände, um sich über die Produktneuigkeiten aus dem Hause Amway zu informieren. Viele von ihnen nutzten den Anlass, um am ersten Tag der Amway EXPO die im Rahmen der Messe veranstaltete Diskussionsveranstaltung „Selbstständigkeit heute – Alle Potenziale genutzt oder Chancen verpasst?“ zu besuchen. Amway hatte Experten zum Thema „Selbstständigkeit“ dazu eingeladen, um über die mangelnde Gründerlust in Deutschland zu diskutieren. Ihr Fazit: Bei den richtigen Rahmenbedingungen könnte es in Deutschland ein Drittel mehr Selbstständige geben!

Konrad Beugel, Wirtschaftsdezernent der Stadt Erlangen, bemängelte den fehlenden

Gründergeist in Deutschland. Die Städte und Gemeinden, so Beugel, hätten bereits vieles geleistet, um den Menschen den Schritt in die Selbstständigkeit zu erleichtern. Der Mut und die Leistungsbereitschaft der Gründer verdiene deutlich mehr gesellschaftliche Anerkennung. Irene Hohlheimer, Gründungsberaterin von der Universität Erlangen, wusste zu bestätigen, dass die Angst vor dem Scheitern dazu führe, dass die meisten der gründungswilligen Deutschen gar nicht erst den Weg in die Gründungsberatung fänden. Die Angst vor dem eigenen Scheitern stünde zumeist im Vordergrund. Auf der Strecke bliebe dabei das Bewusstsein, dass Selbstständigkeit Chancen bietet und den Menschen dabei hilft, sich persönlich weiter zu entwickeln.

Amway Geschäftsführer Dimitri van den Oever konnte dies aus seiner täglichen Zusammenarbeit mit den mehr als 85.000 Amway Beratern in Deutschland bestätigen. Selbstständigkeit bedeute nicht nur Herausforderung und Chancen, sondern es sei auch an der Zeit, in Gesellschaft und Politik offen auszusprechen: „Selbstständigkeit macht Spaß!“ Amway bietet mit seinem Geschäftsmodell eine Möglichkeit, einen Weg in die Selbstständigkeit zu wählen, der frei von Risiken und Ängsten ist. „In Deutschland gäbe es deutlich mehr Selbstständige, wenn es möglich wäre, unternehmerische Ideen im Nebenerwerb bei freier Zeiteinteilung und begrenztem finanziellem Risiko auszuprobieren – was zum Beispiel im



Amway Geschäftsführer Dimitri van den Oever fordert: „Wir benötigen mehr öffentliche Diskussionen über die verschiedenen Motive für Selbstständigkeit“

Direktvertrieb sehr gut möglich ist“, so Dimitri van den Oever. Dem pflichtete auch Thorsten Müller, Existenzgründungsberater bei der Sparkasse Nürnberg bei: „Ein Einstieg im Nebenerwerb ist für viele eine attraktive Möglichkeit.“ Die Expertenrunde kam zum einhelligen Urteil: Es fehlt in Deutschland an einer Gründerkultur und am Wissen, dass Selbstständigkeit ohne Risiken möglich ist. Wenn sich dies ändere, seien deutlich mehr Selbstständige möglich. „Nach oben gibt es keine Grenzen“, so Amway Geschäftsführer Dimitri van den Oever.



Die Podiumsteilnehmer (v.l.n.r.): Konrad Beugel (Wirtschaftsdezernent der Stadt Erlangen), Irene Hohlheimer (Gründungsberaterin der Universität Erlangen), Marco Hardt (Mitglied des Bundespräsidiums der Europa-Union Deutschland, Moderator), Thorsten Müller (Existenzgründungsberater bei der Sparkasse Nürnberg), Dimitri van den Oever (Geschäftsführer Amway GmbH)

Die wichtigsten Neuerungen auf Amway Online

- **Look and Feel:** Ein moderner Internetauftritt verbunden mit einer benutzerfreundlichen Bedienung lassen den Umgang mit der neuen Internetpräsenz für Sie zum Erlebnis werden.
- **Kundenbestellungen:** Kunden bekommen direkt von ihrem Geschäftspartner, also Ihnen selbst eigene Zugangsdaten und können direkt online bei Ihnen bestellen. Sie haben die Möglichkeit, Bestellungen übersichtlich und komfortabel zu verwalten. Sie können die Bestellungen selbständig an Amway weiterleiten, somit bleiben Sie als Geschäftspartner weiterhin die Schnittstelle zwischen Amway und Ihren Kunden.
- **Verbesserte Produktsuche:** Sie können Produkte nicht nur nach Namen und Bestellnummern suchen, sondern auch nach Schlagworten die mit dem Produkt in Zusammenhang stehen. Je nach Ihren Anforderungen und Wünschen kann das Suchergebnis Ihrer Abfrage nach Treffergenauigkeit, Name, Bestellnummer, Preis und PW sortiert werden.
- **Produktübersicht für Kunden:** Ihre Kunden haben auf der neu gestalteten Website ebenfalls die Möglichkeit, den Produktkatalog auf der Homepage durchzublättern und für sie interessante Artikel mit Beschreibung und Preisangabe anzeigen zu lassen.
- **Persönliche Seiten:** Sie haben die neuartige Möglichkeit eine persönliche Seite mit Foto und einer Begrüßung nach Ihren Wünschen zu gestalten. Diese Seite sehen Ihre Kunden als Willkommenseite nach dem Einloggen. So sind Sie bei Ihren Kunden stets präsent.
- **Trainings:** Online Trainings und eine übersichtliche Hilfefunktion zum Gebrauch der Website machen auch Sie zum Profi mit dem Umgang der neuen Internetpräsenz mit den vielen neuartigen Funktionen, die der neue Auftritt im World Wide Web von Amway Österreich beinhaltet.



START!

INFOSEITE FÜR NEUE GESCHÄFTSPARTNER UND IHRE SPONSOREN

Erfolgsgeschichte

Ilona und Peter Grehn

Deutschland

Unser erster Kontakt mit Amway liegt schon 17 Jahre zurück. Leider nur mit einem Produkt, ohne Geschäftsidee.

13 Jahre später hat uns Amway wieder gefunden, dieses Mal mit dem Amway Sales- und Marketingplan und Produkten. Meine Schwester Manuela Reda hat uns ins Geschäft gebracht, Vertrauen hat unsere Entscheidung beeinflusst.

Für uns war es wichtig, dass unser Weg in die Selbständigkeit keine finanziellen Risiken mit sich bringt, z. B. durch hohe Investitionen in eine Ladeneinrichtung.

Das schönste an dieser Geschäftsmöglichkeit ist die Zusammenarbeit in der Familie. Wir können zusammen mit unseren Kindern, Geschwistern und Eltern an einer gemeinsamen Zukunft arbeiten. Gesprächsstoff haben wir immer.

Unsere Lieblingsprodukte – alle Produkte. NUTRILITE™, eSpring™ und iCook™ haben uns persönlich sehr viel Lebensqualität gebracht.

Dann kam die Expo in Nürnberg. Wir waren total begeistert und haben die Chance, die uns Amway damit bietet, erkannt.

Sofort haben wir Kontakt zu unseren Geschäftspartnern und Kunden aufgenommen und unsere Begeisterung weitergegeben.

Das Resultat war ein Doppelschlag im Oktober. Bereits am 07.10. waren wir 12 %er und haben uns sofort ein Ziel gesetzt – wir schaffen 15 % im Oktober.

Wir sind keine Schnellstarter, sehen aber unsere Chance mit Amway und haben Ausdauer in diesem Geschäft bewiesen. Wir sind auf dem Weg zu unserem Ziel.

Wir halten Kontakt zu unserer Upline und danken auf diesem Weg Vera und Erich Fink ganz besonders.



Mit diesem Geschäft haben wir viele Menschen kennengelernt, die zu Freunden geworden sind. Das zeichnet das Amway Geschäft besonders aus.

Unsere Aufgabe ist es, vielen Menschen von dieser tollen Geschäftsmöglichkeit zu erzählen, durch unsere Begeisterung muss der Funke überspringen.

Wir haben unsere Chance erkannt, unserem Ziel von persönlicher und finanzieller Flexibilität näher zu kommen.



UNSER MOTTO:

Nur wer sein Ziel kennt, findet den Weg.

ARTISTRY™

Meine persönliche Erfahrung mit der ARTISTRY™ Creme LuXury ist, dass ich durch die hervorragende und hochwertige Zusammensetzung mein Wohlbefinden nach meiner Körperpflege merklich steigern kann und mich einfach wohl fühle, nachdem ich die ARTISTRY Creme LuXury aufgetragen habe. Kurzum gesagt, nachdem ich die Creme aufgetragen habe, fühlt sich meine Haut einfach sensationell an.

Auch andere Produkte von ARTISTRY kann ich nur weiterempfehlen – seit meiner Kindheit hatte ich schon immer eine sehr unreine Haut und dadurch wurde das Rasieren für mich zu einer Herausforderung. Seitdem ich die ARTISTRY Creme LuXury mit anderer Kosmetik von ARTISTRY verwende, ist Rasieren für mich zu einem Vergnügen geworden und somit ein idealer Weg zu jugendlichem Aussehen.

Doch nicht nur ich profitiere von der ARTISTRY Creme LuXury, sondern auch mein umfangreicher Kundenstock nutzt mit Begeisterung diese fantastische Creme. Einen Teil meines Erfolges erwirtschaftete ich durch die Vermittlung der ARTISTRY Creme LuXury an begeisterte Endverbraucher. Nicht nur die Wirkung der Creme, sondern auch das exklusive Produktdesign sind einmalige Verkaufsargumente.

Den ausführlichen Bericht finden Sie auf Amway Online im Bereich Bibliothek.



Hubert Gugler

Selbstständiger Amway Geschäftspartner, Österreich

AMAGRAM™ März 2009

Deutschland: Das AMAGRAM März 2009 wird ab dem 23.02.2009 per Post verschickt.

Österreich: Der Versand erfolgt für alle Geschäftspartner und Special Members ab dem 23.02.2009 per Post.

Machen Sie mit. Helfen Sie die Rechte von Kindern zu schützen.

Alex ist die vierte Anstecknadel zum Sammeln. Der gesamte Erlös aus dem Verkauf der Anstecknadel wird für Bildungsprojekte von UNICEF gespendet.

Best.-Nr. 107069

Sie können UNICEF auch durch einen **Beitrag** helfen. Es ist ganz einfach.

Best.-Nr. 101568

für einen Beitrag über EUR 1,00



2,5 cm Höhe



unicef



Helfen Sie Kindern auf der ganzen Welt, ein besseres Leben zu führen.





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.	MwSt. (nur D) ²⁾	Grundpreis EK-Preis (nur D) ²⁾	Einkaufspreis inkl. MwSt. (nur A) ²⁾	Grundpreis EK-Preis (nur A) ²⁾	Basis-% (nur A)	unverändl. Preisempf. inkl. MwSt. (nur D) ³⁾	Verkaufspreis inkl. MwSt. (nur A) ³⁾	Grundpreis Verkaufspreis (nur A) ²⁾	erhältlich ab bzw. vor/bis
Sortimentsartikel, Produkte																	
ARTISTRY™ Verkaufshilfen																	
D+A	232385	ARTISTRY™ Gerät zur kosmetischen Hautanalyse		1 Stück	-,-	-,-		168,01	199,93		201,61		-	-,-	201,61		
D+A	232950	ARTISTRY™ Sebumkassette		1 Stück	-,-	-,-		49,92	59,40		59,90		-	-,-	59,90		
ARTISTRY™ TIME DEFIANCETM Anti-Aging																	
D+A	105711	ARTISTRY™ TIME DEFIANCETM Aufhellendes Serum		30 ml	18,93	26,69	●	26,69	31,76	100 ml = 105,87	32,03	100 ml = 106,77	35%	42,90	43,24	100 ml = 144,13	
ARTISTRY™ Dekorative Kosmetik																	
D+A	Grp. 1	ARTISTRY™ Lippen-Glanz 107189 Carefree 107206 Scarlet 107193 Brazen 107201 Spontaneous 107195 Celestine 107204 Adore		4 g	6,45	9,09	●	9,09	10,82		10,90		35%	14,60	14,72		
D+A	0548	ARTISTRY™ – Dekorative Kosmetik – Sondersets ARTISTRY Basisset für Dekorative Kosmetik (Neuer Preis seit 01.01.09, da sich der Inhalt geändert hat. Der Lippen-Glanz Spontaneous ist hinzugekommen.)		1 Set	125,08	176,42	●	158,78	188,95		190,54		35%	255,10	257,22		
NUTRILITE™ – Herbals/Kräuter																	
D	100566	NUTRILITE™ Knoblauch		1 Stück	11,00	15,51	●	15,51	16,60		14,56		30%	21,55	22,18		
NUTRILITE™ Werbeatikel																	
D+A	231512	Ronaldinho Fußballtrikot, Gr. S		1 Stück	13,83	19,50	▶	39,00	46,41		46,80		30%	60,35	60,84		seit 1.11.2008 bis ein- schließlich 30.04.2009,
D+A	231513	Ronaldinho Fußballtrikot, Gr. M		1 Stück	13,83	19,50	▶	39,00	46,41		46,80		30%	60,35	60,84		bzw. solange Vorrat reicht.
D+A	231514	Ronaldinho Fußballtrikot, Gr. L		1 Stück	13,83	19,50	▶	39,00	46,41		46,80		30%	60,35	60,84		
Drucksachen, allgemein produktbezogen																	
D+A	9874	Amway Aktuell Ausgabe 1/2009		-	1 Pack m. 5	-,-	-,-	3,80	4,52		4,56		-	-,-	4,56		01.01.-30.04.09
D+A	9814	Amway Aktuell Ausgabe 1/2009 (preisreduziert)		-	1 Pack m. 10	-,-	-,-	7,25	8,63		8,70		-	-,-	8,70		01.01.-30.04.09
Verlängerung des Amway Geschäftes																	
D+A	9990	Verlängerung der Amway Geschäftspartnerschaft		-	1 Stück	-,-	-,-	34,00	40,46		40,80		-	-,-	40,80		01.01.-31.08.09
A	9992	Verlängerung für Special Member		-	1 Stück	-,-	-,-	17,00	20,23		20,40		-	-,-	20,40		01.01.-31.08.09
Partnerschaft mit dem UN-Kinderhilfswerk UNICEF																	
D+A	104999	UNICEF Anstecknadel „Vicky“		-	1 Stück	-,-	-,-	2,16	2,57		2,59		-	-,-	2,59		
D+A	107069	UNICEF Anstecknadel „Alex“		-	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		
Sonderartikel																	
Sonderaktion zum 50jährigen Jubiläum von Amway																	
D+A	3272	SA8™ Delicate Feinwaschmittel		1 l	5,82	8,21	●	8,21	9,77		9,85		30%	12,70	12,80		
D+A	2162	BODY SERIES™ Effrischendes Duschgel		400 ml	3,52	4,96	●	4,96	5,90		5,95		30%	7,65	7,74		01.01.-31.12.09
D+A	2163	BODY SERIES™ Effrischendes Duschgel, 1-Liter-Nachfüllpack		1 l	7,99	11,27	●	11,27	13,41		13,52		30%	17,45	17,58		(Produktverfügbarkeit vorausgesetzt)
D+A	2175	BODY SERIES™ Feuchtigkeitspendende Hand- und Körperlotion		400 ml	6,18	8,72	●	8,72	10,38		10,47		30%	13,50	13,61		
D+A	100100	BODY SERIES™ Flüssigseife, 1-Liter-Nachfüllflasche		1 l	9,39	13,24	●	13,24	15,76		15,89		30%	20,50	20,65		

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

D+A Videos oder Tonträger werden nicht an den Absender zurückgesandt.

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

A 2) Grundpreis = lt. Preisangabenordnung 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

A 3) (mittelhartes Wasser, normale bzw. bei Fein-/Spezialwaschmitteln leichte Verschmutzung)

A 4) Grundpreis = lt. Preisangabenordnung 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

D 5) (mittelhartes Wasser, normale bzw. bei Fein-/Spezialwaschmitteln leichte Verschmutzung)

D 6) # In diesen Preisen enthalten ist der gesetzliche MwSt.-Satz von 19 % bzw. 7 % bei Nahrungsergänzungsmitteln, Nahrungsmitteln und Tiernahrung

A 7) # In diesen Preisen enthalten ist der gesetzliche MwSt.-Satz von 10 % bei Nahrungsergänzungsmitteln, Nahrungsmitteln und Tiernahrung

A 8) 3) In den Preisen ist der gesetzliche MwSt.-Satz von 20 %

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) ²⁾	Basis-% (nur A)	unveränd. Preisempf. inkl. MwSt. (nur D) ³⁾	Verkaufspreis inkl. MwSt. (nur A) ³⁾	Grundpreis Verkaufspreis (nur A) ²⁾	erhältlich ab bzw. vor/bis
Sonderartikel																
Sonderaktion zum 50jährigen Jubiläum von Amway																
D+A	2171	BODY SERIES™ Flüssigseife		1 Set	2,76	3,89	●	3,89	4,63	4,67		30%	6,00	6,07		
D+A	0228	DISH DROPS™ Geschirrspülmittel		1 l	3,41	4,81	●	4,82	5,74	5,77		30%	7,45	7,51		
D+A	7485	L.O.C.™ Plus Glasreiniger		500 ml	2,00	2,82	●	2,83	3,37	3,38	1 l = 6,80	30%	4,40	4,41	1 l = 8,84	01.02.-31.12.09
D+A	0094	L.O.C.™ Plus Metallreiniger		200 ml	2,12	2,99	●	2,99	3,56	2,58	100 ml = 1,78	30%	4,65	4,67	100 ml = 2,34	(Produktverfügbarkeit vorausgesetzt)
D+A	0951	L.O.C.™ Plus Milde Reinigungsmilch		500 ml	2,78	3,92	●	3,92	4,66	4,70	1 l = 9,40	30%	6,05	6,12	1 l = 12,24	
D+A	3951	PURSUE™ WC-Reiniger mit organischer Säure		750 ml	3,06	4,32	●	4,32	5,14	5,18	1 l = 6,91	30%	6,70	6,74	1 l = 8,99	
ARTISTRY™ – Hauptfolge – Sonderaktion																
D+A	103564	Beim Kauf einer ARTISTRY™ Creme Luxury erhält man einen ARTISTRY Creme Luxury Anhänger mit Kordelhalskette GRATIS dazu.		45 ml	117,00	165,00	●	165,00	196,35	198,00	100 ml = 436,33	35%	265,05	267,30	100 ml = 594,-	01.01. - 31.03.2009 bzw. solange Vorrat reicht
ARTISTRY™ – Dekorative Kosmetik – Sonderaktion																
D+A	Grp. 2	Lidschatten – Aktionspreis		1 g	4,16	5,87	●	5,87	6,99	7,04		35%	9,45	9,50		bis auf weiteres
		103841 Sand Castle	103850 Bone													
		103842 Starry Night	103857 Steel													
		103844 Moonstone	103858 Black Tie													
		103846 Rain Forest	103859 Copper Beach													
		103847 Glacier	103860 Golden Lynx													
		103849 Burnished	103863 Royalty													
D+A	Grp. 3	Puderrouge – Aktionspreis		3 g	5,29	7,46	●	7,46	8,88	8,95		35%	12,00	12,08		bis auf weiteres
		103884 Rosewood	104391 Red Earth													
		103888 SunKissed	103893 Aglow													
Sonderaktion Cremiger Lippenstift																
D+A	218856	Beim Kauf eines Sets, bestehend aus den 16 verschiedenen Farbönen des ARTISTRY Cremigen Lippenstiftes (1 Lippenstift pro Farbe) erhalten Sie eine Preisreduzierung von 10 % bei vollem PW/GV	-	1 Set	124,80	175,97	●	158,40	188,52	190,08		35%	254,16	256,61		solange Vorrat reicht
Sonderaktion Transparenter Lippenstift																
D+A	218992	Beim Kauf eines Sets, bestehend aus den 6 verschiedenen Farbönen des ARTISTRY Transparenten Lippenstiftes LSF 15 (1 Lippenstift pro Farbe) erhalten Sie eine Preisreduzierung von 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
ARTISTRY™ Accessoires Sonderaktion																
D+A	104173	ARTISTRY™ Lidschatten-/Rouge-Box für 4 Einsätze		1 Stück	4,35	6,13	▶	12,26	14,59	14,71		35%	19,70	19,86		bis auf weiteres
ARTISTRY™ Frühjahr-/Herbstkollektionen																
Herbstkollektion 2008 – ICONIC ELEGANCE – Sonderaktion 25 % Preisreduzierung, PW/GV-Reduzierung um 25 %																
D+A	105051	Farbpalette Inspired		1 Box	11,46	16,16	●	16,16	19,23	19,39		35%	25,95	26,18		01.01. - 28.02.2009 bzw. solange Vorrat reicht
D+A	105052	Farbpalette Timeless		1 Box	11,46	16,16	●	16,16	19,23	19,39		35%	25,95	26,18		solange Vorrat reicht
Kosmetik Dekorativ – E. FUNKHOUSER™ NEW YORK C008 Mystic & Magic																
D+A	Grp. 4	Lippenkonturenstift & -gloss		-	0,25 g + 8,3 g	12,00	16,92	●	20,13	20,31		35%	27,20	27,42		bis 31.04.2009 bzw. solange Vorrat reicht
		105552 Abracadabra	105553 Hocus Focus													

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

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

D ²⁾ Grundpreis = lt. Preisangabenverordnung der Preis inkl. MwSt. auf der Basis einer Mengeneinheit (1 kg/1 bzw. 100 g/100 ml) bzw. bei Waschmitteln auf der Basis einer Sollarwendung (mittelhartes Wasser, normale bzw. bei Fein-/Spezialwaschmitteln leichte Verschmutzung)

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

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

A ³⁾ In diesen Preisen ist der gesetzliche MwSt.-Satz von 10 % bei Nahrungsergänzungsmitteln, Nahrungsmitteln und Tiernahrung.





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	Grundpreis EK-Preis (nur A) ²⁾	Basis-% (nur A)	unveränd. Preisempf. inkl. MwSt. (nur D) ³⁾	Verkaufspreis inkl. MwSt. (nur A) ³⁾	Grundpreis Verkaufspreis (nur A) ²⁾	erhältlich ab bzw. vor/bis
Sonderartikel																	
Kosmetik Dekorativ – E. FUNKHOUSER™ NEW YORK C008																	
D+A	Grp. 5	Trio-Lidschatten 105555 Charmed/Mesmerised/Bemused 105556 Transfixed/Entranced/Spellbound	-	3 g	14,18	20,00	●	20,00	23,80			24,00	35%	32,15	32,40		
D+A	105557	Nagellack 2-in-1 Topcoat/ Presto/Voila/Alacazam	-	4 x 4 ml	9,54	13,46	●	13,46	16,02			16,15	35%	21,60	21,80		
D+A	105550	Lippengloss Set Fortune Teller/Mystic/Dream Weaver	-	3 x 6,8 ml	13,88	19,58	●	19,58	23,30			23,50	35%	31,45	31,72		bis 31.04.2009 bzw. solange Vorrat reicht
D+A	Grp. 6	Leuchtendes Lippengloss 106253 Sorceress 106254 Illusionist	-	1,8 ml	11,23	15,84	●	15,84	18,85			19,01	35%	25,45	25,66		
D+A	Grp. 8	Rouge 104032 Nouveau Chic 104033 New Mod	-	3 g	7,72	10,89	●	10,89	12,96			13,07	35%	17,50	17,64		
Sonderaktionen E. FUNKHOUSER™ NEW YORK																	
D+A	219510	Professionelle Produktserie Sonderaktion (10 % Preisreduzierung bei vollem PW/GV, bei Kauf des Pakets zur Professionellen Produktserie)	-	1 Set	135,22	190,71	●	171,64	204,26			205,99	35%	275,76	278,06		vom 01.11.2008 bis 30.04.2009 bzw. solange Vorrat reicht
Drucksachen E.FUNKHOUSER™																	
D+A	232445	E. FUNKHOUSER™ NEW YORK Kollektionskarte 008	-	1 Pack m. 5	-,-	-,-		2,75	3,27			3,30	-	-,-	3,30		vom 01.11.2008 bis 30.04.2009 bzw. solange Vorrat reicht
Lifestyle Balanced Solutions Programm																	
D+A	218502	„Lifestyle Balanced Solutions“ Basis-Paket (20 % Preisreduzierung bei vollem PW/GV)	-	1 Set	20,56	29,00	●	23,20	27,61			27,84	30%	35,90	36,19		seit 02.01.2009 bis 28.02.2009
DVD – Sonderaktion																	
D+A	217034	Platin Kollektion DVD	-	1 Stück	-,-	-,-		4,00	4,76			4,80	-	-,-	4,80		
D+A	217852	Platin Kollektion DVD II	-	1 Stück	-,-	-,-		4,00	4,76			4,80	-	-,-	4,80		
D+A	217845	Platin Kollektion DVD III	-	1 Stück	-,-	-,-		4,00	4,76			4,80	-	-,-	4,80		
D+A	218288	Platin Kollektion DVD IV	-	1 Stück	-,-	-,-		4,00	4,76			4,80	-	-,-	4,80		solange Vorrat reicht
D+A	218602	Platin Kollektion DVD V	-	1 Stück	-,-	-,-		4,00	4,76			4,80	-	-,-	4,80		
D+A	218854	Platin Kollektion DVD VI	-	1 Stück	-,-	-,-		4,00	4,76			4,80	-	-,-	4,80		
D+A	218855	Platin Kollektion DVD VII	-	1 Stück	-,-	-,-		4,00	4,76			4,80	-	-,-	4,80		
Werbeartikel																	
D+A	216899	Werbeunterstützende Postkarten	-	1 Pack m. 20	-,-	-,-		2,50	2,98			3,00	-	-,-	3,00		solange Vorrat reicht
D+A	105119	Magazin „Unternehmer – arbeiten von zuhause“	-	1 Stück	-,-	-,-		3,50	4,17			4,20	-	-,-	3,00		
D+A	105120	Magazin „Unternehmer – arbeiten von zuhause“	-	1 Pack m. 5	-,-	-,-		11,50	19,64			13,80	-	-,-	13,80		

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 Abnehmer zurückgeschickt.

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

D 2) Grundpreis = lt. Preisangebenverordnung der Preis inkl. MwSt. auf der Basis einer Mengeneinheit (1 kg/1 l bzw. 100 g/100 ml) bzw. bei Waschmitteln auf der Basis einer Solanwendung (mittelhartes Wasser, normale bzw. bei Fein-/Spezialwaschmitteln leichte Verschmutzung)

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

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

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

A 6) In diesen Preisen ist der gesetzliche MwSt.-Satz von 20 %

ARTISTRY™



DEMNÄCHST ERHÄLTlich ARTISTRY™

Frühjahrskollektion 2009 –
Naturale Inspiration

Zarte Schönheit. Elegante Harmonie.

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 GmbH, München
Lithografie: reprodukt medien GmbH, München
Druck: GGP Media, Pörsneck

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